



El progreso
es de todos

Mincomercio

Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022

Turismo:
El propósito que nos une

Documento final

PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2018 – 2022
“TURISMO: EL PROPÓSITO QUE NOS UNE”

JOSE MANUEL RESTREPO ABONDANO
Ministro de Comercio, Industria y Turismo

JUAN PABLO FRANKY MARÍN
Viceministro de Turismo

SANDRA ZULUAGA GARCÍA
Directora de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo

KAROL FAJARDO MARIÑO
Directora de Análisis Sectorial y Promoción Turística

Investigación y textos:

Arturo Bravo, Consejo Superior de Turismo
Sandra Oviedo, DNP
María Claudia Guayacán, DNP

Agradecimientos:

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo reconoce el apoyo en la construcción de este documento al equipo de trabajo de la Dirección de Innovación y Desarrollo Empresarial del Departamento Nacional de Planeación, DNP.

De igual manera, agradece los aportes del equipo de trabajo del Viceministerio de Turismo, especialmente a María Elvira Riveros, María Eugenia Anzola, Stella Russi, John Ramos, Karol Fajardo, Mónica Leonel, Juan Solano y Claudia Velásquez

Igualmente, agradece los comentarios e iniciativas de los integrantes del Consejo Superior de Turismo, del Consejo Consultivo de la Industria Turística, de las entidades del sector Comercio, Industria y Turismo, así como de los demás diferentes actores del sector público, privado y la academia, de las comunidades y la ciudadanía en general a nivel nacional y territorial, participantes en la socialización y consulta del presente Plan.

Bogotá D.C., diciembre de 2018

PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2018 – 2022
“TURISMO: EL PROPÓSITO QUE NOS UNE”

Índice

ÍNDICE.....	3
PRESENTACIÓN.....	5
METAS SECTORIALES.....	7
I. GENERACIÓN DE CONDICIONES INSTITUCIONALES PARA EL IMPULSO AL SECTOR TURISMO.....	9
A. RESUMEN.....	9
B. DIAGNÓSTICO.....	9
C. OBJETIVO.....	11
D. ESTRATEGIAS.....	11
1. <i>Fortalecer la institucionalidad para el turismo</i>	11
2. <i>Mejor gestión de los recursos económicos del turismo</i>	12
3. <i>Generar información eficiente para las políticas públicas en turismo</i>	13
4. <i>Propender por un turismo más responsable y sostenible</i>	14
II. GESTIÓN INTEGRAL DE DESTINOS Y FORTALECIMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA.....	14
A. RESUMEN.....	14
B. DIAGNÓSTICO.....	15
C. OBJETIVO.....	18
D. ESTRATEGIAS.....	18
1. <i>Fortalecer la planificación y ordenamiento territorial para el turismo</i>	18
2. <i>Desarrollar productos turísticos diferenciados y de alto valor</i>	21
3. <i>Fortalecer la integración regional para el turismo</i>	24
4. <i>Seguridad turística moderna</i>	25
III. MÁS INVERSIÓN, MEJOR INFRAESTRUCTURA Y CONECTIVIDAD PARA EL TURISMO.....	25
A. RESUMEN.....	25
B. DIAGNÓSTICO.....	26
C. OBJETIVO.....	31
D. ESTRATEGIAS.....	31
1. <i>Atracción de la inversión para planta e infraestructura turística sostenible de talla mundial</i>	31
2. <i>Aumento de la inversión extranjera directa en turismo</i>	32
3. <i>Fortalecimiento de la inversión público - privada para la infraestructura turística</i>	32
4. <i>Más y mejor conectividad aérea</i>	33
5. <i>Mejor conectividad terrestre, digital, fluvial, marítima y náutica</i>	34
6. <i>Infraestructura sostenible para el turismo</i>	35
IV. INNOVACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURISMO.....	36
A. RESUMEN.....	36
B. DIAGNÓSTICO.....	36
C. OBJETIVO.....	38
D. ESTRATEGIAS.....	38

1. <i>Mejorar el ambiente de negocios para el turismo</i>	38
2. <i>Impulsar el desarrollo de emprendimientos turísticos</i>	39
3. <i>Empleabilidad decente para el sector</i>	40
4. <i>Innovación para potencializar el sector</i>	41
V. FORTALECIMIENTO DEL CAPITAL HUMANO PARA LA COMPETITIVIDAD DEL TURISMO	41
A. RESUMEN.....	41
B. DIAGNÓSTICO.....	42
C. OBJETIVO.....	44
D. ESTRATEGIAS.....	44
1. <i>Capacidades para el talento humano vinculado al sector turismo</i>	44
2. <i>Guianza turística pertinente y más profesional</i>	45
3. <i>Fortalecimiento del Programa Colegios Amigos del Turismo (CAT)</i>	46
VI. PROMOCIÓN DE UN TURISMO TRANSFORMADOR, INCLUYENTE Y CON EQUIDAD	46
A. RESUMEN.....	46
B. DIAGNÓSTICO.....	46
C. OBJETIVO.....	48
D. ESTRATEGIAS.....	48
1. <i>Promoción turística efectiva de Colombia como destino turístico</i>	48
2. <i>Facilitación turística</i>	49
3. <i>Turismo con equidad para todos los colombianos</i>	50
BIBLIOGRAFÍA	52

PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2018-2022 “TURISMO: EL PROPÓSITO QUE NOS UNE”

Presentación

Colombia es el país latinoamericano con mayor dinamismo en el desarrollo turístico y uno de los más destacados en el mundo por el creciente número de llegadas de viajeros durante los últimos años.

La Organización Mundial del Turismo, OMT (2012) así como múltiples publicaciones y entes internacionales, han reconocido continuamente los logros del país en la generación de confianza en los mercados emisores, en la consolidación de la oferta de atractivos y recursos turísticos, entre otros factores estratégicos y de gestión, que han contribuido al reposicionamiento de Colombia como destino turístico. Este hecho, ha permitido a las industrias del turismo colombiano una recuperación de sus principales indicadores y plantear retos sectoriales para aprovechar estas oportunidades del entorno.

Según cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, MinCIT (2018, p.4 y 5) entre 2011 y 2017, en Colombia se presentaron destacados crecimientos en los principales indicadores del turismo en el país: se incrementó en un 69% las llegadas de viajeros internacionales, 52% la generación de divisas, 19% la creación de nuevos empleos y 74% en la incursión de nuevas empresas al sector, generando una oferta presente en alrededor de 281 municipios del territorio nacional. De igual forma, según el Departamento Nacional de Estadística, DANE, el turismo, medido desde la rama de hoteles y restaurantes, representó el 3,78% del PIB en Colombia durante 2017 (MinCIT, 2018), evidenciando su gran potencial de desarrollo.

Este contexto, hace que el sector turismo sea un renglón estratégico para el Gobierno Nacional, considerado como *“el nuevo petróleo de Colombia”*, una opción viable y rentable de desarrollo sostenible donde el país, basado en su diversidad biológica y cultural, fortalece su competitividad como una alternativa para la generación de divisas, para crear empleo y mejorar las condiciones de vida de la población; así como constituirse en una iniciativa para la transformación regional, la reconciliación entre los colombianos y mejorar la imagen del país.

El turismo es una de las actividades económicas más importantes del planeta, representa 30% de las exportaciones en el comercio global de servicios, generando 1 de cada 11 empleos y el 10% del PIB mundial (OMT, 2016).

De acuerdo con la OMT (2018), en 2017 se movilizaron 1332 millones de viajeros en todo el mundo y el turismo tiene una perspectiva de crecimiento anual hasta el 2030 cercana a 3,8%; no obstante, para los destinos turísticos de las economías emergentes, como Colombia, este crecimiento ha sido superior al promedio global, representando una variación de 4,8% promedio anual entre 2005 y 2017 (OMT, 2018).

Según el Foro Económico Mundial, FEM (2017), el desarrollo económico de los países se ha sustentado tradicionalmente en el sector industrial, pero cada vez son más los estados que han estructurado modelos en los que el turismo es el dinamizador de su economía. Estos países sustentan su crecimiento en el tercer sector de servicios, donde el turismo contribuye en gran medida al PIB debido al efecto multiplicador derivado de la llegada de visitantes y su gasto en el territorio.

En este sentido, Colombia debe aprovechar el buen momento que vive el sector turístico en el mundo e insertarse en el mercado como un destino innovador, diverso, de alto valor, bajo principios de sostenibilidad, responsabilidad y calidad, acorde con las nuevas tendencias mundiales de la demanda de la actividad.

Cabe anotar que el Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 “*Turismo: el propósito que nos une*”, hace parte del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018-2022, “*Pacto por Colombia, pacto por la equidad*”, tal como lo disponen los artículos 2º y 16º de la Ley 300 de 1996. Por tal razón, su ejecución se sustentará en las políticas, orientaciones, lineamientos y disposiciones complementarias establecidas en el PND.

Por tal motivo, el turismo debe alinearse al propósito de incrementar la productividad nacional, toda vez que puede contribuir efectivamente a dinamizar el crecimiento económico, el desarrollo sostenible del país y las regiones, constituyéndose en una apuesta viable para fortalecer la equidad, como lo propone el PND.

Dado el enfoque transversal del turismo, su importancia como industria y para los territorios, los diferentes pactos del PND contemplan acciones que fortalecerán al sector integralmente, en materia de política social, legalidad y especialmente, en materia de emprendimiento y productividad. Igualmente, los alcances de los pactos referentes a sostenibilidad, innovación, transporte, transformación digital, identidad, creatividad y construcción de paz, contienen estrategias y acciones que mejorarán la competitividad del sector turístico colombiano.

Sin embargo, las acciones puntuales de política pública de turismo se contemplan en el PND en el Pacto II, “*Pacto por el emprendimiento y la productividad: una economía dinámica, incluyente y sostenible que potencie todos nuestros talentos*”, en la línea C, “*Un mundo de posibilidades: aprovechamiento de mercados internacionales y atracción de inversiones productivas*”, en el numeral C, “*Impulsar la productividad, generación de valor y sostenibilidad del turismo en las empresas, destinos y comunidades*”.

Con esta premisa, el objetivo del presente Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 “*Turismo: el propósito que nos une*”, es el de **mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico a partir de iniciativas de fortalecimiento de la productividad, la generación de valor y la corresponsabilidad entre los actores del sector turismo, así como su posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales.**

De esta manera, se busca promover mayor eficiencia y articulación en la relación entre la oferta y la demanda, así como maximizar los beneficios del turismo en la productividad empresarial, la equidad territorial y la calidad de vida de las comunidades receptoras.

Para lograr este objetivo, este plan establece seis grandes líneas estratégicas del Gobierno Nacional para el cuatrienio 2018 -2022 que definen la ruta de actuación que, a mediano y largo plazo, solucionen los cuellos de botella que enfrenta el sector.

Las líneas estratégicas son:

- 1. Generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo.**
- 2. Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística del país.¹**

¹ El fortalecimiento de la oferta turística desarrollará los productos del *Arcoiris Turístico* de la propuesta programática del Plan de Gobierno, así: (1) verde: naturaleza, ecoturismo, agroturismo, aventura y científico; (2) amarillo: sol, playa y cruceros; (3) naranja: cultura, gastronomía, patrimonio, música y religión; (4) azul: salud y bienestar; (5) morado: inversión, negocios y emprendimiento; (6) rojo: turismo de reuniones, convenciones, eventos corporativos y sociales (Lunas de miel, matrimonios,

3. Más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo.
4. Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo.
5. Fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo.
6. Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad.

Cada una de las líneas estratégicas responde a un objetivo específico y engloba un conjunto de estrategias para su resultado. Si bien la mayoría serán lideradas por MinCIT y sus entidades adscritas, algunas requieren del trabajo articulado tanto con las entidades pertenecientes al Consejo Superior de Turismo, con otras instancias del Gobierno Nacional, así como de los entes territoriales, entre otros actores y partes interesadas a nivel público y privado. Igualmente, el Plan estipula un conjunto de metas sectoriales con la que se evaluarán sus resultados.

El presente documento de política se elaboró a partir de las orientaciones y disposiciones establecidas en las leyes 300 de 1996, 1101 de 2006, 1558 de 2012 y 1617 de 2013. En concordancia con el mencionado marco normativo, el Plan es producto de una construcción colectiva y participativa con los actores públicos y privados, las regiones, la academia y demás partes vinculadas con la actividad turística en el país. Igualmente fue elaborado de forma coordinada con el Departamento Nacional de Planeación (DNP), según lo dispuesto por la Ley 300 de 1996.

Metas sectoriales

Las metas del Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 - “Turismo: el propósito que nos une”, se presentan en la tabla 1:

Tabla 1. Indicadores de resultado del Plan Sectorial de Turismo 2018-2022

Indicadores de resultado				
Sector	Indicador	Unidad de medida	Línea base (2018)	Meta del cuatrienio (2022)
Comercio, Industria y Turismo	Producto interno bruto en alojamiento y servicios de comida	Miles de millones de pesos, series encadenadas de volumen con año de referencia 2015	31.698*	39.121
	Exportaciones de servicios en la cuenta de viajes y transporte de pasajeros de la balanza de pagos	Millones de USD \$ corrientes	5.801*	8.000
	Visitantes no residentes que pernoctan	Unidad	3.898.065	5.100.000
	Llegada de pasajeros en cruceros internacionales	Unidad	382.279	450.000

* Línea base 2017.

etc.); y, (7) gris: turismo incluyente (personas mayores, jóvenes, comunidades, equidad de género, accesibilidad y turismo social).

Estas metas son consideradas como indicadores transformacionales de prioridad sectorial para el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018-2022, *“Pacto por Colombia, pacto por la equidad”* y están asociadas al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible², ODS, No. 8 *“Trabajo decente y crecimiento económico”*, No. 9 *“Industria, Innovación e Infraestructura”* y No. 11 *“Ciudades y comunidades sostenibles”*.

De igual forma, en concordancia con los lineamientos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y según las recomendaciones de la OMT, estas metas también contribuirán especialmente al avance en los ODS 12 y 14, en los cuales figura el turismo.³

² Según el Programa de Naciones Unidas en Colombia, PNUD (2018), los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), también conocidos como Objetivos Mundiales, promueven a nivel global a la adopción de medidas en materia de lucha contra la pobreza, sostenibilidad y conservación, así como la garantía de los derechos humanos. Son 17 objetivos, que “proporcionan orientaciones y metas claras para su adopción por todos los países en conformidad con sus propias prioridades y los desafíos ambientales del mundo en general” (PNUD, 2018).

³ Según la OMT (2018), la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible suscrita por los Estados Miembros de la ONU en 2015, contempla al turismo adicionalmente al objetivo No. 8, referente a “Trabajo decente y crecimiento económico”, en los objetivos No. 12 “Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles” y No. 14 “Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible”

I. Generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo

A. Resumen

El turismo es una actividad económica que involucra la participación de diferentes entidades del orden nacional y territorial. Por tal motivo, para consolidar el sector se requiere fortalecer la institucionalidad y su capacidad de gestión, mejorar el marco normativo vigente y generar un adecuado esquema de información, financiación y responsabilidad entre los actores del turismo, que optimice la ejecución de la política pública.

B. Diagnóstico

Según las autoridades regionales de turismo (MinCIT, 2018), una institucionalidad turística consolidada es la clave para mejorar la gestión de los destinos turísticos.

En este sentido, el fortalecimiento institucional está relacionado con el mejoramiento de las capacidades, competencias y recursos asociados a los procesos de desarrollo turístico. La ejecución de la planificación turística, la coordinación de iniciativas turísticas entre la Nación y las regiones, el fortalecimiento del rol de las autoridades de turismo, así como el diseño, implementación y seguimiento eficiente de mecanismos de vigilancia, control y seguridad, que garanticen la sostenibilidad y el ejercicio de la responsabilidad de los diferentes actores del turismo, son los principales desafíos en esta materia.

Según MinCIT (2018) las fallas de coordinación institucional son identificadas como un desafío recurrente a la hora de aprovechar el potencial turístico de las regiones, donde esta situación no ha permitido que se resuelvan problemas básicos que afectan la competitividad de los destinos. La dotación de servicios públicos, seguridad, saneamiento, accesibilidad y conectividad, entre otras variables, dependen en gran medida de la gestión y articulación pública.

Lo anterior, se enmarca en lo establecido por el FEM, que sostiene a lo largo de sus informes globales de competitividad, que las condiciones básicas dadas por el entorno institucional son fundamentales a la hora de alcanzar altos niveles de sofisticación y desarrollo productivo en las regiones (FEM, 2017). Destinos referentes en la región como México, Chile, Argentina, Perú y Ecuador, cuentan con una institucionalidad turística fortalecida, de alto nivel gubernamental, con competencias claras y coordinadas con el nivel local, que contribuyen a la solución de las brechas de gestión identificadas en los territorios, a la generación de acciones claves que faciliten el entorno de negocios de la actividad y a la implementación de políticas para la productividad y sostenibilidad del sector.

En este sentido, de la mano del fortalecimiento institucional, según las experiencias analizadas en los países competidores, se identificó que también fue determinante la voluntad política de los gobiernos para dar un impulso coherente a la actividad, acorde con las oportunidades y retos que tiene el sector en esos estados y la contribución económica que las industrias del turismo aportan a sus economías. En Colombia, según las autoridades de turismo (MinCIT, 2018) debido a fallas de coordinación, información y articulación de intereses entre los niveles nacional, regional, departamental y municipal, existe dispersión y duplicidad de esfuerzos y recursos en las iniciativas públicas y privadas del sector.

La OMT (2016), igualmente plantea recomendaciones a los gobiernos nacionales para aumentar y diversificar las fuentes de financiación del sector, de manera que se dé respuesta efectiva desde la gobernanza a los componentes de sostenibilidad, responsabilidad e inclusión que requiere el turismo. Este hecho busca, en línea con las tendencias mundiales, generar inversión para fortalecer la preservación de la diversidad cultural y natural; la lucha contra la pobreza; así como la resiliencia y seguridad de los destinos turísticos, en sintonía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la reciente Convención Marco sobre Turismo Ético de la OMT (UNWTO, 2017).

Contar con información oportuna y de calidad es clave para facilitar la toma de decisiones tanto en el sector público como privado. Según el Fondo Monetario Internacional, FMI, un sistema estadístico que refleje la verdadera situación de un sector económico le permitirá compararse a nivel internacional, así como la capacidad de identificar sus desafíos y retos, por lo que se considera un activo vital para alcanzar mayores niveles de productividad (FMI, 2014).

El DANE como responsable del Sistema Estadístico Nacional (SEN) ha establecido una serie de lineamientos que estandarizan las operaciones estadísticas derivadas del sector. Estos incluyen, entre otros, los patrones y recomendaciones establecidas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), las cuales se basan en la elaboración de diez tablas a partir de la información directa sobre los flujos y los gastos asociados a las diferentes formas de turismo, así como sobre la oferta de bienes y servicios en la economía. Uno de los propósitos principales de la OMT es establecer una Cuenta Satélite del Turismo (CST), la cual debe proveer una descripción reconciliada de los flujos turísticos y del gasto realizado por los visitantes dentro del marco conceptual de las Cuentas Nacionales.

Sin embargo, a diciembre de 2017 en la CST sólo se publican siete de las diez tablas sugeridas, haciendo falta el levantamiento de mediciones específicas que permitan robustecer las estadísticas sectoriales, de manera que reflejen un panorama más amplio y actualizado del sector. Por lo anterior, no sorprende que Colombia ocupe el puesto 95 entre 136 países en lo que respecta a la completitud de los datos de turismo y viajes en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial. (FEM, 2017)

El Viceministerio de Turismo se ha encargado de recopilar y presentar las cifras referentes al turismo en Colombia. Por lo anterior, en 2015 constituyó el Centro de Información Turística (CITUR) el cual es un sistema que permite reunir en un mismo sitio en Internet, las estadísticas de turismo de Colombia provenientes de fuentes oficiales y regionales para el uso de los sectores público y privado y la ciudadanía en general. A su vez, a nivel regional, algunos de los departamentos vienen implementando Sistemas de Información Turística (SITUR) que complementan parcialmente las operaciones estadísticas realizadas en los territorios.

De otra parte, la tendencia en turismo es atender las actualizaciones y cambios en el mercado de manera anticipada, pertinente y oportuna, conociendo en tiempo real las preferencias del consumidor, para mejorar las estrategias de mercadeo, análisis de datos y toma de decisiones. Por tal motivo, adicionalmente a los sistemas de información también es primordial utilizar las nuevas tendencias de inteligencia artificial, como el aprendizaje automático (*machine learning*) para la identificación de pautas y patrones de comportamiento en el manejo de grandes volúmenes de datos (*big data*), aspectos que actualmente no se contemplan en la gestión de información gubernamental del sector turístico.

C. Objetivo

Fortalecer la institucionalidad para el turismo y la gestión de sus recursos, como herramientas para mejorar la coordinación, cooperación, responsabilidad, gobernanza y sostenibilidad de la actividad a nivel nacional y regional.

D. Estrategias

1. Fortalecer la institucionalidad para el turismo

MinCIT liderará la modernización del marco regulatorio para el turismo para adaptarlo a los nuevos contextos y realidades del sector y de las regiones, así como para mejorar la articulación entre los actores públicos, privados y comunidades relacionadas con el turismo a nivel nacional y territorial, en materia de ordenamiento, planeación, gestión y promoción de la actividad, control y disciplina del mercado, así como para dar cumplimiento a los lineamientos establecidos en el presente Plan Sectorial.

Igualmente, se trabajará articuladamente para el desarrollo de las funciones del Consejo Consultivo de la Industria Turística, del Consejo Nacional de Seguridad Turística, de los demás Consejos y Comités nacionales relacionados con turismo, así como los de las autoridades regionales de turismo, entre otras instancias.

MinCIT desarrollará e implementará el Sistema Nacional de Gobernanza para el Turismo, de manera que este Ministerio como rector de la política turística, lidere la toma de decisiones articuladas entre las entidades nacionales y territoriales, a fin de evitar duplicidad de esfuerzos y maximizar recursos e iniciativas conjuntas. Estas acciones se priorizarán en los Distritos y en las regiones con alta vocación turística que presenten debilidad institucional.

MinCIT establecerá una agenda interinstitucional nacional permanente para el turismo, entre los Ministerios y las diferentes entidades públicas que intervienen directa e indirectamente con este sector, así como con las propias entidades del sector comercio, industria y turismo⁴.

Como parte del fortalecimiento de la coordinación interinstitucional, se conformarán mesas de trabajo entre el MinCIT, MinCultura, MinAmbiente y las diferentes entidades del orden nacional, relacionadas con los productos de alto valor. Estas instancias tendrán el objetivo de articular el trabajo de las diferentes entidades, definir lineamientos técnicos, dar conceptos técnicos, entre otros que sirvan de insumo para el trabajo del Consejo Superior de Turismo, el Consejo Nacional de Seguridad Turística, el Consejo Nacional de Economía Naranja, el Consejo Nacional de Patrimonio, el Consejo Nacional de Museos, entre otros organismos.

MinCIT, MinAmbiente y MinCultura formularán, ejecutarán y promoverán de forma articulada una estrategia nacional de turismo sostenible, conformando una instancia de formulación, orientación, ejecución, seguimiento e integración del sector, con énfasis en desarrollo de acciones para territorios con atractivos naturales, paisajísticos y culturales emblemáticos de la Nación, áreas protegidas, zonas arqueológicas y demás espacios de alta representatividad con vocación turística. Esta estrategia debe promover la generación

⁴ El sector comercio, industria y turismo está liderado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y cuenta entre otras con las siguientes programas y entidades adscritas y vinculadas: ProColombia, BANCOLDEX, FONTUR, Artesanías de Colombia, INNpuls, PTP, Fiducoldex, Fondo Nacional de Garantías, Superintendencia de Industria y Comercio, Superintendencia de Sociedades, Instituto Nacional de Metrología, entre otras.

de oportunidades productivas y de formación, así como alianzas empresariales y de gestión público y privada.

MinCIT acompañará el fortalecimiento de las estructuras nacionales, regionales y locales de turismo, así como las capacidades y competencias de las autoridades de turismo, buscando su empoderamiento como actores claves del desarrollo territorial. Igualmente, se impulsará a las entidades territoriales para la conformación de los Consejos Departamentales y Municipales de Turismo, su vinculación al Sistema Nacional de Gobernanza para el Turismo y su articulación en el marco de las Comisiones Regionales de Competitividad a través de las Agendas Integradas de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación.

2. Mejor gestión de los recursos económicos del turismo

MinCIT realizará una revisión a los mecanismos de recaudo del impuesto al turismo para identificar las fallas en su administración y control. De igual forma se propondrán los ajustes normativos y administrativos que permitan incrementar el recaudo de la contribución parafiscal del turismo.

MinCIT realizará un plan de inversiones de largo plazo para el fortalecimiento, la tecnología, la promoción, la infraestructura y planta turística sostenible, en el cual se consideren como criterios de priorización las necesidades regionales y nacionales del sector.

MinCIT gestionará la revisión y ajuste de las actividades del Fondo Nacional de Turismo (FONTUR) para que pueda financiar la estructuración, ejecución y comercialización de proyectos turísticos de gran envergadura nacional, garantizar el manejo eficiente de las fuentes presupuestales y de los bienes que administra. Lo anterior a través de la modificación del arreglo institucional del sector establecido en la Ley 300 de 1996 y todas sus modificatorias.

MinCIT redefinirá los criterios y prioridades para la inversión de los recursos administrados por FONTUR, los cuales deberán contemplar las necesidades regionales y nacionales del sector. Igualmente, se deberá robustecer el seguimiento y control a los proyectos que se ejecutan a través de este Fondo, así como visibilizar los resultados e impactos de dichos proyectos. Para lo cual, se adoptarán las metodologías pertinentes para la ejecución de los recursos administrados por FONTUR. Con ello, se identificarán claramente los objetivos, metas, actividades, productos, beneficiarios y el impacto de los proyectos, así como el avance físico y financiero de los mismos.

MinCIT gestionará nuevas fuentes de financiación para la realización de proyectos turísticos, tales como: recursos del Sistema General de Regalías, recursos del Fondo de Ciencia, Tecnología e Innovación (proyectos con destinación a investigación e innovación en temas turísticos) y realización de Alianzas Público-Privadas (APP), entre otras.

MinCIT y la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional impulsarán la búsqueda de recursos y asistencia técnica de cooperación internacional para mejorar la competitividad del sector.

3. Generar información eficiente para las políticas públicas en turismo

MinCIT y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) acogerán las recomendaciones internacionales respecto a las estadísticas oficiales con las que debe contar el sector turismo del país. Su ejecución deberá seguir los estándares y lineamientos de la OMT y demás prácticas aceptadas en materia estadística de turismo, indicando los responsables de su elaboración y contar con criterios de priorización que privilegien el levantamiento de información estadística clave para la toma de decisiones en políticas públicas. La propuesta técnica en este sentido deberá ser presentada para su aprobación ante el Consejo Asesor Nacional de Estadística (CANE).

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en coordinación con MinCIT, fortalecerán las estadísticas básicas de turismo, la Cuenta Satélite de Turismo y las investigaciones que la conforman, tales como la Encuesta de Viajeros Internacionales (EVI), la Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT), la Muestra Mensual de Hoteles (MMH), la Muestra Trimestral de Agencias (MTA) y la Encuesta Mensual de Alojamiento (EMA), tal como lo dispone la Ley 1558 de 2012.

MinCIT optimizará los Sistemas de Información Turística, realizará la estandarización de las estadísticas generadas según los criterios establecidos por la OMT y demás organismos competentes y gestionará ante el DANE su certificación. Igualmente coordinará con las entidades nacionales generadoras de información sobre los visitantes y actividades, con el fin de facilitar la coordinación y manejo de esta, así como la mejora en la toma de decisiones.

MinCIT promoverá la implementación de la tarjeta de registro hotelero electrónica, teniendo en cuenta las condiciones establecidas en la Ley 1558 de 2012.

MinCIT, en coordinación con el DANE, diseñará e implementará las mediciones de seguimiento de la gestión de destinos, las de impacto del desarrollo sostenible del turismo y las de satisfacción turística en comunidades y territorios, de acuerdo con las recomendaciones de la OMT y estándares internacionales. Igualmente, con el apoyo del sector privado y la academia apoyarán las iniciativas tales como índices de competitividad turística de las regiones y observatorios de turismo.

MinCIT, en coordinación con el DANE, la Superintendencia de Sociedades, otras entidades del Gobierno Nacional, los actores privados del sector y la academia fortalecerán la generación de análisis y estudios económicos de los diferentes subsectores de las industrias del turismo, así como sobre la contribución de los productos turísticos, con énfasis hacia los de alto valor.

MinCIT liderará la optimización de la Red de Puntos de Información Turística en los destinos acorde con las nuevas tendencias tecnológicas y de servicio que requieren los turistas. Adicionalmente, desarrollará un aplicativo móvil de información turística del país pertinente para el turista.

MinCIT actualizará los inventarios de atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos a nivel nacional, los cuales deberán estar debidamente georreferenciados y actualizados permanentemente, contemplando información territorial pertinente para la toma de decisiones de política pública.

4. Propender por un turismo más responsable y sostenible

El Gobierno Nacional trabajará articuladamente para propiciar condiciones estructurales suficientes que garanticen un turismo sostenible, responsable y de calidad, en concordancia con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y de la Convención Marco sobre Turismo Ético de la OMT.

MinCIT adelantará las gestiones para la adopción por ley de dicha Convención (Código Ético Mundial para el Turismo), revisará la adaptación del marco normativo del sector a estos lineamientos, así como sus competencias institucionales y misionales en este sentido.

MinCIT, en coordinación con las entidades competentes, realizará programas de sensibilización y cultura turística a nivel nacional y territorial para generar conciencia de la importancia del turismo para el desarrollo sostenible; de la atención y respeto al turista, así como del conocimiento, comunicación, presentación y apropiación de los atractivos turísticos del país. De forma complementaria, se requiere hacer conciencia en los turistas y demás actores de la cadena de valor del sector, de la importancia, valoración y respeto del patrimonio nacional para el desarrollo del turismo, así sobre el impacto de sus actividades en el medio natural, económico, cultural y social.

MinCIT robustecerá los programas y normativas para un turismo responsable. Igualmente, se realizarán en conjunto con entidades del orden nacional y territorial programas de sensibilización y adecuación de atractivos turísticos, así como la promoción del comercio justo en la cadena de valor del turismo y su adaptación a los retos del cambio climático. En caso de que se vayan a realizar intervenciones, adecuaciones y/o restauraciones de cualquier atractivo turístico cultural con declaratoria de nivel nacional, el Ministerio de Cultura deberá definir y dar los lineamientos respectivos previamente; de igual manera se procederá con el Ministerio de Ambiente, Parques Nacionales Naturales y las autoridades ambientales cuando los atractivos naturales así lo requieran.

MinCIT fortalecerá el trabajo interinstitucional para prevenir y controlar la realización de actividades ilícitas asociadas al turismo, tales como: explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes - ESCNNA, trata de personas, tráfico ilícito de flora y fauna y del patrimonio cultural, consumo de sustancias psicoactivas, entre otros flagelos identificados en los destinos, con el fin de generar conductas corresponsables y constructivas por parte de los diferentes actores vinculados al sector turismo.

MinCIT establecerá estímulos para destinos y prestadores de servicios que desarrollen su actividad en el marco de la sostenibilidad y responsabilidad, de tal manera que se reconozcan las acciones de mejoramiento e innovaciones propuestas en esta materia.

II. Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística

A. Resumen

La gestión integral e innovación de destinos, se refiere a la planeación y ordenamiento sistémico, a la administración de actividades, recursos y actores involucrados en el desarrollo turístico del territorio. Comprende la definición, ejecución y seguimiento de políticas orientadas a facilitar la consolidación del destino de acuerdo con su contexto territorial, su nivel de desarrollo, así como a mejorar la articulación entre la demanda y la oferta turística, de manera que se garantice la sostenibilidad.

Las iniciativas planteadas bajo esta línea estratégica buscan dar respuesta a necesidades de planeación y organización de la actividad turística en los territorios con el fin de generar valor, diferenciación y calidad a la oferta, con base en la megadiversidad cultural y biológica del país. De igual manera, busca lograr un sistema funcional donde se armonicen las actividades productivas y el uso sostenible del patrimonio en un territorio, para comunidades locales implicadas y no implicadas en el turismo.

De esta manera se pretende generar diversificación y especialización de la oferta turística del país, mejorar la integración de los territorios, así como aumentar las tasas de ocupación en alojamientos y un mayor uso de los servicios y atractivos turísticos, incentivando a que los turistas gasten más en actividades de entretenimiento, animación y recreación en los destinos, lo cual redundará en la calidad de vida de las comunidades, dado el efecto multiplicador de la actividad.

B. Diagnóstico

La dotación de recursos naturales, paisajísticos y culturales de los territorios constituyen una parte fundamental de la oferta turística. Lo anterior, sumado a los productos, servicios y actividades que ofrecen las empresas y organizaciones, así como a la infraestructura de apoyo, tales como vías, servicios públicos, accesibilidad, información, servicio de transporte (fluvial, marítimo, náutico, terrestre, aeroportuario), equipamiento, seguridad, entre otros factores, son elementos que tienen en cuenta los turistas a la hora de elegir un destino.

Por lo tanto, garantizar una oferta de atractivos y servicios turísticos no es suficiente para aprovechar el potencial turístico de una región si no se cuenta con una adecuada organización y planeación del territorio.

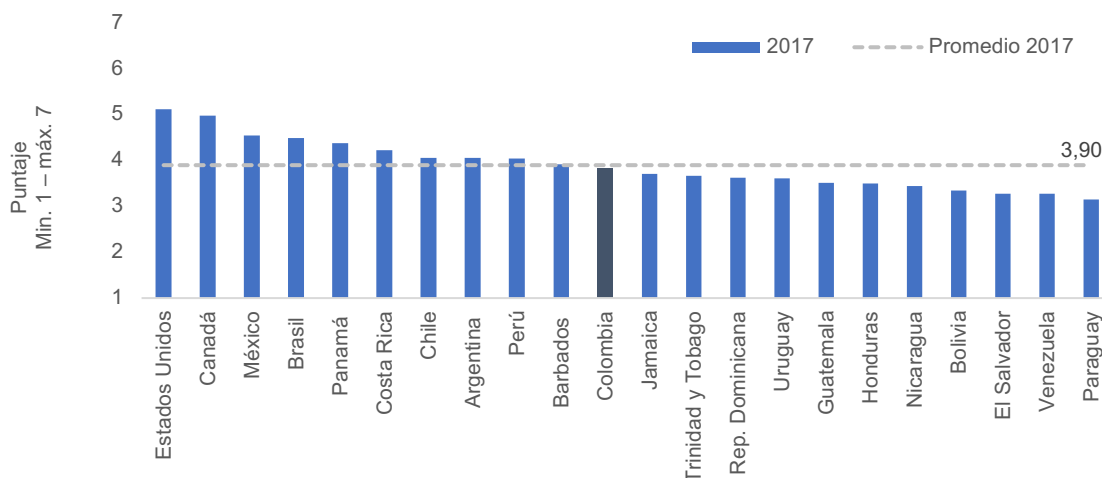
De otra parte, si bien nuestro país destaca por la megadiversidad de su patrimonio, según MinCIT (2018) las autoridades de turismo resaltan que algunos atractivos relevantes del inventario turístico nacional requieren mejorar su estado, toda vez que se observa deterioro en su calidad y significado.

Igualmente, la dotación de estos factores de ventaja comparativa no es condición suficiente para el desarrollo turístico. Se hace necesario que se haga una clasificación y orientación permanente a las regiones para considerar y priorizar al turismo como una apuesta productiva viable, según sus diferentes capacidades y oportunidades, especialmente en la demanda, así como para determinar las distintas necesidades que cada entidad territorial requiere para el fortalecimiento del sector.

Según el XXXIV Encuentro Nacional de Autoridades Regionales de Turismo (MinCIT, 2018), se identificó que una gestión de destino limitada, sustentada en débiles procesos de planificación y desarrollo de la oferta, deterioran la competitividad de los destinos y generan asimetrías regionales en esta materia, especialmente en las regiones que están incursionando recientemente en esta actividad.

En 2017, Colombia se ubicó en el puesto 62 del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del FEM entre 136 países. El puntaje alcanzado por el país en 2017 lo ubica en el puesto 11 entre 22 países del continente e incluso por debajo del promedio regional (Gráfico 1). Además, al comparar con algunos países de referencia, Colombia sólo ha mejorado 10 posiciones entre 2007 y 2017, contrario a países como México y Brasil que mejoraron 27 y 32 posiciones, respectivamente.

Gráfico 1. Índice de Competitividad de viajes y turismo en países de las Américas, 2017



Fuente: Elaboración del DNP con datos del Foro Económico Mundial (2017).

El mejor desempeño de Colombia en este índice se encuentra en los pilares de apertura internacional (puesto 4 entre 136), recursos culturales y turismo de negocios (puesto 20 entre 136) y recursos naturales (puesto 22 entre 136), mientras que los pilares que más castigan a Colombia son el de seguridad (puesto 136 entre 136), lo cual ratifica que el desarrollo de ventajas competitivas, especialmente en las regiones, requiere un trabajo continuado y acompañado desde el Gobierno Nacional.

En este sentido, a partir de la megadiversidad del país y de las ventajas competitivas del sector, el MinCIT (2017) ha identificado que las vocaciones turísticas de Colombia se concentran en cuatro tipologías prioritarias a nivel nacional que cuentan con potenciales altamente diferenciadores de los países competidores:

- a) **Turismo de naturaleza⁵:** Dado el alto potencial de Colombia en este segmento y al ser uno de los 17 países megadiversos⁶ del planeta, se viene consolidando una oferta especializada en torno al ecoturismo en áreas protegidas, turismo de aventura, agroturismo, turismo rural, acuaturismo y científico. En esta materia, el país cuenta con oportunidades para el desarrollo del turismo en dos ruedas, ecuestre, náutico, actividades de buceo, pesca deportiva, senderismo y la observación de flora y fauna, en particular el avistamiento de aves, al ser el segundo país más biodiverso del mundo en estas especies.

Este hecho, asociado al alto gasto que generan estas actividades, constituyen una gran posibilidad para desarrollar procesos sostenibles que ofrezcan un alto impacto económico para las regiones. Por ejemplo, según ProColombia (2017), el gasto promedio de un turista de avistamiento de aves es hasta de USD\$ 3.000 por visita.

⁵ Según el Programa de Transformación Productiva – PTP (2018) el turismo de naturaleza comprende todo tipo de viajes enfocados en la naturaleza, en los que la principal motivación es la observación y apreciación de la biodiversidad, acompañada de la cultura de poblaciones locales.

⁶ Según la Conferencia de Cancún (2002) Colombia, Brasil, Bolivia, Costa Rica, Ecuador, México, Perú, Venezuela, China, Filipinas, India, Indonesia, Malasia, Kenia, Madagascar, República Democrática del Congo y Sudáfrica son los 17 países que conforman el bloque de países megadiversos que albergan el 70% de la biodiversidad mundial. (ProColombia, 2018)

- b) **Turismo cultural**⁷: La amplia diversidad cultural de Colombia presenta una gran posibilidad para liderar este segmento en Suramérica, donde según FONTUR (2016) en promedio el gasto asociado al turismo cultural oscila entre USD\$ 1.870 y USD\$ 3.140, dependiendo del destino. Así mismo, representa una oportunidad para promover el desarrollo de la *economía naranja*⁸ y valorizar nuestra gastronomía⁹, música¹⁰, artesanía¹¹ y moda¹², entre otras industrias creativas; las expresiones y bienes del patrimonio material e inmaterial, las festividades y eventos, así como el etnoturismo.
- c) **Turismo de salud y bienestar**¹³: Colombia viene posicionando destinos de forma continuada, en estos segmentos dadas sus ventajas competitivas de costo y excelencia en mano de obra calificada. Igualmente, el desarrollo existente de oferta como *spa*¹⁴,

⁷ Según la OMT (2018) el turismo cultural es “un tipo de actividad turística en la que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir atractivos o productos culturales tangibles e intangibles en un destino turístico. Estos atractivos o productos corresponden a un conjunto de características distintivas materiales, intelectuales, espirituales y emocionales de una sociedad que abarca las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio culinario, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus estilos de vida y sistemas de valores, creencias y tradiciones”. Comprende la gestión turística sostenible y responsable del patrimonio material e inmaterial, la producción artística, las industrias creativas y culturales, según lo dispuesto en el marco amplio de la definición de cultura, contenida en la Ley 397 de 1997, Ley General de Cultura, así como la aplicación de los principios de desarrollo y sostenibilidad establecidos en la Ley 300 de 1996.

⁸ Según la Ley 1834 de 2017, la economía naranja implica el desarrollo sostenible de las industrias creativas, las cuales generan valor debido a sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual. Las industrias creativas comprenden de forma genérica -pero sin limitarse a-, los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa.

⁹ En materia gastronómica, según MinCIT (2017), Colombia cuenta con 9 regiones gastronómicas y 61 eventos especializados siendo una de las actividades de mayor potencial para el turismo, extendiendo los beneficios de esta actividad al sector de alimentos, bebidas y agropecuario. En este segmento, se debe afianzar la identidad, trabajar en la técnica, la presentación, innovación con productos locales y la competitividad en general de la industria.

¹⁰ Según Procolombia (2018), Colombia cuenta con 1.025 ritmos folclóricos agrupados en 157 géneros, los cuales están divididos en las cinco regiones geográficas del país. Además, Bogotá y Medellín hacen parte de la Red de Ciudades Creativas de la Música de la UNESCO; adicionalmente nueve ritmos musicales colombianos fueron declarados Patrimonio de las Américas por la Organización de Estados Americanos – OEA.

¹¹ Según Artesanías de Colombia (2018), la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) ha otorgado el reconocimiento de denominación de origen a 14 productos y/o procesos artesanales (11 artesanías y 3 bocados típicos) que se elaboran en 14 destinos turísticos de los departamentos de Antioquia, Boyacá, Santander, Caldas, Huila, Guajira, Córdoba, Sucre, Bolívar y Nariño, y su principal atractivo es conocer las experiencias, los factores naturales y humanos de los territorios que hacen únicas estas artesanías, como símbolo de la identidad, el conocimiento y la tradición del país, que se constituyen factores de calidad y en poderosos imaginarios para el turismo.

Sin embargo, según la Política de Turismo y Artesanías (MinCIT, 2009) el país cuenta entre su gran variedad artesanal presente en todos los departamentos, con aproximadamente 86 artesanías emblemáticas consideradas como objetos u oficios artesanales que tienen la capacidad de reflejar uno o más sentimientos individuales o colectivos y de motivar niveles de sensibilidad y solidaridad social, en el ámbito local, regional, nacional e internacional. Esta es una oportunidad para el turismo y el desarrollo artesanal, motivo por el cual se requiere un esfuerzo adicional en materia de mejoramiento de la gestión de los procesos productivos, protección de su propiedad intelectual, promoción y articulación con las iniciativas turísticas de los territorios.

¹² Según *América Retail* (2018), la industria de la moda en Colombia en 2017 aportó el 1,13% del PIB y participó con el 10,3% de la industria colombiana (textil, confección, calzado y marroquinería). Las principales ciudades en cuanto a mayor producción, exportación y consumo per cápita, son en su orden Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla. De acuerdo con Inexmoda (2018) Colombia es uno de los principales referentes de moda en Latinoamérica, el talento de los diseñadores locales es de exportación y cada vez más se abren mercado a nivel global y se convierten en referentes para el turismo, tanto en las compras asociadas a la visita en los principales destinos, como en los eventos corporativos y ferias de alto nivel de esta industria.

¹³ Según el PTP (2018) el turismo de salud y bienestar comprende los viajes por tratamientos con énfasis en medicina preventiva, curativa, intervenciones médicas, odontológicas y estéticas; igualmente incluye los desplazamientos de los viajeros por motivos de ocio en búsqueda de tratamientos alternativos y terapéuticos.

¹⁴ Un spa, es un establecimiento que ofrece tratamientos, terapias o sistemas de relajación, utilizando como base principal el agua, generalmente corriente, no medicinal. (RAE, 2014)

el termalismo y la talasoterapia, que cuentan con múltiples atractivos y servicios en diferentes zonas del país, marcan una oportunidad para este tipo de turismo. En el mundo, el sector de bienestar, según el Programa de Transformación Productiva, (PTP, 2016) es un mercado de 438 billones de dólares americanos que crece en promedio a una tasa del 9%.

- d) **Turismo de reuniones¹⁵**: Colombia viene incursionando en esta tipología a nivel internacional con destinos como Bogotá, Cartagena y Medellín, entre otros, así como con una variada oferta para eventos corporativos y sociales, en el resto del país.¹⁶

Según la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA, 2017) el gasto promedio de un turista de reuniones en Colombia es de USD\$ 480,8 en aproximadamente 3,5 días, el cual es tres veces mayor al gasto promedio de un turista vacacional. Adicionalmente, esta Asociación ubica a Colombia como el tercer destino que más congresos realiza en Suramérica, luego de Brasil y Argentina, aportando el 12% de los eventos regionales. También es el segundo con el mayor número de participantes que asisten a un evento en la región y el número 18 a nivel mundial en esta misma categoría.

Este segmento es fundamental para el sector, toda vez que incentiva el regreso de los viajeros por motivos de vacaciones, mitiga la estacionalidad, atrae turistas de alto gasto, multiplica los esfuerzos de promoción, incentiva la profesionalización del sector, propicia la articulación público-privada, promueve la buena reputación del destino y dinamiza la economía.¹⁷

C. Objetivo

Fortalecer los procesos de gestión e innovación del desarrollo del turismo sostenible en los destinos del país, de manera que se incremente la competitividad de la oferta de productos, actividades y servicios de alto valor agregado en los territorios.

D. Estrategias

1. Fortalecer la planificación y ordenamiento territorial para el turismo

MinCIT, en coordinación con el DNP y la Comisión de Ordenamiento Territorial, COT promoverá la creación de la figura de Zonas Especiales Turísticas (ZET), las cuales deberán contar con planes parciales o áreas articuladas a los planes o esquemas de ordenamiento

¹⁵ Según la OMT (2006) una reunión es una agrupación de 10 o más participantes por un mínimo de 4 horas, en una sede contratada, con el propósito común de llevar a cabo una actividad concreta, que puede o no ser con propósitos económicos.

De esta manera, se define al Turismo de Reuniones como aquella actividad de viaje que se realiza fuera del entorno habitual de una persona, por al menos 24 horas y que cumple con los requisitos de lo que es una reunión. Según Procolombia (2018) el turismo de reuniones, comprende la captación y organización de congresos, convenciones, viajes de incentivos y eventos SMERF.

Según el lenguaje de los organizadores de eventos, los eventos SMERF son eventos o reuniones para grupos sociales, militares, educativos, religiosos y fraternales (en inglés, *social, military, educational, religious and fraternal*). (Spain Planner, 2018). Procolombia, enfoca este segmento en eventos deportivos y bodas, dadas las potencialidades y trayectoria de Colombia en este tipo de certámenes.

¹⁶ Según Procolombia (2018), el turismo de reuniones, incentivos, negocios y eventos en Colombia ha demostrado un gran crecimiento, en el 2010 únicamente existían 3 burós de convenciones y actualmente el país cuenta con 11, lo que demuestra que los principales destinos del país están trabajando en la promoción de este segmento de la industria.

¹⁷ Según estudios del *Greater Bogotá Convention Bureau* (2016) con la realización de un evento en la ciudad se activan como mínimo 13 sectores de la economía, motivo por el cual el turismo de reuniones cuenta con un efecto multiplicador económico relevante.

territorial (POT, PBOT y EOT) para su creación, en las que se brinden incentivos y beneficios tributarios para las empresas participantes en el desarrollo de zonas urbanizadas, de infraestructura vial y aeroportuaria óptima, así como para el establecimiento, consolidación y crecimiento de industrias turísticas en general.

Las entidades territoriales, con el apoyo de MinCIT, MinVivienda y el DNP, promoverán la inclusión en los POT, PBOT y EOT de los distritos y municipios, áreas definidas con vocación o compatibilidad turística, que permitan el desarrollo de la actividad y eviten conflictos de uso de suelo, propiciando la articulación de la planeación turística a los procesos e instrumentos de ordenamiento territorial para garantizar la conservación del patrimonio natural y cultural, así como la competitividad del sector.

MinCIT, con el apoyo del DNP, formulará e implementará una política para el fortalecimiento del turismo en Colombia con visión de largo plazo, la cual deberá configurarse como herramienta fundamental para priorizar el uso de los recursos del turismo, articular a las instituciones con injerencia directa e indirecta en el desarrollo de este sector en el país, entre otras.

MinCIT desarrollará megaproyectos¹⁸ o proyectos especiales de turismo, formulando el tipo de plan correspondiente según los instrumentos de planeación vigentes, en conjunto con las entidades nacionales y territoriales competentes, que garanticen el desarrollo sostenible, la conservación, preservación y salvaguarda de los territorios y comunidades, según las características propias de los mismos. Estas iniciativas se adelantarán prioritariamente en la Guajira; el Golfo de Morrosquillo; la Sierra Nevada de Santa Marta; el Amazonas y el Pacífico. Estos planes y proyectos deberán incluir tanto las visiones de las comunidades locales como étnicas, buscando de esta manera proteger su integridad cultural, social y económica y garantizar el derecho a la participación en las iniciativas de desarrollo turístico, así como en los ingresos generados por las actividades económicas implementadas y en los procesos de emprendimiento que con ellas se adelanten.

MinCIT, con el apoyo de MinAmbiente, DIMAR y demás entidades competentes, implementará herramientas de ordenamiento y recuperación de playas, ligado al desarrollo del producto de sol y playa, así como a los productos de alto valor.

De igual manera, formularán e implementarán un plan de intervención integral para playas que sean emblemáticas para el turismo en el país y se encuentren en estado crítico, tales como las de San Andrés Islas, Playa Blanca en Barú (Bolívar), Juanchaco - Ladrilleros en Buenaventura (Valle), entre otras priorizadas, promoviendo su recuperación o restauración, seguridad, saneamiento y manejo sostenible. Estos planes deberán tener acciones concretas y efectivas en materia política, económica, ecológica, tecnológica y sociocultural, en coordinación con las entidades nacionales y territoriales competentes.

MinCIT, con el apoyo de MinVivienda, MinCultura y las entidades territoriales, formularán e implementarán planes de reconversión de destinos críticos -especialmente para los ligados al producto de sol y playa- así como planes parciales de renovación urbana mediante proyectos de turismo, restauración de inmuebles patrimoniales emblemáticos, revitalización de parques y espacio público, desarrollo de proyectos de movilidad asociados al turismo, entre otras modalidades de intervención, con el fin de

¹⁸ Estos megaproyectos están en concordancia con lo dispuesto en la línea C del Pacto 2 del Plan Nacional de Desarrollo, 2018 - 2022 para referirse a proyectos de inversión **en búsqueda de eficiencia** de más de 1000 millones de dólares. Aunque algunos proyectos del sector turístico podrían llegar a entrar en esta definición, la mayoría de la IED que llegaría al sector turismo es del tipo **en búsqueda de mercados**.

recuperar su competitividad, incentivar el desarrollo social, urbano y sostenible, valorizar ciertas zonas y mejorar su economía.

MinCIT impulsará a las entidades territoriales que cuenten con vocación turística en la actualización, expedición, ejecución y evaluación de Planes de Desarrollo Turístico, considerando la articulación de los planes de ordenamiento ecoturístico de las áreas protegidas nacionales y regionales, cuando aplique. De igual manera los Distritos, en cumplimiento de la Ley 1617 de 2013, adelantarán sus Planes Sectoriales de Turismo respectivos y los municipios con centros históricos declarados que tengan vocación turística, formularán, actualizarán y ejecutarán dichos planes.

MinCIT, con el apoyo de MinCultura, MinAmbiente y demás entidades competentes, adelantarán acciones para fortalecer y concretar la vocación de turismo cultural y de naturaleza del Distrito Especial Portuario, Ecoturístico y Biodiverso de Buenaventura.

MinCIT, con el apoyo de las entidades nacionales y territoriales competentes, promoverá el desarrollo, aplicación y seguimiento del régimen turístico de San Andrés y Providencia, establecido en el capítulo VII, de la Ley 915 de 2004.

MinCIT, con la vinculación de las entidades nacionales y territoriales correspondientes, diseñarán e implementarán un plan especial de turismo receptivo, orientado a los departamentos fronterizos del país, con miras al impulso, promoción y facilitación de los flujos de turistas con los países vecinos.

MinCIT, con el apoyo del DNP, diseñará y elaborará una caja de herramientas técnicas para la planificación y gestión local del turismo según los diferentes niveles de desarrollo turístico de los destinos, de manera articulada entre las entidades competentes.

MinCIT brindará apoyo técnico a los gobiernos locales para fortalecer la medición e implementación de las capacidades de carga y de uso de los atractivos y de acogida de destinos, así como en la gestión de herramientas para la identificación, prevención, monitoreo y manejo de impactos derivados del turismo, en materia de generación de residuos sólidos, uso y disposición de recurso hídrico y energético, afectación a la biodiversidad, entre otros, prioritariamente en los destinos con vocación de turismo de naturaleza y turismo cultural.

MinCIT, con el apoyo de MinAmbiente, adelantará e implementará la evaluación ambiental estratégica sectorial para el turismo en los destinos priorizados, como herramienta de fortalecimiento de la gestión sostenible territorial.

MinCIT y MinCultura adelantarán la articulación de herramientas de planificación, tales como los Planes Especiales de Manejo y Protección (PEMP) de Bienes de Interés Cultural, los Planes Especiales de Salvaguardia (PES) de las manifestaciones de Patrimonio Cultural Inmaterial, los Planes de Desarrollo Turístico y el Plan Estratégico y de Negocios de Turismo Cultural, de tal manera que se impulse el desarrollo sostenible de los territorios desde el turismo.

MinCIT, con el apoyo del DNP, adelantará acciones para la evaluación y seguimiento permanente de la política de turismo, bajo el referente de sostenibilidad, de tal forma que se mantenga armonía y coherencia en la implementación del Plan Sectorial de Turismo.

MinCIT, con las entidades nacionales y territoriales competentes, apoyarán la formulación, ejecución y seguimiento de los proyectos con componente de turismo,

vinculados a los pactos regionales establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo 2018 - 2022.

2. Desarrollar productos turísticos diferenciados¹⁹ y de alto valor²⁰

MinCIT enfocará la estrategia de desarrollo de la oferta turística del país de forma diferencial e innovadora, a partir de la consolidación de las vocaciones de los destinos y de las ventajas competitivas de sus atractivos, servicios, actividades y productos, enfocada en segmentos de demanda turística especializados y de alto gasto a nivel nacional e internacional, con énfasis a las tipologías de naturaleza, turismo cultural, turismo de reuniones, turismo de salud y bienestar.

MinCIT, en coordinación con MinAmbiente y Parques Nacionales, desarrollarán el turismo de naturaleza de forma sostenible, con énfasis en las áreas protegidas con vocación para la actividad y en zonas con ecosistemas estratégicos con atractivos naturales emblemáticos, tales como la Amazonía, el Pacífico, la Orinoquía y el Macizo Colombiano²¹, entre otras, como una estrategia de conservación para generar alternativas económicas y productivas a estos territorios que dependen de la calidad de sus ecosistemas para su desarrollo.

MinCIT, en coordinación con el Ministerio de Cultura, desarrollarán el turismo cultural, de manera sostenible como parte del *turismo naranja*²², en función de las competencias de cada una de las instituciones, orientado a constituirlo en un pilar de competitividad y de generación de ingresos para los agentes del turismo y la cultura, así como en una estrategia para lograr la puesta en valor del patrimonio cultural material e inmaterial, la diversidad cultural, las artes y las industrias culturales y creativas, en los territorios con vocación de turismo cultural.

MinCultura, con el apoyo de MinCIT, fortalecerá las capacidades de las autoridades culturales y turísticas del ámbito nacional, regional, departamental y municipal, para gestionar el turismo cultural como herramienta de preservación, conservación, difusión del patrimonio cultural, así como en materia de generación de nuevos emprendimientos y beneficios a las comunidades locales en torno a las artes, las industrias creativas y el patrimonio material e inmaterial.

MinCIT, de manera coordinada con MinCultura, actualizará la Política de Turismo Cultural, en función de la garantía de la sostenibilidad del patrimonio cultural colombiano,

¹⁹ Según Porter (1980) la estrategia de diferenciación consiste en el desarrollo de productos exclusivos o con condiciones de singularidad que sean percibidos así por los consumidores, quienes están en disposición de pagar más por adquirirlos. La consecución de alguna diferencia en cualquier aspecto importante y deseado por el comprador, a través de una serie de actuaciones en la oferta, es lo que le confiere la posibilidad de elevar el precio y el margen de beneficios a una organización.

²⁰ Valor agregado o valor añadido en términos de mercadeo es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio, con el fin de darle un mayor valor comercial; generalmente se trata de una característica o servicio poco común, o poco usado por los competidores y que aporta cierta diferenciación a un producto o empresa. Desde el turismo, los productos de alto valor se asocian a segmentos de rápido crecimiento, que atraen turistas de poder adquisitivo y gasto, son catalizadores de desarrollo económico local y regional, impulsan prácticas productivas, fomentan el aprovechamiento sustentable de los recursos y promueven su conservación. (SECTUR, 2017)

²¹ En concordancia con lo establecido en el CONPES 3915 "Lineamientos de política y estrategias para el desarrollo regional sostenible del Macizo Colombiano", el cual "define las estrategias para la conservación de la biodiversidad, la promoción de alternativas productivas sostenibles y el fortalecimiento de la gobernanza de la ecorregión". (DNP, 2017)

²² El turismo naranja no se considera una tipología de turismo desde la motivación, sino como un conjunto de directrices que se aplican a las formas de relación entre turismo, el patrimonio cultural, la producción artística, las industrias culturales y creativas, para desarrollar su valor y garantizar su sostenibilidad, según lo dispuesto en la Ley 1834 de 2017.

la inclusión y promoción de las artes, las industrias culturales y creativas, de manera que se promueva su aprovechamiento turístico.

MinCIT y MinCultura, fortalecerán y harán seguimiento a la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia²³ y al Programa de Fortalecimiento de Museos²⁴, en temas de competitividad, promoción y comercialización de su oferta turística, con el objetivo de contribuir a que el turismo sea una herramienta de desarrollo sostenible que garantice la conservación, salvaguarda y protección del patrimonio cultural de los centros históricos y de los museos del país.

MinCIT y Artesanías de Colombia, desarrollarán las estrategias y acciones de la Política de Turismo y Artesanías, especialmente la promoción de las denominaciones de origen orientadas al turismo; el desarrollo de productos turísticos en torno a las prácticas artesanales, así como el empoderamiento y conocimiento de los artesanos para su vinculación efectiva a la cadena del turismo.

MinCIT, implementará acciones para lograr la declaratoria como recursos turísticos, de actividades y prácticas representativas de imaginarios turísticos²⁵ de Colombia, entre ellos las manifestaciones culinarias, de manera que contribuya con el reconocimiento, protección, difusión y promoción de procesos como hechos constitutivos de la diversidad del producto turístico.

MinCIT desarrollará un programa especial para apoyar el desarrollo de las manifestaciones culinarias colombianas y la Red de Eventos Gastronómicos de Colombia²⁶, asociados a destinos turísticos con vocación gastronómica. Igualmente se apoyará el desarrollo de cocinas tradicionales colombianas entre MinCIT y MinCultura y se coordinará con el sector privado de restaurantes y gastronomía la promoción e inclusión del uso y consumo de productos locales, como oferta turística.

Proteger los productos y recetas tradicionales colombianas a través de la creación e implementación de nuevas herramientas de propiedad intelectual, tales como Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG) e Indicaciones Geográficas (IG), entre otras, desarrollando el marco reglamentario respectivo desde MinCIT, en coordinación con la Superintendencia de Industria y Comercio - SIC, MinCultura, MinSalud - INVIMA, realizando su respectiva aplicación y promoción para el turismo, como elementos reputacionales, de diferenciación y posicionamiento de los destinos.

²³ La Red de Pueblos Patrimonio de Colombia es una iniciativa del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, con el apoyo de Ministerio de Cultura y ejecutada por el Fondo Nacional de Turismo, que busca potenciar el patrimonio cultural colombiano, material e inmaterial (usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas transmitidas de generación en generación) de 17 municipios con centros históricos declarados y de alto valor para el turismo, para su proyección mediante esta actividad, generando más oportunidades de desarrollo y sostenibilidad en sus comunidades. (MinCIT, 2018)

²⁴ El Ministerio de Cultura, por intermedio del Museo Nacional de Colombia, tiene la responsabilidad de orientar la política del sector museístico del país; para esto cuenta con el Programa Fortalecimiento de Museos (PFM), instancia a cargo de dicha tarea y, como tal, es la entidad catalizadora de los procesos que demanda la comunidad museística a partir de los retos que plantea el desarrollo de los museos en la actualidad. (MinCultura, 2018). Según MinCultura (2014) existen 626 museos a nivel nacional registrados en el Directorio Oficial.

²⁵ Un imaginario turístico es “aquella porción del imaginario social referido al hecho turístico, es decir a las numerosas manifestaciones del proceso societario de viajar”. (Hiernaux, A. & Van Duynen, L. 2002)

²⁶ La Red de Eventos Gastronómicos es una iniciativa del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, constituida como una instancia de integración y articulación de los eventos gastronómicos nacionales más relevantes del país con el fin de fortalecer y promover la gastronomía como producto turístico. (MinCIT, 2016) abarcando a todas las regiones. A 2018, la Red está conformada por 61 eventos que trabajan por fomentar el aprecio por los productos, la cultura, los valores locales y la innovación desde una perspectiva sostenible.

MinCIT, con el apoyo de MinCultura, desarrollará una estrategia de turismo musical²⁷, que refleje la diversidad de ritmos y géneros musicales, así como los festivales, eventos e imaginarios asociados de las diferentes regiones del país, a través de productos y experiencias innovadoras.

MinCIT, con el apoyo de MinAgricultura, implementará un programa especial de apoyo al agroturismo, en concordancia con lo dispuesto en el artículo 26º de la ley 300 de 1996, promoviendo la vinculación diferencial el respeto a los valores sociales, culturales y medios de vida de los campesinos, en el desarrollo de estas iniciativas.

MinCIT, con el apoyo de las entidades competentes, formulará e implementará acciones para el desarrollo del turismo urbano y metropolitano, según lo dispuesto en los artículos 29º y 30º de la Ley 300 de 1996, considerando la creciente concentración de atractivos y servicios en las principales ciudades del país, particularmente con énfasis al turismo de negocios, corporativo, reuniones, cultural y creativo.

Fortalecer las estrategias que adelanta MinCIT, ProColombia y las entidades territoriales para la captación de eventos internacionales de alto impacto para el país y los de tipo especializado con enfoque de nicho, así como la facilitación para la realización de estos, considerando el efecto multiplicador en gasto y número de personas que movilizan para los destinos.

MinCIT, incluirá dentro de los sectores del Programa de Transformación Productiva (PTP), al turismo de reuniones con el fin de brindar asistencia técnica especializada para las empresas de este subsector.

Promover la articulación y eficiencia de comités locales y regionales (burós de convenciones, entidades públicas y privadas, entre otros) en pro de la captación, promoción y realización de eventos internacionales de alto impacto para el país, creando una red nacional para el turismo de reuniones que involucre toda la cadena, presidida por MinCIT, con el acompañamiento de ProColombia.

MinCIT impulsará la línea de presentación de proyectos ante FONTUR para captación, promoción y realización de eventos internacionales, con el objetivo de lograr atraer al país los eventos que posicionen a Colombia en el segmento de turismo de reuniones a nivel mundial, según las tendencias de este producto de alto valor.

Fortalecer la articulación, conocimiento, trabajo en equipo y comercialización de las empresas y eslabones que conforman la cadena de organización de eventos y reuniones, así como entre estos y los principales interlocutores y distribuidores (mayoristas, *meetings planners*²⁸, operadores profesionales de congresos, casas de incentivo²⁹, entre otros) de los mercados prioritarios identificados por Procolombia, de manera que se

²⁷ El turismo musical es una tipología del turismo cultural, que busca conocer, disfrutar e interactuar con las expresiones musicales de un territorio a través de la asistencia a festivales, conciertos y eventos programados, así como vivir experiencias en los lugares, prácticas, costumbres, manifestaciones e imaginarios asociados a esta temática en los destinos que los acogen. Según datos de *Music Visit Britain* (2012) este segmento de negocios mueve más de 2 mil millones de euros al año.

²⁸ Un *meeting planner* es una persona u organización especializada en la creación, planeación, gestión, ejecución, control y evaluación de diferentes tipos de reuniones y eventos corporativos y sociales, así como de las actividades conexas y paralelas a los mismos.

²⁹ Una casa de incentivos es una organización que ofrece programas de incentivos a empresas. Los programas sirven para recompensar a los empleados que cumplen o superan los requisitos de rendimiento. El incentivo a menudo toma la forma de viajes para el empleado y su grupo familiar, generalmente mediante ofertas integrales que ofrecen alojamiento, restaurantes, entretenimiento, formación y reuniones, motivo por el cual hacen parte de la cadena de valor del turismo. (The Hess Journey, 2018)

mejore la eficiencia en materia de negociación y generación de confianza sobre los destinos y empresas del país, estimulando la toma de decisiones de estos actores y por ende, la llegada a Colombia de más eventos internacionales.

Promover, con el apoyo del sector privado, el desarrollo de planes y programas que permitan la integración y articulación de las experiencias de los turistas de negocios y corporativos, con el resto de los turistas vacacionales que visitan el país y la ciudad, en los destinos priorizados.³⁰

Implementar, con el apoyo de las entidades públicas y privadas correspondientes, las acciones del Plan de Negocios de Turismo de Salud y de Bienestar, formulado por el PTP y MinCIT.

MinCIT, apoyará a los operadores locales concededores de la oferta de productos de alto valor, de manera que se facilite su vinculación con mayoristas y otros canales de distribución y promoción.

MinCIT, liderará la estrategia de diferenciación de la oferta turística del país, desarrollando productos turísticos especializados, tales como náutico, buceo, observación de fauna (aves, ballenas y tortugas), deportivo, educativo, idiomático, LGBTIQ y científico, entre otros, en función de las potencialidades del país para estos segmentos, en el marco de los productos de alto valor.

3. Fortalecer la integración regional para el turismo

Impulsar nuevas formas de asociación e integración turística regional, en función de las necesidades de la demanda y de cooperación entre la oferta, especialmente en torno a productos, circuitos, corredores o rutas multidestino nacionales e internacionales.

Consolidar las figuras de asociación e integración regional turística existentes³¹, articulándolos a los esquemas de ordenamiento, planificación y promoción de la oferta, así como impulsando proyectos especiales en materia de competitividad, infraestructura, promoción y cooperación.

Desarrollar la oferta turística comercializable de los destinos vinculados a las figuras de asociación e integración regional turística, así como las de las rutas temáticas y regionales relacionadas, para garantizar su efectiva distribución e inserción en los mercados, con el apoyo de las agencias de viajes y demás actores del sector.

Impulsar una iniciativa integral para el desarrollo sostenible de nuevos destinos o destinos emergentes, con alto potencial, presencia de atractivos emblemáticos de interés nacional y destacada vocación turística, con énfasis a los territorios con impactos derivados del conflicto armado, promoviendo su vinculación e integración efectiva a la oferta del país.

³⁰ Este tipo de turismo se conoce como *bleisure* y proviene de la combinación de "*business*" y "*leisure*" ("negocio" y "ocio"), y se usa para denominar la creciente tendencia a organizar los viajes de trabajo de manera que se extienda la visita para actividades de ocio. En Colombia, considerando la importancia del turismo de negocios, es prioritario desarrollar este segmento, especialmente en las ciudades.

³¹ La ley 300 de 1996 contempló figuras de asociación tales como los círculos metropolitanos turísticos e igualmente desde 2016, MinCIT creó la figura de corredores turísticos que son una estrategia de integración territorial, promovida en conjunto con las Gobernaciones del país, que articula iniciativas en materia de gestión y promoción turística regional. Actualmente se cuenta con 12 corredores en tres fases de desarrollo.

4. Seguridad turística moderna

El Gobierno Nacional definirá los mecanismos para atenuar los impactos de imagen negativa en destinos en estado de emergencia e implementar los protocolos de comunicación de crisis de acuerdo con el estado de la región y el efecto generado por el suceso.

MinDefensa y MinCIT, en unión con la Policía Nacional, y las entidades territoriales, fortalecerán a la Policía de Turismo, propendiendo por el aumento del número de efectivos de esta especialidad, así como por el mejoramiento de su dotación y capacitación para contribuir a la seguridad de los destinos y a la experiencia de los turistas en los destinos.

MinCIT en unión con las entidades competentes a nivel nacional y territorial, promoverán la generación de información responsable y orientación a los turistas sobre condiciones de seguridad y salubridad, así como la implementación de herramientas de gestión, manejo y prevención de riesgos asociada al turismo.

MinCIT, en unión con las entidades territoriales y la Policía Nacional, orientará en la definición e implementación de iniciativas de seguridad turística y su respectiva inclusión en los planes y políticas de turismo departamentales y municipales. De igual manera, se generarán compromisos de corresponsabilidad de las autoridades regionales con el fin de mejorar las condiciones de los espacios y atractivos con mayor injerencia turística, adelantando acciones coordinadas con la Policía Nacional para atacar los delitos de mayor afectación e impacto al sector turístico.

MinCIT, la SIC, Migración Colombia, la Aeronáutica Civil, la Policía Nacional y las alcaldías municipales y distritales diseñarán una estrategia conjunta de sensibilización, control y prevención de prácticas informales e ilegales que adelanten los prestadores de servicios turísticos y turistas. De igual forma, se promoverá la práctica de comportamientos responsables y seguros por parte de los viajeros durante su permanencia en los destinos, así como la garantía de sus derechos como consumidores y de forma integral como ciudadanos.

MinCIT en articulación con las entidades territoriales, prestadores de servicios, empresas aseguradoras, gremios y otros actores claves del sector, desarrollarán programas de corresponsabilidad para fortalecer programas de seguridad turística en las actividades, servicios y atractivos del país.

El Ministerio de Relaciones Exteriores y MinCIT, promoverán la eliminación o modificación de los *travel warnings* o advertencias sobre seguridad en viajes hacia Colombia expedidos por gobiernos extranjeros, según las recomendaciones de la OMT, en esta materia.

III. Más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo

A. Resumen

Colombia presenta grandes desafíos respecto a sus competidores internacionales en turismo en materia de atracción para la inversión. Según el FEM (2017), la carga tributaria, los trámites excesivos y altos costos de los insumos, son algunos de los cuellos de botella que deben afrontar los empresarios cuando deciden emprender proyectos de infraestructura y planta turística en el país. Igualmente, los emprendimientos e iniciativas

productivas de turismo, además de estas barreras, se enfrentan a escasa asistencia técnica y apalancamientos financieros.

Por consiguiente, a través de esta línea se plantean estrategias que buscan aumentar la inversión extranjera directa para el turismo en Colombia, diversificar las fuentes de financiamiento para la construcción de obras en el sector, promover el desarrollo de infraestructura turística y de apoyo a la actividad con criterios sostenibles, así como para desarrollar megaproyectos mediante la creación de incentivos específicos.

Para aprovechar las tendencias esperadas de crecimiento del turismo, el avance de la infraestructura es un factor clave a la hora de fomentar la industria turística con proyección internacional, así como para generar crecimiento económico sustentado en un desarrollo inclusivo (Serebrisky, 2014).

Por otra parte, las intervenciones en infraestructura y planta turística generan valor a los territorios, mejoran la conectividad y la dotación de servicios de estos, permitiendo que se aprovechen mejor las ventajas comparativas del país y alcanzar mayores niveles de sofisticación de su aparato productivo.

El Gobierno Nacional debe diseñar proyectos de infraestructura y conectividad con un enfoque integral que consideren las necesidades puntuales del sector turístico y esté coordinado con los procesos de planificación turística de las regiones, atendiendo las necesidades de cada destino, según su vocación.

B. Diagnóstico

Según los datos del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, FEM (2017), las principales limitantes para el desarrollo del turismo son la infraestructura terrestre y portuaria (puesto 116 entre 136) y el entorno de negocios (puesto 111 entre 136), pilares que precisamente son fundamentales para incentivar la creación y permanencia de las empresas, así como atraer la inversión local y extranjera.

Igualmente, a estas limitantes se suman la escasa capacidad de las regiones para contar con infraestructura que apoye el manejo hídrico, sanitario y ambiental³² requerido para soportar la dinámica turística.

Por otro lado, en lo que respecta a precios de tiquetes aéreos, Colombia es el tercer país con los impuestos y tasas aeroportuarias más altos de la medición (134 entre 136). De hecho, se han identificado cerca de 14 tributos que gravan la industria de transporte aéreo. Según datos de FONTUR (2016) los costos aeroportuarios de Colombia representan alrededor del 8,3%, siendo un valor superior frente a países de la región como México, lo cual evidencia que existe una posibilidad de mejora para las empresas frente a la reducción de estos factores. En este sentido, los aeropuertos de Cartagena y Barranquilla son de los más costosos entre 22 aeropuertos regionales.

De igual forma, la carga impositiva también afecta los precios, costos que son trasladados al consumidor final. Según datos de Fedesarrollo (2011) el precio del combustible de turbina de aviación, *jet fuel*, en Colombia es más alto que a nivel

³² Según MinAmbiente (2017) Colombia genera 3,6 millones de toneladas de residuos al día, de las cuales solo recicla en promedio un 17%. (Semana, 2017). De otra parte, en cuanto al acceso a agua potable en Colombia, la Defensoría del Pueblo (2010) informó que de los 1123 municipios que tiene el país, 466 distribuyen agua sin tratamiento a su población y sólo el 4% brinda agua apta para el consumo humano. (El Espectador, 2014)

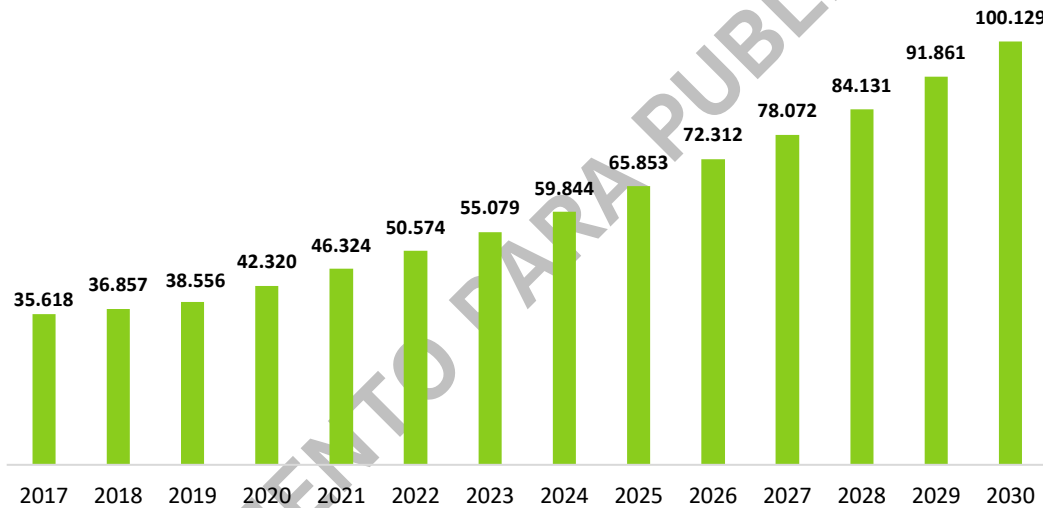
A esta situación, se une el impacto ambiental que el turismo puede generar en estos territorios. Según la OMT (2010) en el *Informe sobre Turismo en la Economía Verde*, un solo turista genera en promedio 1,5 kilos de residuos sólidos y 180 litros de agua residual por día.

internacional, como resultado de los mayores impuestos que sufre este insumo en el país. Todo lo anterior, lleva a que los vuelos tipos chárter, aerotaxis y regulares en el país sean más costosos, lo que hace al sector poco competitivo para generar una apropiada conectividad aérea.

Por tal razón, ajustar este marco tributario y de costos es fundamental para aprovechar las oportunidades de Colombia en el crecimiento esperado del mercado aéreo y para atraer inversión en infraestructura.

Según datos de la Aeronáutica Civil, se ha estimado que Colombia podría transportar más de 100 millones de pasajeros por vía aérea para el año 2030, lo que representa casi tres veces la cifra observada para el año 2017 (Gráfico 2). De hecho, en los últimos 10 años, las frecuencias semanales internacionales han aumentado hasta llegar a 1090 frecuencias en agosto de 2018, conectando a Colombia con 26 países a través de 24 líneas aéreas internacionales de pasajeros, lo que se traduce en más de 177.000 asientos disponibles semanales.

Gráfico 2. Proyección de crecimiento de pasajeros aéreos en Colombia 2017-2030 (miles de pasajeros)



Fuente: Aerocivil (2018)

En la actualidad, Colombia cuenta con 83 aeropuertos de los cuales 52 tienen operación doméstica, 9 tienen operación internacional y el resto incluye operación regional (Gráfico 3). Al respecto, según el Ministerio de Transporte, entre 2011 y 2017 se han invertido cerca de 5,1 billones para la restauración, construcción y modernización de la conectividad aérea del país.

Gráfico 3. Ubicación geográfica de los principales aeropuertos en Colombia.



Fuente: Ministerio de Transporte y Aerocivil, 2018. Elaboración Procolombia.

Colombia tiene acuerdos aéreos con 46 países, de los cuales se suscribieron 28 en la última década, sin embargo, se debe resaltar que en los últimos 10 años solo existe un acuerdo de cielos abiertos con quintas libertades, correspondiente al de Estados Unidos, los beneficios de este tipo de acuerdos se reflejan en el incremento de operadores, frecuencias y destinos que ha tenido este país.

La reducción de las barreras para mejorar las libertades y frecuencias promoverá la llegada de nuevas empresas que permitan un incremento sustancial de viajeros extranjeros al país y la conectividad en beneficio de los usuarios nacionales. Por este motivo, es fundamental que la política aérea se enfoque en promover el tráfico a aeropuertos que puedan desarrollar operación internacional, fortalecer los procedimientos en otros aeropuertos troncales con vocación a ser un *hub*³³ internacional diferente al aeropuerto El Dorado de Bogotá y revisar la política aérea para que se otorguen derechos de quintas libertades, con países estratégicos de turismo receptivo hacia Colombia.

Por otra parte, según lo identificado por FONTUR (2016) se considera insuficiente o inexistente la conectividad aérea entre algunos de los principales destinos turísticos del país, toda vez que, si bien cuentan con aeropuertos, no disponen de las condiciones adecuadas para el aumento de pasajeros, frecuencias o una continuidad de vuelos comerciales.

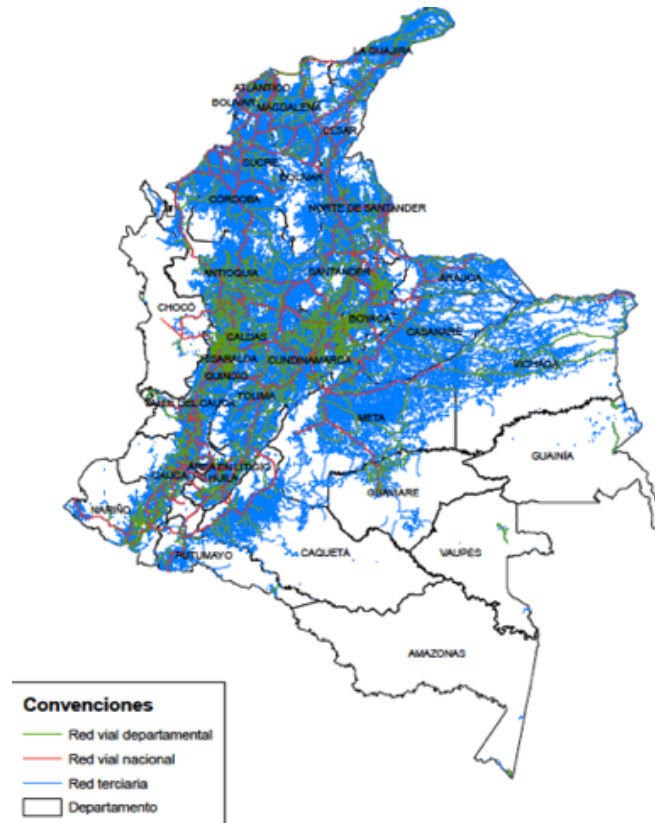
Es importante anotar que, para lograr los crecimientos esperados a nivel nacional e internacional, se requiere que la infraestructura aeronáutica no tenga limitaciones para absorber la nueva demanda. Es importante destacar que el aeropuerto El Dorado está llegando a altos niveles de ocupación, restringiendo las posibilidades para nuevos operadores aéreos, lo que obliga a pensar en una nueva mejora de su infraestructura actual, al fortalecimiento de las operaciones en otros aeropuertos como Medellín, Cali o Barranquilla o a la construcción de otro aeropuerto en cercanías de Bogotá.

En cuanto a la conectividad terrestre, si bien la región Caribe, Andina y parte de la Orinoquía cuentan con un buen porcentaje de vías departamentales, nacionales y terciarias, lo contrario sucede con los territorios tradicionalmente apartados por el

³³ Según la Asociación de Compañías Españolas de Transporte Aéreo (2015) un hub es un aeropuerto en el que una o varias compañías aéreas tienen establecido un centro de conexión o distribución de vuelos.

conflicto armado en Colombia. Por ejemplo, departamentos como Caquetá solo cuentan con 0,43 kilómetros de vías primarias por cada 100 kilómetros de superficie, donde además sólo el 53% del total de las vías primarias se encuentra en buen estado (Gráfico 4). Además, de la falta de vías para el desplazamiento, también es clave que estas cuenten con la respectiva señalización vial a cargo de las concesiones viales e INVIAS.

Gráfico 4. Densidad vial en Colombia, 2017



Fuente: Ministerio de Transporte, 2017.

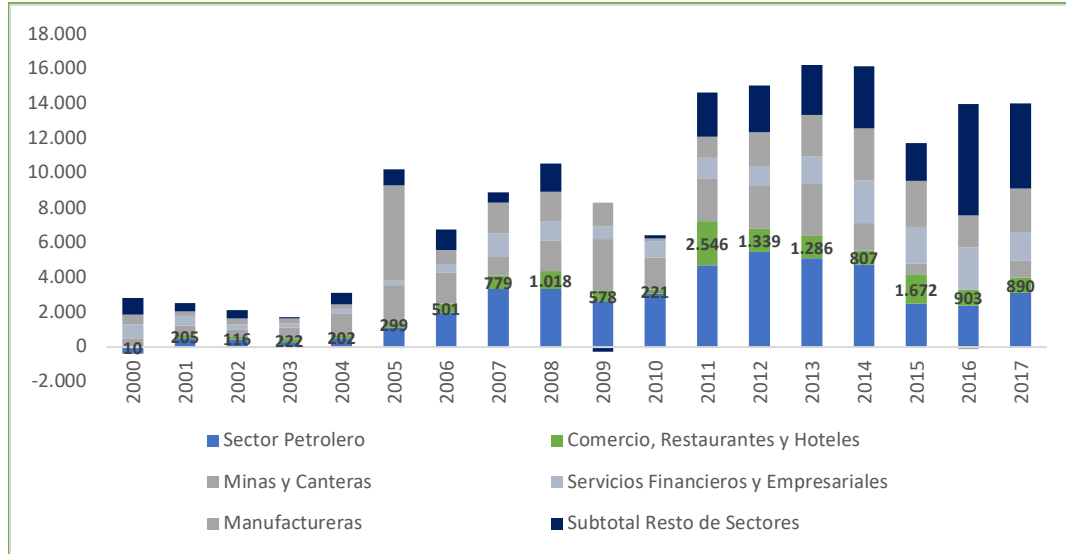
La puesta en marcha del Programa de Apoyo a la Participación Privada (PAPP) en Colombia es un gran aliado a la hora de conectar al país mediante la realización de obras de infraestructura como vías y carreteras. De igual manera, el desarrollo de proyectos de alianzas público-privadas, APP's, en el sector turismo también debe incluir la gestión de infraestructura y planta turística como hoteles, centros de convenciones, parques temáticos, entre otros. Según datos del Reino Unido, Australia y México, en esta modalidad de participación de los proyectos, a pesar de que el tiempo de estructuración es mayor, el de construcción se reduce considerablemente, reduciendo los sobrecostos (Banco Mundial, 2014)

En el caso de países como Chile, se han celebrado proyectos de APPs en parques naturales para contribuir a la ampliación del espacio público en las áreas protegidas por el Estado, mediante el fortalecimiento de la oferta de oportunidades de recreación y turismo. Los ingresos de estas asociaciones son obtenidos de las tarifas que la parte privada cobra al usuario por el uso de la infraestructura.

De otra parte, la inversión extranjera directa (IED) en comercio, hoteles y restaurantes durante 2017 fue de USD \$890 millones, lo que representó una disminución

de -1,5% respecto a 2016. Lo anterior difiere sustancialmente de lo reportado en el año 2011, cuando la IED alcanzó su nivel máximo en el período estudiado (Gráfico 5).

Gráfico 5. Inversión extranjera directa por actividad económica (Millones de USD \$), 2005-2017



Fuente: Banco de la República (2018), Flujos de IED en Colombia según actividad económica.

Sin embargo, la inversión privada en planta hotelera entre 2003 y 2017 alcanzó los \$5,7 billones. Durante este período se construyeron y remodelaron más de 75.300 habitaciones y se generaron 60.270 empleos directos, según MinCIT (2018).

En cuanto a las inversiones públicas en materia de infraestructura turística, según FONTUR (2018) desde 2010 a agosto de 2018 se ha invertido \$1,14 billones en 168 proyectos en todo el país. De esta cifra, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de FONTUR, ha invertido \$576 mil millones y los entes regionales han aportado en contrapartidas \$562 mil millones. De los 168 proyectos, 105 son obras y 63 son estudios y diseños.

La llegada de visitantes extranjeros en cruceros ha sido una apuesta de Colombia en los últimos años para el desarrollo del turismo. Este tipo de viajes poseen un gran potencial de crecimiento pese a las crisis de algunas economías, ya que es un producto relativamente nuevo para el consumidor de la región y cuyo uso está siendo incentivado gracias a las nuevas políticas de precios de las compañías.

Cartagena ha sido el destino con mayor participación y posicionamiento en el país concentrando la mayor cantidad de pasajeros que llegan a Colombia, pero aún existen oportunidades para consolidar la industria en nuestro litoral Caribe y desarrollarla en la costa pacífica. Según datos del CITUR (MinCIT, 2018) durante la última temporada de 2017 llegaron al país alrededor de 234 cruceros, representando un incremento del 341% en comparación con los 53 cruceros que arribaron a Colombia en 2006, teniendo en cuenta que de las 50 líneas internacionales que existen³⁴, 33 arriban al país.

³⁴ Según el informe de *Cruise Industry News* (2015) el mercado mundial de cruceros se concentra en 20 compañías pertenecientes a cuatro grandes grupos, según cuota de mercado: las nueve compañías de *Carnival Cruises* suman el 44,8% de la cuota mundial de cruceros, mientras que las siete del grupo *Royal Caribbean* alcanzan el 24,7%. Por su parte, las tres compañías de *Norwegian Cruise Line* suman el 8,9% y *Mediterranean Shipping Company, MSC* (primera compañía en Europa)

Al analizar la oferta de instalaciones náuticas en Colombia para uso turístico, se evidencia que es muy reducida para el perímetro de costa disponible por número de habitantes, siendo un factor de gran debilidad de conectividad, en comparación con los países competidores de la región Caribe o con países del Mediterráneo, como España.

Según FONTUR (2012), Cartagena concentra la mayor parte de las instalaciones para el turismo náutico³⁵; prácticamente el 37% del total. En un segundo nivel se situaría Coveñas, el área del Golfo de Morrosquillo y la Bahía de Cispatá con 27%; seguido de Santa Marta y la Isla de San Andrés con un 13% de las instalaciones, respectivamente. Toda esta infraestructura es de propiedad y gestionada por capital privado. Las principales debilidades de las marinas colombianas según los navegantes son: la baja calidad y presencia de los equipamientos, así como los servicios disponibles para la embarcación, tales como amarres y muelles.

Desde la demanda, la mayoría de los tránsitos que llegan a Colombia se realizan en embarcaciones de vela (88%) con una eslora media de más de 40 pies, procedentes de Estados Unidos y de Europa. El 39% de los tránsitos gastan más de USD\$ 21 por día en las marinas y un 45% gastan más de 25 USD\$ por día en la zona de influencia o proximidad. En este sentido, la mejora de servicios e infraestructura náutica constituiría una oportunidad de mercado para este tipo de turismo en el país.

C. Objetivo

Generar herramientas de gestión y coordinación interinstitucional público- privada para articular los requerimientos y necesidades del sector turístico en el desarrollo de la infraestructura del país; para dinamizar la inversión extranjera y nacional en el desarrollo de planta y servicios turísticos de talla mundial; así como para optimizar la conectividad integral asociada a este sector en los destinos.

D. Estrategias

1. Atracción de la inversión para planta e infraestructura turística sostenible de talla mundial

Proponer y gestionar la adopción o modificación de la regulación sectorial que permita crear los incentivos pertinentes para atraer la inversión extranjera de marcas ancla³⁶ en nuevos hoteles, aerolíneas, parques temáticos y otros servicios turísticos de talla mundial.

Crear incentivos tributarios para promover la inversión en proyectos de hotelería, centros de convenciones y turismo en general, brindando seguridad jurídica y confianza a los inversionistas.

cuenta con el 6,4%. El Caribe y Suramérica representan el 43% de las regiones con mayor navegación a nivel mundial, denotando el potencial que tiene esta industria para el país. A 2022, se estima que la oferta de cruceros de estas compañías llegará a 342 barcos, con disponibilidad para movilizar 612.000 pasajeros. (Hosteltur, 2015).

³⁵ Según el Plan Nacional de Turismo Náutico de Colombia (FONTUR, 2012) el turismo náutico es un tipo de acuaturismo que permite realizar todo tipo de actividades náuticas de forma compatible con el disfrute de la naturaleza, la cultura, la oferta turística y recreativa de las diferentes regiones costeras de un país.

³⁶ Se denominan marcas ancla a los signos distintivos que identifican los productos y servicios de una empresa o empresario (SIC, 2018) que por su gran reconocimiento y aceptación se convierten en una especie de imán de las preferencias de los potenciales compradores de un determinado bien y/o servicio (Araque 2015).

las bases jurídicas, financieras y fiscales que hagan viable la inversión extranjera y nacional para el desarrollo de infraestructura y planta en las Zonas Especiales Turísticas, ZET.

Brindar apoyo financiero a los estudios de prefactibilidad, factibilidad y viabilidad, planes maestros y parciales requeridos para la inversión en destinos, zonas y proyectos priorizados para el desarrollo turístico del país.

Adelantar un programa especial para la atracción de la inversión, mercadeo y desarrollo de parques temáticos y parques de destino³⁷ en el país.

Revisar y proponer ajustes a la normatividad que impacta en la atracción, las decisiones de inversión, así como en la operación de las empresas hoteleras y turísticas en el país.

Simplificar los trámites para la expedición de licencias y permisos para los proyectos de desarrollo hotelero y turísticos.

Diseñar herramientas de facilitación y asistencia técnica para la inversión nacional en turismo.

2. Aumento de la inversión extranjera directa en turismo

Crear incentivos tributarios para la atracción de la inversión extranjera en la construcción de hoteles, servicios turísticos y parques temáticos, ubicados en regiones priorizadas con alto potencial.

Diseñar una estrategia para la atracción de la inversión extranjera en turismo en Colombia, a partir de la evaluación de las herramientas exitosas adelantadas por otros países de la región.

Crear portafolios y mecanismos eficientes para el fomento de la atracción de la inversión extranjera hacia Colombia, de acuerdo con el mercado turístico de interés, así como para fortalecer las decisiones y recursos derivados de la ejecución de la política pública de turismo.

3. Fortalecimiento de la inversión público - privada para la infraestructura turística

Fomentar la creación de fondos de capital privado y de riesgo para la construcción de infraestructura hotelera y turística.

Promover las alianzas público-privadas, APPs u otros mecanismos de asociación para la inversión y gestión de proyectos en el sector.

Desarrollar esquemas de participación privada, como concesiones y APP, entre otros, prioritariamente para el ecoturismo, turismo de naturaleza y cultural en áreas protegidas y arqueológicas, así como en los destinos enfocados al desarrollo de los productos de alto valor. Para ello se podrán utilizar como referencia las buenas prácticas nacionales e internacionales, tales como las establecidas por la Unión Internacional para

³⁷ Un parque de destino es aquel por el cual los turistas hacen viajes específicos y que mueven grandes cifras de varios millones de visitantes anuales, como un desarrollo integral, al modelo de los parques temáticos y de diversiones ubicados en el centro y sur del estado de la Florida, en Estados Unidos y en Tarragona, Saló, Alicante, entre otros destinos de España.

la Conservación de la Naturaleza, UICN y la Secretaría del Convenio de Diversidad Biológica, CDB³⁸.

Desarrollar y mantener infraestructura para recintos de exposiciones y convenciones en destinos priorizados, con participación privada y pública, con miras a que realmente sean espacios de talla internacional, donde se contemplen acciones para la estandarización de servicios de calidad, innovación, tecnología, modernización, seguridad y sostenibilidad.

4. Más y mejor conectividad aérea

Impulsar con las entidades competentes, la simplificación de impuestos a los tiquetes aéreos a fin de fomentar la demanda del servicio interno e internacional de pasajeros.

MinCIT, el Ministerio de Relaciones Exteriores y la Aeronáutica Civil, coordinarán acciones para otorgar derechos de quintas libertades a países estratégicos en el incremento del turismo receptivo a Colombia y el desarrollo en materia aerocomercial. En este sentido se generarán espacios para el aumento de frecuencias internacionales y domésticas a distintos destinos y aumento en el número de operadores con un ejercicio descentralizado. Los análisis para el otorgamiento de estos derechos deben ser hechos país por país en consulta con la industria turística y aeronáutica, así como con los demás actores involucrados.

Para fortalecer el desarrollo del turismo en el país, se considerará la visión del sector aéreo acogida en el Plan Estratégico Aeronáutico 2030 y se impulsará el eje temático de Infraestructura y Sostenibilidad Ambiental, con el fin de lograr que la infraestructura, servicios aeroportuarios, de navegación aérea y la intermodalidad, cuenten con capacidad y eficiencia para atender el crecimiento de la demanda del sector en un contexto ambientalmente sostenible y procurando un aumento en la disponibilidad horaria de los aeropuertos que lo requieran.

Adelantar acciones conjuntas con la Aeronáutica Civil y los actores del sector aeronáutico para contar con una infraestructura de aeropuertos regionales adecuadamente mantenida y permanentemente renovada, en donde los aeropuertos de destinos con vocación especial al turismo o para la realización de eventos, desarrollen su capacidad de atender la demanda del servicio.

Promover las inversiones en los aeropuertos troncales para desarrollar infraestructuras aeroportuarias que faciliten la operación a bajo costo, mejoren el acceso, el potencial turístico de las regiones y desarrollen su infraestructura para atender mínimo aeronaves clase C.³⁹

Promover la facilitación de la operación de empresas de vuelos chárter y aerolíneas del orden regional en destinos turísticos del país, gestionando frente a la Aeronáutica Civil y las entidades competentes, la simplificación de los trámites para la constitución de empresas y eliminando barreras de acceso al mercado sobre límite de sillas, rutas de operación y plazo. En este sentido, se promoverá principalmente la promoción de

³⁸ La UICN y la CDB establecieron en 2017 un documento denominado "Directrices para alianzas y concesiones turísticas en áreas protegidas: Generación de ingresos sostenibles para la conservación y el desarrollo", que pueden ser un referente para formas de gestión y cooperación en esta temática.

³⁹ Según la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI), las aeronaves se clasifican por códigos según las dimensiones máximas de una aeronave que puede operar en un determinado complejo aeroportuario. La clase C, hace referencia a la operación de aeronaves entre 24 a 36 metros de envergadura, con una distancia externa del tren de aterrizaje entre 6 a 9 metros.

operaciones de vuelos chárteres con mercados emisores internacionales prioritarios, como eje dinamizador fundamental del turismo internacional.

Impulsar esquemas de libertad tarifaria aérea para el desarrollo de nuevas rutas y destinos.

Apoyar la mejora de capacidad e infraestructura de aeropuertos regionales en destinos turísticos estratégicos, con las entidades competentes.

Promover la creación de nuevos nodos o centros de conexión y distribución de vuelos internacionales (*hub*) en aeropuertos diferentes a Bogotá.

Atraer a los grandes turoperadores mundiales que tienen oferta de transporte aéreo, para que desarrollen sus operaciones en el país.

Desarrollar estrategias de conectividad para los destinos turísticos, con las entidades nacionales y regionales competentes, fomentando la operación de empresas no regulares con aeronaves de mediana capacidad e hidroaviones en condiciones seguras para los pasajeros.

Incrementar la conectividad doméstica, con las entidades competentes, alentando la participación de las aerolíneas entre las ciudades capitales y/o ciudades intermedias, propiciando la apertura nuevas rutas exentas de IVA a fin de fomentar el turismo al interior del país.

5. Mejor conectividad terrestre, digital, fluvial, marítima y náutica

Fortalecimiento de la gestión interinstitucional para continuar el mejoramiento de las vías, carreteras, caminos, senderos y de la infraestructura de transporte al servicio del turismo (aeropuertos, aeródromos, terminales de transporte terrestre, infraestructura fluvial, marítima y náutica, entre otros), así como el desarrollo de la navegabilidad y transporte fluvial para actividades turísticas en destinos priorizados.

Implementar, con las entidades competentes a nivel nacional y territorial, las estrategias del Plan Nacional de Turismo Náutico del país, en especial las referentes a la organización de la oferta de instalaciones y actividades en torno a una Red Nacional de Bases Náuticas, que genere un aumento significativo de instalaciones mediante la optimización de la oferta existente y la creación de nuevas marinas.

MinCIT y MinTIC, impulsarán proyectos con enfoque regional y de interés nacional para la conectividad digital, como parte del ejercicio de fortalecimiento de capacidades regionales en desarrollo de política pública TIC orientada hacia el cierre de brecha digital.

Estructurar proyectos de infraestructura turística y de transporte por parte de MinCIT, con apoyo de MinTransporte y DNP, coordinadamente con MinCultura y MinAmbiente, para generar conectividad sostenible en territorios con atractivos turísticos naturales, paisajísticos y culturales emblemáticos del país.

Formular e implementar una política para la atracción de cruceros de turismo en los litorales Caribe y Pacífico, que promueva el mejoramiento de las condiciones de los puertos, buscando que Colombia se consolide como un punto de embarque para este tipo de viajeros a nivel internacional. En este sentido, se requiere que MinCIT, en coordinación con MinTransporte, la DIMAR, la Agencia Nacional de Infraestructura - ANI, las corporaciones ambientales, los distritos donde se emplazan los puertos y demás

entidades competentes, adelanten acciones de desarrollo de la oferta turística, revisión de las conexiones internacionales, mejora de la infraestructura existente y de los servicios a los pasajeros. Igualmente, con el fin de garantizar la gobernanza de este tema, se definirá un interlocutor único de parte del sector público con el cual los operadores, navieras y demás actores del sector privado coordinen sus acciones.

Facilitar las actividades de transporte especial terrestre y de turismo para garantizar la prestación de su servicio, con énfasis en la movilidad sin restricciones a nivel interdepartamental e internacional fronterizo.

Bajo el liderazgo de Mintransporte, MinTIC y MinCIT, adelantarán acompañamiento técnico para implementar peajes electrónicos de manera que a través de un solo dispositivo (instalado en los vehículos) se pueda realizar el pago de esta tarifa en cualquier concesión.

6. Infraestructura sostenible para el turismo

Optimizar el banco de proyectos de infraestructura turística.

Desarrollar, fortalecer y aumentar la infraestructura requerida para el impulso del turismo de alto valor y productos especializados, teniendo en cuenta el manejo y prevención de impactos, de manera que no se afecten los ecosistemas, el patrimonio y el capital con el que cuentan los territorios para desarrollar la actividad turística.

Implementar y ampliar el alcance de la señalización turística vial, urbana y rural, así como de elementos de interpretación del patrimonio de destinos, playas y atractivos turísticos prioritarios, con criterios ajustados a la demanda de viajeros (bilingüe, interpretativa, accesible, interactiva, entre otros requisitos)

MinCIT, con las entidades nacionales competentes, apoyará a las autoridades territoriales de los destinos priorizados en la intervención, recuperación y mantenimiento de la infraestructura y servicios de los atractivos turísticos emblemáticos de significado nacional e internacional. Cuando se trate de Bienes de Interés Cultural de la Nación y manifestaciones incluidas en la Lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial de alto interés turístico nacional o declarados como recursos turísticos, MinCultura y MinCIT aunarán esfuerzos para apoyar en su restauración, conservación, protección y salvaguardia.

MinCultura, con el apoyo de MinCIT y las entidades competentes, implementará acciones para el mantenimiento, restauración y sostenibilidad de patrimonio cultural material integrado a la oferta turística en los territorios.

Las entidades nacionales competentes, apoyarán a las entidades territoriales con vocación turística en la intervención y mantenimiento de infraestructuras sostenibles que permitan la adecuada prestación de servicios básicos (agua, energía, residuos sólidos y vertimientos), de manera que se mejore su disponibilidad y acceso, la calidad de vida de las comunidades locales y la satisfacción del turista en la experiencia de visita.

Facilitar las asociaciones y cooperación entre la industria, las entidades territoriales, otros gobiernos, inversionistas y actores clave en el fortalecimiento y desarrollo de proyectos de infraestructura turística.

Desarrollar programas para el fomento e inclusión de criterios de sostenibilidad; de accesibilidad; de conservación, protección y promoción de las técnicas constructivas tradicionales inherentes a la arquitectura tradicional; de adaptación al cambio climático,

entre otros aspectos, en los desarrollos de planta turística de hoteles, restaurantes y demás servicios turísticos.

Recuperar las zonas costeras con vocación turística, mediante intervenciones integrales de infraestructura, planta y servicios, con el apoyo de las entidades territoriales y autoridades competentes.

IV. Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo

A. Resumen

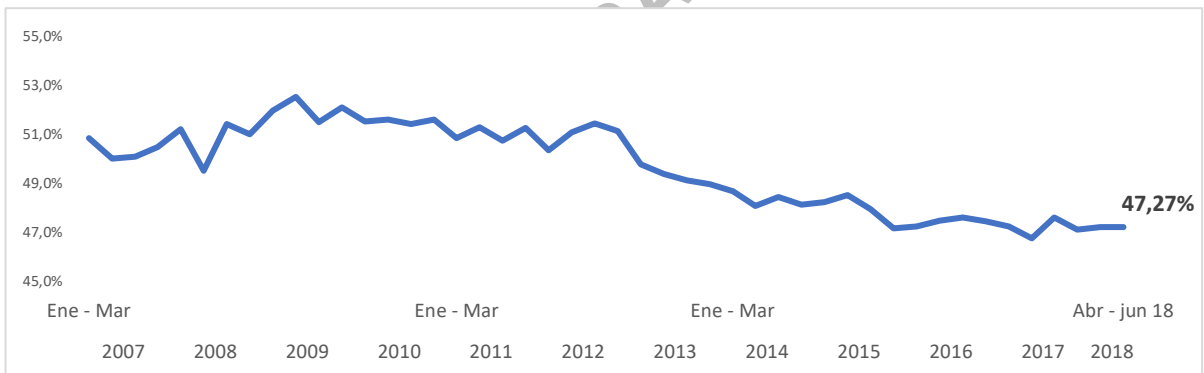
Para afrontar los retos que exige una verdadera estrategia integral para aumentar la productividad del turismo en Colombia, esta línea propone que los actores del sector prioricen los temas claves en materia de innovación, mejoramiento del ambiente de negocios y herramientas de apoyo para fortalecer su desarrollo productivo.

B. Diagnóstico

Al evaluar los principales retos de la competitividad en Colombia, se confirma que es necesario aumentar la productividad de las ramas económicas, entre ellas la del turismo.

En ese orden de ideas, el primer aspecto de análisis relacionado con la productividad es la informalidad. En Colombia, la informalidad laboral representa cerca de un 47% de la población ocupada y representa un alto porcentaje en la absorción de mano de obra en la economía (Gráfico 6).

Gráfico 6. Proporción de la población ocupada informal, 2007 -2018



Fuente DANE, 2018.

Además, al realizar un análisis de informalidad para el sector comercio, hoteles y restaurantes se observa que este sector es el que mayor participación registra en la economía informal, con un 42%, valor que además viene creciendo en el periodo estudiado. Esta situación se agrava al tener en cuenta que el uso de plataformas tecnológicas genera presiones adicionales para poder integrar estos nuevos desarrollos a la actividad formal y en la generación de empleo (FEM, 2018).

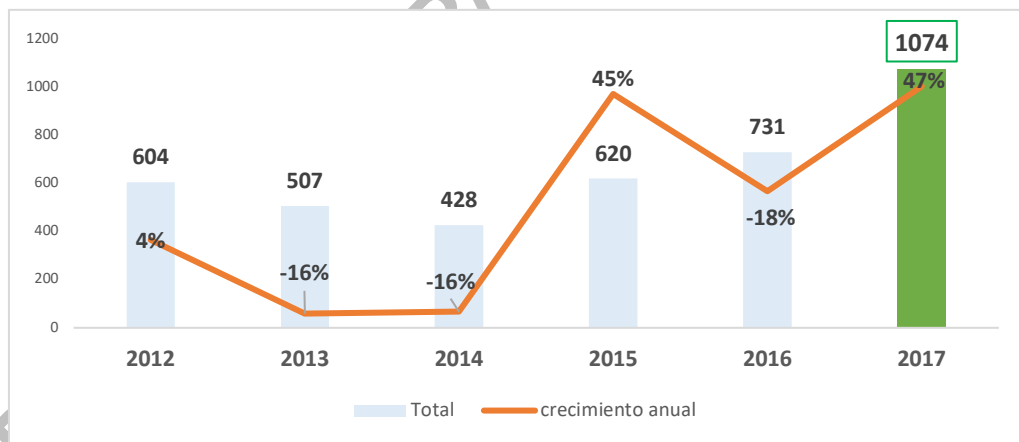
De igual forma, es importante mencionar que una de las principales causas de la informalidad es el exceso de trámites y de la carga regulatoria. Si bien el país ya viene avanzando en estrategias para reducir estos procedimientos, es clave que se avance en simplificar los requisitos para considerar a una empresa como formal, sin demeritar en la calidad de la información reportada o en debilidad en el cumplimiento de los criterios que el trámite exige.

En el caso de la industria turística, todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia deben inscribirse en el Registro Nacional de Turismo (RNT), que tiene un carácter obligatorio y debe actualizarse anualmente. Para obtenerlo, el establecimiento debe realizar algunos trámites como estar inscrito previamente en el registro mercantil, diligenciar formularios, acreditar el cumplimiento de normas de calidad cuando es aplicable, adjuntar sus estados financieros armonizados con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), los cuales deben estar certificados por un contador público y por el representante legal de la empresa, entre otros. Sin embargo, el cumplimiento de estos requisitos no garantiza necesariamente la correcta validación de la formalidad de la empresa para la prestación del servicio turístico.

Por otro lado, los estándares de calidad son el conjunto de requisitos mínimos necesarios, establecidos por los diferentes grupos de interés de los sectores, que acuerdan las condiciones requeridas para satisfacer las necesidades de los clientes y a su vez facilitar el desarrollo de los procesos de las organizaciones. El órgano rector de la Política de Calidad Turística del país es el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, quien fomenta estos lineamientos, según lo dispuesto en la Ley 300 de 1996 con el sector productivo del turismo, a través de las 6 unidades sectoriales de normalización técnica existentes: Alojamiento y Hospedaje, Agencias de Viajes, Industria Gastronómica, Guías de Turismo, Tiempo Compartido y Turismo Sostenible. El país cuenta actualmente con 58 Normas Técnicas Sectoriales, NTS, discriminadas así: 11 normas para alojamiento y hospedaje, 14 normas para agencias de viajes, 11 normas para la industria gastronómica, 10 normas para los guías de turismo, 2 normas para tiempo compartido y 9 normas de turismo sostenible.

Con corte a diciembre de 2017, el sector contaba con 1074 prestadores de servicios turísticos certificados en NTS de calidad y sostenibilidad, cifra que aumentó en 47% respecto a 2016 (Gráfico 7).

Gráfico 7. Evolución de prestadores certificados en NTS, 2012-2017



Las regiones con mayor número de prestadores de servicios turísticos certificados son Bogotá (292), el Paisaje Cultural Cafetero (179) y Antioquia (132). Por su parte, departamentos como Vaupés, Guainía y Guaviare no cuentan con ningún prestador certificado. El país cuenta igualmente con 13 destinos turísticos certificados en sostenibilidad (norma NTS TS 001-1) y 4 playas certificadas.

C. Objetivo

Fomentar herramientas especializadas para fortalecer el desarrollo empresarial, la cultura de la innovación y un ambiente propicio para los negocios del sector turístico.

D. Estrategias

1. Mejorar el ambiente de negocios para el turismo

MinCIT liderará la simplificación de trámites para la inscripción y actualización del RNT; igualmente realizará la optimización y seguimiento de la operación de este Registro por parte de las Cámaras de Comercio, así como la verificación que estos organismos adelantan.

MinCIT diseñará e implementará una plataforma de información para los prestadores de servicios turísticos que centralice la información de los trámites nacionales y regionales requeridos para su operación y actualización. Igualmente, se promocionará la ruta hacia la formalidad para los emprendimientos y las empresas del sector.

MinCIT y MinTIC, implementarán los lineamientos transversales de política en cuanto a la gestión de información asociada al sector turístico y de aquellos actores que intervienen en el presente Plan Sectorial, de igual forma, frente a los trámites y servicios que se identifiquen en el sector. En este sentido, se tendrán en cuenta las herramientas de los servicios digitales, siendo uno de ellos la interoperabilidad.

Se reglamentarán las plataformas de comercialización y nuevas tecnologías asociadas al turismo, igualmente se promoverá la formalización de todos los servicios turísticos distribuidos desde y a través de ellas.

Se creará un comité interinstitucional para la inspección, control y vigilancia de prestadores de servicios turísticos y protección al consumidor. El Comité será conformado por MinCIT, la Superintendencia de Industria y Comercio, MinSalud, DIAN, Migración Colombia, la Policía Nacional y los gremios del sector, con acciones replicables a nivel territorial con las partes respectivas.

Generar mecanismos de sensibilización, vigilancia, control y verificación del RNT y de las normas sectoriales obligatorias (si el prestador debe tenerlas), con el apoyo de la Policía de Turismo, las Cámaras de Comercio, las entidades territoriales y demás autoridades competentes.

Actualizar las tipologías de prestadores de servicios turísticos que deben considerarse como tal, incluyendo las nuevas modalidades y actividades presentes en las regiones, propiciando su formalización e inscripción en el RNT.

Actualizar la normalización técnica sectorial según las necesidades del sector, las realidades regionales y los estándares internacionales de calidad y sostenibilidad, haciendo un análisis de impacto normativo que tenga en cuenta a los emprendedores en etapa temprana del sector.

Promover los procesos de certificación de la Norma Técnica Sectorial para Destinos Sostenibles NTS-TS-001-1 de manera articulada con MinCultura y MinAmbiente para los centros históricos y destinos priorizados. Igualmente, se articularán las iniciativas de

promoción e implementación del Sello Ambiental Colombiano y las certificaciones de calidad turística para los empresarios.

MinCIT realizará la medición y georreferenciación de la informalidad en el sector, con el fin de generar información adecuada de esta problemática, para el diseño pertinente de acciones de política pública que permitan reducir y manejar esta situación oportunamente.

Fortalecer las competencias interinstitucionales para inspección, control y vigilancia efectiva de prestadores de servicios turísticos y protección al consumidor, entre MinCIT, DIAN, Superintendencia de Industria y Comercio, Aeronáutica Civil, Migración Colombia, Policía Nacional y Alcaldías Municipales.

MinCIT gestionará la continuidad del beneficio de renta exenta para quienes construyeron nuevos hoteles dentro del marco de la ley 788 de 2002 y normas modificatorias y decretos reglamentarios. Igualmente, MinCIT gestionará el beneficio tributario a la sostenibilidad turística, con el fin de promover la inversión en esta modalidad de desarrollo de la actividad.

MinCIT y MinHacienda promoverán mecanismos de estabilidad jurídica y fiscal para el sector turismo, buscando el cumplimiento de los beneficios y obligaciones que se adopten entre el Gobierno Nacional y la industria.

MinCIT actualizará el Plan Vallejo⁴⁰ a las necesidades actuales de equipos requeridos por la industria turística, modificando el decreto 2331 de 2001 y sus demás normas reglamentarias, para incluir nuevas subpartidas de bienes de capital.

2. Impulsar el desarrollo de emprendimientos turísticos

Desarrollar e implementar el Programa de Emprendimientos Turísticos, conectar el ecosistema internacional y nacional de emprendimientos, aceleradoras, incubadoras, líderes empresariales (*coaching*) de los micro, pequeños y medianos empresarios del sector.

Generar programas de transferencia, gestión y extensión del conocimiento en empresas de la industria turística.

Mejorar el acceso al financiamiento a los prestadores de servicios turísticos, a los emprendedores, gestores de iniciativas productivas locales y comunitarias en turismo, así como a las empresas complementarias a la cadena de valor, basados en herramientas existentes, tradicionales y de la tecnología financiera, *fintech*.⁴¹

⁴⁰ El Plan Vallejo es un mecanismo de fomento a los exportadores creado en 1957 por Joaquín Vallejo, Exministro de Fomento. Según Procolombia (2018) el Plan Vallejo de Servicios (PVSS) es un instrumento de comercio exterior a través del cual se pretende reactivar las exportaciones de servicios de Colombia. Por medio de esta herramienta las empresas exportadoras de servicios, incluyendo consorcios y uniones temporales, pueden solicitar autorización a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) para importar bienes de capital y repuestos (estos últimos exclusivos para servicio de transporte aéreo) con suspensión total o parcial de los derechos de aduana y el diferimiento del pago del IVA, con la contraprestación de exportar un monto mínimo de servicios (1.5 el valor FOB de los bienes importados).

⁴¹ Según Oro y Finanzas (2015.) *Fintech*, es el acrónimo de las dos palabras inglesas *financiamiento* *technology*, es decir, tecnología financiera y hace referencia a cualquier tecnología aplicada a los servicios financieros, a modo de innovación.

MinCIT fortalecerá la articulación de las herramientas de apoyo al desarrollo empresarial del sector CIT, para facilitar el acceso a los empresarios del turismo, en búsqueda de mejorar la creación, sostenibilidad y permanencia en el mercado de estos negocios, con énfasis a las MIPYMES.

Los Ministerios de Agricultura y Desarrollo Rural, MADR y MinCIT promoverán clústeres y cadenas de valor de etnoturismo, agroturismo y ecoturismo, integrando proyectos de desarrollo rural, agropecuario y ambiental existentes. Igualmente, MinCIT y MinCultura, promoverán la vinculación de los agentes culturales que hacen parte de la cadena de valor de turismo cultural al programa de fortalecimiento de capacidades empresariales.

MinCIT, MinAmbiente y Parques Nacionales adelantarán acciones conjuntas para el fortalecimiento del programa de ecoturismo comunitario.

MinCIT brindará asistencia técnica e incentivos especiales para las comunidades vinculadas al turismo como prestadores de servicios turísticos y complementarios, para su trabajo en red, en materia de formación en liderazgo y empoderamiento; la generación de ideas de negocios y emprendimientos; desarrollo de productos, actividades y servicios turísticos, así como en materia de mercadeo, promoción, comercialización e inserción en la cadena de valor. Este trabajo tendrá en cuenta los procesos de autodeterminación y reconocimiento de las comunidades étnicas, cuando aplique.

MinCIT adelantará acciones que fomenten la responsabilidad social y proyectos de valor compartido para el desarrollo empresarial del sector turístico, prioritariamente en materia de transferencia de conocimiento, generación de negocios inclusivos, economías circulares, sostenibilidad, protección del ambiente y adaptación al cambio climático.

3. Empleabilidad decente⁴² para el sector

Desarrollar una agenda de trabajo entre las entidades públicas, el sector de formación y educación, y el sector privado con miras a la identificación y medición de brechas de capital humano que permitan evaluar las competencias que tienen los oferentes de empleo, así como la pertinencia y calidad de la oferta educativa y formativa acorde con los requerimientos del sector turístico.

Implementar programas piloto de empleo decente en el sector turístico, en concordancia con la Política Nacional respectiva, que promuevan el mejoramiento de la formalización, capacidad laboral y remuneración, así como la inclusión y perspectivas de género. Para tal fin se coordinarán iniciativas con el Ministerio de Trabajo, la Unidad Especial de Servicio Público de Empleo, MinCIT, los trabajadores y el sector privado del turismo, con el apoyo de la OIT, entre otras partes interesadas.

Propender por la contratación formal dentro del sector, promoviendo acciones sectoriales piloto de flexibilización laboral con el Ministerio de Trabajo, los gremios y empresas del turismo, considerando que esta industria es altamente intensiva en trabajo

⁴² Según la OIT, el empleo o trabajo decente “es un concepto que busca expresar lo que debería ser, en el mundo globalizado, un buen trabajo o un empleo digno”. Es un trabajo que dignifica y permite el desarrollo de las propias capacidades, que se realiza con respeto a los principios y derechos laborales fundamentales; que permite un ingreso justo y proporcional al esfuerzo realizado; sin discriminación de género o de cualquier otro tipo, que se ejerce con protección social, e incluye el diálogo social. (OIT, 2018)

temporal. Estas acciones se realizarán en el marco de la legislación laboral, promoviendo la estabilidad del empleo y la dignidad de los trabajadores.

4. Innovación para potencializar el sector

MinCIT, con el apoyo de MinTIC, liderará y desarrollará una estrategia de destinos turísticos inteligentes y de innovación social para el sector.

MinTIC, con el apoyo de MinCIT y las demás entidades vinculadas, promoverán la digitalización de atractivos, productos y servicios turísticos, así como la sensibilización y comunicación requeridas para el uso y apropiación de nuevas tecnologías por parte de los generadores y usuarios de esta información.

MinTIC, con el apoyo de MinCIT, masificarán las aplicaciones relacionadas con transporte urbano e intermunicipal que provean de información precisa a turistas y ciudadanos en general con el fin de facilitar su movilidad.

MinCIT con el apoyo de Colciencias y demás entidades competentes, promoverán el desarrollo de centros de ciencia e innovación de carácter emblemático para el turismo, tales como museos, jardines botánicos, estaciones biológicas y culturales.

Fortalecer los procesos de innovación turística, a través del desarrollo de iniciativas pertinentes para adaptación y mejora de resultados en las empresas, organizaciones y destinos turísticos, vinculando a la academia, universidades, centros de investigación, gremios y demás partes interesadas.

Articular iniciativas y estímulos para la incorporación de conocimiento científico en los procesos turísticos, tales como el instrumento de Portafolio 100 de Colombia BIO de Colciencias, para ampliar el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad desde esta actividad y promover el turismo científico.

Desarrollar una agenda de trabajo para implementar el uso de técnicas de *big data* en la recolección de información para el sector, especialmente para análisis de la oferta, demanda, empleo, entre otras variables claves.

V. Fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo

A. Resumen

El nivel de desarrollo y la calidad del talento humano es fundamental para convertir a Colombia en un destino turístico de clase mundial. Por ello, en esta línea estratégica se abordan los temas más sensibles de la educación y formación del talento humano para el sector, que influyen en la prestación de los servicios en gran parte de los territorios.

En consecuencia, el Gobierno Nacional trabajará en la generación de capacidades para el talento humano vinculado al sector turismo, con especial énfasis en el bilingüismo, el fortalecimiento de la Guianza Turística y del programa de Colegios Amigos del Turismo (CAT).

B. Diagnóstico

El turismo juega un papel estratégico para el desarrollo y la creación de empleo en los países; de hecho, esta industria es una de las mayores empleadoras del mundo con importantes consecuencias para el PIB y un efecto multiplicador a lo largo de la cadena de valor de los destinos.

De acuerdo con el Foro Económico Mundial (FEM, 2017), a nivel mundial el sector turismo representa uno de cada 10 empleos y en promedio por cada 30 nuevos turistas en un destino se crea un nuevo trabajo. Adicionalmente, ofrece mayores oportunidades laborales para las mujeres, los jóvenes y para personas que ingresan al mercado laboral por primera vez o que tienen opciones limitadas en otros sectores (FEM, 2017). En Colombia, según datos del DANE (2017) se generan 1,9 millones empleos directos e indirectos en actividades relacionadas con turismo.

Sin embargo, de acuerdo con el FEM (2017) el sector turismo tiene dificultades para atraer y mantener talentos, tanto para cargos técnicos como gerenciales. Esto puede deberse a la falta de atractivo y crecimiento profesional, baja remuneración frente a otras ramas de actividad económica, deficiencias en la oferta educativa, problemas de acceso, e insuficientes o inadecuadas prácticas y entrenamientos, entre otras situaciones identificadas en la industria.

Para abordar los desafíos que supone mejorar e incrementar una fuerza laboral altamente calificada en un sector tan dinámico como el turismo, así como para fomentar el desarrollo y la creación de empleo, se requiere que los actores y partes interesadas trabajen mancomunadamente. Tareas como la actualización de los programas de educación y formación, asegurando que sean coherentes con las necesidades del mercado, de las regiones y de los nuevos requerimientos tecnológicos; estimular el emprendimiento y crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas, salvaguardando la calidad, la igualdad de condiciones y los derechos de los consumidores y empleados, entre otros aspectos, deben ser prioridad del sector de educación y formación, así como del sector público y privado.

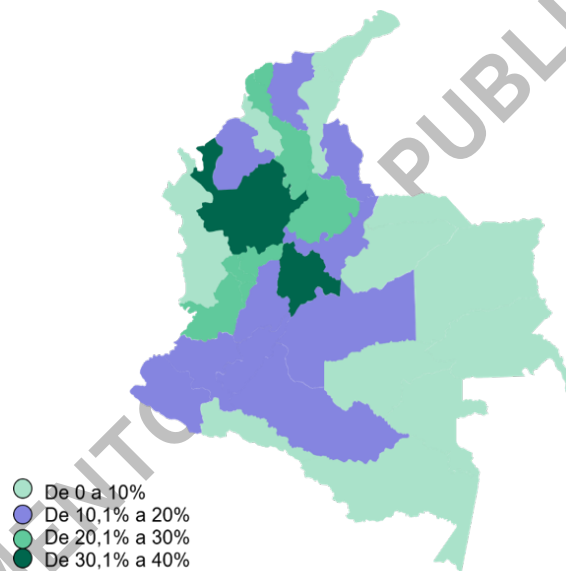
Estos retos de la pertinencia de la formación del talento humano en la industria del turismo han sido reconocidos como un problema en Latinoamérica y el Caribe. Mientras tanto, varios países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE, trabajan de manera temprana estimando necesidades futuras del mercado laboral para, desde ya, generar profesiones acordes a estos requerimientos. De ahí que no sorprenda la existencia de diferencias en educación y productividad entre ambas regiones, por ejemplo, en términos de rendimiento académico un estudiante de la OCDE en secundaria muestra lo equivalente a 2,4 años de escolarización adicional respecto a sus pares de América Latina. (OCDE, 2016)

Estas deficiencias en la educación se trasladan al mercado laboral, lo que produce una falta de compatibilidad entre la oferta y la demanda de trabajo, y afecta considerablemente la competitividad de las empresas. De hecho, la probabilidad de que el sector empresarial en América Latina no encuentre los trabajadores con las habilidades requeridas es 13 veces mayor que la que tiene una empresa ubicada en Asia Pacífico (CEPAL, 2015). Aún más, el Foro Económico Mundial destaca que a pesar de que la industria turística es un gran generador de riqueza, el potencial de esta podría verse obstaculizado por la falta de personal capacitado, y 14 millones de puestos de trabajo podrían verse afectados si los gobiernos y el sector privado no gestionan adecuadamente el talento (FEM, 2017).

La calidad en la prestación de los servicios es otro aspecto fundamental para dar un liderazgo a Colombia en materia de turismo. Por ello contar con un talento humano cualificado, capacitado de acuerdo con altos estándares y remuneraciones acordes con su formación y experiencia, resulta primordial. Para ello, se requiere de un trabajo articulado entre el Gobierno, el sector de educación y formación, y la empresa privada que genere las condiciones necesarias para que el talento humano en turismo impacte la competitividad del sector, en virtud de la estimación de las necesidades presentes y futuras de este mercado.

Al respecto, de acuerdo con la identificación de brechas realizada por MinCIT (2018) en el marco del *XXXIV Encuentro de Autoridades Regionales de Turismo*, un problema identificado recurrentemente en las regiones son las grandes deficiencias en bilingüismo del país que afectan al sector turismo, de hecho, según cifras del ICFES de 2017, en promedio solo el 15% de los estudiantes de todas las carreras profesionales obtienen nivel B1 o B+ en la prueba de inglés del Saber Pro (Gráfico 8).

Gráfico 8. Porcentaje de estudiantes en carreras universitarias que obtienen nivel B1 o B+ en la prueba de inglés del Saber Pro, según distribución departamental (2017).



Fuente: ICFES, 2017.

Adicionalmente, resulta importante subrayar la escasa existencia de programas de educación superior en turismo acreditados. Si bien en el país existen aproximadamente 86 programas de educación superior en esta materia, de los cuales 34 pertenecen al nivel técnico profesional, 26 al tecnológico y 26 al profesional, de estos últimos, solamente 6 han sido acreditados en condición de alta calidad por el Consejo Nacional de Acreditación (CNA, 2017). Este trabajo debe realizarse de la mano con las universidades, especialmente en aquellas regiones con vocación y potencial turístico.

Igualmente, es necesario que se fortalezca el ejercicio de la guianza en el país; para ello las instituciones de educación superior, con el apoyo de los profesionales del sector y las autoridades de turismo, deberían promover nuevas ofertas de formación para que los guías turísticos se capaciten, especialicen y certifiquen con altos estándares, contando con habilidades blandas y bilingüismo, como lo exige la demanda actual.

De otra parte, MinCIT, con el apoyo de las entidades territoriales, adelanta desde 2005 el programa de Colegios Amigos del Turismo (CAT), el cual se compone de instituciones de educación primaria, secundaria, técnica vocacional o normalista, que se comprometen a liderar proyectos de formación y sensibilización en turismo, que puedan impactar en el uso del tiempo libre de sus alumnos. El programa ha contado con más de 233 mil alumnos y más de 900 maestros, en 235 colegios ubicados en todos los departamentos del país.

El programa CAT requiere de acciones integrales para fortalecer su gestión y alcances para las comunidades educativas vinculadas, así como contar con evaluaciones permanentes que den cuenta de su efectividad en el corto y mediano plazo. El programa debe retomar sus principios de sensibilizar a los estudiantes sobre el uso productivo del tiempo libre desde la lúdica, procurando avanzar progresivamente en su concepción en virtud de las etapas del ciclo vital de los participantes, así como la promoción de la cultura local y del sentido de pertenencia y apropiación del patrimonio para la construcción social. Igualmente, deberá formar a los estudiantes beneficiarios frente a la importancia y los riesgos ambientales, sociales, culturales y económicos del turismo, y generar conocimiento y aplicación de la ética en el sector. Paralelamente, el programa visibilizará los oficios y profesiones relacionadas con el sector turismo como una oportunidad para el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades y sus residentes, impulsando la generación de emprendimientos turísticos o su vinculación laboral al sector.

C. Objetivo

Fortalecer la educación, formación, capacitación y vinculación del talento humano que requiere la actividad turística en Colombia, con altos estándares de calidad y competencia.

D. Estrategias

1. Capacidades para el talento humano vinculado al sector turismo

Para mejorar la formación y desarrollo de capital humano especializado en el sector turismo, la institucionalidad designada por la Comisión Intersectorial para la Gestión de Recurso Humano, CIGERH, diseñará las cualificaciones requeridas por el sector turismo, que deberán ser incluidas en el Marco Nacional de Cualificaciones, con miras a mejorar la calidad y pertinencia de la oferta educativa y formación con las demandas del sector y sus dinámicas futuras.

Se fortalecerán las cualificaciones a nivel educativo, formativo y las competencias laborales relacionadas con las actividades u oficios del turismo, para lo cual se seguirán las orientaciones del Sistema Nacional de Cualificaciones, SNC, donde el trabajo articulado con el sector privado es fundamental. De igual forma, la academia y el sector privado, con el apoyo de MinCIT, promoverán el conocimiento de la oferta y el acceso a los programas de educación y formación en turismo para los actores y partes interesadas.

Con el fin de que presten servicios con estándares de calidad internacional en diferentes segmentos del sector turístico, MinCIT, MinCultura y MinAmbiente promoverán y facilitarán las certificaciones de competencias especializadas en turismo de alto valor para los empresarios nacionales, teniendo en cuenta las orientaciones sobre la estructura y funcionamiento de un sistema de Certificación de Competencias Laborales emitidas por el Ministerio de Trabajo.

MinCIT, con el apoyo de las entidades competentes, pondrá en marcha programas para fortalecer las competencias⁴³ técnicas, transversales y socioemocionales de prestadores turísticos y demás actores vinculados al turismo, con énfasis en el desarrollo de pensamiento crítico y creativo, los cuales deberán incluir de forma transversal la formación en patrimonio natural y cultural, así como en desarrollo sostenible del turismo, de tal manera que se garantice la conservación de los entornos naturales y el respeto de la diversidad étnica y cultural. Como parte de esta estrategia se pondrá en marcha una plataforma digital de formación - tipo MOOC- (cursos en línea masivos y gratuitos), así como las acciones para articulación con las iniciativas de formación virtual del MinTIC, especialmente Empresario Digital y Ciudadanía Digital.

MinCIT gestionará la realización de alianzas con el Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior (ICETEX) y fuentes de cooperación internacional para incentivar la formación especializada en turismo y el desarrollo de capacidades empresariales de alto nivel para la industria turística, en instituciones educativas nacionales y extranjeras acreditadas.

MinCIT diseñará e implementará programas de bilingüismo para los actores del turismo a nivel nacional y regional. Los programas podrán ser presenciales o virtuales, inmersiones, prácticas o intercambios, entre otras modalidades pertinentes.

MinCIT incentivará la investigación aplicada a las necesidades del turismo a nivel nacional y regional, que promuevan prácticas de turismo innovador, responsable y sostenible. Igualmente, se incentivará la investigación del sector en temas laborales, educativos y de formación.

2. Guianza turística pertinente y más profesional

MINCIT, de manera articulada con las entidades competentes y los gremios del sector, definirán la actualización de la regulación para el ejercicio de la guianza en Colombia.

MinCIT en coordinación con el Ministerio de Educación, el Ministerio de Trabajo y el SENA definirán mecanismos para fomentar los procesos de homologación y acreditación de la guianza turística en instituciones educativas de educación superior y el SENA. Así mismo crearán estímulos para que las instituciones de educación superior ofrezcan programas de formación en guianza en condiciones competitivas.

MinCIT, en coordinación con MinTrabajo y MinEducación, establecerán categorías para la profesión de guianza turística según los oficios y ocupaciones relacionadas con esta actividad, su especialidad, nivel de educación y formación. Para ello se deberá diseñar e implementar un plan integral para el fortalecimiento de la guianza turística, así como mejorar su calidad, competitividad y pertinencia en el mercado.

MinCIT promoverá el ejercicio de la guianza con herramientas digitales, la formación permanente de guías turísticos con las mejores prácticas internacionales, en temas tales como la interpretación del patrimonio, conocimiento especializado de los destinos y de

⁴³ De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), se entiende por “competencias” aquellas habilidades y capacidades adquiridas a través de un esfuerzo deliberado y sistemático por llevar a cabo actividades complejas. Es decir, se consigue al combinar conocimientos, habilidades, actitudes y motivaciones, y aplicarlas en un determinado contexto: educación, trabajo o desarrollo personal. Las competencias se dividen en dos grandes grupos: aquellas relacionadas con conocimientos profesionales, con herramientas de trabajo o con técnicas de producción, y aquellas que más bien se relacionan con la forma en que las personas trabajan juntas, interactúan, se comunican o manejan sus emociones. A las primeras se les conoce como competencias técnicas o duras, mientras que a las segundas como sociales o suaves. (Revista Educación y Cultura, 2018)

los productos de alto valor, bilingüismo, lengua de señas, accesibilidad y calidad en el servicio entre otros, así como estrategias para su inserción eficiente en la cadena de valor.

3. Fortalecimiento del Programa Colegios Amigos del Turismo (CAT)

El Ministerio de Educación Nacional (MinEducación), en coordinación con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), definirán la regulación requerida para la coordinación interinstitucional y gestión del programa Colegios Amigos del Turismo (CAT), buscando la generación de una cultura turística en todo el país.

Igualmente, MinCIT, MinEducación y el SENA, con el apoyo de las entidades educativas participantes en el programa CAT, diseñarán y establecerán los lineamientos requeridos para incorporar la formación en turismo en los currículos académicos de forma pertinente para los niveles de educación básica y media, considerando las necesidades de formación de los territorios. Con esta estrategia se busca incentivar y facilitar la vinculación de más instituciones educativas al programa.

MinCIT liderará un plan de acción para robustecer el programa CAT, en materia de articulación interinstitucional, mejora educativa, proyección social, investigación, formación de docentes, financiamiento y estímulos a las instituciones y comunidades educativas vinculadas, entre otros aspectos que fortalezcan la gestión, impacto y seguimiento de esta iniciativa.

VI. Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad

A. Resumen

Teniendo en cuenta el crecimiento exponencial del turismo interior⁴⁴ durante los últimos años en Colombia, este eje pretende mejorar el posicionamiento de los destinos turísticos del país en la demanda nacional e internacional, incrementar los flujos a nivel interno y receptor, así como facilitar su acceso a la oferta existente, resaltando la función social que tiene la actividad.

B. Diagnóstico

Según la OMT (2016) el turismo es una herramienta transformadora para la productividad y el conocimiento en la sociedad actual. Por tal razón, muchos gobiernos del mundo han promovido el desarrollo de políticas de fomento de esta actividad, toda vez que por su efecto económico multiplicador contribuye a una mayor distribución del ingreso nacional. Desde el punto de vista sociocultural, el turismo fortalece el conocimiento y apropiación del territorio y, desde su práctica libre, brinda a los ciudadanos la oportunidad del ejercicio y garantía del derecho del aprovechamiento del tiempo libre en una sociedad.

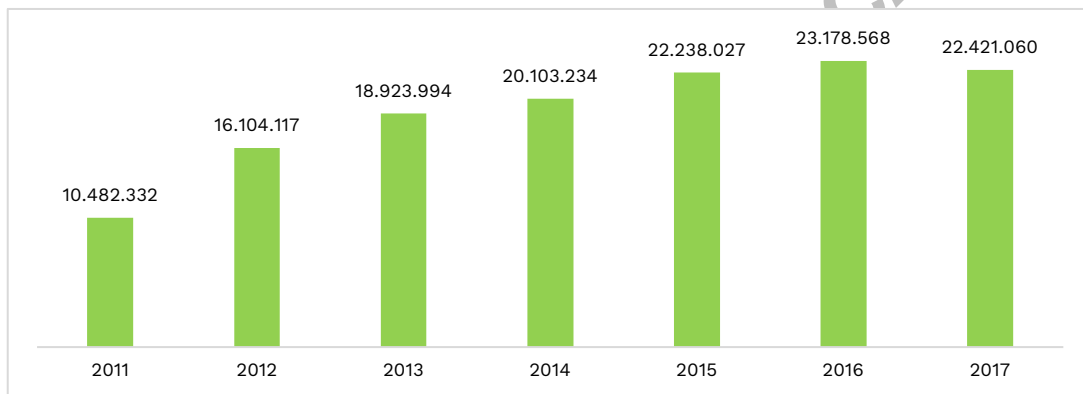
En este sentido, el *Bureau Internacional de Turismo Social*, BITS (2003) recomienda a los gobiernos generar políticas inclusivas para los residentes de los países promoviendo el turismo accesible en poblaciones con necesidades especiales como la población en discapacidad, jóvenes y los adultos mayores.

⁴⁴ Según la OMT (2003), el turismo interior comprende el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.

Por tales razones, el turismo se presenta para los países en vía de desarrollo como una valiosa oportunidad para encontrar fuentes eficientes y viables que contribuyan a reducir la pobreza y la desigualdad (Croes & Rivera, 2015). Lo anterior encaja dentro de las nuevas corrientes que buscan convertir al turismo en el *nuevo petróleo* para la economía, desarrollando el poder dinamizador exportador que tiene la actividad. Sin embargo, para poder aprovechar al máximo estos beneficios es importante generar las condiciones adecuadas para alcanzar un desarrollo sostenible en el corto y mediano plazo, que se basen en la creación e identificación de oportunidades y capacidades tanto en comunidades locales como en la población vulnerable (Sen, 2000). De hecho, según la OMT (2012), el turismo accesible generaba para Europa cerca de 800 millones de euros al año.

Al analizar los flujos de turismo interno, se evidencia que los viajes dentro del país han aumentado considerablemente, lo que ha permitido redescubrir Colombia y llegar a destinos que antes no podían ser visitados (Gráfico 9).

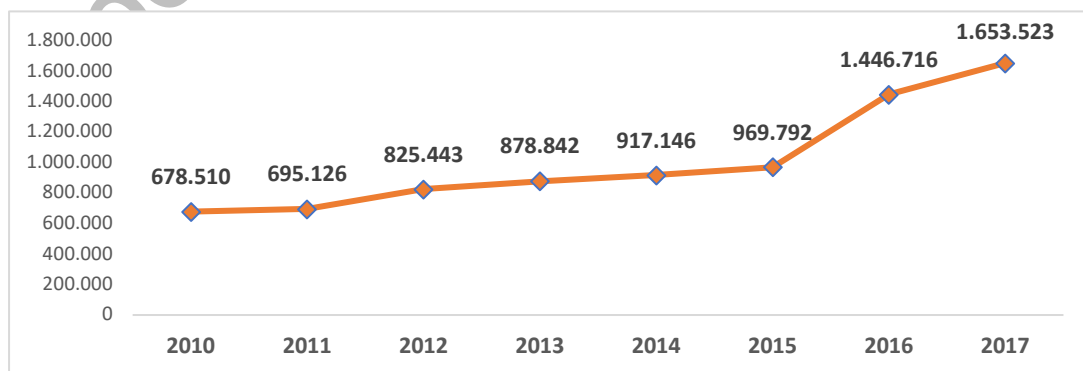
Gráfico 9. Pasajeros aéreos en vuelos nacionales 2011-2017.



Fuente: Aerocivil-CITUR (2018)

En particular, los Parques Nacionales Naturales de Colombia se encuentran entre los destinos que experimentaron mayores crecimientos, los cuales recibieron durante el año 2017 cerca de 1.653.523 turistas, entre nacionales y extranjeros, logrando así el registro más alto de visitas de su historia (Gráfico 10). Lo anterior responde a la necesidad de posicionar el turismo de naturaleza en el país, buscando que los viajeros valoren el inmenso patrimonio natural y ayuden a su preservación.

Gráfico 10. Visitantes en Parques Nacionales Naturales, 2010-2017.



Fuente: PNN-CITUR, (2018).

Igualmente, nuevas regiones y destinos emergentes se han incorporado a la oferta turística nacional, representando una oportunidad de desarrollo e inclusión social para la superación de las brechas y la pobreza. Según MinCIT (2017), 132 municipios entraron a esta nueva dinámica turística, entre ellos 56 que habían sido afectados por el conflicto armado.

Por otro lado, según la Organización Mundial de Salud (OMS), alrededor de 1000 millones de personas en todo el mundo tienen alguna discapacidad, y en el caso de Colombia esta población ascendía, para enero de 2018, a más de 1.300.000 personas (RLCPD, 2018). De hecho, según la OCDE (2018) las tendencias mundiales del turismo apuntan a generar políticas de inclusión dirigidas a garantizar el acceso de esta población. Además, la OMS establece que generar turismo accesible para personas con discapacidad es una oportunidad de negocio altamente rentable, ya que los turistas con movilidad reducida contratan paquetes turísticos y gastan en promedio 82,30 euros al día, casi el doble que los viajeros sin discapacidad, quienes consumen 46,05 euros por día.

En Colombia, las personas en condición de discapacidad viajan preferiblemente acompañados, inciden en la decisión de viaje, permanecen entre siete o más noches en un destino, pagan de contado en su mayoría y tienen la disposición de incrementar al doble la inversión de su viaje si hubiera destinos adaptados. Hoy en día, el Programa de Turismo Accesible que adelanta el MinCIT, ha llegado a más de 1.300 personas, de 21 municipios y ha puesto en el lenguaje de la industria los conceptos relacionados con un turismo para todos a través del diseño universal, entre otras prácticas.

De igual manera, los adultos mayores, jóvenes, pensionados y personas con recursos económicos limitados son segmentos de la población clave en el mercado del turismo, la cual está experimentando tasas de crecimiento importantes, toda vez que tienen mayor disposición para emplear su tiempo libre en actividades de ocio creativo, entretenimiento y viajes.

C. Objetivo

Aumentar la demanda de productos turísticos de Colombia a través del posicionamiento, mercadeo y promoción nacional e internacional de sus destinos; la simplificación de procedimientos y el desarrollo de incentivos para mejorar la decisión de viaje, la visita y permanencia turística en el país, con énfasis en la garantía del derecho al aprovechamiento del tiempo libre a través del turismo, fortaleciendo la función social del Estado en esta materia.

D. Estrategias

1. Promoción turística efectiva de Colombia como destino turístico.

MinCIT, con el apoyo de Procolombia y FONTUR, formulará un Plan de Mercadeo y Promoción turística del país, que incluirá la caracterización de la demanda turística, la identificación de mercados clave, en consolidación y de oportunidad, así como nichos de alto gasto a nivel nacional e internacional, proponiendo estrategias innovadoras de información, distribución y comercialización de destinos, productos, servicios y experiencias turísticas. El plan deberá incluir estrategias para contrarrestar la estacionalidad de la demanda, al igual que para prolongar la estadía y pernoctación en los destinos turísticos.

A partir de los lineamientos definidos en el Plan de Mercadeo y Promoción, FONTUR y ProColombia, de manera corresponsable y bajo las orientaciones de MinCIT, diseñarán,

implementarán y evaluarán campañas y actividades permanentes de mercadeo y promoción de los destinos turísticos colombianos en los mercados nacionales e internacionales, de acuerdo con las apuestas regionales y con la caracterización de los mercados.

Las campañas y actividades de promoción turística que se adelanten deberán contemplar resultados en la generación de capacidades para lograr la reserva y compra de planes y productos, servicios y actividades para el turismo receptivo y doméstico, invitando al consumo según el mercado, así como al desarrollo de la oferta “empaquetada”⁴⁵ de Colombia a nivel nacional e internacional, contando con la participación de las agencias de viajes y otros actores privados del sector.

Estas campañas y actividades de promoción nacional e internacional estarán enfocadas prioritariamente al posicionamiento y venta de los productos turísticos de alto valor del país, de sus destinos, atractivos y actividades, según las particularidades de cada tipología, en función de su demanda específica. De igual manera, incluirán en su difusión, de forma transversal, los contenidos asociados a la gastronomía, a las ferias y fiestas, a los sitios y las diferentes expresiones nacionales que han sido declaradas por la UNESCO como patrimonio cultural o natural, en concordancia con lo dispuesto en el artículo 17º de la Ley 1101 de 2006.

MinCIT y Procolombia vincularán activamente las estrategias de posicionamiento de marca país y marcas territoriales, en especial en los Distritos Turísticos, con el fin de que el turismo sea incluido como uno de los sectores que generan reconocimiento y diferenciación.

MinCIT y Procolombia realizarán las gestiones para lograr la inclusión permanente de Colombia en los circuitos turísticos internacionales tales como el circuito andino, suramericano, Sur Caribe y demás circuitos pertinentes. Igualmente, se generarán incentivos para mayoristas, agencias de viaje y turoperadores internacionales que incluyan en sus portafolios destinos turísticos de Colombia.

MinCIT vinculará al Fondo Fílmico Colombia en las estrategias para la promoción de Colombia como locación de cine y promoción turística del país con el fin de posicionar y mejorar la imagen país como destino turístico seguro, responsable y sostenible.

MinCIT con las demás entidades competentes, las agencias de viajes y los actores pertinentes, desarrollarán estrategias para facilitar la articulación comercial y operativa de la cadena de valor del sector, especialmente entre la oferta potencial de atractivos, recursos y servicios turísticos y complementarios del país y la demanda real de viajeros. De esta manera, las agencias de viajes serán aliados de los territorios para construir nuevos productos turísticos, promover la vinculación de actores claves y extender la oferta turística del país hacia nuevos segmentos de clientes, concibiendo la actividad como un sistema integrado.

2. Facilitación turística.

Migración Colombia con el apoyo de MinCIT adelantará gestiones para fomentar procesos migratorios ágiles (enfocados a reducir tiempos, sin afectar la seguridad) y la

⁴⁵ Según MinCIT (2003) un paquete turístico es el conjunto de servicios turísticos y complementarios que se venden a los viajeros por conducto de las agencias de viajes.

promoción de acuerdos de reconocimiento mutuo entre países socios en materia de migración, como el uso de la identificación biométrica, entre otros aspectos.

El Ministerio de Relaciones Exteriores, con el apoyo de Migración Colombia, adelantarán acciones tendientes a la eliminación de visados para países de mercados priorizados, y con el apoyo de MinCIT y ProColombia, adelantarán la disponibilidad de información multilingüe para el turista extranjero durante su permanencia en el país y en los principales destinos emisores.

MinCIT liderará la identificación de barreras de facilitación que afectan el turismo, como las falencias en la atención al turista, las necesidades en dotación e infraestructura de los terminales y puntos de ingreso aéreo, terrestre, náutico y acuático priorizados, entre otros temas, con el fin de coordinar con las entidades responsables la implementación de mecanismos de mejoramiento.

MinCIT revisará la carga impositiva y trámites exigidos a los viajeros extranjeros para identificar cuáles pueden ser simplificados. De igual forma, en conjunto con la DIAN diseñará e implementará un mecanismo que optimice la operatividad para la devolución del IVA al turista extranjero y a las personas naturales colombianas que pagan por los servicios formales de alojamiento, en los casos que cumplan lo establecido por la ley.

3. Turismo con equidad para todos los colombianos

MinCIT impulsará instrumentos de apoyo y fuentes de financiación para el turismo social⁴⁶, para lo cual se deberá afianzar el trabajo con las Cajas de Compensación Familiar, el sector financiero, el sector social y solidario, así como las empresas del sector, para el desarrollo de productos turísticos incluyentes, con énfasis en personas de recursos económicos limitados, jóvenes, adultos mayores y personas con discapacidad.

MinCIT diseñará instrumentos para impulsar el turismo accesible promoviendo la capacitación, sensibilización, adecuación de espacios con diseño universal, la inclusión laboral y el desarrollo y promoción de destinos y servicios accesibles, a través de la implementación de herramientas de comercialización, diseño y promoción de productos y destinos turísticos adecuados.

MinCIT desarrollará acciones de alcance nacional orientadas para el turismo de personas con recursos económicos limitados, en concordancia con lo dispuesto en los artículos 4º y 6º de la Ley 1101 de 2006.

MINCIT generará cadenas de valor y garantizará el desarrollo turístico de nuevas regiones - destinos emergentes - mediante la preparación, adecuación e integración eficiente de su oferta en un mercado turístico incluyente, de tal manera que se brinden opciones para el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades receptoras, permitiendo la reincorporación y transformación productiva de territorios que fueron afectados por el conflicto armado, a través de la práctica del turismo consciente, sustentable y equitativo.

⁴⁶ Según MinCIT (2009) el turismo social es un servicio público promovido por el Estado con el propósito de que todos los colombianos puedan acceder al ejercicio de su derecho al descanso y al aprovechamiento del tiempo libre, a través del turismo, mediante programas y acciones que promuevan la accesibilidad a todos los grupos de población, en particular los jóvenes, las personas mayores, las personas con recursos económicos limitados, las personas en situación de discapacidad, así como las que también pretenden alcanzar una calidad de relación entre los visitantes y las comunidades anfitrionas.

MinCIT aplicará el enfoque diferencial de derechos⁴⁷, a manera de análisis y guía de principios, para la adopción e implementación del presente Plan Sectorial de Turismo con grupos étnicos, como parte integral del Plan Nacional de Desarrollo 2018 – 2022.

DOCUMENTO PARA PUBLICACIÓN

⁴⁷ Según el DNP (2012), citado por la Unidad de Víctimas (s.f) “el enfoque diferencial es un método de análisis, de actuación y de evaluación de la población, basado en la protección de los derechos fundamentales de las poblaciones desde una perspectiva de equidad y diversidad. En ese sentido, considera la complejidad de la situación de pobreza como algo diferencial según el tipo de sujeto, y, por otro lado, promueve una visión múltiple de las opciones de desarrollo, respetando la diversidad étnica y cultural. Es así como, la aplicación de este enfoque podría contribuir a superar las visiones asistencialistas para la población y de bajo impacto en el largo plazo, y también, concretar mecanismos que reproduzcan la inclusión y el desarrollo con equidad”

BIBLIOGRAFÍA

- Banco Mundial (2014). Guía de la Certificación en Asociaciones Público-Privadas. Recuperado de <https://ppp-certification.com/sites/default/files/documents/guia-certificacion-asociaciones-publico-privadas-APMG-chapter-1.pdf>
- Banco Mundial. Datos de libre acceso del Banco Mundial. Recuperados de <https://datos.bancomundial.org/>
- Bartels Villanueva, Jorge. (2016). Poverty alleviation through tourism development a comprehensive and integrated approach. *Diálogos Revista Electrónica de Historia*, 17 (1), 183-189. Recuperado octubre 04, 2018, desde http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-469X2016000100183&lng=en&tlng=es.
- Consejo Privado de Competitividad (2017). Productividad, la clave del crecimiento para Colombia. Recuperado de <https://compite.com.co/proyecto/productividad/>
- Consejo Superior de Turismo (2018). Sesiones 7, 8 y 9 de 2018. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible>
- Departamento Nacional de Planeación. (DNP). SINERGIA Seguimiento. Plataforma en línea. Disponible en <http://sinergiapp.dnp.gov.co/#HomeSeguimiento>
- El Tiempo (11 agosto, de 2017). 22 mil millones de pesos para el desarrollo tecnológico del turismo. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/desarrollo-tecnologico-del-turismo-en-colombia-118808>
- García, A. & Martínez, H. (2016). Competitividad en el transporte aéreo en Colombia. Fedesarrollo. Recuperado de https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/3280/Repór_Junio_2016_Martinez_y_Garcia.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Mesa Turismo en el Ordenamiento Territorial Comité Especial Interinstitucional Comisión de Ordenamiento Territorial. (2017). El turismo en el ordenamiento territorial.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018). Presentación de propuesta Plan Sectorial de Turismo 2018-2022. Recuperado de http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=85007&name=Presentacion_Plan_Sectorial_de_Turismo_CST_-_sesion_7.pdf&prefijo=file
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2013). *Plan de negocio de turismo de naturaleza de Colombia*. Recuperado de <https://www.ptp.com.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ef226c3-5cb5-410a-b081-ad762c9f4e17>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) Turismo & Fondo Nacional de Turismo (FONTUR). (2016). *Plan estratégico de negocios de turismo cultural de Colombia*. Recuperado de: http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=81748&name=1.5._Plan_Estrategico_y_de_Negocios_de_Turismo_Cultural-Hayda_Suescun.pdf&prefijo=file
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). (13 de enero de 2017). 12 corredores turísticos serán el motor de las regiones. Recuperado de http://www.mincit.gov.co/publicaciones/37730/12corredores_turisticos_seran_el_motor_de_las_regiones
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). (2016). *Plan Sectorial de Turismo, Turismo para la Construcción de Paz, 2014-2018*. Recuperado de: http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/192/politicas_del_sector_turismo
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). (7 de marzo de 2018). Turismo y paz. Recuperado de: http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/34045/turismo_y_paz

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009) Competitividad: el desafío para alcanzar un turismo de clase mundial. Documento de Política. [Versión Adobe Digital] Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=67&name=CompetitividadDesafio2009.pdf&prefijo=file>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Colombia en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo 2017 del Foro Económico Mundial. Recuperado de http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=82960&name=Presentacion_Indice_de_Competitividad_de_Viajes_y_Turismo_2017_Consejo_Superior_de_Turismo.pdf&prefijo=file
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Encuentros No. 33º y 34º de Autoridades Regionales de Turismo. (Mompox, diciembre de 2017 y Bogotá, julio de 2018).
- Ministerio de Salud (2018). Registro para la Localización y Caracterización de Personas con Discapacidad (RLCPD). [https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/Cifras%20Registro%20de%20discapacidad%20\(Dic%202013\).pdf](https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/Cifras%20Registro%20de%20discapacidad%20(Dic%202013).pdf)
- Organización Mundial del Turismo (1999). Código Ético Mundial para el Turismo. [Versión Adobe Digital] Recuperado de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodees.pdf>
- Organización Mundial del Turismo (2016). El sector turístico y los objetivos del desarrollo sostenible. [Versión Adobe Digital] Recuperado de http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/turismo_responsable_omt_pm_acc_20170126.pdf
- Organización Mundial del Turismo (2017). Consideration, approval or adoption of the UNWTO Framework Convention on Tourism Ethics. A/RES/707(XXII). Recuperado de: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/ares707xxiiconventionontourismethics.pdf>
- Organización Mundial de Turismo (2017). Panorama del Turismo Internacional. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>
- Organización Mundial de Turismo (2018). Yearbook of Tourism Statistics, Data 2012 – 2016. Datos recuperados de: <https://data.worldbank.org>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2018). OECD Tourism Trends and Policies 2018. Recuperado de <https://www.oecd.org/cfe/tourism/2018-Tourism-Trends-Policies-Highlights-ENG.pdf>
- Parques Nacionales Naturales de Colombia (PNN), Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Metsähallitus & Ministerio de Asuntos Exteriores de Finlandia. (2013a). *Guía para la planificación del ecoturismo en parques nacionales naturales de Colombia*. Recuperado de http://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2014/05/guia_planificacion_ecoturismo_pnn.pdf
- Programa de Cooperación Suiza al Desarrollo Económico. Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, Swisscontact. (2014). Conceptos básicos para la gestión de Destinos Turísticos. [Versión Adobe Digital] Recuperado de https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos_basicos_para_la_gestion_de_destinos_turisticos.pdf
- Sancho, A. & Dimitrios B. (1998). Introducción al turismo. Organización Mundial del Turismo. [Versión Adobe Digital] Recuperado de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Sen, A. (2000). Desarrollo y Libertad. Buenos Aires; Planeta.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Serebrisky, T. (2014). Infraestructura sostenible para la competitividad y el crecimiento inclusivo. BID. Recuperado de <https://publications.iadb.org/es/publicacion/16832/infraestructura-sostenible-para-la-competitividad-y-el-crecimiento-inclusivo>

World Economic Forum. (2017). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Recuperado de: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

DOCUMENTO PARA PUBLICACIÓN