

Capítulo 1.

Crecimiento y desarrollo del turismo a escalas internacional, nacional y regional

A partir de la concepción de la multidisciplinariedad del turismo establecida por la Organización Mundial del Turismo - OMT, se involucra la participación de varias disciplinas, dentro de las que se puede mencionar, la psicología, que estudia las motivaciones del turista; la antropología, que aborda los aspectos culturales que soportan la actividad y que desde las comunidades locales se animan a reproducir su cultura; la sociología, que estudia el fenómeno del desplazamiento de las personas a lugares diferentes al de origen y la economía, con los efectos que esta actividad genera en los indicadores macroeconómicos que promueven el desarrollo regional y el fortalecimiento empresarial; lo anterior, aspectos que evidencian las potencialidades del turismo y sus impactos en las escalas internacional, nacional, regional y local. Considerándose el turismo como el sector económico más extenso y dinámico en el mundo y uno de los fenómenos sociales trascendentales de la era moderna (OMT, 2016). A su vez, este, es uno de los sectores más activos a escala urbana y territorial, consolidándose en el siglo XX, un tránsito de ser propio de clases sociales acomodadas a ser parte de las necesidades básicas de la sociedad (Gómez, 2019).

Bajo este contexto, el turismo se caracteriza como un factor de desarrollo económico, social y relativamente joven, como una actividad económica mundial, que engloba a una gran variedad de sectores productivos y de disciplinas del conocimiento, dando lugar a una evidente dificultad para establecer definiciones unánimes y que lo distinguan con límites claros de acción, lo que no sería un problema, sino un alto potencial para su desarrollo.

El turismo como actividad económica, se encuentra definida tanto por su contribución a la generación de riqueza y empleo, de la misma manera que, por su importante efecto de arrastre sobre otros sectores, lo que le confiere un carácter estratégico de primera magnitud. Además, el turismo proporciona un positivo efecto en el desarrollo de infraestructura social y aporta a la convergencia sociocultural, evidenciándose en el intercambio de tradiciones culturales y en el acercamiento de los pueblos; ya que, todo viaje debe estar dotado de contacto con la cultura local (Basurto, Pennington y Basurto, 2020). Sin lugar a dudas, el turismo, ha contribuido a la modernización de la sociedad y al desarrollo económico de las regiones, a partir del incremento del Producto Interno Bruto - PIB y la renta per cápita-; también, ha generado grandes conflictos por la presión natural y sociocultural sobre la población residente en las áreas que han sufrido un rápido proceso de especialización turística o turistificación término acuñado por Hiernaux (2006), al causar cambios en el ambiente, incidir en la transformación de los ecosistemas, en el estilo de vida de población local y de identidad colectiva de la sociedad autóctona; con la gestión pública, el apoyo al desarrollo de proyectos para el fomento del turismo de masas. Aspectos que han generado conflictos en las comunidades, por la falta de sincronización entre el desarrollo del turismo y la gestión pública, vista desde la insuficiente planificación encaminada a absorber las evidentes ventajas del desarrollo turístico y limitar las amenazas consecuencia de la irrupción del mismo.

Estos elementos, aluden al turismo como una actividad especial, que, se impone ante el deseo de los países por diversificar sus economías, frente a un cuestionamiento más positivo que negativo ¿Por qué el turismo y no otra actividad? Si bien los resultados lo han mantenido en un estandarte de atracción y emulación por parte de regiones que reconocen el simbolismo social de sus culturas, tradiciones y biodiversidad, y las consideran un potencial para sustentar la actividad turística y generar el anhelado desarrollo económico, no siempre replica de manera directa en las comunidades locales en un mejoramiento de la calidad de vida; en cambio, conlleva a una dinámica económica que se transfiere al sector empresarial sin discriminación de procedencia de su capital. Con turistas cada vez más modernos, más globalizados en respuesta a los desarrollos tecnológicos y la permanente conectividad de los individuos. Si bien, esta tipología de turista establece mayores contactos y lazos durante sus viajes, aun cuando esos contactos son menos estables que en generaciones anteriores (Moiz, 2014).

Panorama Internacional

Cabe anotar que, el turismo no niega sus antecedentes forjados en indicadores positivos de crecimiento, consolidados en el Barómetro del Turismo de la Organización Mundial del Turismo - OMT, que revela curvas ascendentes en el transcurso del tiempo y con previsiones dotadas de un imparable positivismo. No obstante, los primeros cuatro años del comportamiento turístico del nuevo siglo, fueron marcados negativamente por sucesos de trascendencia mundial, que causaron una desaceleración tanto en el número de llegadas, como en ingresos económicos (UNWTO, 2009), como los atentados a las Torres Gemelas y el Pentágono en New York y Washington el 11 de septiembre de 2001; el posterior ataque terrorista a algunos trenes y estaciones ferroviarias en Madrid el 11 de Marzo de 2004; el conflicto armado en Irak y sus secuelas; la confrontación entre Israelíes y Palestinos; el síndrome respiratorio agudo y severo originado en el oriente del mundo – SARS en el año 2003; la epidemia de fiebre aftosa en El Reino Unido; tragedias naturales, como el Tsunami que azotó las costas asiáticas del Océano Indico en el 2004; la crisis económica de Estados Unidos en el año 2009; además de los notables cambios de gustos y preferencias de turistas, en donde se abre la oportunidad para espacios naturales, biodiversos, con identidad cultural local y riquezas gastronómicas, con un fuerte posicionamiento del turismo cultural y de naturaleza en el mundo. Un escenario que tardó en la recuperación de indicadores hasta un máximo de 10 meses, siendo el caso de la crisis económica mundial. Pero, que, en su conjunto, evidenció la capacidad de resiliencia de esta práctica social colectiva generadora de actividad económica. Resiliencia de las comunidades locales en su iniciativa por recuperar los espacios turísticos destruidos, el deseo de la llegada de turistas frente al marcado abandono de los atractivos y la necesidad ineludible del turista por viajar.

Asimismo, durante la primera década del siglo XXI, se evidenció un crecimiento del turismo en el mundo. En el año 2008, las llegadas internacionales de turistas, crecieron un 2%, alcanzando 924 millones, 16 millones más que en el 2007. De igual manera, los ingresos por turismo internacional se elevaron a 856.000 millones de dólares (625 millones de euros en 2007), lo que equivalió a un aumento del 5.6% frente al año 2006. Con respecto a las exportaciones mundiales de servicios se generó por parte del turismo internacional 856.000 dólares (625.000 euros en 2007) en el año 2007 (UNWTO, 2009).

En los años del 2000 al 2007, el turismo indicó un continuo crecimiento fundamentado en aspectos como economía mundial estable, destinos en desarrollo con aumento en el número de visitantes, siendo América Latina un ejemplo de este crecimiento, entre otros aspectos, como, el favorable cambio de moneda, fueron definitivos para que se proyectara un turismo a 2020 muy positivo. Escenario que se mantuvo estable hasta el primer semestre de 2008, con un crecimiento en las llegadas de turistas internacionales de un 5%, para el segundo semestre de este mismo año, se redujeron las llegadas en un 1%, teniendo como resultado del año 2008, tan solo un crecimiento del 2% (Rodríguez y Martínez, 2009).

Para el año 2009, se consideró un año difícil para la economía mundial², el turismo alcanzó a obtener un evidente crecimiento en su último trimestre. A pesar de lo anterior, la OMT, mantuvo una visión optimista y proyectó que las llegadas de turistas internacionales tendrían un crecimiento del 3% y el 4%, para el 2010, es así, como se obtuvieron 935 millones de llegadas internacionales, con una previsión que para el 2020 se esperarían 1.600 millones de llegadas de turistas internacionales. Los ingresos por turismo internacional tuvieron una variación negativa del -6% en el año 2009, comparado con el año anterior, representado en 851 miles de millones de dólares en el 2009, frente a 939 miles de millones de dólares del año 2008 (UNWTO, 2009).

Se suman a estos datos, la importancia del turismo como actividad generadora de empleo en el mundo; ya que, en el 2009, aportó el 7.6% del total de los empleos; es decir, 1 de cada 13.1 trabajos, con proyección al año 2019 de 8.4% del total de empleos, es decir 1 de cada 11.8 trabajos (Mohammad et al., 2011).

Para el año 2011, y en sus primeros meses, la llegada de turistas internacionales en el mundo, creció casi un 5%, consolidándose así el repunte del 7% registrado en 2010. El aumento fue positivo en todas las regiones y subregiones del mundo durante enero y febrero de 2011, América del

2 *Caída del Producto Interno Bruto (PIB), cayó en un 2,4% en Estados Unidos, un 4% en los 27 países de la Unión Europea, y en un 1,8% en América Latina; esta disminución, afectó de manera individual y colectiva las ganancias empresariales, baja en salarios, amento la tasa de desempleo y así mismo, el valor de activos como las propiedades, vehículos y demás, dejando en crisis el turismo, ya que, los viajes se redujeron, al mismo tiempo que sus tarifas (BBC, 2009).*

Sur y Asia Meridional, encabezaron el crecimiento (ambas con un +15%), seguidas del África Subsahariana (+13%) y la Europa Central y del Este (+12%) (World Travel and tourism Council, 2011).

En el año 2012, más de un billón de turistas internacionales viajaron por todo el mundo; para los años 2013 y 2014, el turismo se convirtió nuevamente en un sector que aportaría de manera importante a la economía del mundo, representando el 9% del PIB y 1 de cada 11 empleos. La cuota de exportaciones fue de 1,4 billones de dólares, lo que representó el 6% del comercio internacional y el 26% del total de exportaciones en el mundo. Indicadores concordantes con más de 1,135 millones de turistas que viajaron fuera de sus fronteras nacionales en el año 2014 (UNWTO, 2016). De acuerdo a la información del Barómetro del Turismo de la UNWTO (2014), sobre turismo mundial, las llegadas de turistas internacionales en el primer semestre de 2014, aumentaron en un 4%, o más, con respecto al mismo periodo en el 2013, y con este mismo porcentaje se acrecentaron los ingresos por turismo. Poco más de la mitad de los viajeros llegaron a sus destinos en avión (53%) en 2013, mientras que el resto se desplazó por transporte de superficie (47%), bien, por carretera (40%), por tren (2%) o por vías acuáticas (5%). El desplazamiento en avión aumentó gradualmente. Con estos datos, se puede deducir, que, el sector creció considerablemente en la segunda década de este nuevo siglo, superando la crisis mundial con una previsión de un mayor crecimiento en los años siguientes; para el año 2030, el número de turistas internacionales podría llegar a 1,8 billones (UNWTO, 2014).

Bajo el contexto de las previsiones del turismo, en el año 2014, surgió desde la UNWTO, un proyecto de investigación, “Turismo: Panorama 2020” en el cual se proyectaba que, para las próximas décadas, las llegadas de turistas internacionales aumentarían en un 3,3% de forma anual; es decir, en 43 millones de llegadas al año. Los arribos a destinos de economías emergentes doblarían su ritmo de crecimiento; los más notables serían el Pacífico y Asia.

Las llegadas del turismo internacional para el año 2015, fueron de 1,2 billones de turistas, esto significa que una de cada 7 personas realizó un viaje internacional y su aporte al producto interno mundial fue del 10% en este mismo año, con un gasto de viaje directo de los turistas por un total de 1,5 billones de dólares solo en 2015 (UNWTO, 2016). Décadas pasadas habían reportado 25 millones de llegadas de turistas internacionales en el año 1950; para 2017, se tuvieron 1,3 billones de turistas y se proyecta que para el 2030, este crecimiento se mantenga en

un 3,3% anual, y se consideraba el turismo como la actividad económica generadora de ingresos por turismo doméstico como internacional con una contribución significativa al desarrollo económico, social y cultural de muchas ciudades y de sus alrededores (UNWTO, 2017).

Las cifras, cada vez más, corroboraban el comportamiento creciente del turismo, la llegada de visitantes internacionales en el 2018, creció un 5%, con un total de 1.400 millones y un crecimiento del 4% de ingresos por exportaciones generadas por el turismo, estimadas en 1,7 trillones de dólares (UNWTO,2019).

Para el año 2019, el incremento en llegadas de turistas internacionales fue del 4% y se esperaba el mismo porcentaje de crecimiento para el año 2020. Proyección soportada por el comportamiento del turismo año a año; además, en su naturaleza, considerada como una actividad pujante, resistente y bastante innovadora, con un abanico de alternativas que para muchos turistas se acoplaban de manera precisa a sus necesidades (UNWTO, 2019).

A través de este recorrido y según datos suministrados por el Banco Mundial y la Organización Mundial del Turismo, se logra evidenciar un notable y constante crecimiento del turismo, hasta el año 2019, y el decrecimiento ocasionado por la pandemia, con datos fundamentados en la llegada de turistas internacionales (Ver Figura 1).

Sin embargo, este panorama y todas las previsiones presentadas por la Organización Mundial del Turismo para el 2020, no fueron posibles; según la OMT (UNWTO, 2021), el desplome del turismo internacional debido a la pandemia del coronavirus, redujo en 460.000 millones de dólares los ingresos del sector en el primer semestre; así como, el número de turistas cayó en un 65% dadas las restricciones de transporte que adoptaron varios países para disminuir la velocidad de propagación del virus. La pandemia irrumpió en los países y retractó los beneficios y avances que había tenido esta actividad para potencializar los viajes y los desplazamientos; las fronteras antes diluidas, se habían restringido y los viajes fueron suspendidos, al menos, los relacionados con descanso, ocio y turismo. Las restricciones migratorias se acrecentaron, los atractivos turísticos fueron cerrados, se perdió el sentido de su creación y conservación ante la ausencia de una contemplación de ellos, las playas

desiertas, los escenarios naturales tan solo ocupados por ecosistemas que respiraron tranquilidad ante la ausencia de turistas.

Figura 1

Llegada de turistas internacionales 1995 - 2021



Nota. Autores a partir de Banco Mundial (2020) y UNWTO, 2022.

Durante los primeros cinco meses de 2022, el turismo en su capacidad de resiliencia, asumió nuevos retos y sorteó un renovado camino hacia otras tipologías de turismo y variados turistas en el mundo, se estimó una llegada de turistas internacionales de aproximadamente 250 millones, frente a 77 millones de enero y mayo de 2021, datos que representan casi una recuperación del 46% de los indicadores del mismo periodo en el año 2019 (UNWTO, 2022).

Panorama Nacional

En el contexto colombiano, durante la década de fin del siglo XX e inicio del siglo XXI, Colombia generó un comportamiento del turismo similar al panorama mundial. Cada vez más, la actividad turística se vio fortalecida desde el gobierno nacional, con acciones direccionadas a la construcción de políticas y programas de turismo. Durante el periodo comprendido entre 1999 y 2005 (MINCIT, 2009), la actividad turística contribuyó en promedio con un 2,1% del PIB nacional. Este crecimiento, fue resultado de la implementación de la Política de Seguridad Democrática “Reto Competitivo de Colombia” planteada desde el cuatrienio 1998 - 2002 y el desarrollo del programa “Vive Colombia Viaja por ella”, por medio de las Caravanas Turísticas, promovidas en el periodo de gobierno 2002 -2006. Hechos que generaron la confianza necesaria para lograr una movilización masiva del turista colombiano, fortalecien-

do así el turismo interno. Estrategia que favoreció el sector hotelero a nivel nacional al incrementar el porcentaje de ocupación hotelera de un 40% promedio anual en el 2000 a un 56,47% en 2005. Adicionalmente, por medio de las leyes 788 de 2002 y la 863 de 2003, se establecieron estímulos fiscales para modalidades de inversión turística y para otros tipos de operaciones que fueron aprovechadas para este sector, impulsando principalmente los establecimientos de alojamiento y el ecoturismo como segmento preferido por los turistas (Departamento Nacional de Planeación, 1998).

A su vez, en el camino de fortalecer la competitividad de las regiones, se firmaron en el año 2002, los primeros convenios de competitividad turística, los cuales se presentaron como una herramienta para articular los esfuerzos para mejorar la calidad de los destinos turísticos de Colombia; de acuerdo con los reportes presentados por el Ministerio de Industria Comercio y Turismo, se firmaron 35 convenios, haciendo parte los 32 departamentos del país, incluyendo los distritos Capital y los Turísticos de Cartagena y Santa Marta, con vigencia hasta diciembre de 2012 (MINCIT, 2012). Como normatividad complementaria, se creó el CONPES 3397 de 2005, política sectorial de turismo y se emprendió un camino hacia la calidad turística mediante la creación de normas técnicas sectoriales (Departamento Nacional de Planeación, 2005).

Con respecto al estudio realizado por la UNWTO (2009), *“Colombia de nuevo en el mapa turístico mundial”*, se evidenció un aumento en el número de visitantes extranjeros entre los años 2003 y 2008, al pasar de un 1’053.000 a más de 2’600.000 al año; asimismo, se destacó la actividad turística como el tercer sector de exportación, después del petróleo y del carbón y por encima de productos tradicionales como el café, flores y banano, con 2.263 millones de dólares en 2007 y un crecimiento del 12,7%, con respecto al año anterior (UNWTO, 2009).

Es de resaltar que, bajo esta estrategia de fortalecimiento de la actividad turística en el país, en el año 2006, se crea la Ley 1101 del 22 de noviembre de 2006, por la cual se modifica la Ley 300 de 1996, Ley General del Turismo, con disposiciones para el apoyo a la promoción y a la competitividad turística, por medio de la contribución parafiscal de las empresas turísticas. Recursos que aumentaron por el incremento del número de contribuyentes, beneficiando a un mayor número de proyectos.

En los mercados internacionales, se desarrollan nuevos programas y políticas turísticas para la promoción de Colombia en el exterior, se diseñan campañas como: “Colombia es Pasión” y su derivado eslogan “Colombia: el riesgo es que te quieras quedar” programa del cuatrienio 2006 – 2010. Y se institucionalizó el programa de “Colombia Destino Turístico de Clase Mundial” (MINCIT, 2009).

Colombia, durante el 2009, a pesar del notorio decrecimiento del mercado nacional durante el primer trimestre, movilizó un total de 10.156.884 pasajeros, un 13% más que el mismo periodo del 2008. En el caso del mercado internacional, durante el 2009, las salidas de pasajeros en vuelos internacionales se incrementaron en un 3.2% con un total de 2.765.029 personas. Las llegadas de pasajeros en vuelos internacionales movizaron un total de 2.758.468, lo que equivalió a un crecimiento del 6.2% más que el año 2008. Los cinco mercados más importantes en materia de turismo receptivo fueron: Estados Unidos representado el 23.3% del mercado; Venezuela 17.6%; Ecuador 7.5%; Perú 5.7% y España (5.5%). En términos generales, los principales mercados internacionales tuvieron un crecimiento promedio del 11%, siendo, México uno de los pocos países que no presentó una cifra positiva (MINCIT, 2011).

En el año 2010, se consolidó el Plan Sectorial de Turismo 2011- 2014, cuyo eje, fue el fortalecimiento de la institucionalidad y de la gestión pública del turismo a nivel nacional y regional, por medio de asesoría a las regiones en la creación de organizaciones públicas y privadas para que se construyan los planes de desarrollo turístico que direccionarán el turismo en cada región. Asimismo, el gobierno se comprometió con la creación y acompañamiento de comités de coordinación de turismo para facilitar la articulación entre actores regionales, acciones que no fueron profundizadas en el anterior Plan Sectorial de Turismo (2008- 2010). De igual manera, no se evidenciaron en el plan anterior, acciones que orientaran la certificación de los establecimientos de alojamiento para proveer mejor información y transparencia a los consumidores acerca de la calidad de los servicios hoteleros (MINCIT, 2008).

Entre otros aspectos que se destacaron en el Plan Sectorial de Turismo (2011 – 2014), se encuentra, el fortalecimiento de las habilidades y competencias del talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo. Así, se logró capacitar al personal encargado de la prestación de servicios turísticos, mejorar la

gestión en infraestructura de soporte y conectividad para el turismo (MINCIT, 2011).

Para el año 2013, Proexport, hoy Procolombia, presentó indicadores del comportamiento del turismo internacional revelando un incremento del 8,2% frente al año anterior. Los turistas extranjeros que más visitaron Colombia entre 2011 y 2013 fueron procedentes de los siguientes países, en forma descendente: Estados Unidos, Venezuela, Argentina, Ecuador, Perú, España, México, Brasil, Chile y Alemania. Y la llegada de extranjeros por región de 2011 a 2013, fueron el 45% provenientes de Suramérica, el 26% de norte América, el 19% de Europa, el 5% de centro América, 2% del Caribe, 2% de Asia, 0,7% de Oceanía, 0,2% de África y 0,1% de medio Oriente. Los principales motivos de viaje a Colombia identificados son: turismo, eventos y negocios en 2013. Y se resalta que el turismo de negocios creció un 51,2% y de eventos creció 30% con respecto a años anteriores. Se destacó el fortalecimiento del portafolio de productos de atractivos turísticos en el mercado internacional (PROEXPORT, 2013).

De la mano con la creciente tendencia mundial de protección y conservación al medio ambiente y a la biodiversidad, en el año 2013, Colombia presentó el Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza (MINCIT, 2013) y estableció que, para 2027, se lograría, “hacer de Colombia el destino más competitivo a nivel mundial en Turismo de Naturaleza” y además posicionar a Colombia como el destino más emblemático de Turismo de Naturaleza mundial” (MINCIT, 2013, p. 21).

Desde la mirada empresarial, los ingresos por cuenta del sector hotelero en el año 2016, incrementaron en un 4,5% con respecto al año anterior y se destaca un aumento de la inversión extranjera en la hotelería, que, de 2010 a 2015, fue del 741% (MINCIT, 2017).

El turismo en Colombia continuó un notable crecimiento entre los años 2011 a 2017, periodo en el que se incrementó el número de llegadas internacionales en un 69% y en el año 2017, el turismo contribuyó en un 3,78% al Producto Interno Bruto Nacional (MINCIT, 2018). Para el 2018, se superaron las expectativas de llegadas de turismo; con respecto al año anterior, presentó una variación positiva del 7,6%, lo que significó una llegada de turistas internacionales de 4.276.146, siendo Bogotá el destino preferido por el turismo internacional seguida de Cartagena, Medellín y Cali, con una ocupación hotelera nacional de 56,7% (MINCIT,

2018). En 2019, el número de turistas internacionales que se desplazaron a Colombia, fue de 4.515.932 y esta actividad contribuyó al 4% del PIB nacional, con una ocupación hotelera nacional de 57,8%, indicadores que superaron lo proyectado por el año anterior, datos suministrados por el viceministerio de turismo en febrero 2022 (MINCIT, 2022). En la Figura 2, se expresa el porcentaje de ocupación hotelera:

Figura 2
Porcentaje de ocupación hotelera



Nota. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2022.

El panorama del turismo en Colombia, bajo el contexto citado, da cuenta de un turismo creciente, que se consolida como actividad económica significativa para el país. Estos indicadores dieron paso a una previsión del turismo para el año 2020, que según datos establecidos en el Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022, serían: llegada de turistas extranjeros 6.000.089, US\$ 10,643 millones de divisas, 5,7% de participación del PIB de hotelería y restaurantes (MINCIT, 2018).

Escenario 2020, deprimido por la pandemia COVID - 2019, con llegada de turistas internacionales de tan solo 1.337.498 (MINCIT, 2020). Sin embargo, el gobierno nacional, actualmente ha mostrado una dinámica de reactivación del turismo y de recuperación de los indicadores económicos, con enfoque hacia las ventajas comparativas concentradas en la diversidad biocultural y en la consolidación de nuevos productos turísticos más competitivos que potencialicen el desarrollo del turismo en las regiones y sean un referente para atraer una demanda de mayor calidad, con el fortalecimiento del turismo doméstico y la recuperación del turismo internacional. Si bien, las cifras 2021, evidencian un incremento

del 55,7% de llegadas de visitantes en extranjeros en comparación con el año 2020, este disminuyó un 52% frente al 2019 (MINCIT, 2022).

Aunque algunas regiones han realizado esfuerzos importantes en materia de planificación y gestión del turismo, no es suficiente, porque es necesario que estas fortalezcan los mecanismos para planificar la actividad turística en mediano y largo plazo a escala local, regional y nacional. Para ello, se debe contar con políticas y planes claros, que permitan orientar la gestión de manera integral, acorde con los niveles y etapas del desarrollo turístico en que se encuentra cada una de ellas.

Por otra parte, cabe destacar la importancia de la formación y capacitación del talento humano, la sensibilización y desarrollo de una cultura turística, como factores determinantes en el momento de ofrecer un producto o destino turístico con calidad.

Panorama Regional

Boyacá, es un departamento localizado en el centro oriente de Colombia; Tunja, su capital, se encuentra ubicada a tan solo 140 km de Bogotá. El departamento cuenta con 123 municipios, concentrados en 13 provincias, caracterizadas por sus diversos atractivos turísticos, que le han permitido un desarrollo del turismo por más de 50 años (Gobernación de Boyacá, 2012). El turismo en Boyacá, evolucionó gracias a la ejecución de varios proyectos de infraestructura vial, favoreciendo la conectividad con Bogotá, ciudad capital del país. Entre otros proyectos se destaca la construcción del ferrocarril del nordeste, la adecuación de lagos, fuentes térmicas y atractivos naturales, mejoramiento y ornato de varios municipios y la edificación de infraestructura hotelera en torno a todos estos escenarios. Todos estos atractivos, combinados con la historia y el patrimonio del departamento, han consolidado una demanda turística hacia municipios como Tunja, Paipa, Villa de Leyva, Aquitania, El Cocuy, Chiquinquirá, Ráquira, Moniquirá y Tenza; registrándose una marcada tendencia de crecimiento por el turismo receptivo de negocios, étnico, de salud y deportivo (Gobernación de Boyacá, 2016).

El desarrollo turístico del departamento, le apostó al “turismo naturaleza”, con segmentos orientados hacia el ecoturismo, senderismo y avistamiento de aves. El turismo cultural, también hizo parte de su estrategia de diversificación de la oferta turística, potencializando los municipios coloniales y el turismo religioso. Otra tipología que no se escapó de esta estrategia, fue el turismo rural, las bondades agrícolas y pecuarias del territorio fortalecieron el turismo rural y comunitario (Fondo de Promoción Turística y Fundecomercio, 2012).

En el año 2012, desde el gobierno departamental, se realizaron a través de la Secretaría de Cultura y Turismo, ahora Secretaría de Turismo, convocatorias con el fin de fortalecer y estimular al sector, como: concurso departamental de los pueblos más lindos, el concurso de embellecimiento de fachadas en municipios con vocación turística y el desarrollo de proyectos de cooperación internacional. Con relación a los recursos humanos se propuso la creación de un programa de fortalecimiento en el sector turístico, por medio de la cátedra educativa de turismo, impartida en los colegios del departamento entre otros procesos de planificación turística (Gobernación de Boyacá, 2013).

Desde la gobernación de Boyacá en el periodo comprendido entre 2016 – 2019, el Plan de Desarrollo, se enfocó en un diagnóstico que permitiría priorizar los productos turísticos del departamento, para generar una estrategia de promoción integral y así, apoyar a los agentes del turismo, bajo este escenario se identificó que Boyacá, contaba con un 72% de atractivos turísticos de tipo cultural y un 28% de atractivos naturales (Gobernación de Boyacá, 2016).

Bajo este contexto, se identificaron problemáticas existentes en las provincias, donde se destacaron falencias en infraestructura, lo que limita la accesibilidad al lugar, siendo necesario mejorar la malla vial y la señalización turística; en segundo lugar, se identificó la baja calidad turística del destino, asociada principalmente al servicio de los prestadores turísticos, reflejo de limitaciones en temas de formalización, bilingüismo y necesidades de capacitación, a su vez, como parte integral del territorio revela una baja acción administrativa, relacionada con la planificación turística, seguidos de escasa promoción, asociatividad e institucionalidad. Es de anotar, que, pese a la inversión hecha en promoción turística no permitió una mejora en la competitividad y sostenibilidad del destino.

Otros factores clave de contribución al desarrollo turístico del departamento, fueron aquellos contemplados en el Plan Estratégico de Ciencia Tecnología e Innovación del gobierno departamental 2012 - 2022, el cual proyectó una serie de estrategias encaminadas a mejorar el sector turístico del departamento. Entre ellas, se encuentran, crear mecanismos financieros para apoyar las pymes por ser un gran número en el sector turístico, promover la creación de un aeropuerto comercial para atraer más turistas (actualmente en funcionamiento con rutas hacia Bogotá y el departamento del Casanare), sobre todo motivar a la llegada de extranjeros, que, sin duda, es una de las grandes falencias que se presenta en el departamento (Gobernación de Boyacá, 2012).

Posterior a la formulación del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para Boyacá 2012, 2021, por acto administrativo Ordenanza 01 de 2015 a 2025, se consolidó la política de turismo del departamento de Boyacá, la cual integró varios ejes de acción como: fortalecimiento de la gobernanza turística; mejora de las infraestructuras y servicios públicos para el turismo; potencializar el ordenamiento territorial del destino; aprovechamiento de la oferta turística actual y potencial del destino consolidación de la calidad del talento humano local disponible para el turismo; inclusión social; sostenibilidad de los recursos turísticos; consolidación de la competitividad del sector privado; gestión integral y competitiva del destino y gestión del mercadeo turístico (Gobernación de Boyacá, 2015).

En cuanto a perfil de demanda, en el año 2015, se llevó a cabo una investigación que permitió establecer algunas características de la demanda turística, teniendo en cuenta referentes de lugares como Paipa, Lago de Tota, Tunja y Occidente de Boyacá (Muzo y Chiquinquirá). Algunos de los resultados que arrojó este estudio, permitieron identificar diversas actividades turísticas relacionadas con el turismo de naturaleza como: caminatas, observación de fauna y flora o visita a miradores para el caso del Lago de Tota y Paipa. Las actividades de tipo cultural, se concentraron principalmente en Tunja, como: visitar iglesias, museos, galerías, ir a teatro, conciertos y festivales. Para el occidente del departamento, se destaca el turismo religioso como parte de la principal motivación de viaje. Es de anotar, que, el departamento se dimensiona como un destino consolidado, presenta una alta frecuencia de visita y de retorno al lugar. Características asociadas a una organización del viaje por cuenta propia. En cuanto a la calidad turística a nivel general, se considera necesario mejorar en aspectos de infraestructura turística como señalización y puntos de información (Álvarez et al., 2021).

A este estudio se suman otros que contribuyeron a definir el perfil de la demanda turística del departamento, para el caso Villa de Leyva, en donde la motivación de viaje se ve soportada por un interés patrimonial que despierta el lugar y la curiosidad por conocerlo. Se evidencia, al igual que en destinos citados en el párrafo anterior, una mayor frecuencia de viaje al mantener un alto grado de filiación con el lugar (Álvarez, 2021).

Articuladamente, con la política de turismo, los planes de desarrollo cuentan con un eje de acción hacia este campo, se destacan en el periodo comprendido entre 2016 – 2019, los subprogramas *Boyacá es destino biodiverso*, fortaleciendo las tipologías del ecoturismo y turismo comunitario, y el subprograma *Boyacá es para vivirlo*, con énfasis en la promoción del departamento en torno al bicentenario (Gobernación de Boyacá, 2016). A su vez, con proyectos de agroturismo, turismo rural y turismo de naturaleza en el gobierno 2020 – 2023, con un énfasis hacia el fortalecimiento de la capacidad administrativa en la planificación turística de los territorios (Gobernación de Boyacá, 2020).

En los planes del gobierno nacional, se destaca para Boyacá, el corredor turístico central integrado por 15 municipios, como: Villa de Leyva, Ráquira, Turmequé, Tunja, Paipa, Tenza, Sutatenza, Santa María, Guateque, Chivor, Garagoa, Miraflores, Ramiriquí, Duitama y Chiquinquirá; y La Ruta Libertadora de 1819, que en Boyacá, la constituyen 10 municipios: Tasco, Socotá, Socha, Paz de Río, Santa Rosa de Viterbo, Duitama, Paipa, Cerinza, Belén y Tutazá, siendo estos los lugares con mayor potencial turístico.

De acuerdo con la Matriz de Competitividad Prioridades de Turismo del departamento de Boyacá, 2015 - 2018, se establecieron cinco estrategias para la consolidación de ideas y esfuerzos para tener un turismo sostenible y aumento del ingreso de turistas al departamento. Complementariamente, el estudio realizado en el año 2020, “Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia – ICTRC”, hizo énfasis en los impactos ocasionados por la pandemia COVID – 19, y que afectaron el turismo, cómo el asilamiento preventivo fue el turismo generado a nivel nacional, regional y municipal restringiendo el servicio de hoteles, restaurantes, agencias de turismo y demás organizaciones del turismo, la radical restricción de sus actividades por un periodo indeterminado de tiempo, reduciendo los ingresos de los establecimientos (Pico et al., 2020) inclusive el cierre de muchos de ellos.

Estos escenarios afectaron el empleo, aumentaron los despidos masivos por la falta de recursos para el cierre de nóminas, descontrol en el nivel laboral, ya que, muchos de los trabajos que brinda la organización, no se realizan mediante el teletrabajo o domicilios. Para la constante mejora del sector, se realizó una recolección de información primaria en las regiones a nivel nacional, en la que se observa el índice de competitividad en el año 2020, actividad que se llevó a cabo con las respectivas entrevistas a autoridades regionales enfocadas en las diferentes estrategias e iniciativas que implementaron para atender la crisis del sector.

Una de las principales estrategias implementadas por las autoridades gubernamentales es la creación de protocolos de bioseguridad para las empresas, reapertura gradual, procesos de capacitación en temas de bioseguridad, virtualidad, digitalismo, formación empresarial y mercadeo, estos procesos han terminado con la respectiva certificación con sellos de bioseguridad como *Check in* o juntos contra el COVID – 19, otorgados por COTELCO. Se observó de igual manera, la disminución de impuestos de orden departamental o municipal, apoyando la economía del sector (Pico et al., 2020).

Ahora, estos lineamientos gubernamentales no fueron suficientes para desarrollar capacidades empresariales que permitieran al sector productivo afrontar la crisis actual a raíz de la pandemia y dar respuesta a nuevas formas de prestación de los servicios y otras exigencias de la demanda. Es así como surge la necesidad de orientar y dirigir proyectos en un campo interdisciplinar que permitan al sector empresarial reconocer técnicas, metodologías y herramientas que contribuyan al diseño, formulación y puesta en marcha de proyectos turísticos pertinentes que impulsen la transferencia tecnológica y el cambio organizacional.

El proceso de reactivación del turismo en el departamento, ha sido a través de un trabajo mancomunado entre el sector público y privado, en la implementación de las políticas públicas, enfocadas hacia la promoción y el posicionamiento del turismo a nivel nacional e internacional del departamento de Boyacá.