

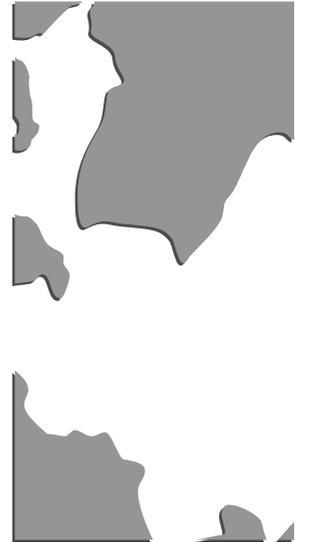


Medellín, viernes 17 de marzo de 2023

UNIDOS

La Gaceta

DEPARTAMENTAL



N° 23.963

Registrando la historia de Antioquia desde 1908

126 Páginas

Registrado en el Ministerio de Gobierno por Resolución N° 000474 de junio de 1967 | Tarifa postal reducida N° 2333 de la Administración Postal Nacional - Porte Pagado

CONTENIDO

ORDENANZA



ORDEN AL MÉRITO
CÍVICO Y EMPRESARIAL
MARISCAL JORGE ROBLEDO
CATEGORÍA ORO



GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA

Secretaría de Suministros y Servicios
Dirección de Gestión Documental

SUMARIO ORDENANZA 14 DE MARZO 2023

Número	Descripción
2	“Por medio de la cual se adopta la política pública de turismo sostenible para el departamento de Antioquia y se dictan otras disposiciones”

ORDENANZA		 ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA
CÓDIGO: PM-02-R05	VERSIÓN: 03	VIGENTE DESDE: 08/11/2016

Nro. 02
(14 MAR 2023)

“POR MEDIO DE LA CUAL SE ADOPTA LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”

LA ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA, en uso de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas por el artículo 300 de la Constitución Política de Colombia, el artículo 19, numeral 2º de la Ley 2200 de 2022, las leyes 99 de 1993, 300 de 1996, 388 de 1997 y las demás normas que la modifican o adicionan, en especial las leyes 1558 de 2012 y 2068 de 2020.

ORDENA

ARTÍCULO 1º. OBJETO. Adoptar la Política Pública de Turismo Sostenible de Antioquia con el objetivo de Promover la consolidación del departamento como destino turístico sostenible mediante el aumento en las capacidades de coordinación, competitividad, inclusión, gestión y conservación ambiental en el sector turístico departamental.

ARTICULO 2º. OBJETIVOS ESPECÍFICOS. La Política Pública de Turismo para el Departamento de Antioquia será orientada por la Secretaría de Turismo y estará encaminada al logro de los siguientes objetivos específicos:

1. Articular los actores involucrados en el desarrollo turístico mediante procesos de cooperación interinstitucional y colaboración subregional para la gestión integral del destino departamental bajo un enfoque sostenible.
2. Consolidar las capacidades y el conocimiento de los actores del turismo antioqueño en la implementación de nuevos y mejorados procesos aplicados a los productos, experiencias y servicios turísticos, con el propósito de lograr que la innovación y el cuidado sean un mecanismo para la transformación y desarrollo del sector turístico departamental.
3. Desarrollar y consolidar la promoción turística del departamento como destino mediante la aplicación de mecanismos y estrategias de marketing.
4. Promover procesos de accesibilidad turística mediante la adaptación y generación de infraestructura blanda y liviana para la accesibilidad física de poblaciones en situación de discapacidad y limitaciones en movilidad.
5. Promover la inclusión de comunidades locales en las cadenas de valor turístico mediante la vinculación laboral y la generación de productos turísticos de enfoque social.
6. Promover la digitalización de los procesos, servicios, oferta y promoción turística del departamento mediante una migración, adaptación e integración digital del sector con miras a la expansión del mercado turístico departamental.

1



Calle 42 No. 52 - 186 - CAD La Alpujarra
Teléfono: 383 96 46 Fax: 383 96 03
Medellin - Colombia
www.asambleadeantioquia.gov.co

ORDENANZA		 ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA
CÓDIGO: PM-02-R05	VERSIÓN: 03	VIGENTE DESDE: 08/11/2016

7. Implementar y escalar el registro de datos y analítica del sector turismo departamental buscando la generación de recomendaciones técnicas basadas en evidencia y orientadas al aumento en la precisión de las acciones emprendidas por oferentes y sector público en materia de servicios turísticos.
8. Gestionar de manera sostenible el sector turístico de Antioquia, impulsándolo como un sector productivo bajo en carbono, orientado hacia el crecimiento verde, la regeneratividad y la inclusión social; planificando, desarrollando lineamientos e implementando estrategias para la gestión sostenible que mitiguen y prevengan los impactos negativos sobre el ambiente y asegure la inclusión de las comunidades.

ARTÍCULO 3°. ÁMBITO DE APLICABILIDAD: La Política Pública de Turismo Sostenible será aplicable para todas las entidades, institutos y organismos adscritos y vinculados al conglomerado público departamental. Será un referente para el diseño de planes, programas y proyectos, y toda clase de acciones dirigidas a promover el departamento como destino turístico sostenible.

ARTÍCULO 4°. PRINCIPIOS: Para la Política Pública de Turismo Sostenible se considera los siguientes principios orientados a alcanzar un desempeño sostenible del turismo departamental, además de los principios contenidos en la Ley 300, los siguientes principios de manera específica:

- a) **Universalidad:** En virtud de la eliminación de barreras espaciales, de entorno físico, comunicativas, actitudinales y de servicio, que impidan el acceso, uso y disfrute de la actividad turística de manera segura, confortable y universal para personas con capacidades diversas o discapacidades.
- b) **Sostenibilidad:** En virtud de la conservación y salvaguardia del capital natural, se buscará el aprovechamiento de los recursos biológicos, sin agotar la base de los recursos renovables para garantizar el disfrute de las futuras generaciones. Por lo tanto los desarrollos turísticos serán autosostenibles desde el punto de vista ambiental, cultural y económico.
- c) **Planificación:** En virtud las actividades ecoturísticas deben obedecer a una labor de planificación, ordenamiento y zonificación integral en aras de lograr un desarrollo social y ambiental acorde con los lineamientos territoriales y la conservación de los valores identitarios de los espacios priorizados.
- d) **Corresponsabilidad:** En virtud del cual, las entidades territoriales y actores públicos y privados, asumen compromisos para la gestión y desarrollo de la Política Pública de Turismo Sostenible, en aras de lograr la incorporación de las acciones planteadas en los programas, proyectos y actividades del sector turístico.

2



Calle 42 No. 52 - 186 - CAD La Alpujarra
Teléfono: 383 96 46 Fax: 383 96 03
Medellín - Colombia
www.asambleadeantioquia.gov.co

ORDENANZA 02		 ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA
CÓDIGO: PM-02-R05	VERSIÓN: 03	VIGENTE DESDE: 08/11/2016

- e) **Eficiencia:** En virtud de la aplicación de la Política de Turismo Sostenible se requiere la simplificación de procedimientos con el fin de promover la eliminación de obstáculos injustificados a la aplicación de la misma y por ende, favorecer el crecimiento económico.
- f) **Protección:** En virtud de la promulgación, salvaguardía y visibilización de los valores identitarios de las comunidades, el desarrollo sostenible implica la aplicabilidad del turismo cultural, social y religioso de acuerdo a los parámetros de la sostenibilidad.
- g) **Asociatividad:** En virtud del cual se propiciará la formación de asociaciones entre las entidades territoriales e instancias de integración territorial para producir economías de escala, generar sinergias y alianzas competitivas, para la consecución de objetivos de desarrollo económico y territorial comunes.
- h) **Intermediación:** En virtud del cual se buscará la coordinación en complementariedad entre las disposiciones de la Nación, la Administración Departamental y los municipios para la prestación de los servicios que determinen la Constitución y las leyes y el cumplimiento de la misionalidad y objetivos trazados en la presente Ordenanza.

ARTÍCULO 5 ° ENFOQUE DE SOTENIBILIDAD: La presente política pública adopta como enfoque central el turismo sostenible, entendido este como una actividad económica orientada a proveer bienes y servicios turísticos que logren satisfacer las necesidades actuales de desarrollo en los territorios en armonía con las necesidades económicas, sociales y medioambientales de las generaciones presentes y futuras. Para esto, la actividad turística deberá velar por la conservación de los recursos naturales, el desarrollo en armonía con las comunidades, el crecimiento de los destinos y la satisfacción de las expectativas del consumidor, de acuerdo con la preservación del capital natural, las costumbres y tradiciones de los territorios.

ARTÍCULO 6°. EJES Y PROGRAMAS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO: De acuerdo a la visión de turismo proyectada para los próximos años y los objetivos para el desarrollo del turismo sostenible que se han definido de manera participativa para el departamento de Antioquia, se plantean los siguientes ejes estratégicos, segmentados en siete (7) líneas con sus respectivos programas, y los cuales responden a las necesidades del turismo en el departamento para su transición hacia mayores estándares de productividad y sostenibilidad.

1. **Gestión Integral de Destino:** proveer capacidades de planeación turística a nivel subregional en los diferentes niveles de gobierno, a través de formas

3



Calle 42 No. 52 - 186 • CAD La Alpujarra
 Teléfono: 383 96 46 Fax: 383 96 03
 Medellín - Colombia
www.asambleadeantioquia.gov.co

ORDENANZA		 ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA
CÓDIGO: PM-02-R05	VERSIÓN: 03	VIGENTE DESDE: 08/11/2016

de coordinación, cooperación y negociación para alcanzar objetivos con intereses colectivos de acuerdo con las oportunidades, vocaciones y productos turísticos de cada una de las subregiones. Para el logro de esta misionalidad, contará con los siguientes programas:

- **Planeación turística territorial:** crear mecanismos permanentes de asesoría técnica en la planeación turística regional y local. De esta manera, se buscará acompañar y asesorar la construcción de los planes municipales de turismo, estudios de capacidad de carga, diagnósticos de necesidades para el desarrollo de destinos turísticos y demás ejercicios de planeación turística llevados a cabo en el Departamento, así como los procesos de ordenamiento territorial en materia turística.
- **Antioquia protege su patrimonio:** implementar los parámetros de administración, intervención y promoción de los activos patrimoniales del Departamento de Antioquia para su uso en la prestación de servicios turísticos y la consolidación de destinos.
- **Turismo responsable y libre de delito:** promover estrategias, acciones y mecanismos de articulación para la promoción de la responsabilidad social en las cadenas de valor turísticas del departamento, esto con miras a establecer prácticas turísticas de bajo impacto social y mitigar su incidencia en la generación de actividades delictivas.
- **Prevención y mitigación ambiental para el turismo:** diseñar e implementar medidas de manejo ambiental para atractivos turísticos estratégicos del departamento.
- **Medición y esquema de compensación de la huella de carbono del sector turístico:** Generar un sistema de medición y compensación de la huella de Carbono del turismo en el departamento de Antioquia.
- **Tecnología sostenible para la operación turística:** Incentivar nuevas tecnologías sostenibles e innovación en la operación de las cadenas de valor turísticas.
- **Pedagogía ambiental para la salvaguarda y protección de la biodiversidad y los ecosistemas:** impulsar, al interior del sector turismo, campañas de aprendizaje y sensibilización sobre la conservación de la biodiversidad y su apropiada explotación para la generación de un desempeño en el sector que armonice el bienestar de las comunidades que lo desarrollan y el respeto por el medio ambiente.

2. **Competitividad e innovación:** profundizar y fortalecer las capacidades para la competitividad del sector turístico en el departamento, de forma que sean consolidados los productos, experiencias y destinos ofertados, así como las capacidades de los oferentes para la sofisticación de sus cadenas

4



Calle 42 No. 52 - 186 - CAD La Alpujarra
 Teléfono: 383 96 46 Fax: 383 96 03
 Medellín - Colombia
www.asambleadeantioquia.gov.co

ORDENANZA 02		 ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA
CÓDIGO: PM-02-R05	VERSIÓN: 03	VIGENTE DESDE: 08/11/2016

de valor. Así, buscaremos promover las capacidades de las subregiones del departamento de Antioquia potenciando sus emprendimientos turísticos y las estructuras productivas asociadas, así como la posibilidad de estos para conectar mercados y cumplir estándares de sostenibilidad. Para el logro de esta misionalidad, contará con los siguientes programas:

- **Talento humano:** promover y desarrollar las capacidades técnicas del talento humano del sector turismo, a un mismo tiempo, que promover su inserción laboral en el ejercicio de oficios especializados mediante la conexión de los procesos formativos y productivos en una misma cadena de valor.
 - **Gestión empresarial competitiva:** promover el aumento en la competitividad de los prestadores de servicios turísticos a través de la transferencia de capacidades técnicas y logísticas. De esta manera, se buscará el desarrollo de prácticas de gestión eficientes y sostenibles alineadas a los objetivos misionales y los modelos de negocio de cada prestador de servicios turísticos, así como el aumento en sus estándares de sostenibilidad.
 - **Experiencias memorables:** promover el desarrollo de productos turísticos en materia de naturaleza y cultura. Esto mediante el diseño, planeación, promoción y comercialización de productos y experiencias turísticas desde etapas tempranas de ideación e incubación, hasta la realización de procesos de aceleración de negocios. Para este propósito, la Gobernación de Antioquia acompañará la consolidación de las experiencias vinculando la creatividad y la diferenciación de oferta en los procesos de creación de estas.
- 3. Marketing estratégico:** visibilizar, promover e incentivar la llegada a nuevos nichos de mercado de turismo receptor, con procedencia doméstica y extranjera, como una oportunidad de transformar los flujos de distribución y comercialización de los destinos turísticos mediante la marca Antioquia es Mágica y otras estrategias de mercadeo y promoción turística. Para el logro de esta misionalidad, contará con los siguientes programas:
- **Antioquia es Mágica:** gestionar la consolidación de Antioquia como marca destino a partir del desarrollo de las principales potencialidades turísticas del departamento mediante la identificación, fortalecimiento, promoción y comercialización de los saberes, experiencias y vivencias ancestrales de los territorios en forma de productos posicionables y comercializables bajo una marca común de destino departamental.
 - **Desarrollo de marca destino:** brindar herramientas técnicas y mecanismos logísticos para creación, consolidación y difusión de las

5



Calle 42 No. 52 - 186 • CAD La Alpujarra
 Teléfono: 383 96 46 Fax: 383 96 03
 Medellín - Colombia
www.asambleadeantioquia.gov.co

ORDENANZA		 ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA
CÓDIGO: PM-02-R05	VERSIÓN: 03	VIGENTE DESDE: 08/11/2016

marcas asociadas a los destinos del Departamento, así como de sus estrategias de comunicación y promoción.

4. **Accesibilidad e Inclusión para el turismo:** promover y garantizar el acceso universal a los productos y/o servicios buscando la eliminación de barreras sociales, físicas, sensoriales, comunicativas y financieras para una accesibilidad universal al turismo. Para el logro de este objetivo, se contará con los siguientes programas:

- **Turismo accesible:** promover la adaptación de los destinos para garantizar la accesibilidad universal a la oferta turística del departamento.
- **Turismo incluyente:** este programa plantea como sus objetivos misionales los dos siguientes:
 - Facilitar el acceso igualitario e inclusivo del derecho fundamental de la recreación, ocio y aprovechamiento del tiempo libre, en prioridad de aquellos segmentos de población con menores posibilidades de disfrute del mismo, como personas en situación de discapacidad, adultos mayores, jóvenes y familias de escasos recursos. Para este propósito, la Gobernación de Antioquia mejorará la competitividad turística, a través de estrategias conjuntas que fortalezcan la cadena de valor.
 - Promover estrategias de inclusión que impulsen la participación de las comunidades locales en su inserción social y económica dentro de la cadena de valor del sector turístico.
 - Promover estrategias de inclusión que impulsen la participación de las comunidades locales, haciendo especial énfasis en la inserción social y económica dentro de la cadena de valor del sector turístico de las Comunidades Negras, Afrocolombianas, Raizales y Palenqueras – NARP, Pueblos Indígenas y el Pueblo Rrom.

5. **Infraestructura turística y pedagógica:** Generar la activación física de sitios de interés en el territorio departamental y consolidarlos como espacio educativo, museográfico y turístico.

6. **Digitalización del turismo:** lograr la introducción de procesos intensivos en tecnología en la cadena de valor del turismo, buscando potenciar la capacidad de los oferentes para crear productos a la medida, la conexión con nuevos mercados y la dinamización del consumo mediante el escalamiento del mercado turístico. Para el logro de este objetivo, contará con los siguientes programas:

- **Sistema de inteligencia turística:** desarrollar, escalar y sostener un sistema de inteligencia de información turística orientado a la captura

6



Calle 42 No. 52 - 186 - CAD La Alpujarra
 Teléfono: 383 96 46 Fax: 383 96 03
 Medellín - Colombia
www.asambleadeantioquia.gov.co

ORDENANZA 02		 ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA
CÓDIGO: PM-02-R05	VERSIÓN: 03	VIGENTE DESDE: 08/11/2016

y análisis de datos e indicadores del sector turismo para la generación de proyecciones, estudios, programas y recomendaciones técnicas al sector.

- **Digitalización de la oferta turística:** promover el desarrollo de las capacidades de los oferentes turísticos para digitalización de su oferta y el alcance a nuevos mercados a través de canales digitales.

7. Eje de oportunidades económicas verdes para el sector turismo: promover, fomentar y facilitar el desarrollo de los negocios verdes en el marco del crecimiento y la transformación hacia el turismo sostenible y el fortalecimiento de la oferta de turismo de naturaleza. Para el logro de este objetivo, contará con los siguientes programas:

- **Turismo de naturaleza para mercados de alto valor:** fortalecer y mejorar la oferta de atractivos de naturaleza a través del fortalecimiento del producto hacia experiencias de naturaleza atractivas para el mercado nacional e internacional.
- **Emprendimiento verde para el turismo sostenible:** fortalecer el ecosistema de negocios verdes del sector turismo que ofrecen bienes y servicios que generan impactos positivos en la conservación ambiental.

ARTÍCULO 7°. GOBERNANZA: La administración y gobernanza de la presente política buscará una coordinación integral de los actores envueltos en sus procesos de implementación, seguimiento, evaluación, lineamiento técnico, ajuste programático y financiación. Para el logro de este objetivo, esta política realizará una segmentación especializada de las competencias a ejecutar dentro del marco de su puesta en marcha, en particular:

i. **Secretaría de turismo de Antioquia o quien haga sus veces:**

La Secretaría de Turismo departamental o quien haga sus veces será la dependencia responsable de coordinar la implementación de esta Política Pública. A este efecto deberá articular y orientar las instancias, instrumentos y mecanismos creados por esta Ordenanza, con el objetivo de lograr la adecuada planeación, implementación, seguimiento y evaluación de la Política Pública de Turismo Sostenible.

Las demás dependencias de la administración departamental serán igualmente responsables de las acciones que correspondan en el marco de sus competencias para la implementación de la Política Pública.

ii. **Consejo Regional de Turismo de Antioquia o quien haga sus veces:**

7



Calle 42 No. 52 - 186 - CAD La Alpujarra
Teléfono: 383 96 46 Fax: 383 96 03
Medellín - Colombia
www.asambleadeantioquia.gov.co

ORDENANZA		 ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIQUIA
CÓDIGO: PM-02-R05	VERSIÓN: 03	VIGENTE DESDE: 08/11/2016

En cumplimiento al Decreto D2021070002218 de 2021, "por el cual se crea el consejo regional de turismo de Antioquia y se dictan otras disposiciones", este Consejo será "una instancia consultiva y asesora del Gobierno Departamental, encargado de orientar la formulación y gestión de políticas públicas, planes, programas y proyectos de desarrollo y competitividad del turismo en el departamento de Antioquia". Para la regulación de este Consejo se seguirán en estricto cumplimiento los lineamientos del decreto mencionado.

iii. Consejos Subregionales De Turismo o quien haga sus veces:

Buscando profundizar los alcances y capacidad operativa del Consejo Regional de Turismo de Antioquia regulado en el Decreto D2021070002218 de 2021 del departamento de Antioquia, los consejos subregionales serán instancias para coordinar los actores del sector turismo a nivel subregional con miras a proveer lineamientos técnicos, programáticos y operativos para el alcance de acuerdos subregionales en materia turística, así como transferir estos lineamientos al Consejo Regional de Turismo.

iv. Consejo Departamental de Seguridad Turística o quien haga sus veces:

En cumplimiento a los decretos 355 de 2017 y 945 de 2014 del Gobierno Nacional, los cuales fijan las disposiciones para el funcionamiento del Consejo Nacional de Seguridad Turística y los Comités Departamentales de Seguridad Turística en desarrollo del artículo 11 de la Ley 1558 de 2012, será responsabilidad del Comité Departamental de Seguridad Turística de Antioquia o quien haga sus veces el monitoreo y vigilancia de los delitos asociados al turismo en el departamento. De esta manera, dicho comité será la instancia de deliberación, consulta y toma de decisiones en la lucha contra los delitos asociados a la actividad turística en el departamento, así como de la coordinación de acciones de policía con las autoridades y actores del sector turismo a nivel local.

ARTÍCULO 8°. MECANISMO DE FINANCIACIÓN: Corresponderá al gobierno departamental la definición de estrategias financieras para la implementación de la política pública, en concordancia con los Planes de Desarrollo Departamentales que se formulen durante su vigencia. La Secretaría de Turismo de Antioquia será la dependencia competente para la apropiación y ejecución de los recursos para la implementación de la presente política, los cuales provendrán de las cantidades proyectadas en las partidas presupuestales correspondientes, sin afectar la posibilidad de apropiar recursos de otras fuentes o cooperación internacional.

ARTÍCULO 9°. SEGUIMIENTO: El seguimiento de la presente política se realizará sobre la base de su plan de implementación y la ejecución anual de los indicadores que este proyecto. Este seguimiento estará a cargo de la Secretaría de Turismo.

ARTÍCULO 10°. DOCUMENTO TÉCNICO: Hace parte integral de esta Política Pública el documento técnico que la precede, el cual podrá ajustarse de acuerdo a los avances técnicos y/o legislativos en la materia que regula.

8



Calle 42 No. 52 - 186 - CAD La Alpujarra
Teléfono: 383 96 46 Fax: 383 96 03
Medellin - Colombia
www.asambleadeantioquia.gov.co

ORDENANZA 02		 ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA
CÓDIGO: PM-02-R05	VERSIÓN: 03	VIGENTE DESDE: 08/11/2016

ARTÍCULO 11°. AGENDA ANTIOQUIA 2040: La presente Política se articulará con el plan estratégico Agenda Antioquia 2040 y tendrá en cuenta los lineamientos y directrices allí consignadas, aportando a la consecución de la visión y los objetivos trazados al 2040.

ARTÍCULO 12°. VIGENCIA: La presente ordenanza rige a partir de la fecha de su publicación.

Dada en Medellín, a los 20 días de febrero de 2023.


JUAN CARLOS PALACIO FERNÁNDEZ
Presidente


ADOLFO PATIÑO CARDONA
Secretario General

Bianca Cecilia Henao Colorado. Aux. Administrativo

Gaceta
DEPARTAMENTAL



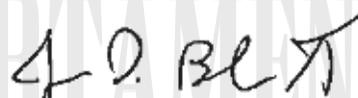
Recibido para su sanción el día 23 de febrero de 2023

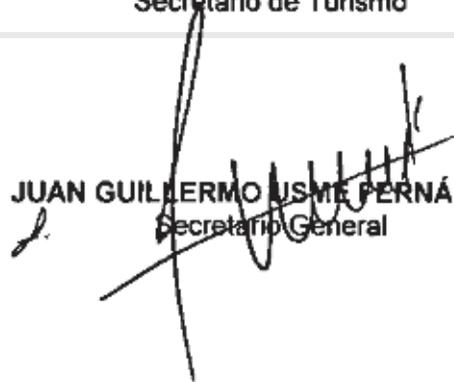
REPÚBLICA DE COLOMBIA
GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA

Medellín, 14 MAR 2023

Publíquese y Ejecútese la ORDENANZA N°. 02 "POR MEDIO DE LA CUAL SE ADOPTA LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES".


ANÍBAL GAVIRIA CORREA
Gobernador


JUAN DAVID BLANCO TENORIO
Secretario de Turismo


JUAN GUILLERMO USME FERNÁNDEZ
Secretario General



502971



POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO SOSTENIBLE DE ANTIOQUIA

Gobernación de Antioquia

2023

Contenido

1. Introducción:	2
2. Antecedentes y justificación	9
2.1 Antecedentes	10
2.2 Justificación:	26
3. Marco conceptual	29
4. Diagnóstico	33
4.1 Brechas y oportunidades de la demanda: adaptación a la evolución del mercado	34
4.2 Brechas y oportunidades en la oferta: Experiencias de Antioquia vinculadas a oferta comercial	41
4.3 Diagnostico participativo:	69
4.4 Conclusiones diagnósticas:	72
5. Objetivos de la Política Pública de turismo sostenible	72
5.1. Objetivo general:	72
5.2. Objetivos específicos:	73
6. Ejes estratégicos	74
6.1 Gestión integral del destino	74
6.1.1 Planeación turística territorial	75
6.1.2 Protección del patrimonio para el turismo	76
6.1.3 Turismo responsable y libre de delito	77
6.1.4 Prevención y mitigación ambiental para el turismo	78
6.1.5 Medición y esquema de compensación de la huella de carbono del sector turístico	79
6.1.6 Tecnología sostenible para la operación turística	79
6.1.7 Pedagogía ambiental para la salvaguarda y protección de la biodiversidad y los ecosistemas	80
6.2 Competitividad e innovación:	81
6.2.1 Talento humano	82
6.2.2 Gestión empresarial competitiva	82
6.2.3 Experiencias memorables	84
6.2.3.1 Creación de producto turístico	84
	1

6.2.3.2 Consolidación de destino turístico	85
6.3 Marketing estratégico:	86
6.3.1 Desarrollo de marca destino	86
6.3.2 Antioquia es Mágica	87
6.4 Accesibilidad e inclusión para el turismo:	88
6.4.1 Turismo accesible	89
6.4.2 Turismo incluyente	90
6.4.2.1 Turismo social	90
6.4.2.2 Inserción económica de las comunidades locales	91
6.5 Infraestructura turística y pedagógica:	92
6.6 Digitalización del turismo	93
6.6.1 Sistema de inteligencia e información turística	93
6.6.2 Digitalización de la oferta turística	94
6.7 Oportunidades económicas verdes para el sector turismo	95
6.7.1 Turismo de naturaleza para mercados de alto valor	96
6.7.2 Emprendimiento verde para el turismo sostenible	96
7. Esquema de Gobernanza	97
8. Financiamiento	99
9. Seguimiento	99
10. Bibliografía	99

1. Introducción:

El departamento de Antioquia cuenta con un esquema de recursos y capacidades en términos de turismo que lo proyectan como destino sostenible, competitivo y sofisticado sobre la base



de la alta calidad de sus productos y servicios. De esta manera, el departamento cuenta, de forma diferenciada, con un espectro de condiciones naturales y culturales que le permiten una focalización y desarrollo óptimo de este sector en su territorio. Como ejemplo de esto, el departamento de Antioquia, según datos del Instituto Humboldt (2021) se caracteriza por ser el tercero a nivel nacional en diversidad de aves, con un total de 1.125 especies registradas. Así mismo, el departamento hace parte de la cadena montañosa andina, la cual da cuenta de 5.994.578 de hectáreas de bosque nativo y 125.549 hectáreas de plantaciones boscosas (DNP, 2018), un 12.85% del territorio departamental está designado con el estatus de área protegida, y, en términos de la totalidad de su territorio, este “alberga en promedio cerca del 50% del número de especies para diversos grupos biológicos (mariposas, aves, mamíferos y palmas)” y da cuenta de una concentración de cerca del 78% de su área total en niveles altos y muy altos del Índice Combinado de Biodiversidad (Álvarez & Cogollo, 2009). Este panorama habilita un escenario especialmente propicio al turismo de naturaleza, y crea condiciones para el desarrollo de este sector bajo estándares de protección y conservación en una mirada integral de sostenibilidad.

Antioquia es considerado como el departamento en el que mayor número de especies biológicas se han reportado en el país, alcanzando la cifra de 17.891 registros en total, según estadísticas del Sistema de Información sobre la Biodiversidad de Colombia (2022); así mismo, cuenta con variedad de climas y paisajes, así como con tres de los más importantes ríos del país: el Magdalena, el Cauca y el Atrato. En la actualidad existe en su jurisdicción tres Parques Nacionales Naturales: Los Katíos, Orquideas y Paramillo. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2011). Según el Centro de Pensamiento Turístico de Colombia (2020), las calificaciones ambientales, culturales, económicas y empresariales del departamento se han mantenido entre 2017 y 2020, pero aún es necesario impulsar otros aspectos inherentes a la planificación turística para que se adecúen mejor al marco de sostenibilidad, con el fin de garantizar la apuesta de ser un departamento líder en turismo de naturaleza en Colombia en el largo plazo.

Por otra parte, en términos culturales, el departamento presenta un panorama amplio de diversidad étnica, así como de los saberes, tradiciones y patrimonio asociados a estas, los



cuales permiten una diferenciación significativa en términos de experiencias y vivencias de orden cultural en el territorio departamental. Ejemplo de esto es la existencia de tres etnias indígenas (Emberá, Kuna y Zenú) presentes en el departamento, así como la existencia de poblaciones negras, mulatas, afrodescendientes, afrocolombianas y raizales (Arias-Valencia, 2001) que permiten la supervivencia de tradiciones ancestrales y la conservación de elementos culturales autóctonos en el territorio departamental. Así mismo, el departamento cuenta con una distribución de activos patrimoniales a lo largo de su territorio, siendo especialmente destacados los municipios incluidos por la nación dentro de la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia (Jardín, Jericó y Santa Fe de Antioquia), brindando así un panorama amplio y diverso de experiencias culturales atractivas al sector turismo, esto, en concordancia con estándares de conservación y responsabilidad social.

Sobre la base de estas capacidades, el departamento ofrece un panorama general de condiciones propicias para el escalamiento y coordinación de las acciones del sector turístico, esto, buscando potenciar y direccionar el crecimiento del sector hacia un desarrollo sostenible en materia de turismo de naturaleza y cultura. Para el alcance de este objetivo, existen una serie de desafíos sectoriales asociados a la mejora en sus capacidades logísticas, competitividad agregada, estándares de conservación y sostenibilidad. En este sentido, paralelamente al esquema de capacidades y oportunidades en materia turística, existe la necesidad en el departamento de potenciar la estructura de herramientas, coordinación y encadenamiento presentes en la oferta del sector, de forma que sea posible la generación, especialización y escalado de productos y servicios turísticos que aprovechen los recursos y capacidades naturales y culturales del departamento.

De esta manera, si bien el sector turístico del departamento se caracteriza por contar con una industria robusta compuesta por 12.255 oferentes turísticos, cerca de 2.660 establecimientos de alojamiento y hospedaje, un catálogo creciente de experiencias turísticas a lo largo de las 9 subregiones, y un posicionamiento sostenido como uno de los cinco departamentos de Colombia con mayor competitividad turística según el Sistema Nacional de Competitividad e Innovación (2022); paralelamente presenta desafíos importantes de coordinación, calidad, competitividad, promoción, inclusión, infraestructura y sostenibilidad.



En conjunto con estos desafíos estructurales del sector turístico departamental, la recesión económica provocada por la pandemia con ocasión del Covid-19 en 2020 suscitó retos sin precedentes para los destinos, obligándolos a concentrar sus esfuerzos en la adecuación de la oferta para dar respuesta a los nuevos movimientos de la demanda, cobrando mayor relevancia el adecuado uso de los recursos naturales, la preservación de los activos culturales, el fortalecimiento de economías locales, el respeto de las comunidades anfitrionas y la generación de resiliencia y capacidad de recuperación de las afectaciones sufridas durante la pandemia.

En este sentido, la presente política buscará responder a un panorama amplio de retos del sector turístico departamental delimitados, concretamente en la necesidad de generación de productos y servicios turísticos sostenibles, la mejora en las capacidades técnicas del sector, el posicionamiento de los destinos departamentales, la promoción de inclusión social en sus cadenas de valor, y la profundización en las dinámicas de coordinación sectorial hacia altos estándares de sostenibilidad. De esta manera se pretende lograr un aprovechamiento del conjunto de recursos y capacidades departamentales, a un mismo tiempo que un fortalecimiento del sector en armonía con de parámetros de sostenibilidad, esto mediante la activación de capacidades e instrumentos renovados que permitan la gobernanza coordinada de las prioridades sectoriales y la transferencia de capacidades para la sofisticación y cualificación del turismo departamental.

Bajo esta misionalidad, la Política Pública de Turismo Sostenible de Antioquia buscará brindar un marco integrado de instrumentos de intervención pública armonizando el conjunto de lineamientos y antecedentes orientados a la solución de los problemas sectoriales del turismo departamental. Para esto, el diseño de esta política utiliza como principales referentes los ejercicios de planificación realizados a lo largo de las últimas décadas enfocados en la definición, focalización y desarrollo de la vocación económica de los territorios departamentales, los cuales han permitido, en términos del desarrollo turístico, un esfuerzo persistente por el diseño, escalado, comercialización y promoción de productos, experiencias y destinos turísticos del departamento, que se ha traducido en un incremento sostenido de la



participación de este sector en la economía departamental, así como la cualificación de su cadena de valor y el posicionamiento de la oferta construida.

Así mismo, los esfuerzos departamentales por el desarrollo económico en su territorio han sido acompañados de una serie de acciones orientadas a la promoción de estándares de sostenibilidad a lo largo de sus cadenas productivas, especialmente en relación con los sectores de alto impacto ambiental, entre esos el turismo. Desde esta perspectiva, se ha trabajado en instalar en el departamento la sostenibilidad como un factor de crecimiento y un parámetro de desarrollo económico, buscando, de esta manera, equilibrar las necesidades territoriales de desarrollo con las urgencias de conservación, adaptación y mitigación que impone el cambio climático.

Concretamente, la presente política se estructura, en armonía con el esquema general de esfuerzos por alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Esta ambiciosa agenda establece un marco mundial hasta 2030 para acabar con la pobreza extrema, combatir la desigualdad y la injusticia y solucionar el cambio climático. Este conjunto de 17 objetivos, con 169 metas asociadas, está centrado en las personas, es transformador y universal, y funciona como un todo integrado. En línea con este marco de objetivos, la Organización Mundial Del Turismo (OMT) define una agenda que establece un desarrollo sectorial del turismo focalizado en el impacto a los ODS, garantizando un crecimiento económico inclusivo y sostenible, y es esta agenda y su adaptación la que expresa la actual Política de Turismo Sostenible.

De la misma manera, a escala nacional las iniciativas de turismo sostenible han presentado una consolidación creciente a lo largo de los últimos 10 años, buscando un fortalecimiento y desarrollo de políticas e instrumentos de acción pública orientados a un desarrollo armonioso del sector. Ejemplo de esto es el caso de la *Política Pública De Turismo Sostenible: Unidos Por La Naturaleza*, creada en el año 2020, donde se pretende: “posicionar la sostenibilidad como pilar fundamental para el desarrollo del turismo en el país, como factor de competitividad de los negocios turísticos y de desarrollo social y cultural local”. Adicionalmente, esta política se relaciona con la política nacional de crecimiento verde, dirigida por parte del Ministerio de Medio Ambiente y Sostenibilidad, que tiene como

6



propósito “impulsar a 2030 el aumento de la productividad y la competitividad económica del país, al tiempo que se asegura el uso sostenible de la riqueza natural y la inclusión social, de manera compatible con el clima”. Ambas políticas proveen un marco de lineamientos e instrumentos técnicos, los cuales sirven para la formulación de la presente política en la fijación de las prioridades sectoriales, los criterios de focalización e intervención en sostenibilidad, así como los contenidos programáticos para el desarrollo del sector en armonía con estándares de conservación.

A escala departamental, la acción más destacada en este sentido se enmarca dentro del programa Antioquia es Mágica – AEM; programa fundamental para la consolidación de destinos en el Departamento. Este programa se orienta al rescate de tradiciones y saberes locales, el desarrollo de productos y la promoción de destino con un enfoque en los municipios con mayor nivel de desarrollo turístico. Esta iniciativa ha arrojado resultados significativos en el desarrollo de productos turísticos locales y en términos del posicionamiento y visibilización de los destinos regionales, logrando así un crecimiento y tecnificación del sector.

Así mismo, los esfuerzos departamentales por la institucionalización del sector se han visto reforzados su inclusión dentro del Plan de Desarrollo Departamental 2020-2023, “Unidos Por La Vida” como una de las líneas para el desarrollo económico desde un enfoque territorial. De la misma manera, la creación de la Secretaría de Turismo de Antioquia ha permitido reforzar la institucionalización del sector en el departamento, y la promoción de acciones de largo alcance para el posicionamiento de los destinos departamentales y la tecnificación de las cadenas de valor del turismo local.

Buscando dar respuesta a las necesidades sectoriales del turismo departamental, reforzar su institucionalización y responder a los retos públicos estructurales asociados a la sostenibilidad y desarrollo del sector, se realizó la presente política pública en colaboración con el Instituto Global para el Crecimiento Verde (en adelante, GGGI por sus siglas en inglés). Bajo un esquema común de coordinación técnica, se han adelantado procesos de planeación enfocados en la generación de lineamientos técnicos que permitan orientar y



encaminar el turismo departamental hacia estándares de sostenibilidad, bajos en carbono e incluyentes.

En el marco de estos esfuerzos, fue formulado el Plan Estratégico de Turismo Sostenible para Antioquia 2021 – 2040 (PETA), el cual busca el fortalecimiento del turismo de naturaleza, y el trazado de la apuesta para que Antioquia logre consolidarse en el destino sostenible número uno de Colombia. El PETA 2021 basó su formulación en una metodología que combina teorías y modelos de planificación turística, dando relevancia al ecosistema de mercado bajo un enfoque sostenible e innovador, y definiendo sus estrategias a partir de los pilares de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI ajustados de acuerdo con los propósitos generales del plan, proyectando el destino Antioquia a un horizonte de 20 años.

Este documento parte de un análisis de las condiciones del entorno, tomando como referencia los documentos de planificación y de productos adelantados para el sector turístico departamental y subregional desde el 2012, los adelantados por el Consejo Regional de Competitividad, el Plan de Desarrollo Departamental 2020 - 2023 y las políticas que al respecto ha formulado el Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y demás lineamientos técnicos nacionales sobre la materia. Este análisis se agrupa en siete (7) ejes (gestión integral del destino, competitividad e innovación, marketing estratégico, accesibilidad e inclusión para el turismo, infraestructura turística y pedagógica, digitalización del turismo y oportunidades económicas verdes para el turismo) con el propósito de proveer elementos que dinamicen el turismo departamental hacia altos estándares de desempeño y sostenibilidad. De manera complementaria, y con la asistencia técnica de GGGI y de manera articulada con la Secretaría de Ambiente, Corantioquia, Cornare, Corpourabá, AMVA, Parques Nacionales Naturales y demás actores, la Secretaría de Turismo formuló la Estrategia para el Impulso del Turismo de Naturaleza en Antioquia al 2040: Antioquia, Magia y naturaleza. Esta estrategia se construyó de manera participativa en el 2021.

La estrategia expone una recopilación de información referente a elementos, características, estándares y buenas prácticas de sostenibilidad que sirven como insumo y marco de referencia en el ejercicio práctico de la planificación turística para la gestión sostenible de



los atractivos de naturaleza, en un departamento que cuenta con una amplia vocación hacia el segmento de naturaleza, dadas su condición especial de ser una región biodiversa. La estrategia desarrollada tuvo como finalidad abordar un análisis amplio de las potencialidades en turismo de naturaleza con las que cuenta Antioquia, y que la hacen altamente competitiva en comparación con destinos con similares características geográficas, económicas y socioculturales o que son referente en turismo de naturaleza y sostenibilidad en Colombia. Sobre la base de este ejercicio de diagnóstico y planificación del sector turístico departamental, la presente Política Pública de Turismo Sostenible de Antioquia traza los lineamientos técnicos y programáticos para el fortalecimiento del sector mediante la respuesta, con instrumentos renovados a sus principales desafíos de desarrollo sostenible.

De la misma forma, esta política pública armoniza sus objetivos y enfoques técnicos a las disposiciones establecidas dentro de la Agenda 2040 del departamento. De esta manera, se buscará un crecimiento sostenible en el sector que sea consistente con las prioridades de desarrollo sostenible aplicables al departamento, así como con los instrumentos de política pública aplicables en las próximas décadas en el territorio departamental, esto, partiendo de un diagnóstico común de las prioridades departamentales y las necesidades de intervención pública.

Sobre este panorama se fundamenta la actual Política de Turismo Sostenible, la cual busca una integración técnica de los lineamientos vigentes, así como dotar de capacidades e instrumentos renovados las instancias departamentales de administración del turismo. Así mismo, se buscará un fortalecimiento y escalamiento de los programas vigentes, y de las dinámicas de coordinación entre actores con miras a lograr una señalización definida de las prioridades del sector, y una distribución coordinada de esfuerzos entre los actores del mismo. En este sentido, la presente Política de Turismo Sostenible tendrá como misión superior la dinamización de los procesos de desarrollo económico en el departamento a partir del fortalecimiento del turismo y su armonización con estándares óptimos de conservación ambiental e impacto social.

2. Antecedentes y justificación



Este apartado desarrolla una descripción del conjunto de políticas y lineamientos técnicos que han sustentado, a lo largo de las últimas décadas, el desarrollo de instrumentos públicos para el direccionamiento, focalización y transferencia de capacidades al sector turismo. De esta manera, se expondrán los principales referentes en el desarrollo de iniciativas orientadas a la promoción del turismo, especialmente aquellas con un alto contenido y orientación hacia la generación de procesos sostenibles y que han constituido insumos fundamentales para el departamento de Antioquia en la adopción de estas prácticas, lineamientos e instrumentos de política.

Sobre la base de estas políticas, y en la búsqueda por la implementación de los planteamientos delineados en plan de desarrollo departamental *Unidos Por La Vida 2020 – 2023*, específicamente en las líneas *Nuestra Economía y Nuestro Planeta*; la presente política buscará una profundización y adaptación de los principales antecedentes en materia de turismo sostenible a las condiciones del sector en el departamento, así como al esquema de necesidades de desarrollo y protección ambiental particulares de las regiones, los cuales ofrecen el marco de necesidad sobre el cual se fundamenta y se justifica la formulación de esta política.

2.1 Antecedentes

En la presente construcción de política pública el departamento de Antioquia ha adoptado, en un esquema armónico y renovado, una serie políticas y lineamientos técnicos de orden internacional, así como instrumentos nacionales que tienen dentro de sus misionalidades promover y regular de manera focalizada las políticas en materia de turismo sostenible. De esta manera, en adelante ofreceremos un panorama de las principales regulaciones, normativas y criterios técnicos que sustentan la creación de la Política Pública de Turismo Sostenible, y la forma en la que estos antecedentes constituyen un soporte y referencia para propia construcción de política en el departamento de Antioquia. Estos referentes son:

2.1.1 Antecedentes internacionales

Los fundamentos normativos y técnicos de orden internacional para la construcción de la presente política son el Convenio sobre la Diversidad Biológica 1994; la Declaración de



Crecimiento Verde de la OCDE 2009; la Declaración de Río + 20 2012; la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible 2015; el Acuerdo de Cambio Climático de París, adoptado en la COP 21 2015; y la Declaración hacia una plataforma de Crecimiento Verde de la Alianza del Pacífico 2016” (CONPES 3934, 2018). Así mismo, son contemplados los compromisos derivados de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano, realizada en Estocolmo en el año 1972. La Declaración que se desprendió de dicha conferencia resalta la necesidad de preservar y mejorar el medio ambiente para las generaciones presentes y futuras (principio 1), y de planificar el uso de los recursos naturales (principio 2) (Sachs, 2016). En este sentido, la conservación ha ido consolidándose internacionalmente como estándar para la ejecución de procesos de desarrollo económico, esto ha logrado sustentarse en la Declaración para La Conservación de los Recursos Vivos para el Logro de un Desarrollo Sostenido, la cual fue elaborada por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y de los Recursos Naturales (UICN) con el fin de “contribuir al logro de un desarrollo sostenido mediante la conservación de los recursos vivos” (UICN, 1980, pp. iv). Este concepto fue incorporado posteriormente en el “Informe de Brundland”, emitido en el año 1987 por la Comisión sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de las Naciones Unidas. Adicionalmente, en 1992 tuvo lugar la Conferencia Mundial Sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, “Cumbre de la Tierra”, de la que se desprendieron la “Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo” y la Agenda 21. Esta declaración es un conjunto de principios que reconocen la riqueza natural mundial e incluyen las responsabilidades de los países para el progreso y el bienestar de la humanidad (Política de Turismo Sostenible de Naturaleza, 2020).

De la misma manera, son integrados los lineamientos derivados de las cartas internacionales sobre el turismo cultural (ICOMOS, 1976,1999 Y 2021); la Resolución de la VI Asamblea General de la OMT por la que se adoptaban la Carta del Turismo y el Código del Turista, del 26 de septiembre de 1985; el Código Ético Mundial para El Turismo (OMT, 2003); la Convención Marco Ética del Turismo (OMT,2017), la Declaración de Siem Reap Turismo y cultura (OMT,2015); la Declaración de Mascate Turismo y Cultura (UNESCO,2017); la Declaración Estambul Turismo y Cultura.(UNESCO,2017); las Normas de Quito (UNESCO,1967); la Convención Sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y



Natural (UNESCO,1972); la Convención Para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural e Inmaterial (UNESCO,2003); la Convención de la UNESCO Sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (UNESCO,2005); y las Orientaciones sobre cultura y desarrollo local (OCDE-ICOM,2019).

Así mismo, la presente Política Pública de Turismo Sostenible busca integrar los estándares internacionales de seguridad turística, estos, especialmente orientados a la mitigación de riesgos asociados a la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes en el contexto de la actividad turística. De esta manera, se adopta la Convención Internacional de los Derechos del Niño (1989), la cual es integrada a la legislación nacional mediante la Ley 12 de 1991, de forma que el Estado Colombiano se compromete a realizar acciones dirigidas a la prevención y erradicación de la ESCNNA. En línea con estos esfuerzos, se adoptan el Protocolo Facultativo de la CIDN, relativo a venta, prostitución y pornografía, ratificado por Colombia a través de la Ley 765 de 2002 y la Convención Interamericana sobre Tráfico Internacional de Menores de 1994, cuyo objeto es la protección de los derechos fundamentales y el interés superior del menor, así como la prevención y sanción del tráfico internacional de menores y la regulación de los aspectos civiles y penales del mismo. De la misma manera, son integrados el Convenio 182 sobre la prohibición de las Peores Formas de Trabajo Infantil y la Acción Inmediata para su Eliminación de 1999, ratificado por Colombia por medio de la Ley 704 de 2001; la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, la Convención de Belem do Pará del 9 de junio de 1994, que contempla la violencia sexual como una forma de violencia basada en el género, es decir por su condición de mujer; y el Protocolo para la Prevención, Supresión y Castigo del Tráfico de Personas, Mujeres y Niños que complementa a la Convención de las Naciones Unidas sobre la Delincuencia Transnacional Organizada, PALERMO, ratificado el 25 de diciembre de 2003 mediante la ley 800 de 2003” (ESCNNA, 2018, p.40). Así mismo, se destaca la ley 1336 de 2009, la cual establece un espectro de medidas orientadas a los actores de la cadena turística con miras a regular, guiar e informar sus actividades de forma que sea mitigada su incidencia en la exploración sexual y comercial de menores, así como alinear sus acciones con la estrategia nacional contra el ESCNNA.



Estos antecedentes, a escala internacional, establecen el marco de lineamientos técnicos para el desarrollo del turismo departamental dentro de estándares de sostenibilidad, los cuales permiten un desempeño de las actividades sectoriales en armonía con parámetros de conservación ambiental, así como protección social de las comunidades en las que opera. Así mismo, definen los criterios de calidad del sector y el espectro de reglas que regulan el mercado a nivel turístico. De esta manera, estos lineamientos son adoptados por la actual política pública como el marco general de parámetros a aplicar en la promoción de destinos y en la generación de actividades turísticas.

2.1.2 Antecedentes nacionales

2.1.2.1 Política pública de crecimiento verde:

“La Política de Crecimiento Verde tiene como propósito impulsar a 2030 el aumento de la productividad y la competitividad económica del país, al tiempo que se asegura el uso sostenible de la riqueza natural y la inclusión social, de manera compatible con el clima. De esta manera, sus estrategias, acciones y metas se encuentran en sintonía con los preceptos del “Pacto por la Sostenibilidad” del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018 – 2022 “Pacto por Colombia, pacto por la equidad”, que busca consolidar acciones que permitan un equilibrio entre la conservación y la producción, de forma tal que la riqueza natural del país sea apropiada como un activo estratégico de la Nación”. (Departamento Nacional de Planeación, 2018)

Esta política recoge los documentos CONPES 3697, el cual contiene la política para el desarrollo comercial de la biotecnología a partir del uso sostenible de la biodiversidad, con el objetivo de crear condiciones económicas, técnicas, institucionales y legales para el desarrollo de empresas y productos comerciales basados en el uso sostenible de la biodiversidad; el Documento CONPES 3866, correspondiente a la Política Nacional de Desarrollo Productivo, que busca resolver fallas de mercado, de gobierno y de articulación, con acciones orientadas al mejoramiento de capacidades de producción e innovación, el cierre de brechas de capital humano y el cumplimiento de estándares de calidad para promover la internacionalización de los productos colombianos. El documento CONPES 3874, el cual traza la política nacional para la gestión integral de residuos sólidos, que



proponer avanzar hacia una economía circular, en la que el valor de los productos y materiales se mantengan durante el mayor tiempo posible en el ciclo productivo.

2.1.2.2 Política pública de turismo sostenible, unidos por la naturaleza:

Esta política busca fortalecer la sostenibilidad de la cadena de valor del turismo en Colombia, con el fin de mejorar su competitividad, garantizar la conservación y uso responsable del capital natural y generar un mayor valor agregado al país (Ministerio de comercio industria y turismo, 2020, p.20). De esta manera, esta política busca armonizar los objetivos de desarrollo económico, sociocultural y ambiental, con el fin de mejorar la competitividad, garantizar la conservación y uso responsable del capital natural y así generar un mayor valor agregado al país (Ministerio de Comercio Industria y Turismo) consolidándolo como un negocio económicamente rentable y viable, pero también convirtiéndolo en un mecanismo de desarrollo social.

En este sentido esta política es una apuesta que proyecta el turismo sostenible mediante seis grandes estrategias, 14 programas, 32 proyectos y 140 acciones que componen la hoja de ruta, para consolidar, posicionar y gestar el sector turismo en Colombia, esto a partir de la incorporación de estrategias entorno a la gobernanza, planificación, gestión, toma de decisiones en los destinos, los empresarios y los turistas.

Desde un punto de vista universal, la Política de Turismo Sostenible es aplicable a todos los tipos de destino, a todas las tipologías de turismo y a todos los actores de la cadena de valor del sector, incluyendo los turistas (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020) por lo tanto las actividades ofertadas, los servicios contratados y los productos turísticos comercializados deben involucrar una responsabilidad con el capital natural y con una perspectiva que asegure la permanencia de las tradiciones, la cultura y el libre desarrollo social de las comunidades locales.

2.1.2.3 Colombia destino turístico cultural y creativo y sostenible:

El propósito de esta política es mejorar las condiciones de sostenibilidad y competitividad del turismo cultural y creativo en Colombia. De esta manera se busca propiciar la vinculación, inclusión y participación de las comunidades locales en su desarrollo turístico;



así mismo, se busca fortalecer la preservación, valoración y gestión responsable del patrimonio y de los activos culturales del país; impulsando la integración efectiva de las cadenas de valor de las industrias turísticas, culturales, artísticas y creativas con miras a lograr un mejor posicionamiento y reconocimiento de Colombia como destino, así como contribuir a la garantía y protección de los derechos económicos, ambientales, sociales y culturales de las comunidades locales.

Para esto, se busca fortalecer y diversificar la oferta turística de los destinos consolidados y emergentes, a partir de las expresiones culturales materiales e inmateriales. La presente política cuenta para ello, con 5 estrategias, 13 programas y 39 proyectos para el logro de los objetivos y contribución a la solución de las problemáticas identificadas en el sector cultural (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021), de la mano de organizaciones y entidades que propenden por el cumplimiento de las acciones de manera creativa y sostenible. En este sentido, los componentes de esta política se direccionan a la consolidación de la oferta, la innovación, la especialización del producto turístico cultural, acceso al conocimiento, inclusión social, gobernanza y alianzas estratégicas en el sector turístico.

2.1.2.4 Política pública de infraestructura turística:

El objetivo principal de esta política es fortalecer los procesos de formulación, planeación, gestión, evaluación y seguimiento de proyectos encaminados al desarrollo sostenible de una infraestructura turística que responda de manera coherente con las necesidades de los territorios y poblaciones locales, propendiendo por la articulación eficiente con otras instituciones que fomentan infraestructura estratégica para el país. Así mismo dar cumplimiento a las misionalidades de la política, a saber:

- Aumentar la capacidad técnica para la gestión de proyectos de infraestructura turística.
- Implementar estrategias de planeación de infraestructura turística que respondan a la vocación turística de los territorios y a las necesidades del sector turismo.
- Facilitar los mecanismos de financiación para la inversión en infraestructura turística.



- Fortalecer la articulación interinstitucional para la gestión y desarrollo de la infraestructura de soporte para el turismo.
- Promover mecanismos innovadores en el desarrollo de la infraestructura turística inteligente.
- Poner en marcha acciones que consoliden la infraestructura turística sostenible. (Ministerio De Comercio Industria y Turismo, 2020, p.36).

2.1.2.5 Política pública para la prevención y erradicación de la explotación sexual comercial de niñas niños y adolescentes:

La Política Nacional de Infancia y Adolescencia, tiene por objetivo prevenir y erradicar la explotación sexual comercial infantil y mediante la generación de mecanismos de protección a sus derechos, y de esta manera contribuir en la garantía del desarrollo integral de niñas, niños y adolescentes. Busca, así mismo, materializar los principios de protección integral, el interés superior de niñas, niños y adolescentes, la prevalencia de sus derechos y la corresponsabilidad de la familia, el Estado y la sociedad". (Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, 2018, p.49). La Política Nacional de Infancia y Adolescencia, busca prevenir proveer un marco unificado de acción para el gobierno nacional y territorial, con el propósito de restablecer, fortalecer y erradicar la explotación infantil, esto mediante estrategias como el empoderamiento de la ciudadanía, el fortalecimiento del mecanismo de judicialización, la conformación de alianzas de cooperación internacional y la consolidación de las capacidades de las entidades públicas para enfrentar el problema, de ahí la importancia que la política cuente con un enfoque diferencial, de derechos, de género con perspectiva de interseccionalidad y de curso de vida (Gobierno de Colombia, 2018).

En este sentido, la política busca generar las condiciones de bienestar, acceso a oportunidades con equidad e incidencia para la protección de las niñas, niños y adolescentes; su desarrollo en el departamento de Antioquia es fundamental teniendo en cuenta que el turismo sexual y la pornografía infantil, es un flagelo que amerita la intervención de las autoridades para reducir la pobreza, mejorar la calidad de vida y las oportunidades de los ciudadanos de los destinos turísticos.



2.1.2.6 Ley 2239 de 2022: por medio de la cual se regula la actividad del agroturismo en Colombia:

La ley 2239 de 2022 define los criterios de operación para el direccionamiento del agroturismo en el país, de esta manera, construye los lineamientos y objetivos para el mantenimiento de la actividad agraria y su compatibilidad con el desarrollo de atractivos agroturísticos. Así mismo, distribuye las competencias para la administración de fomentos, certificaciones y la emisión de nuevos lineamientos en la materia que regula y habilita los mecanismos para la implementación de circuitos agroturísticos.

Las políticas expuestas anteriormente se enmarcan, en términos generales, dentro de los lineamientos realizados por instancias nacionales en la búsqueda de profundizar, desarrollar y tecnificar la capacidades e instrumentos vigentes en torno al trazado e implementación de iniciativas para promover el turismo sostenible en el país. De esta manera, las políticas mencionadas han aportado el marco de referencia para el desarrollo técnico del turismo sostenible a nivel nacional y permite la fundamentación técnica la gobernación de Antioquia para establecer parámetros a la creación de la Política Pública de Turismo Sostenible dentro del esquema de regulaciones vigentes.

En este sentido, las políticas y lineamientos nacionales expuestos, son adoptados dentro de la presente política como los parámetros para el desarrollo del sector turístico departamental dentro de esquemas de sostenibilidad. Así mismo, son adoptados estos lineamientos en el diseño y orientación de las acciones sectoriales en materia de desarrollo de producto turístico aplicables al departamento, especialmente en términos de promoción de destino y de la regulación de la actividad turística y sus impactos ambientales y sociales. De esta manera, la presente política buscará actualizar y aplicar estas regulaciones a escala departamental mediante la señalización de las líneas de acción pertinentes para su materialización.

2.1.3 Antecedentes departamentales

En esta misma línea de esfuerzos, la administración departamental, en la búsqueda por generar dinámicas de desarrollo económico a nivel regional, han generado procesos que han



permitido un aumento del turismo como motor para la economía departamental, con un hito inicial de este proceso en el periodo comprendido entre 1999 y 2005 (Giraldo & Zapata, 2010) donde el turismo presentó por primera vez una participación en el PIB del 1,68 %, lo cual constituye un estándar de participación elevado para las dimensiones del sector en el departamento para los años en cuestión. Citando a Giraldo & Zapata (2010), se menciona que este fenómeno es consecuencia de “las caravanas turísticas en el marco y acompañamiento del gobierno Nacional, donde la prioridad era salvaguardar la vida del turista y viajero”. En el marco de este periodo de auge inicial de turismo departamental, los peajes del departamento registraron aproximadamente 1.614.652 vehículos (DNP,2007), presentando un aumento de más del 300%. Este aumento del turismo departamental fue el resultado de una mayor seguridad vial y una coordinación precisa entre los gobiernos nacional y los entes territoriales, en este caso, con el departamento de Antioquia.

En consonancia con este patrón de consolidación del sector turismo en Antioquia, el Registro Nacional de Turismo dio cuenta, para el año 2003, de un 59% de empresas de turismo inscritas a nivel nacional, del cual, el 8% estaban en el departamento” (Giraldo & Zapata, 2010). Es así como, sobre esta base, el departamento formula una agenda interna para la competitividad (2007, p.51) donde el adquiere un marco institucional con instrumentos y acciones definidos para su promoción departamental dentro del esquema de acciones de la administración. Sin embargo, el tratamiento administrativo que recibía el turismo se limitaba al sector de servicios empresariales y personales, siendo especialmente enfocado el turismo de negocios y eventos (DNP,2007). Desde esta perspectiva, la misión para el sector turismo planteada desde la Secretaría de Competitividad y Productividad era alcanzar, para el año 2020, una proporción de participación del turismo en el PIB alrededor del 9% “fruto de los manejos creativos e innovadores de su biodiversidad, los negocios y los eventos” (Agenda interna de productividad de Antioquia, 2007, p.51). Así mismo, se establecían 15 objetivos dentro de la secretaria para dar cumplimiento a esta misión general, a saber:

- Crear centro de investigación para el sector turístico.
- Investigaciones de mercado y sistema de inteligencia competitiva.



- Generación de indicadores de todo el sector (estadísticas turísticas).
- Formulación y ejecución de planes de ecoturismo para la consolidación uso sostenible de áreas de reserva de la jurisdicción de Corantioquia.
- Las obras de infraestructura son prioritarias, tanto las nuevas como la adecuación de las existentes.
- Aprender de las regiones y países con características similares a las del departamento que han sido exitosos en la promoción de agroturismo y el ecoturismo (ejemplo el eje cafetero, costa rica).
- Promover programas de formación y capacitación enfocados en el sector turismo mediante alianzas Empresas – Universidad- Estado.
- Desarrollo de productos turísticos.
- Diagnóstico, factibilidad y financiamiento de proyectos.
- Fomento de la cultura turísticas y ambiental.
- Apoyos gubernamentales para el desarrollo del turismo.
- Uso de tecnologías de información y comunicación.
- Desarrollo institucional y ajustes normativos.
- Atracción de inversión.
- Promoción de la asociatividad entre empresarios.

En este contexto, es importante comprender que el departamento de Antioquia, a pesar de tener incluidas dentro de sus líneas de trabajo al sector turismo, no contaba con una focalización especializada de políticas para su desarrollo. En respuesta a esta necesidad, se crea el Plan de Desarrollo de Turístico para Antioquia. Este plan buscaría ser “una herramienta práctica que permitiría visualizar y evaluar las potencialidades que tiene el departamento para desarrollar una actividad, que, como el turismo, puede traer grandes beneficios. Igualmente, posibilitar, ordenar, priorizar y desplegar en el tiempo las



proyecciones y proyectos que se deben desarrollar a la luz de la evaluación de recursos. Así mismo, buscaría poner en marcha las expectativas y propuestas que surgen desde este ámbito, buscando que el turismo se integre como un renglón importante de la economía interna, mejore las condiciones de competitividad de los agentes vinculados a él y se convierta en factor generador de calidad de vida para todos los antioqueños” (Gobernación de Antioquia, 2003, p.52). Además de esto, el plan establecía que “La sustentabilidad del proceso de desarrollo turístico propuesto está definida en términos de generar un mínimo impacto sobre los recursos naturales, sobre la cultura y sobre las comunidades receptoras, en el marco de una actividad económica que permita establecer condiciones de equidad social”. Siendo de esta manera un plan pensado para el futuro sostenible del departamento (Gobernación de Antioquia, 2003, p.52). En esta iniciativa se buscaba una ampliación de los destinos referencia del departamento, de forma que se potenciara la relación del municipio de Medellín en articulación con los demás entes territoriales mediante la creación de los consejos regionales de turismo en todo el departamento y así potenciar la oferta turística y consolidación de destino a nivel departamental.

Este plan trazaba, adicionalmente, la misionalidad de promover “políticas y estrategias que trasciendan el uso limitado de incentivos, del adelanto del capital humano, educación y entrenamiento, infraestructura física, regulación ambiental y comercial, usos del suelo, recursos naturales, estabilidad fiscal, calidad de vida y de otras consideraciones, las cuales recaen dentro del quehacer del estado y de las autoridades de nivel regional y local, por lo que tiene un impacto mucho mayor sobre el desarrollo de las subregiones y localidades”(Plan de desarrollo turístico de Antioquia, p.521).

Seguidamente, el departamento de Antioquia avanzó en la consolidación de iniciativas para la promoción del turismo departamental, logrando, en el primer periodo del gobernador Anibal Gaviria, “*Antioquia Nueva, Un Hogar Para La Vida 2004-2007*”, trazar las líneas estratégicas que permitieran la promoción del turismo como un proceso dotado de instrumentos y capacidades enfocado en el desarrollo económico regional. Este Plan de Desarrollo, en su línea estratégica número 1 (Integrar y articular territorialmente a Antioquia), plantcaba “superar el aislamiento interno y externo del departamento, además, la



superación de las deficiencias presentes en materia de telecomunicaciones y la débil conectividad vial, brechas fundamentales a superar en la promoción del turismo en el departamento. De la misma manera que se buscaría posibilitar la articulación e interconexión entre los diferentes centros urbanos y de estos con las zonas rurales” (Antioquia,2004-2007). Este plan también hacía énfasis en la alianza con el municipio de Medellín para el apoyo de internacionalización conjunta del departamento. Por otra parte, en su objetivo número 3.2 de esta línea buscaba propiciar y fomentar el manejo integral de cuencas hidrográficas (...) así como la búsqueda del uso sostenible de la biodiversidad del departamento y la tecnificación de las organizaciones comunales en pro del fortalecimiento ambiental.

Por su parte, la línea número 3 (Revitalización de la economía antioqueña), planteaba como objetivo “incentivar la productividad y competitividad del departamento promoviendo y fomentando el uso y aprovechamiento eficiente racional y sostenible de los recursos naturales. En desarrollo de esta misionalidad, la línea de trabajo propone un uso intensivo del sector turismo, mediante el desarrollo de productos agroturísticos, ecoturísticos y ecosistémicos que dinamicen la economía rural y el aprovechamiento de los recursos naturales. De esta manera se establecen los siguientes objetivos para materializar el propósito de convertir los recursos naturales del departamento en fuente de desarrollo sostenible:

- Promover la recuperación de los atractivos turísticos naturales del departamento.
- Impulsar proyectos agroturísticos y ecoturísticos.
- Promover el conocimiento a empresarios, inversionistas y comunidad en general de las potencialidades sobre las subregiones.
- Apoyar el desarrollo del proyecto posadas nativas turísticas.
- Articulación del sector privado y comunidad rural para el diseño de promoción de productos turísticos donde se involucre el agro y los recursos naturales.

Desde este Plan de Desarrollo Departamental se buscaba, de esta manera, una dinamización del sector turismo mediante la promoción del desarrollo de productos, destinos y experiencias turísticas que permitieran el crecimiento económico a través de la tecnificación de la oferta



y un incremento en la demanda. Así mismo, se propondría el apoyo a los planes de desarrollo turístico subregional y articulación nacional al plan turístico departamental y a otros programas de infraestructura e inversión social, permitiendo así una integración armónica de los actores sectoriales y una sofisticación y aumento en la coordinación de la cadena de valor turística (Antioquia,2003-2007).

Por su parte, desde el plan de desarrollo departamental (2008-2011), *“Antioquia para Todos. Manos a la Obra”*, en su línea de Desarrollo económico, se plantea como misionalidad para el sector turismo departamental el objetivo de “identificar, caracterizar y potencializar la riqueza turística, generando apuestas concertadas entre sectores público y privado, que permitan coordinar y centrar esfuerzos y recursos en los aspectos en los que el departamento presenta las principales fortalezas” (Plan de desarrollo de Antioquia 2008-2011). Así mismo, el plan de desarrollo plantea la búsqueda de “la sostenibilidad de la actividad turística en el departamento de Antioquia, mediante el fortalecimiento de las estructuras departamental y municipal, con la articulación de los eslabones de la cadena del turismo (clúster) y la complementación y asociatividad en los sectores público y privado. Para lo cual se buscaría el fortalecimiento de la gestión orientada a la implementación de los planes de desarrollo turístico en los municipios y micro regiones con vocación turística, y se avanzaría en la actualización de inventarios de atractivos, consolidación y apropiación de la información primaria y secundaria que alimenta” (Plan de desarrollo 2008-2011). Paralelamente, este Plan de Desarrollo plantea el objetivo de lograr una integración y aprobación de las políticas turísticas departamentales con miras a la apropiación de la normatividad turística, y al incremento de los niveles de formalidad y calidad en el sector. Adicionalmente, la implementación de la política de fomento y promoción departamental, buscaría facilitar el acceso a alternativas de financiamiento apropiadas para el sector” (Plan de desarrollo 2008-2011).

En línea con estos objetivos, el Plan de Desarrollo 2008-2011 establecía la priorización de acciones en materia de infraestructura para la potencialización del sector turístico departamental, habilitando mecanismos de inversión en conectividad para dinamizar el mismo. De esta manera, se buscaba la identificación de zonas del departamento con grandes



potencialidades turísticas para promover en ellas una adecuada conectividad, movilidad y tecnología de información que activara el flujo turístico. Así, se buscaría generar incentivos para el sector privado, de forma que orientara recursos de inversión a la infraestructura para el turismo. Igualmente, se buscaría la introducción de nuevas tecnologías para el desarrollo de la información turística en el departamento y se desarrollaría un plan de señalización turística en Antioquia. (Plan de desarrollo 2008-2011). Finalmente, este plan establecía la promoción de la educación turística que complementara los esfuerzos en tecnificación de la oferta sectorial. La ejecución de esta iniciativa pretendía “la articulación de las instituciones capacitadoras del sector turístico con la adecuada formación en empresarismo para la competitividad y la profesionalización del talento humano y la realización de acciones como: la firma de convenios con instituciones de educación superior para la formación en el área turística, el desarrollo del área vocacional en turismo en el bachillerato, y el desarrollo de programas específicos de competencias laborales, buscando la cobertura de las diferentes áreas de la industria turística y fortaleciendo la investigación en este campo. (Plan de desarrollo 2008-2011).

Profundizando este proceso de consolidación técnica del sector turismo, para el año 2012 fue formulado el Plan de Desarrollo turístico de Antioquia el cual, como misión principal, se proponía a un horizonte de cuatro años, que los actores del turismo desarrollaran una bitácora para el fortalecimiento y posicionamiento del destino departamental conforme a las demandas nacionales e internacionales, contribuyendo así a que el departamento de Antioquia consolidara su visión de convertirse en la mejor esquina de América, justa, pacífica, educada, pujante y en armonía con la naturaleza para el año 2025, y lograra, de esta manera, un aporte del 7% al 9% del PIB departamental.

De la misma manera, continuando los esfuerzos anteriores en materia de desarrollo turístico, el Plan de Desarrollo de Antioquia 2016-2019 se planteó como objetivo principal fortalecer el tejido empresarial en Antioquia, enfocado a la sostenibilidad, consolidación de mercados, la creación de empresas y la pertinencia regional”. Concretamente, en términos de promoción turística, el Plan determina que el departamento de Antioquia se viene consolidando alrededor de las potencialidades que ofrece el turismo de naturaleza, así como actividades



asociadas al turismo rural y a las actividades tradicionales campesinas, que se articulan en Rutas Turísticas gestionadas por la sociedad civil. El lineamiento de trabajo planteado en este plan estaría direccionado por Agendas Estratégicas de Competitividad, a su vez concertadas durante su formulación con los empresarios y las autoridades de turismo en cada una de las subregiones, así como a partir de las necesidades identificadas en materia de infraestructura para el turismo. De esta manera, las brechas identificadas en la Matriz de Competitividad Turística de Antioquia de 2015, serían las áreas de trabajo prioritarias para el desarrollo del turismo departamental, las cuales estarían relacionadas con la falta de operación de los aeropuertos regionales, el deterioro y pérdida de atractividad de los recursos naturales y culturales, la insuficiencia en puntos de información y señalización turística, los pocos proyectos gestionados para el desarrollo de equipamientos como muelles, malecones, bulevares para peatones, motorrutas y ciclorrutas.

De esta manera, el Plan de Desarrollo 2016-2019 establecía, como principales desafíos del sector turístico departamental, la consolidación del departamento como destino internacional, la introducción de procesos de innovación en las cadenas de valor del turismo, y el alcance de un aporte del 3.82% del turismo al PIB departamental para el año 2019. Además, buscaría el fortalecimiento del Sistema de Indicadores Turísticos de Antioquia – SITUR, la generación de proyectos de infraestructura para el turismo, la creación de Parques Temáticos, el embellecimiento de las playas priorizadas en el Urabá antioqueño; la realización de campañas de promoción turística nacional e internacional, y la participación en ferias, fiestas y eventos estratégicos nacionales e internacionales.

Para el año 2019, el sector turístico representaba el 3.82% del total del PIB colombiano, el 2022 cierra con una participación del turismo en la economía del 4.58%; cifra cercana a la de Antioquia que en el 2019 el turismo representaba el 4% del PIB del departamento y cierra el 2022 con un estimado del 4.8%.

Así mismo, la presente política busca materializar los lineamientos trazados por el Plan de Ordenamiento Territorial (POD) del año 2019. Este Plan define los usos del suelo a nivel departamental en términos de su vocación económica y traza, en este sentido, las áreas geográficas con mayor potencialidad para desarrollo turístico. La presente política desarrolla



y profundiza esta vocación territorial mediante la dotación de instrumentos de intervención y desarrollo en materia turística para los territorios así focalizados por el POD.

De manera complementaria, la Gobernación de Antioquia declaró en febrero del 2020 el estado de Emergencia Climática, con el objetivo de trazar una hoja de ruta para la adaptación y mitigación del cambio climático a través de acciones que permitan reducir las emisiones de gases de efecto invernadero desde la colaboración estratégica con el sector público, privado, solidario, académico y comunitario. En línea con lo anterior, en el Plan de Desarrollo Antioquia Unidos por la Vida 2020-2023, Línea 2 Nuestra Economía, incluyó como meta la formulación de una Política de Crecimiento Verde, proceso que empezó en el 2021 para recopilar los insumos para la formulación, a través de la consulta a más de 300 personas.

Esta política se está realizando de manera articulada con los diferentes actores del territorio y es asesorada por el GGGL. En el marco de esta política, se visibilizarán los escenarios para el crecimiento verde, en los cuales se incluyen las estrategias de economía circular, economía forestal, eficiencia energética, bioeconomía, agricultura regenerativa, ganadería y turismo sostenibles. En el marco de esta integración técnica, la formulación de la presente política parte de la adopción, armonización y ampliación de los ejercicios desarrollados para el diseño del Plan Estratégico de Turismo Sostenible para Antioquia 2021 – 2040 (PETSA). En este sentido, la presente política traza sus principales elementos diagnósticos, así como sus mecanismos de intervención pública y orientaciones programáticas en respuesta a los problemas sectoriales diagnosticados en dicho plan. De esta manera, esta política se entenderá como la reestructuración y focalización de un conjunto integrado de instrumentos para la atención integral del sector turístico departamental a largo plazo a partir de los lineamientos definidos por el PETSA.

A la luz de estos antecedentes, se han venido construyendo en el departamento un proceso definido de asignación de competencias, objetivos, capacidades, presupuesto, metas y orientaciones técnicas para el desarrollo turístico como motor de prosperidad económica en las regiones. Es dentro de este marco de evolución que la administración 2020-2023 *Unidos Por la Vida*, el señor Gobernador Aníbal Gaviria creó la Secretaría de Turismo del departamento, permitiendo proyectar el sector como un área de esfuerzo focalizado dentro



de la administración y convirtiéndolo en un compromiso de primer nivel para el desarrollo departamental. De esta manera, la presente política buscará continuar y profundizar la trayectoria de consolidación del sector turismo en el departamento retomando y dando continuidad a los avances de administraciones anteriores, y proyectando, dentro de la un escalamiento y refuerzo de la dinámica de crecimiento turística, una nueva etapa de desarrollo del sector, caracterizada por su compromiso con la sostenibilidad.

2.2 Justificación:

La sostenibilidad, en tanto criterio para el desarrollo del sector turismo, ha permitido la construcción de proceso de movilización y coordinación para el alcance de nuevos estándares sociales en calidad de vida, así como el trabajo en la mitigación de las afectaciones ambientales del sector. Así mismo, ha permitido la armonización entre dinámicas de crecimiento regional y el respeto a estándares de desempeño ambiental y social de las comunidades locales.

El crecimiento económico del turismo ha sido escalonado. Para Colombia el flujo migratorio de extranjeros para el año 2022 fue de 3.511.211 pasajeros, una cifra superior a la registrada en el 2021 donde fue 1.522.129; para el caso de Antioquia el flujo migratorio de extranjeros no residentes según MinCit fue de 682.083 turistas. Un aumento del 137% frente al 2021 (287.064) y del 56% respecto al 2019 (438.532). Frente a transporte terrestre el año 2022 cerró con 1.773.261 vehículos movilizadas a través de las terminales de transporte de la capital antioqueña, cifra superior a la del año 2021 que fue de 1.492.843 (Un aumento del 19%).

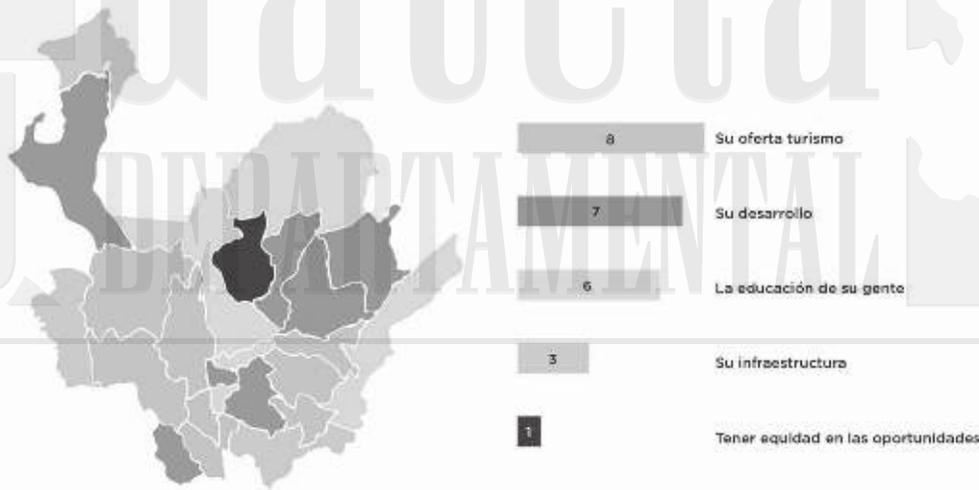
Estas cifras internacionales que demuestran el crecimiento del sector turístico se añan a los 2.585.290 viajeros nacionales que ingresaron al departamento con motivaciones diferentes, los cuales se vienen distribuyendo por las subregiones y generan una ocupación de las 96.021 camas de establecimientos de alojamiento y hospedaje y en general utilizan los servicios turísticos de 14.347 operadores activos que se localizan en el departamento.

En línea con esta relevancia del sector turístico, la Organización Mundial del Turismo (OMT) establece que, “Siendo uno de los sectores económicos con mayores dimensiones del mundo,

y uno de los que registra un crecimiento más rápido, el turismo se encuentra en una buena posición para fomentar el crecimiento económico y el desarrollo a todos los niveles y aportar ingresos mediante la creación de empleo. El desarrollo del turismo sostenible, y su incidencia en las comunidades, puede vincularse con los objetivos nacionales de reducción de la pobreza, con los relacionados con la promoción del emprendimiento y los pequeños negocios, y con el empoderamiento de los grupos menos favorecidos, en particular las mujeres y los jóvenes” (OMT).

De la misma manera, el sector turístico en el departamento es definido por las comunidades locales como uno de los elementos centrales a focalizar en la promoción del desarrollo departamental al horizonte 2040. El turismo, en este sentido, es el factor seleccionado por la mayor cantidad de zonas en el departamento como principal actividad por la cual querían ser reconocidos sus habitantes, como puede ser visto en el mapa 1.

Ilustración I. ¿Como queremos ser reconocidos en el 2040?



Fuente: (Gobernación de Antioquia, 2023)

Esta priorización realizada por las comunidades del departamento traza uno de los elementos justificatorios centrales en la formulación de la presente política, esto es, en tanto el turismo es la principal actividad por el cual quieren ser reconocidas las comunidades, existe la



necesidad pública de crear respuestas para el direccionamiento y la señalización de las actividades departamentales hacia el posicionamiento del sector, de forma que sea garantizada la transición de estas zonas hacia el desarrollo del turismo como principal actividad económica local.

Sobre la base de este rol del sector del turismo, es necesario diseñar instrumentos de planificación que señalicen las acciones prioritarias, las áreas de oportunidad y permitan trazar un esquema de acciones coordinado ente los actores sectoriales. En el marco de esta necesidad, se ha buscado la creación de la hoja de ruta que dirigirá a Antioquia en los próximos años, la cual está articulada a las políticas nacionales, y normatividad vigente, especialmente con la ley 300 de 1996, ley 1101 de 2006, ley 1336 de 2009, ley 1558 de 2012 y la ley 2068 de 2020, entre otras disposiciones normativas.

En este sentido, la presente Política de Turismo se desarrolla con un enfoque estratégico, competitivo y a largo plazo, en donde la motivación de su ejecución se centra en tres ejes centrales: en primer lugar, la descentralización y adaptación de las políticas nacionales a una escala departamental en líneas estratégicas armoniosas y renovadas acordes a las necesidades de las subregiones; en segundo lugar, responder a la necesidad de crear una hoja de ruta que responda a las condiciones turísticas del departamento; y, en tercer lugar, establecer programas y proyectos propios del sector turístico que permitan direccionar el sector hacia mayores estándares de desarrollo económico sostenible aplicables al turismo departamental.

En línea con este propósito, la Política Pública de Turismo Sostenible de Antioquia fue construida en concordancia con los objetivos trazados por la Agenda 2040 del departamento. En este sentido, esta política buscará, dentro de sus objetivos misionales, la visibilización de la diversidad local y la promoción de las experiencias y saberes de los territorios mediante la implementación de herramientas orientadas al desarrollo turístico en el marco de estándares de sostenibilidad. De esta manera, la presente política se fundamenta en la solución de problemas estructurales del sector turístico departamental y el refuerzo de sus capacidades para el desarrollo de actividades económicas que potencien y armonicen los elementos identitarios de las comunidades en las que opera, esto mediante la aplicación a largo plazo instrumentos y programas públicos concordantes con la visión departamental a 2040.



Por lo tanto, este documento presenta un marco conceptual, técnico y programático sobre el cual se estructurarán y la toma de decisiones para el sector en los próximos años. De esta manera, se buscará dinamizar de prosperidad económica en el departamento a partir del incremento en la participación económica del sector turismo, esto, unido al respeto por estándares de conservación a través del cuidado de los recursos biológicos, la mejora de la calidad de vida de los habitantes de las subregiones, la distribución equitativa de los recursos económicos, el respeto y protección de los derechos humanos, y la promoción de la diversidad local, esto con miras a propiciar un crecimiento económico inclusivo, eficiente, innovador y sostenible.

Partiendo de este panorama, la presente política pública pretende dinamizar los procesos de desarrollo económico departamental y consolidar la trayectoria histórica, administrativa y normativa asociada a la generación de instrumentos y capacidades turísticas de Antioquia. De esta manera, se buscará la focalización de acciones para promover la sofisticación en la cadena de valor del turismo, el aumento en la coordinación entre actores, la introducción de procesos de innovación y talento especializado en la oferta, y la consolidación del departamento como destino sostenible orientado a la protección de la diversidad local mediante en un único marco renovado e integrado de política departamental.

3. Marco conceptual

El concepto de sostenibilidad, si bien presenta complejidades de orden teórico y empírico que suscitaron amplios debates a lo largo del siglo pasado (Santiago-Brown, *et al.*, 2015), ha logrado un consenso construido sobre los lineamientos trazados en 1987 por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, la cual, a través del Informe de Brundtland *Nuestro Futuro Común*, definió la sostenibilidad como el proceso por medio del cual se logra “satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades propias” (ONU, 2023). Desde esta perspectiva, los procesos de desarrollo económico en términos de sostenibilidad se entienden como la armonización entre las decisiones para satisfacer las urgencias de bienestar actuales con la



capacidad de los sistemas ambientales, económicos y sociales de continuar proveyendo bienestar a las generaciones futuras (Tyrrell, Morris Paris, & Biaett, 2013).

El desarrollo sostenible, así entendido, es un enfoque orientado a generar relaciones de tipo integral entre el sistema natural y los procesos de evolución en bienestar social. De esta manera, su implementación supone una serie de desafíos prácticos y de coordinación intersectorial. De la misma manera, este enfoque establece los parámetros técnicos y los objetivos misionales que permitirían afrontar brechas sociales de forma equilibrada y armónica logrando así un balance entre estándares de conservación y la superación de las necesidades de desarrollo económico de las regiones con mayor rezago social.

Bajo este precedente, en 1991 el congreso Internacional Association of Scientific Experts in Tourism (AIEST) definió por primera vez al turismo sostenible como “un turismo que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos, integrando las actividades económicas y recreativas con el objeto de buscar la conservación de los valores naturales y culturales”. Este concepto sentó el primer precedente en materia de turismo sostenible y permitió a organizaciones mundiales iniciar la incorporación de estrategias, programas, análisis entorno a este concepto.

Por su parte desde la Agenda 21 de Viajes y Turismo creada en 1995 en la reunión internacional sobre turismo sostenible en Lanzarote, España, se establece que los recursos naturales son un medio para la operación del turismo, en este encuentro se invita a conservar los recursos naturales y a salvaguardar la integridad de las comunidades, para que las futuras generaciones goeen con tales recursos, vinculando, de esta manera, el desarrollo del sector con objetivos de sostenibilidad ampliados.

En línea con estas prioridades, el enfoque de desarrollo sostenible en general, y en particular, el turismo sostenible, precisa una integración de tres dimensiones en un marco de protección común. Estas tres dimensiones, conocidas como el triple balance (Triple Bottom Line) son el espectro de necesidades económicas, sociales y medioambientales que deben atendidas para el alcance de un correcto equilibrio en los esfuerzos por mejorar las condiciones sociales sin deteriorar estándares de conservación (Tyrrell, Morris Paris, & Biaett, 2013). De esta manera, el turismo, entendido en perspectiva de sostenibilidad deberá buscar equilibrar las



demandas de crecimiento económico y rentabilidad en armonía con las necesidades sociales de las comunidades en las que opera, y en conformidad con la protección ambiental.

Por otra parte, el ordenamiento jurídico nacional colombiano, mediante la ley 300 de 1996, incorpora el turismo sostenible de manera implícita en el principio de desarrollo sostenible, en el cual se especifica que, la actividad turística propende por la conservación e integración del patrimonio cultural, natural y social, mejorando la calidad de vida de la población, generando la satisfacción del visitante, sin agotar la base de los recursos naturales en que se sustenta para garantizar el derecho de las generaciones futuras.

Partiendo de este marco histórico, se han realizado, así mismo, esfuerzos significativos por proveer un marco teórico y analítico que condense a un mismo tiempo las condiciones de la sostenibilidad en el sector y los mecanismos para alcanzarla. De esta manera, se han construido algunas visiones del turismo sostenible especialmente relevantes, que han permitido definir orientaciones prácticas de actuación para el logro de estándares de sostenibilidad en el sector turístico, algunas de estas las podemos encontrar en Bertoni (2008), el cual define el turismo sostenible como:

“El proceso de cambio cualitativo producto de la voluntad política que, con la participación imprescindible de la población local, adapta el marco institucional y legal, así como los instrumentos de planificación y gestión, desarrollo turístico basado en el equilibrio entre la preservación del patrimonio natural y cultural, la viabilidad económica del turismo y la equidad social del desarrollo”. (p. 160)

En ese orden de ideas se entiende que el turismo sostenible adopta un modelo turístico que tiene causas e interacciones complejas: las contradicciones ambientales, el modelo económico actual y los conflictos entre los bienes y servicios turísticos, así como la tardía maduración política y de ordenamiento territorial del tema. Ese desarrollo conceptual es una construcción en donde a pesar de esas consideraciones aún sigue en plena construcción y transformación, por ello se reconoce la siguiente definición:



“El equilibrio entre el máximo aprovechamiento que se puede realizar de los recursos económicos, sociales, culturales y naturales de la zona de destino frente a la satisfacción de los visitantes y los impactos negativos que en la sociedad anfitriona o en el medio ambiente se pueden causar” Lalangui et al. (2017)

En ese sentido, las directrices sociales, económicas, ambientales, políticas y conceptuales dedicadas al desarrollo sostenible y a las prácticas que mejorarían la competitividad en la industria turística, buscan generar un equilibrio orientado hacia objetivos alcanzables de implementación coordinada y alta focalización en procesos de bienestar. Para su implementación se requiere, así mismo, del compromiso conjunto del Gobierno Nacional, las autoridades locales, el sector privado, las comunidades, los viajeros y otros actores de la cadena de valor. Es así como se puede especificar finalmente que el turismo sostenible es “el proceso dirigido que involucra la gestión integral de la biodiversidad, como activo estratégico de las naciones, buscando la protección al largo plazo y mejorando la calidad de vida de los habitantes” (Gobierno de Colombia, 2020).

Conceptualmente, el concepto de turismo sostenible está conformado por una noción que integra al conjunto de actividades económicas asociadas al consumo y producción de servicios y productos ligados a la actividad de viajar fuera del entorno habitual, esto, en armonía con los procesos de desarrollo orientados, en su fin último, a perseguir la satisfacción de las necesidades económicas actuales, sin comprometer los recursos o posibilidades de las futuras generaciones. En este sentido, se establece una complementariedad entre el turismo y la sostenibilidad basada en la adopción de una visión estratégica que permite la conservación de los recursos naturales, el desarrollo turístico en armonía con las comunidades, el crecimiento económico de los destinos y la satisfacción de las expectativas del consumidor turístico.

Para ello, el desarrollo de un turismo sostenible implica la incorporación de cuatro ítems: I) Las estrategias de gobernanza, planificación y gestión integral de los destinos. II) la planeación y puesta en marcha de empresas turísticas. III) las preferencias de consumo de los viajeros y IV) la apropiación y cultura turística de parte de las comunidades (Gobierno de



Colombia, 2020). Para llevar a cabo esto, es necesario que los actores públicos, privados y civiles jueguen un papel de la siguiente manera:

-Instituciones y gobiernos locales. Generar los procesos de ordenamiento, planificación y coordinación entre la cadena de valor del sector turístico, para el aumento en la productividad, el respeto a estándares de sostenibilidad, la protección de derechos humanos y el despliegue de acciones de vigilancia y control.

-Emprendedores y empresarios. Adoptar prácticas relacionadas a la operación, consumo, producción y desarrollo de actividades por parte de sí mismo, los proveedores y clientes en toda su cadena productiva, estas orientadas a la mejora en sus rendimientos, así como al aumento por el respeto de los derechos humanos y la mitigación de impactos ambientales.

-Viajeros y consumidores. Incorporar comportamientos responsables y de consumo sostenible en el destino.

-Comunidades locales y residentes. Estimular la demanda mediante la apropiación y sentido pertenencia sobre el territorio, en aras de mejorar beneficios socioeconómicos de la actividad turística.

Es decir, desde el punto de vista gubernamental, el turismo sostenible debe incorporar procesos de planificación territorial, garantizar la cobertura de servicios públicos, generar la inversión en infraestructura y la visibilización del destino. Por su parte desde el sector privado, el turismo sostenible implica que las empresas del sector reduzcan los costos operacionales, aumenten la productividad, mejoren la relación calidad – precio y dinamicen el mercado laboral formal mediante la generación de valor y la consolidación de las marcas de destino, esto mientras establecen una relación amigable con el medio ambiente y desarrollan parámetros de operación respetuosos de los derechos humanos.

En resumen, para la presente de política pública se adopta como enfoque central y principal elemento conceptual el turismo sostenible, entendido este como una actividad económica orientada a proveer bienes y servicios turísticos que logren satisfacer las necesidades actuales de desarrollo en los territorios en armonía con las necesidades económicas, sociales y medioambientales de las generaciones presentes y futuras. De esta manera, se buscará promover la solución de las necesidades sectoriales buscando, a un mismo tiempo, maximizar



sus impactos en bienestar mientras sin disminuidos los efectos negativos en términos económicos, sociales y ambientales de dicha actividad.

Bajo esta premisa, la construcción de la presente política estará orientada a la identificación y solución de los principales desafíos sectoriales del turismo departamental buscando impactar en el bienestar social del territorio mediante un conjunto de instrumentos orientados a maximizar la sostenibilidad del sector en sus dimensiones económica, social y ambiental.

4. Diagnóstico

El diagnóstico de la presente política está orientado a la delimitación del esquema de desafíos sectoriales en torno a la actividad turística en el departamento, así como a la definición del problema público derivado de estas condiciones. De esta manera, el presente documento proveerá un panorama de las brechas identificadas dentro del sector y sus respectivas oportunidades de mejora y aprovechamiento, así como su correspondencia con las problemáticas identificadas con los principales actores de la cadena de valor de las actividades turísticas.

4.1 Brechas y oportunidades de la demanda: adaptación a la evolución del mercado

El COVID-19, y la crisis sanitaria causada por su expansión, en términos generales, causó una profunda modificación en las interacciones, expectativas y necesidades sociales a nivel mundial, las cuales derivaron, de forma consecuente, en una distorsión de las pautas de consumo en el mercado turístico. A nivel internacional, en 2019 el turismo alcanzó una cifra récord con 1.500 millones de llegadas de viajeros en el mundo. El crecimiento del turismo hacia los países de la OCDE había superado la media mundial alcanzada desde 2014, tras un período de fuerte crecimiento en los últimos años. Los países de la OCDE se encontrarían entre los principales destinos turísticos del mundo y representarían más de la mitad de las llegadas (56,9%) y de los ingresos mundiales (61,1%) del sector turismo (OECD, 2020). Esta trayectoria se vio súbitamente interrumpida por los cierres globales y el estancamiento de las



económicas en el mundo, teniendo como efectos en el sector una pérdida del 74% de sus operaciones durante el 2020. En el año 2021, esta cifra pasó al 63%, traduciéndose en una pérdida del PIB mundial de un 30%, estimada en \$ 1,696 mil millones de dólares.

Dado que las capacidades logísticas para la aplicación masiva de vacunas son más pronunciadas en algunos países que en otros, las pérdidas del sector turismo asociadas a los cierres, se reducen en la mayoría de los países desarrollados, pero empeoran en los países en desarrollo, donde la ausencia de vacunaciones generalizadas mantiene alejados a los turistas.

Según el Centro de Información Turística – CITUR del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en 2020 el país presentó un decrecimiento cercano al 70% en entrada de visitantes no residentes, comparado con el periodo 2019. En Antioquia, la llegada de pasajeros en el año 2020 se redujo en promedio en un 67% respecto a 2019 y el índice de ocupación hotelera no superó el 25% (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021). A septiembre de 2021 las llegadas de pasajeros en vuelos nacionales decrecieron un 22% respecto al mismo periodo en 2019 y las llegadas de pasajeros en vuelos internacionales se redujo en 5.8% para el mismo periodo.

En términos de alojamiento y hospedaje, la tasa de ocupación para el 2022 cerró en un 73,4% frente a un 49,4% del año 2021, cifra superior incluso a la del año 2019 que fue de 60.3%. El año también cierra con 14.347 prestadores de servicios turísticos activos frente al RNT (Registro Nacional de Turismo) en el departamento; un total de 9.788 establecimientos de alojamiento y hospedaje, y un total de 56.850 habitaciones.

En términos sociales, la pandemia ha impactado no solo la forma cómo se llevan a cabo los viajes, sino también los deseos, expectativas e intereses de los turistas a la hora de realizarlos, esto se ha traducido en un aumento en la preferencia por destinos con ofertas centradas en turismo de naturaleza y altos estándares de conservación y respeto por las comunidades locales. En línea con lo expuesto, un estudio reciente indica que (Booking, 2021):

“...los compromisos sostenibles que los viajeros y viajeras han adoptado en su día a día coinciden con lo que buscan en sus futuros viajes: el 87% quiere reducir los residuos en general, también el 87% busca reducir el consumo de



energía y el 85% tiene la intención de moverse de forma más respetuosa con el medioambiente (ir a los sitios caminando, en bicicleta o en transporte público, en lugar de utilizar taxis o coches de alquiler). El respeto por las comunidades locales ocupa un lugar destacado en la lista: 76% de las personas quieren vivir experiencias auténticas que sean representativas de la cultura local cuando viajan, el 90% cree que conocer la cultura más a fondo y tener en mente la preservación del patrimonio cultural es crucial y, el 84% busca asegurarse de que el impacto económico de la industria se distribuya por igual en todos los niveles de la sociedad...”

Con relación a las agencias de viajes, la movilidad de los consumidores combinada con la habilidad de la industria para proveer información de precios en tiempo real, han motivado la realización de reservas por internet desde diferentes dispositivos, por lo que las aplicaciones móviles están ganando terreno frente a las webs móviles tradicionales. Lo anterior sigue influenciando la consolidación de las agencias de viajes online y, en general de la omnicanalidad para integrar el proceso de compra de diversos segmentos de mercado.

Estas tendencias se ven acompañadas por la difusión del teletrabajo y la digitalización de la economía, lo que ha permitido una mayor consolidación de los nómadas digitales como segmento poblacional, lo que se traduce en una mayor demanda turística fuera de temporada a destinos alternativos y con un consumo elevado de servicios complementarios en estos destinos.

La siguiente gráfica resume los impulsores del sector turismo desde la perspectiva de la demanda bajo el contexto actual, clasificados en categorías de turistas, productos y agencias de viajes.

Ilustración II. Impulsores del sector turismo en el contexto post-COVID



Fuente: (PETSAs, 2021)

Actualmente, los factores determinantes de la demanda turística están asociados a los nuevos patrones de consumo que se originan en un contexto post-COVID. De acuerdo con un estudio realizado por ANATO (2021), alrededor de un 80% de los colombianos manifestaron intención de viajar entre 1 y 3 veces durante el año 2021, con una mayor probabilidad en la población centennial y millennial (87%). Prevalece en la compra del viaje integrar de manera autónoma cada uno de los proveedores de los servicios (51%) en comparación con un 32% de las personas que desean acudir a agencias de viajes tradicionales y que representan en gran medida a la generación mayor.

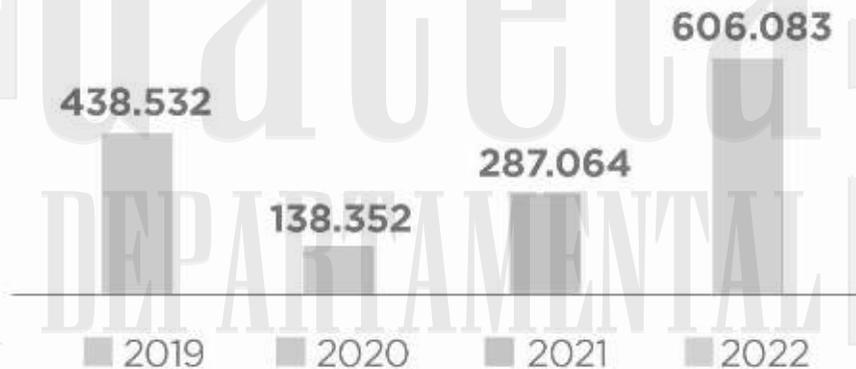
Los factores de decisión de compra destacados en este estudio (ANATO, 2021) son el precio bajo, la confianza que se perciba en la compra y la posibilidad de adquirir un viaje a la medida sin deterioro en los niveles de calidad; por el contrario, atienden a la tendencia de compra de productos de tipo aspiracionales en mercados que presentan restricciones de consumo. Con relación a los destinos nacionales el 8% de las personas que hicieron parte del estudio,



seleccionaron a Antioquia. Se resalta en este estudio que después del turismo de sol y playa, los viajeros prefieren, en su orden, el turismo de naturaleza y el cultural, lo que representa una ventaja para el departamento.

El siguiente gráfico muestra que, en el contexto post-COVID, existe un repunte de llegadas de pasajeros al departamento. Si bien el 2020 se muestra atípico con razón de la pandemia, la evolución de cifras de demanda es clara al comparar los resultados de 2022 con los alcanzados en los años anteriores. Es así como, en 2022 el número de extranjeros no residentes alcanzaron un total de 606.083 personas, dando cuenta de una variación del 111% con respecto al 2021, y del 38% con respecto al 2019. Esto revela una recuperación del sector y un aumento en la confianza que dinamiza la intención de viaje.

Ilustración III. Indicadores de llegadas de pasajeros al departamento de Antioquia



Fuente: (Mincit, 2022)

Desde esta perspectiva el sector turístico departamental enfrenta desafíos de coordinación para lograr una adaptación conjunta a los movimientos en los patrones de la demanda en el mercado, los cuales están marcados principalmente por una migración en las preferencias del consumidor turístico hacia destinos y actividades intensivas en turismo de naturaleza, la preferencia por el consumo de productos y servicios con altos estándares de sostenibilidad en su cadena de producción y la posibilidad de establecer canales digitales de consumo.

Oportunidad: factores del mercado y perfiles de la demanda

Las oportunidades del departamento en materia turística, vistas en clave de la demanda, se definen por la migración en las preferencias generales, los patrones y perfiles de consumo turístico. De esta manera, el departamento se encuentra en un escenario de oportunidad para expandir su mercado turístico mediante la adaptación a las dinámicas de cambio en la demanda. A continuación, se exponen las condiciones de cambio, las cuales deberán entenderse como espacio de oportunidad para la expansión de su mercado en el sector mediante su adaptación.

La combinación de los factores que motivan e inhiben la compra en un contexto post-COVID ha dado origen a perfiles de turistas que se adaptan a estas oportunidades y restricciones. Estas modificaciones trazan el espectro de oportunidades a ser dinamizadas y aprovechadas para una adecuada adaptación del sector a las condiciones y preferencias de los consumidores en los próximos años. En el marco de esta modificación de preferencias (Deloitte, 2014) ha propuesto un conjunto de categorías de turista orientadas a clasificar sus perfiles de consumo y, en consecuencia, las oportunidades de oferta en relación con sus necesidades emergentes. Después de haber realizado un ejercicio de prospección para comprender el comportamiento de consumo, se han propuesto una serie de tribus viajeras que se estima tengan vigencia hasta el año 2030 (Amadeus and Future Foundation, 2015). Esta clasificación de los turistas está basada en su comportamiento más que en variables sociodemográficas. Como resultado, el PETSAT (2021) propone los siguientes seis segmentos (Amadeus and Future Foundation, 2015):

- Buscadores de capital social
- Purista cultural
- Amante de la comodidad
- Viajero por obligación
- Trotamundos comprometidos
- El cazador del lujo

Complementan los anteriores perfiles (Bancolombia, 2021):

- Slow tourist

- Turista local
- Turista nómada
- Turista de naturaleza

Como elemento transversal a los patrones de consumo que se fortalecen, cada vez será más común recurrir a viajes de corta duración en fechas fuera de las altas temporadas de viajes y de demanda, rompiendo la temporalidad, lo que se traduce en destinos preparados los 365 días del año.

De acuerdo con lo expuesto, la siguiente ilustración refleja la asociación de los perfiles del turista destacados y las vocaciones de Antioquia. Se evidencia la necesidad de comprender al turista como una persona que no ocupa una categoría de comportamiento de consumo mutuamente excluyente a otras; contrario a ello, los viajeros pueden migrar a roles distintos que conlleven al consumo de diversos productos. Por ejemplo, un turista nómada puede viajar a una feria en un municipio, disfrutar allí de productos turísticos culturales y luego viajar a otro lugar que le permita llevar a cabo su ejercicio laboral y continuar su ciclo de viaje.

Ilustración IV. Relación perfiles de turistas y vocaciones de Antioquia





Fuente: (PETA, 2021)

Desde esta perspectiva, las oportunidades del sector turístico departamental, evaluadas en relación con la demanda, consisten en el aprovechamiento y el fortalecimiento de las conexiones entre los perfiles emergentes de consumidor turístico y el conjunto de la oferta vigente en el territorio del departamento. De esta manera, las modificaciones en los patrones y preferencias de consumo en la demanda turística abren una ventana para el aprovechamiento de potencialidades no exploradas y en el desarrollo de nuevos productos y servicios en la cadena de valor turístico, dando como resultado, una oportunidad de expansión para el mercado del sector.

4.2 Brechas y oportunidades en la oferta: Experiencias de Antioquia vinculadas a oferta comercial

El desempeño del conjunto de la oferta del sector turístico en el departamento da cuenta de una consolidación creciente en sus atributos centrales. En contraste con las dinámicas identificadas en relación con la demanda, la oferta turística no presenta una única dirección de cambio, dando lugar a variaciones importantes en los elementos que la constituyen. De esta manera, el presente apartado brindará un panorama diagnóstico de las principales tendencias en la oferta turística del departamento y de la capacidad del sector para dar respuesta a las necesidades presentes en materia turística en Antioquia.

La construcción del diagnóstico de la oferta turística del departamento fue realizada por medio del análisis de la oferta de los planes, paquetes, excursiones y/o pasadas de un grupo de 15 agencias de viajes operadoras y mayoristas que fueron seleccionadas por su posicionamiento en el navegador web. De dichas agencias se recopiló la información que guarda relación con el departamento de Antioquia y se analizó en cuál subregión se ubica cada plan, con el fin de conocer los destinos más ofertados. Esta información comparada con la oferta turística de las subregiones, evidencia la existencia de una amplia brecha que desestima la dinamización y exploración de la vocación turística de Antioquia; fue reiterativo el hecho de que la oferta de los municipios no está completamente integrada por los agentes operadores, quienes se concentran en ofrecer destinos y actividades habituales, sin que se

41



esfuerzen por renovar, diversificar la oferta y acompañar a los anfitriones en el diseño de experiencias memorables.

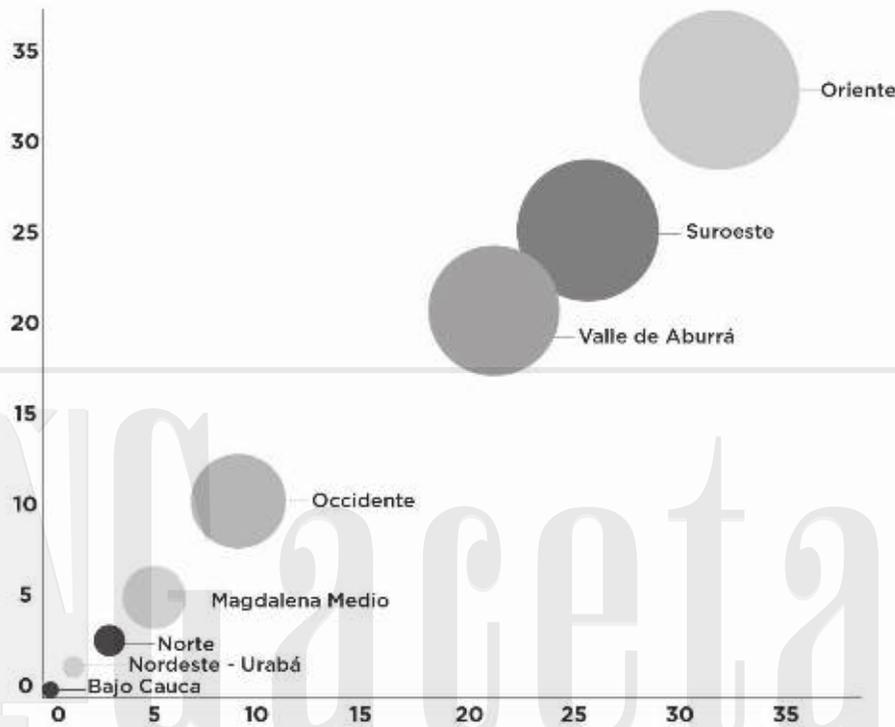
4.2.1 Marketing estratégico

Para conocer sobre la promoción turística del departamento de Antioquia se realizó una búsqueda en sitios web. El criterio de selección fue su posición en el navegador, al buscar “Turismo en Antioquia” y “Touristic places in Antioquia”. Estos sitios corresponden a plataformas donde se comparten comentarios de la experiencia turística, a blogs de aficionados, a redes sociales donde se explican las actividades y atractivos de los destinos visitados y a páginas web oficiales de agencias de viajes e instituciones que fomentan el turismo. Además, se revisaron opiniones que dejaban las personas en páginas web, con el propósito de tener una visión de la promoción del destino desde la perspectiva del turista cuando se enfrenta a la búsqueda de información como primera etapa del proceso de compra.

De la información obtenida, se interpretó que la subregión más promocionada en sitios web es Oriente, la cual se describe como ideal para viajeros en busca de turismo de naturaleza y cultural. En segundo lugar, Suroeste que es descrita como “la subregión de los pueblos hermosos”. Finalmente, en tercera posición el Valle de Aburrá, donde, según las consultas, se realizan diversas actividades sin salir de ella, pero principalmente se enfoca en turismo cultural y de negocios.

El nivel de frecuencia de cada subregión en los canales de promoción, se muestra en la Ilustración V; ratificando que el reto para lograr ser el destino sostenible número uno de Colombia, debe asumirse desde la misma preparación de los agentes operadores para que diversifiquen y exhiban en sus ofertas la biodiversidad y mezcla de culturas de Antioquia.

Ilustración V. Subregiones y su nivel de promoción en sitios web



Fuente: (PETSA, 2021)

De esta manera, podemos evidenciar una disparidad en el nivel de reconocimiento y visibilidad de la oferta turística de cada una de las subregiones, la cual expresa, a un mismo tiempo, las asimetrías en el desarrollo de las experiencias turísticas ofertadas, las diferencias en la consolidación de vocaciones turísticas subregionales, y las variaciones en los niveles de reconocimiento de sus destinos turísticos. De esta manera, la principal brecha a ser cerrada en términos de marketing estratégico es la nivelación en el reconocimiento de la oferta turística existente entre subregiones, y la consolidación de los destinos dentro del mismo margen de calidad.

Oportunidad

Sobre la base de la brecha existente, el marketing estratégico ofrece posibilidades de crecimiento en términos de promoción turística, posicionamiento de marca y reconocimiento



de los destinos. De esta manera se ofrecen los siguientes escenarios de oportunidad mediante el desarrollo de marketing turístico en el departamento:

- Nivelación en el reconocimiento turístico de los destinos departamentales mediante la promoción y consolidación de sus marcas y atractivos.
- El jalonamiento de la demanda mediante el aumento en la proyección y reconocimiento de los destinos locales, especialmente los de menos posicionamiento y reputación.
- El alcance de nuevos mercados y la atracción de nuevas tipologías de turistas mediante la generación de expectativas y experiencias a la medida de la demanda.
- Consolidación de la marca destino departamental para la unificación de los destinos, experiencias y productos bajo un marco integrado de oferta.

4.2.2 Competitividad e innovación

La competitividad e innovación constituyen elementos centrales para la consolidación del destino departamental en tanto proveen la capacidad para la generación de atributos, productos y experiencias turísticas diferenciales con respecto a los demás destinos nacionales. De esta manera, las brechas departamentales en competitividad expresan las limitaciones del destino antioqueño para posicionarse dentro del panorama nacional y trazan las urgencias en términos del desarrollo sectorial para la región.

La competitividad del sector turismo en los departamentos, medida por el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC) establece la base diagnóstica para la definición de las ventajas y las brechas comparativas del turismo departamental con respecto a los demás destinos nacionales. Este indicador define un espectro de 8 variables relevantes para evaluar el desempeño sectorial del turismo a nivel subregional, las cuales permiten ponderar el peso de cada subsector dentro del turismo, y su posición en relación con desempeño nacional, siendo el primer lugar el más competitivo.

Antioquia, en Términos del Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC) presenta un desempeño comparativamente destacado, el cual si bien expresa un

posicionamiento relativo del departamento con respecto a los demás destinos nacionales, delimita un espectro de brechas relevantes en la competitividad del turismo departamental. Para el 2021, el último año reportado, el departamento ocupa el puesto número 4 dentro del país, presentando una mejora destacada con respecto al 2020 en los puntajes obtenidos en las variables de gestión del destino y el desempeño económico, las cuales, respectivamente, pasaron de los puntajes 4,14 a 4,38 y de 6,97 a 7,40.

Tabla I. Puntaje de competitividad turística de Antioquia por categorías

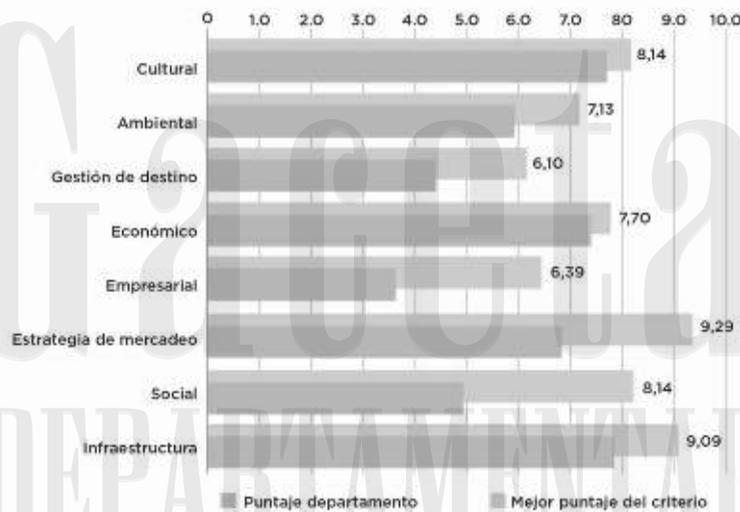
	2020 (De 0 a 10)	2021 (De 0 a 10)	
CULTURAL	7,79	7,63	↔
AMBIENTAL	6,24	5,85	↓
GESTIÓN DE DESTINO	4,16	4,38	↑
ECONÓMICO	6,97	7,40	↑
EMPRESARIAL	3,78	3,65	↓
ESTRATEGIA DE MERCADEO	7,26	6,79	↓
SOCIAL	5,15	4,90	↓
INFRAESTRUCTURA	7,98	7,79	↓
ICTRC	6,01	5,92	↓

Fuente: (COTELCO, 2021)

En contraste, como puede verse en la tabla 1, las variables cultural, ambiental, empresarial, social, de infraestructura y de estrategia de mercadeo muestran un deterioro generalizado, presentando así un descenso con respecto a los estándares alcanzados en los años anteriores en relación con estas variables. Esta contracción es un patrón existente en los demás departamentos del país por cuenta de los impactos de la pandemia, reflejando una disminución agregada de la competitividad turística nacional derivada de la disminución de flujos turísticos en el marco del COVID-19. Este deterioro general ha permitido una cierta estabilidad en la posición destacada del departamento a pesar del deterioro de su competitividad sectorial, si bien traza unas urgencias de recuperación y posicionamiento.

Las prioridades sectoriales para la recuperación de la competitividad turística en el departamento vienen determinadas por las brechas que aún existen con respecto al desempeño nacional de los subsectores más relevantes a la cadena de valor turístico. De esta manera, como lo expresa el gráfico 1, los subsectores turísticos departamentales que más consolidación presentan son el cultural, económico y de infraestructura, los cuales dan cuenta de las menores distancias con respecto a los mejores puntajes nacionales de las mismas variables.

Gráfico I. Competitividad turística de Antioquia vs el mejor puntaje nacional por categoría



Fuente: (COTELCO, 2021)

En contraste, los subsectores que presentan mayores urgencias de desarrollo son el social, el empresarial y la estrategia de mercadeo del destino departamental, los cuales dan cuenta de brechas significativas en relación a los mejores puntajes nacionales en estas respectivas materias. De esta manera, la competitividad turística departamental se enmarca en un espectro de desafíos definidos que trazan las prioridades sectoriales. Estas son, en primer lugar, la estabilización y promoción de la posición departamental, de forma que sean creados e implementados mecanismos de mitigación del deterioro sectorial, promoviendo la resiliencia en el mismo. En segundo lugar, promover la adaptación de las capacidades



sectoriales para la captura apropiada del incremento en la demanda por los atractivos disponibles en el departamento. Y, en tercer lugar, estas brechas en la competitividad turística departamental definen la necesidad de reforzar las capacidades sectoriales con respecto a su desempeño social, empresarial y de mercadeo, de forma que sea consolidada la participación de las comunidades en la cadena de valor del sector, sean reforzadas las capacidades de gestión empresarial de los privados y se logre un posicionamiento de la marca destino del departamento.

Oportunidad

El componente de innovación, destaca la transformación del sector, motivado por los numerosos factores que están incidiendo en los negocios, como los constantes cambios en las preferencias de la demanda (clientes más exigentes y mejor informados), la introducción de las tecnologías y la creación de nuevos canales de comercialización y distribución, que derivan en la necesidad de incorporar la innovación en la gestión diaria del sector turístico. Así mismo, es necesario destacar que la innovación no sólo consiste en el desarrollo de nuevos productos y/o servicios, sino en la aportación de soluciones ya probadas, tanto en el mismo sector como en otros que se puedan implantar de forma satisfactoria y rápida. Adicionalmente, la asimilación de procesos de innovación orientados al potenciamiento de la competitividad, establece también la necesidad de la cualificación del talento orientado al desarrollo de capacidades y a cimentar una cultura transformadora mediante la gestión del conocimiento.

En datos de Colciencias, Innovación Empresarial (2018), se evidencia que el sistema de innovación en Colombia aún es pequeño y carece de una masa crítica de capacidades empresariales desde el punto de vista del desarrollo de actividades de innovación. Se establece además una deficiencia en el presupuesto invertido en actividades científicas, tecnológicas y de innovación - ACTI para 2015, por parte de las empresas manufactureras encuestadas, en su mayoría consideradas innovadoras en sentido amplio, estricto y potenciales, fue de \$2,5 billones, descendiendo en el año subsiguiente a \$2,06 billones



(17,3%). Desde esta perspectiva, la principal oportunidad en términos de competitividad e innovación es el desarrollo de capacidades técnicas para la creación y sofisticación de productos y experiencias turísticas disruptivas y de mayor valor agregado. Desde esta perspectiva, la competitividad y la innovación turística en el departamento presentan las siguientes oportunidades:

- Reforzar las capacidades de los operadores y oferentes de la cadena de valor turístico para gestionar eficientemente sus modelos de negocio, así como orientarlos hacia desempeños y estándares más altos de rentabilidad y sostenibilidad.
- Promover la innovación en la cadena de valor turística permitiendo la generación de nuevos procesos y productos que permitan optimizar el desempeño del sector y su relación con el entorno.
- Promover la consolidación del destino departamental mediante el refuerzo de los subsectores de turismo, especialmente en relación con la capacidad de gestión empresarial, social y de mercadeo del sector.

4.2.3 Tejido Empresarial

Entendido como el “conjunto de unidades organizativas con sede en un mismo territorio que producen bienes y servicios y disfrutan de autonomía individual para tomar decisiones sobre la utilización de los recursos que disponen. Las unidades que integran el tejido empresarial de un país o región pueden desarrollar su actividad de manera simultánea en diferentes nichos/sectores de la estructura productiva o en áreas geográficas distintas” (Fundación Impulsa Balears, 2021).

Teniendo en cuenta que el turismo es una actividad económica, activada por un conjunto de prestadores de servicios turísticos, los cuales deben trabajar de manera coordinada, podría inferirse que la misión del tejido empresarial turístico es diseñar escenarios simples, flexibles y ágiles, para lograr ventajas competitivas, diferenciarse frente a destinos competidores y contribuir en la satisfacción de los clientes/turistas, a través de servicios confiables y oportunos de la mayor calidad y al menor costo estratégico posible.



Existen oportunidades de negocio que solo son alcanzables a través de alianzas; esto ocurre en el sector de los viajes y el turismo que requiere sumar:

- Capacidad de producción
- Poder de negociación
- Conocimientos
- Relaciones

Para obtener beneficios como:

- Acceso a nuevos mercados
- Mejora en la productividad y los costos asociados.
- Mejora en equipamiento e instalaciones
- Desarrollo de nuevos productos o servicios
- Mejora tecnológica

A través de acciones compartidas; por ejemplo:

- Promoción, distribución, publicidad.
- Compras en común, subcontratación, asistencia técnica.
- Equipos compartidos, planta en común, almacén, transporte, etc.
- I+D, consultoría, asistencia técnica, compra de servicios tecnológicos.

Un tejido empresarial que es capaz de integrarse, sin perder la independencia individual, en procura del cuidado de los recursos naturales, culturales, artesanales y ancestrales de los cuales se nutre y de mantener su autonomía económica, contribuye sustancialmente al desarrollo integral de los destinos. A partir de estas condiciones y con el propósito de identificar brechas competitivas, fue analizada la oferta de prestadores de servicios turísticos del departamento.

De acuerdo con el índice de competitividad turística regional de Colombia (2021), Antioquia ocupa la posición 4 entre los 32 departamentos y se destaca por relacionar la vocación del departamento con la promoción de productos turísticos (puntaje 10), así como por tener atractivos culturales declarados bienes de interés cultural de la nación

(puntaje 9.23), su disponibilidad de paquetes turísticos en OTAS (puntaje 8.57) y la oferta de productos turísticos culturales (puntaje 8.31). Como aspectos de mejora, se expone en este índice la baja vinculación de las habitaciones a cadenas hoteleras tanto nacionales como internacionales y la formalización de los guías profesionales a partir de la obtención del Registro Nacional de Turismo. De otra parte, el Registro Nacional de Turismo (Confecámaras, 2021), reporta para Antioquia, la existencia de 7.542 prestadores de servicios turísticos.

Los reportes del registro Nacional de Turismo - RNT, evidencian que en Antioquia existen 5.144 prestadores de servicios turísticos con RNT activo e inactivo, referidos todos ellos a establecimientos de alojamiento: viviendas turísticas (2.296), alojamiento turístico (2.121) y otros tipos de hospedajes turísticos no permanentes (727). En los informes que presenta el CITUR a abril de 2021, discriminados por municipios, esta cifra alcanza los 3.989 prestadores de servicios turísticos - PST con RNT activo, siendo la recogida en el estudio por la discriminación que hace de cada municipio y prestador de servicios turísticos.

Así mismo, la investigación arrojó 77.564 camas ofrecidas en la totalidad de las subregiones del departamento, como un indicador de la capacidad de acogida, siendo las de mayor concentración Medellín, Oriente, Suroeste y Occidente; Bajo Cauca y Nordeste reportaron menor capacidad, lo que es coherente con la evolución turística tradicional; este indicador permite prevenir sobre ventas en altas temporadas de afluencia turística, controlar el uso de servicios públicos (agua, energía, gas), disminuir ostensiblemente los desperdicios orgánicos que rebosan el sistema de alcantarillado y la producción desmedida de basuras.

Tabla 1. Capacidad de acogida

Subregión	# Camas	# Municipios	Municipios con mayor acogida
Medellín	26.665	1	
Oriente	9.844	23	Rionegro, Guatapé y Sonsón
Suroeste	8.515	23	Jardín, Jericó, La Pintada y Santa Bárbara

Occidente	8.046	18	Santa Fé de Antioquia, San Jerónimo, Olaya y Sopetrán
Urabá	5.887	10	Turbo, Necoclí y Arboletes
Magdalena Medio	5.325	6	Puerto Triunfo y Puerto Berrio
Valle de Aburrá	5.293	9	Medellín, Barbosa, Bello y Sabaleta
Norte	4.174	15	Santa Rosa, San Pedro y Yarumal
Nordeste	2.446	10	Segovia, Cisneros y Amalfi
Bajo Cauca	1.369	5	Caucasia (único que reporta)
Total Antioquia	77.564	120	

Fuente: (PETSA, 2021)

Con la finalidad de orientar el establecimiento de acciones puntuales desde el componente de competitividad enfocadas a cerrar brechas y fortalecer la capacidad de servicio del destino Antioquia, se analizó la concentración de prestadores de servicios turísticos por subregión, tomando como base las cifras del CITUR a abril de 2021.

- Prestadores de servicios turísticos – PST (total): de los 3.989, el Valle de Aburrá congrega el 55% (2.184), siendo Medellín el que mayoritariamente aporta, con el 43% (1.695), representado en 701 alojamientos, 217 agencias operadoras, 43 mayoristas, 337 de viajes y turismo, 195 guías, 34 restaurantes y bares, 184 OPC y 84 transportadores turísticos. Oriente participa con el 15% (596), siendo el 77% (441) establecimientos de alojamiento; Suroeste ocupa el puesto tres con el 9% (345); le siguen Occidente con el 7,5% (288) y Urabá 6,6% (259). Magdalena Medio (3%), Norte y Nordeste (2%) y Bajo Cauca (1%), son las subregiones con menos empresarios turísticos.
- Establecimientos de alojamiento: los resultados se comportan de manera similar a los mencionados más arriba; con 2.327 establecimientos, el Valle de Aburrá sigue siendo el abanderado, con el 37% (850) con mayor concentración en Medellín, seguido de Oriente 19% (441); Suroeste y Occidente representan el 12% (289) y 11% (259),

respectivamente. Magdalena Medio 4% (102), Norte 3% (71), Nordeste 2% (58) y Bajo Cauca 1,6% (38), son las subregiones con menos capacidad de alojamientos.

- **Agencias de viajes operadoras:** tienen dentro de sus funciones el diseño de productos turísticos locales y su comercialización directa o a partir de las otras agencias, así como la articulación de la cadena de valor, la vinculación de otros sectores económicos y la supervisión en relación al cumplimiento de estándares de calidad, sostenibilidad y protocolos de bioseguridad por parte de sus proveedores, el Valle de Aburrá concentra el 72% (304), seguido por Oriente con el 10% (40) y Suroeste 8% (33); llama la atención que el Bajo Cauca no reporta operadores en destino y la falta de preparación técnica por quienes desempeñan tan importante rol.
- **Operadores de congresos, ferias y convenciones - OPC:** en su mayoría ubicados en la capital antioqueña, representando el 87% (101); Occidente congrega el 8% (9) y Suroeste el 4% (5); Urabá cuenta con un OPC.
- **Transporte especial de pasajeros:** Antioquia registra 132 activos, de los cuales el Valle de Aburrá congrega el mayor porcentaje 75% (100), seguido de Oriente con un 15% (20), Urabá 4% (5), Norte 2% (3), Bajo Cauca 1,5% (2) y finalmente Suroeste y Magdalena Medio con 1% (1), respectivamente; las subregiones de Nordeste y Occidente no reportan.
- **Restaurantes y bares:** es preciso aclarar que solamente aquellos que se ubiquen dentro o a 300 metros de un atractivo declarado como bien de interés cultural o natural por la Nación o de relevancia por las autoridades regionales y que por sus ingresos netos contribuyan con la parafiscalidad, son los que deben mantener su RNT activo; seguramente los 59 restaurantes reportados en el RNT pertenecen a cadenas ubicadas en Medellín.
- **Guías de turismo:** siguen siendo la gran preocupación; según el reporte del RNT 2021, Antioquia cuenta con 285, de los cuales el 91% (195) se concentra en Medellín; Bello y Envigado representan el 7% cada uno con 20 guías por municipio y Oriente el 5% (15); 5 de las 9 subregiones no reportan. Un destino que busca su consolidación necesariamente debe ofrecer servicios de interpretación y acompañamiento; así mismo, los guías de turismo son uno de los eslabones más importantes de la cadena

de valor turística, teniendo en cuenta que además de ser la primera imagen del destino, son competentes en temas relacionados con primeros auxilios y RCP.

- Frente a transporte terrestre el año 2022 cerró con 1.773.261 vehículos movilizadas a través de las terminales de transporte de la capital antioqueña, cifra superior a la del año 2021 que fue de 1.492.843 (Un aumento del 19%).

Tabla 2. Distribución PST por Subregión

Subregión	Alojamientos	AV Operadoras	AV Mayoristas	AV Viajes y Turismo	Guías de turismo	Restaurantes y bares	OPC	Transporte
Bajo Cauca	38	0	1	2	0	0	0	2
Magdalena	102	5	0	3	0	0	0	1
Medio								
Nordeste	58	11	0	7	0	0	0	0
Norte	71	4	0	8	0	0	0	3
Occidente	257	10	0	5	7	0	9	0
Oriente	441	40	2	55	15	23	0	20
Suroeste	289	33	1	12	3	1	5	1
Urabá	221	13	0	20	0	0	1	5
Valle de Aburrá	850	304	55	479	260	35	101	100
Total	2.327	420	59	591	285	59	116	132
Antioquia								

Fuente: (PETA, 2021)

Oportunidades

El análisis en la prestación de servicios turísticos, arrojó conclusiones significativas sobre las oportunidades a ser desarrolladas para la potencialización del tejido del empresariado turístico del departamento:

- El Valle de Aburrá, en conjunto con el Oriente, presentan la mayor concentración de oferentes turísticos del departamento, de esta manera, se da cuenta de un clima de atraktividad y confianza favorable a la consolidación de sus destinos ofreciendo oportunidades para aumentar la demanda asociada al mismo. Esto ofrece la oportunidad de realizar un escalamiento de la oferta vigente y un posicionamiento de los destinos.
- Las subregiones de Urabá y Occidente, si bien presentan una amplia oferta de alojamientos, la oferta en los demás servicios de la cadena de valor turístico es comparativamente menor, creando la necesidad y oportunidad de nivelar los servicios complementarios al hospedaje mediante la promoción y en desarrollo de productos y servicios del destino.
- Bajo Cauca y Magdalena Medio presentan un panorama de baja oferta turística creando desafíos para la consolidación de la subregión como destino. En este sentido, la respuesta a esta brecha habilita la oportunidad de generación y tecnificación de oferta turística en la subregión, y la ampliación de la oferta departamental mediante la generación de productos y servicios turísticos en la misma.

El sector turístico en las subregiones, presenta, de esta manera, un panorama de asimetrías en cuanto a oferta y consolidación de los respectivos destinos, generando oportunidades para el fortalecimiento del tejido empresarial, así como coordinar la oferta y capacidades disponibles en un esquema conjunto de cooperación que permita, de esta manera, la segmentación, especialización y complementariedad de la oferta turística en cada subregión.

4.2.4 Producto turístico

El Plan de Desarrollo de Antioquia 2012 – 2015, planteó, en materia turística, las líneas de renovación para de los productos turísticos de Antioquia a nivel subregional, buscando la diferenciación de estos a partir de las vocaciones propias de los territorios y las exigencias de la demanda. De la misma manera, planteó en sus líneas estratégicas aquellas propuestas con respecto al desarrollo de producto turístico de naturaleza en términos generales para el



caso antioqueño, y productos turísticos de cultura especialmente focalizados en las subregiones del Valle de Aburrá, Nordeste, Oriente y Urabá.

Para el año 2018, el Fondo Nacional de Turismo, diseñó 48 experiencias, recogiendo las orientaciones de los ejercicios de planificación 2012 y 2016, orientados a los productos de naturaleza y cultura, contemplando además un plan de acción de necesaria ejecución a ser implementado antes de iniciar el proceso de comercialización. Si bien fueron construidos de manera participativa e integran la atractividad de los municipios seleccionados, hoy en día sus frutos aún no son tangibles.

Por otra parte, el programa liderado por la Gobernación, *Antioquia es Mágica*, ha sido fundamental para la consolidación del destino departamental, y se orienta al rescate de tradiciones, talentos y saberes locales de Antioquia. Este programa ha arrojado elementos valiosos en el diseño de productos turísticos culturales y en el posicionamiento de los activos en materia de turismo de naturaleza y cultura del departamento.

En contraste, aún persiste una desconexión entre los productos diseñados desde los territorios y las ofertas comercializadas por las agencias de viajes, máxime cuando en la revisión comercial realizada para el destino Antioquia, únicamente se encontró integración de rutas en 3 agencias. Estos fenómenos han creado una brecha en el afianzamiento del producto, y tienen su origen en los defectos de coordinación entre las diferentes etapas de la cadena de valor turístico que causa una desconexión entre el diseño del producto y su comercialización final, de forma que se hace necesario conectar los eslabones ascendentes que intervienen en la puesta en escena de los planes y paquetes que engloban las experiencias que, a su vez, dan soporte a los productos turísticos.

Oportunidades

El diseño de producto turístico está principalmente orientado a satisfacer los requerimientos y necesidades de un determinado segmento de la demanda ajustado a sus perfiles y hábitos de viaje. En este sentido, el oferente debe definir claramente las necesidades de la demanda y los mecanismos idóneos para su satisfacción, así como las ventajas competitivas con las que cuenta para ejecutar un diseño de producto exitoso. Basado en las capacidades instaladas

en el sector turístico departamental, así en las condiciones culturales y naturales susceptibles de ser desarrolladas en producto turístico, la siguiente tabla define las áreas de focalización turística idóneas para el desarrollo de nuevos productos en la oferta turística departamental dentro de cada subregión:

Tabla 3. Productos turísticos del destino Antioquia

Productos turísticos del destino Antioquia		
Subregión	Principal	Complementario
Bajo Cauca	Naturaleza	Cultural (gastronómico)
Valle de Aburrá	Naturaleza	Cultural
Medellín	MICE, negocios y compras	
Occidente	Cultural	Naturaleza
Oriente	Naturaleza	Cultural (religioso)
Norte	Cultural (religioso)	Naturaleza (agroturismo)
Nordeste	Naturaleza (ecoturismo)	Cultural (religioso)
Magdalena Medio	Naturaleza (ecoturismo y de aventura)	
Suroeste	Cultural	Naturaleza (agroturismo)
Urabá	Naturaleza	Cultural

Fuente: (PETA, 2021)

De este panorama en la oferta se deduce que 6 subregiones priorizan el producto de naturaleza, en tanto que en otras 3 subregiones prevalece el turismo cultural; siendo complementada por la oferta de los municipios del Valle de Aburrá. De esta manera, Antioquia cuenta con ventajas comparativas para conquistar mercados de alto valor en materia turística. Para esto se precisa una hoja de ruta que oriente, priorice y articule las estrategias y procesos para posicionar, diversificar y poner en valor sus productos turísticos en un mercado internacional, atravesando las brechas que aún existen en gobernanza, accesibilidad, tecnología e innovación, sobre la base de un turismo responsable en el uso de sus activos naturales, respetuoso con sus comunidades anfitrionas y sostenible en la gestión económica.



4.2.5 Tecnología

Antioquia enfrenta un gran reto en la conexión entre las cadenas de valor turísticas y las capacidades tecnológicas vigentes. El Plan de Desarrollo Unidos 2020- 2023 ratifica la necesidad de avanzar en este tema, contemplando dentro de sus líneas estratégicas la creación y/o fortalecimiento de un Fondo de Ciencia, Tecnología e Innovación, mejorando los procesos que le son propios, servicios de conectividad departamental centralizados y entregados a la ciudadanía, formaciones de uso seguro y responsable de las TIC para las subregiones y programas virtuales para la formación en la utilización de los servicios digitales ofrecidos por la entidad.

Adicionalmente se contempla en el componente 2.7. Antioquia digital, de la línea estratégica 2. Nuestra Economía, el desarrollo de plataformas logísticas especializadas, los sistemas intermodales de transporte, la cobertura en energía eléctrica, la promoción del uso de las TIC y el crecimiento verde. Así mismo, se impulsa la disminución de barreras en la adopción tecnológica, la innovación digital pública y privada, el fortalecimiento del capital humano y el desarrollo de condiciones habilitantes.

Por otra parte, un análisis más profundo, con base en la intención del CONPES 3975 de 2019, Política Nacional para la Transformación Digital e Inteligencia Artificial y del Modelo Integrado de Planeación y Gestión, orientado a fortalecer el conocimiento de los ciudadanos en el aprovechamiento de las TIC's, permitió concluir la existencia de las siguientes brechas:

- Los puntos de conexión wifi gratuitos, en varios municipios están inactivos por falta de renovación de los contratos con los operadores o tienen clave de seguridad; caso contrario es Medellín, donde la conexión funciona en los puntos habilitados manejando con contador el tiempo de los usuarios; el 2018 registró 309 Kioscos Vive Digital, 1.049.672 suscriptores a servicios de internet y una cobertura de 15,9%.
- El sistema de conectividad de las subregiones, basado en el número de accesos de internet fijos en la región vs el tamaño de la población, es en promedio del 8,9%, siendo Oriente (14,3%), Norte (9,5%) y Urabá (9,3%) las de mayor índice de conexión, después del Valle de Aburrá (Diagnóstico de capacidades de Economía Naranja en medios



digitales y fortalecimiento del ecosistema subregional de CTel en Antioquia (Economías Creativas, 2020)).

- En las cabeceras municipales de las cuatro zonas del Oriente la cobertura 2G y 3G supera el 60%; la 4G es inferior al 50%, a excepción del altiplano que alcanza el 76%. En este sentido, el manejo de Big Data para el tratamiento de la información, exceptuando Medellín, parte del Área Metropolitana del Valle de Aburrá y de Oriente, en los demás municipios no presenta avances significativos. La *Agenda Regional de Investigación y Desarrollo Tecnológico hacia la Innovación*, en la línea tecnologías informáticas habilitadoras de la industria 4.0, busca un desarrollo que permita ser aplicado a diferentes ámbitos económico y social, por lo que se orienta al desarrollo de áreas de la informática que respaldan la toma de decisiones inteligentes a partir del procesamiento, análisis y visualización de grandes volúmenes de datos.

Desde esta perspectiva, el principal desafío en materia de tecnología es la integración de las cadenas productivas del turismo con las capacidades tecnológicas territoriales, esto, a un mismo tiempo que se deberá propender por la adaptación de dichas capacidades en la mejora de las experiencias de consumo turístico.

Oportunidades

Dentro de este escenario, el esquema general de oportunidades para fortalecer las conexiones entre el turismo y las capacidades tecnológicas del ecosistema son:

- Aumentar el uso de herramientas digitales como estrategia para aumentar la disponibilidad de la información turística, reducir los costos transaccionales y mejorar la conexión entre oferentes y consumidores.
- Reforzar, en las áreas de interés para el turismo, la conectividad web de alta velocidad para cubrir que alcance a cubrir las necesidades locales y la demanda turística.
- Avanzar en desarrollo de software aprovechable para el turismo y en implementación de herramientas básicas tecnológicas como: GPS, aplicaciones digitales para el trazado de rutas turísticas y algunos Sistemas de Información Geográfica.



- Profundizar en el posicionamiento de herramientas tecnológicas (página web, redes sociales, entre otros) para la comercialización de productos y servicios turísticos, especialmente en aquellos municipios con menor desarrollo turístico.

4.2.6 Accesibilidad e inclusión

A la accesibilidad turística se incorpora al término de accesibilidad universal, en el sentido de eliminar barreras físicas para la libre circulación de personas sin ningún tipo de exclusión como edad, discapacidad (física, mental, sensorial o mixta). Esta accesibilidad universal constituye un derecho a ser promovido mediante el desarrollo turístico integral. Adicionalmente, la accesibilidad turística es entendida como la facilidad para acceder a destinos y atractivos (naturales y culturales) como vías (férreas, carretables, marinas y fluviales, ciclovías), caminos, muelles, entre otros y los equipamientos que contribuyen a la libre movilidad como estacionamientos y terminales de transporte.

En términos de accesibilidad, el PETA (2021), aporta dos conclusiones relevantes:

En primer lugar, determina que Antioquia avanza en su interconexión vial con la zona norte del país; el Gobierno Nacional articulado con la secretaria de Infraestructura Física departamental de Antioquia ha entregado dos (2) vías de primer orden de cuarta generación y está ejecutando cinco (5) más, que permitirán conectar a Medellín con diferentes regiones del país, de manera más rápida y segura. Las dos vías entregadas son Pacífico 2 entre Bolombolo y La Pintada y Vías del Nus desde Barbosa y hasta San José del Nus. Las que están pendientes de entrega son Pacífico 1 y 3; Mar 1 y 2; Autopista al Río Magdalena 2 y Conexión Norte; el proyecto Túnel GGE espera lograr el cale en 2022. Además de los beneficios asociados al mejoramiento de interconexión para el transporte de productos, la movilidad de pasajeros entre los territorios antioqueños se facilita sustancialmente, acortando tiempos de recorridos y ampliando las posibilidades de extender visitas a lugares no planificados en el viaje.



En segundo lugar, el desarrollo de 23 de las vías que conectan las centralidades subregionales y las vías terciarias municipales, es una iniciativa emprendida con recursos departamentales, en cooperación con las alcaldías respectivas. Sin embargo, las vías de acceso a los atractivos subregionales que corresponden a municipios de categoría tres y cuatro, en su mayoría requieren adecuaciones y mejoramiento. Por otra parte, el Ferrocarril de Antioquia viene adelantando un proceso contractual para los estudios relacionados con la puesta en marcha del tramo 2 – Tren del Río. Teniendo en cuenta la historia antioqueña, relacionada con la red ferroviaria y al icónico ferrocarril de Antioquia, sería de vital importancia recuperar la totalidad de la vía férrea que además está presente en todas las subregiones, como un proyecto que, reconociendo su historia, promueve la circulación y la preservación de sus bienes patrimoniales; igualmente asociado a la Macroestrategia “Parque de la cultura férrea”, el cual cuenta con estudios técnicos y de viabilidad financiera.

Respecto de los aeropuertos, el departamento cuenta con el José María Córdova que sirve de tráfico internacional y nacional de pasajeros, sin embargo, presenta colapsos en temporadas de alta frecuencia de visitantes, lo que hace que requiera ampliaciones. Por su parte, el aeropuerto regional Olaya Herrera, ubicado en la ciudad de Medellín, opera con aviones pequeños y es fundamental en la conexión con el pacífico colombiano. Tal y como lo menciona el Plan de Desarrollo Turístico 2012-2015, en Antioquia existe una red de pistas que pueden contribuir a la conexión aérea entre subregiones, facilitando, además, el transporte de pasajeros a los destinos apartados. El documento plantea la recuperación de 2 y entregó, en su momento, el proyecto base para ejecutar la acción, sin que se conozcan resultados al respecto.

En términos de accesibilidad para personas en situación de discapacidad, el departamento presenta una brecha significativa en instrumentos de verificación y diagnóstico sobre los niveles actuales de aplicación de las normas vigentes en la materia. De esta manera, no existen estimaciones sobre el grado de accesibilidad en términos generales, y, es especialmente ausente en relación con el sector turístico, dando lugar una baja capacidad para delimitar las urgencias y prioridades en accesibilidad en el sector, al mismo tiempo que evidencia un bajo nivel en su desarrollo.



Bajo estas premisas, el desarrollo de infraestructura equipada para facilitar la actividad turística es una urgencia de primer orden en términos de desarrollo del sector. Esto es especialmente notable en relación con adecuaciones físicas para personas con necesidades de movilidad especiales, y en relación con la conectividad de atractivos y destinos apartados.

Oportunidades:

Relacionado con los municipios y atractivos turísticos, se concluyen las siguientes oportunidades para el desarrollo del sector en materia de accesibilidad e inclusión:

- El diseño y promoción de equipamientos turísticos bajo un criterio de accesibilidad universal. Dentro de esto, existe un amplio margen para el desarrollo de muelles, malecones, bulevares, motorutas, ciclorrutas, senderos, quiscos y demás equipamiento relevante a los destinos.
- La instalación de infraestructura destinada a nivelación de información en los usuarios, en este sentido, el desarrollo de puntos de información turística, la mejora en la señalización, y la demarcación para usos turísticos. En este sentido, la brecha identificada amerita la delimitación y señalización de los usos espaciales de los territorios destinados a usos turísticos, buenas prácticas, atractivos ofertados y rutas de atención en términos de uso inadecuado del espacio público y delitos asociados a la actividad turística.
- La adecuación de vías, rutas, senderos y accesos a los atractivos turísticos de naturaleza, procurando una demarcación ambientalmente amigable que permita una interacción de bajo impacto con ecosistema local.

Con relación a la accesibilidad incluyente, amparada por los objetivos de desarrollo sostenible y establecida en el país a partir de la Política Pública Nacional de Discapacidad e Inclusión Social ratificada en 2013, entendida como “[...] la facilidad en el desplazamiento de los peatones para acceder o interactuar en un espacio público. En términos prácticos implica que los peatones logren llegar, ingresar, usar, salir, de los espacios de origen o destino referidos a intereses particulares” (Guía de Movilidad Urbana, Instituto de Desarrollo Urbano, 2005), permitió la conformación del Pacto de Productividad que agrupa sectores públicos y privados del país; dicha instancia viene orientando su aplicabilidad a partir del



desarrollo de herramientas prácticas como guías y cartillas que permitan la adecuación de espacios físicos para la inclusión de personas en situación de discapacidad total o parcial. En tal sentido, es necesario enfocar los esfuerzos departamentales en el desarrollo de espacios accesibles.

4.2.7 Sostenibilidad

La emergencia sanitaria provocada por el COVID-19, ha dejado grandes lecciones enseñanzas y desafíos para gobiernos y comunidad global; tal vez uno de los de mayor impacto, es la generación de estándares de sostenibilidad en favor de los recursos naturales y las comunidades más vulnerables.

Las actividades turísticas, si bien han sido tradicionalmente entendidas como un sector económico de bajo impacto ambiental, recientemente han recibido una atención en aumento con miras a estimar los efectos ecológicos de la misma. De esta manera se han mapeado las principales interacciones entre las actividades de la cadena de valor turística y sus efectos en términos de consumo de recursos naturales, y en la generación de residuos y emisiones de gases de efecto invernadero.

En términos de emisión de gases de efecto invernadero, existe una relación causal comprobada entre el aumento de turistas y el alza en la proporción de emisiones de los destinos (Cadarso, *et al*, 2016). El aumento de emisiones como consecuencia de la actividad turística está especialmente ligada a la cadena logística del transporte. De esta manera, la realización de vuelos comerciales da cuenta de una proporción de emisiones de CO₂ cercana al 80% del total de las emisiones del sector transporte global (Bojanic & Warnick, 2020). Así mismo, el transporte terrestre usado intensivamente en las actividades turísticas da cuenta de efectos significativos en términos de deterioro de la calidad del aire, esto, especialmente, en tanto es el principal responsable de la emisión de los contaminantes PM₁₀, PM_{2.5}, óxidos de nitrógeno y dióxido de azufre en concentraciones riesgosas para de salud pública (Rosselló-Nadal & Sáenz-de-Miera, 2010).

Paralelamente, la actividad turística da cuenta de una amplia huella de carbono asociada al consumo de recursos naturales, especialmente concentrado en el consumo energético y de agua dentro de las cadenas de producción asociadas al hospedaje y gastronomía. De esta



manera, los consumos energéticos vinculados a la climatización, cocinas, y abastecimiento de instrumentos electrónicos concentran alrededor del 20.74% del total de la huella de carbono del sector, complementada por un 37.77% asociado su abastecimiento de comestibles (Campos, *et al*, 2022).

De la misma manera, la actividad turística presenta unos efectos ambientales significativos asociados a la generación y manejo de residuos especialmente vinculados a la contaminación de fuentes hídricas y la gestión de desperdicios. En este sentido, las tasas agregadas de generación de desperdicios en los destinos se ven significativamente influenciadas por las variaciones en población flotante derivada de la actividad turística, la cual aumenta los totales per capita de los desechos, generando tensiones en las capacidades instaladas para gestión, y creando un desborde en la capacidad de recuperación de los ecosistemas impactados (Arbulú, Lozano, & Maquiería, 2015).

Este panorama presenta un conjunto de condiciones e impactos ambientales del sector, los cuales, en términos generales se resumen en una evolución de la huella de carbono sectorial en las últimas décadas, pasando de un 46,247.4 CF en 1995 a 61,185.4 CF; 78,025.4 CF; 84,600.6 CF en los años 2000, 2005 y 2007 respectivamente. Este patrón, si bien no ha recibido estimaciones actualizadas, se presume continuo y creciente en proporción con el aumento de la participación del turismo sobre el PIB global (Cadarsó, *et al*, 2016). De esta manera, el sector turístico afronta una serie de desafíos de sostenibilidad ambiental especialmente concentrados en la optimización de la eficiencia energética orientada a minimizar los consumos de energía. De la misma manera, deberá buscar la minimización de emisiones y la gestión de residuos, con miras a la disminución total de su huella de carbono sectorial.

En respuesta a estos desafíos, Colombia viene haciendo esfuerzos por mejorar los índices asociados a la sostenibilidad, sin embargo, los resultados no se muestran contundentes. No obstante, este componente, vital para la salvaguarda de los recursos finitos, de los cuales Antioquia es abundante, ocupa las agendas del quehacer turístico; es así como en el marco del primer *foro internacional Turismo Sostenible: retos y oportunidades, 2021*, liderado por el Clúster Turismo de Negocios y las cámaras de comercio de Medellín para Antioquia y



Colombo Alemana, se ratifica el proyecto Alianza Región además de presentar experiencias exitosas de 3 países, en los ámbitos ambiental, económico y social.

“Vive Suroeste. circuito turístico de Antioquia” y el proyecto de *Calidad y Sostenibilidad para hoteles del departamento*, son dos estrategias que contaron con el apoyo del proyecto Alianza Región y sus entidades aliadas. 300 empresas formalizadas a través del programa Crecer es posible, 147 asesorías en la región, transferencia de conocimiento, 92 empresas certificadas bajo los lineamientos nacionales de sostenibilidad, 13 empresas certificadas con la norma internacional HOTQUA y 222 personas impactadas en el desarrollo de productos turísticos de municipios de la región, son algunos de los resultados del proyecto Vive Suroeste” (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2020).

En 2017, también se realizó el Primer foro de Turismo Sostenible en Medellín, con participación de los países miembros de Alianza Pacífico, buscando acuerdos interregionales para la movilización de mercados turísticos chinos y estrategias alineadas con la sostenibilidad (Subsecretaría de Turismo de Medellín, 2017).

De acuerdo con la información proporcionada por Global Green Growth Institute - GGGI Colombia, en la actualidad, Antioquia cuenta con cinco destinos turísticos certificados en la Norma Técnica Sectorial de Sostenibilidad (en adelante NTS-TS), de Destinos, NTS-TS 001-01: “Destinos Turísticos de Colombia. Requisitos de Sostenibilidad”, en las subregiones del Valle de Aburrá (2): Medellín y Parque Arví (corregimiento de Santa Elena), subregión de Suroeste (2): centro histórico de los municipios de Jardín, y Jericó y en la subregión de Occidente (1): área delimitada en el centro del municipio de Santafé de Antioquia (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021) y suma 58 prestadores de servicios turísticos certificados en las diferentes NTS-TS, así:

Tabla 4. PST certificados en las NTS TS

NTS – TS	Subregión	# PST certificados
NTS – TS 002: “Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje (EAH). Requisitos de sostenibilidad”	Valle de Aburrá	Medellin:27 Itagüí: 1 Bello: 1

	Suroeste	Jardín: 1
	Oriente	El santuario: 1 Marinilla: 2 San Carlos: 1 El Peñol: 1
	Urabá	Apartadó: 2
	Occidente	Santa Fe de Antioquia: 2
	Bajo Cauca	Caucasia: 1
	Norte	Santa Rosa de Osos: 1
	Valle de Aburrá	Medellín: 9 Itagüí: 1 Envigado: 1
NTS – TS 003: “Agencias de Viajes. Requisitos de Sostenibilidad.”	Oriente	Sonsón: 1 San Luis: 1
NTS – TS 006-1: “Sistema de Gestión para la Sostenibilidad de Organizadores Profesionales de Congresos, Ferias y Convenciones.”	Valle de Aburrá	Medellín: 4

Fuente: (PETA, 2021)

En respuesta a esta brecha de sostenibilidad en el sector turismo, el departamento cuenta con diversas iniciativas de orden público y privado que propenden por gestionar de manera integral la sostenibilidad en el territorio y fortalecer la gobernanza de las comunidades. De estas, se pueden resaltar: el sello de sostenibilidad liderado por la Corporación Autónoma Regional del Centro de Antioquia – (en adelante, CORANTIOQUIA), el cual incentiva las buenas prácticas en las iniciativas productivas de su jurisdicción, buscando así reducir el impacto negativo generado por la fabricación de productos y prestación de servicios en general. A la fecha, no existe información de prestadores de servicios turísticos certificados en este sello.



De igual manera, CORANTIOQUIA lidera uno de los proyectos de infraestructura más ambiciosos en la apuesta por el turismo sostenible con un enfoque hacia la oferta de la biodiversidad, la naturaleza y la cultura local, a través de la puesta en marcha del parque Bio+.

Este proyecto busca integrar más de 300 mil hectáreas para la preservación de ecosistemas estratégicos, protegiendo la vida y consolidando la oferta de recursos naturales del Distrito Regional de Manejo Integrado (en adelante, DRMI) Cuchilla Jardín Támesis, en jurisdicción de los municipios de Támesis, Jardín, Caramanta, Jericó y Andes e incentivando además la participación de las comunidades locales en las actividades turísticas como el avistamiento de aves, senderos ecológicos, entre otros. (Territorios Sostenibles, 2021).

Así mismo, el Plan de Turismo de Naturaleza de Antioquia 2040, liderado por GGGI, busca disminuir la deforestación del departamento mediante la formulación de una estrategia que incentive el turismo de naturaleza como un eje transformador tras la pandemia generada por el COVID-19 y con una visión estratégica al año 2040. Adicionalmente, la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, el Clúster Turismo de Negocios y la Cámara de Comercio Colombo – Alemana mediante la iniciativa Alianza Región, a la fecha ha logrado la implementación y auditoría de buenas prácticas en sostenibilidad en al menos 24 hoteles. Estas iniciativas contribuyen a la sostenibilidad del turismo del departamento y con el cumplimiento de una meta común trazada: *hacer de Antioquia el primer destino turístico sostenible de Colombia*.

Lo anterior indica, que tanto los destinos como los prestadores de servicios turísticos en las diferentes subregiones vienen haciendo una apuesta por la sostenibilidad en términos pragmáticos y tangibles, teniendo en cuenta lo que implica el cumplimiento de los requisitos establecidos en cada una de las normas; no obstante, éstas cifras son aún incipientes frente al desafío que supone el crecimiento del sector en especial en un escenario de post pandemia, en el que el turismo es una apuesta clave para el crecimiento económico sostenible e inclusivo y la reactivación de las economías locales con alto potencial de aprovechamiento sostenible de sus recursos locales. Paralelamente, el bajo grado de certificación en sostenibilidad por parte de los destinos departamentales refleja la persistencia de los desafíos de sostenibilidad



asociados al sector, de esta manera, la minimización de emisiones, la gestión de residuos, la disminución del consumo energético y la contracción general de la huella de carbono se mantienen como retos de sostenibilidad ambiental a ser atendidos por el turismo departamental.

Oportunidades

El panorama de oportunidades en términos de sostenibilidad para el turismo departamental está enmarcado, en primer lugar, en la mitigación de los impactos ambientales asociados a las operaciones del sector. De esta manera, las urgencias ambientales asociadas a las actividades turísticas afrontan el desafío de remediar su huella ecológica, y la oportunidad de desarrollar mecanismos novedosos para responder a este desafío.

En segundo lugar, los esfuerzos del departamento por institucionalizar estándares de sostenibilidad ambiental han derivado en acciones sostenidas por la adaptación del sector a criterios de conservación dentro de su cadena de valor, sin embargo, continúan existiendo brechas en la materia, habilitando escenarios para la promoción y ejecución de acciones asociadas a la conservación en el turismo departamental.

En este sentido, las principales oportunidades para la promoción de la sostenibilidad en el departamento son:

- Promover las certificaciones en sostenibilidad por parte de los destinos y operadores turísticos buscando así la homogenización y estandarización de los parámetros de sostenibilidad aplicados en el departamento.
- Apoyar e incentivar los proyectos de infraestructura sostenible que permitan la mitigación de la huella ambiental del sector.
- Promover la implementación de prácticas y tecnologías para aumentar la eficiencia energética, la optimización en el uso de recursos, la disminución de emisiones y el adecuado manejo de residuos en los destinos, esto con miras a mitigar los impactos ambientales de la actividad turística.



4.3 Diagnóstico participativo:

El proceso validación y contraste con diversos actores del sector turismo respecto a la brechas y oportunidades identificadas dentro de sus cadenas de valor, se ejecutó mediante una metodología mixta compuesta por tres etapas. En primer lugar, se conformaron grupos focales especializados y orientados a la definición de las principales necesidades relacionadas a sus actividades en el sector turismo, así como a la delimitación de sus visiones de mejora. El segundo ejercicio consistió en analizar, sobre la base del ecosistema de mercado aquellas acciones que deben concretarse para alcanzar una visión de mejora en el sector en los próximos años; para precisar los resultados se expusieron 6 tendencias turísticas globales en el post-COVID; 3 relacionadas con la oferta y 3 con la demanda, permitiendo delimitar el panorama de intervenciones públicas necesarias para el desarrollo del sector, se socializaron y ajustaron las conclusiones colectivamente construidas. Para el desarrollo de este proceso participaron más de 300 personas al largo de todas las subregiones del departamento en dos rondas de trabajo, orientadas, respectivamente, a la formulación de las líneas y necesidades del turismo departamental materializadas los planteamientos del PETSA 2021, y seguidamente, procedieron a la validación de las propuestas técnicas de formulación de política pública de la gobernación. Sobre esta base, los actores del sector turismo propusieron el siguiente conjunto de acciones para el cierre de las brechas existentes en su desempeño, así como el aprovechamiento de las oportunidades de desarrollo existentes, las cuales constituyen los elementos diagnósticos del PETSA 2021 y constituyen la base empírica para la formulación de la presente política:

Tabla 5. Tendencias turísticas post-Covid.

Oferta	Demanda
<ul style="list-style-type: none"> • Servicios turísticos innovadores y diferenciados para convertir clientes de una ocasión en frecuentes. • Destinos que implementen acciones concretas que favorezcan la sostenibilidad y se soporten en las comunidades locales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Más viajeros interesados en medios de transporte eléctricos o híbridos y el uso de bicicleta. • Experiencias inmersivas especialmente en escenarios naturales y culturales - no masivas, más personalizadas y reducidas en su capacidad de acoger turistas.
<ul style="list-style-type: none"> • adaptación y accesibilidad como clave en la oferta de los PST (sostenibilidad, factor clave para el 10% de la población mundial) 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación e implementación de TICs para un marketing más digital y sostenible.

Fuente: (PETA, 2021)

Tabla 6. Propuestas para la solución de brechas en la oferta.

OFERTA
<p>1. Servicios turísticos innovadores y diferenciados para convertir clientes de una ocasión en frecuentes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de experiencias y vivencias • Análisis de los componentes ambientales como oportunidad para desestacionalizar el turismo local y regional • Visibilización de la diversidad cultural de Antioquia (profundizar experiencias); y en qué otras experiencias pueden hacerse; multidestino, multiproducto, poner en valor el turismo. • Calidad en el servicio
<p>2. Destinos que implementen acciones concretas que favorezcan la sostenibilidad y se soporten en las comunidades locales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructuras para el turismo • Explotar el efecto de las series en plataformas como Netflix • Lugares fotografiables, instagramiables.

<ul style="list-style-type: none"> ● Involucrar a las comunidades en la sostenibilidad de los espacios turísticos (estrategia: gestionar los sitios en los destinos, gobernanza). ● Brindar lineamientos contextualizados a los diferentes territorios; modelos de desarrollo endógenos y regionales. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Trabajar el concepto de capacidad de acogida y carga. ● El turista debe adaptarse al destino, no el destino al turista, así, trabajar por la autenticidad y conciencia del destino.
---	--

3. adaptación y accesibilidad como clave en la oferta de los PST (sostenibilidad, factor clave para el 10% de la población mundial)

<ul style="list-style-type: none"> ● Apuntar a la inclusión (cultural, social, económica, ambiental). ● Promover la cultura turística y articular el destino de manera organizada. ● Realizar reingeniería en los procesos de inversión para el turismo (acompañar de manera estratégica a los inversionistas). ● Facilitación de la accesibilidad al destino (información). 	<ul style="list-style-type: none"> ● Trabajo continuo, desarrollo articulado. ● Conocimiento de la demanda local y nacional para gestionar el destino Antioquia.
--	--

Fuente: (PETA, 2021)

Tabla 6. Propuestas para la solución de brechas en la demanda.

DEMANDA	
1. más viajeros interesados en medios de transporte eléctricos o híbridos y el de bicicleta.	
<ul style="list-style-type: none"> ● Esta experiencia sería solo para segmentos de mercado muy puntuales y se debe articular con diseño de experiencias a la medida. ● Diseñar ofertas de transporte eléctrico e híbridos para las agencias, operadores y guías de turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Diseño de rutas con agencias especializadas para incentivar el turismo deportivo, como las rodadas de Antioquia Mágica, pero con los operadores. ● Fortalecimiento del servicio de transport público para que los turistas lo utilicen y generar menos congestión por el uso de vehículos.

2. experiencias inmersivas especialmente en escenarios naturales y culturales masivas, más personalizadas y reducidas en su capacidad de acoger turistas

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la cadena de valor para articular todos los actores en los territorios con las experiencias naturales y culturales del destino • Profesionalizar a los actores locales para el diseño de estas experiencias. • Los destinos deben tener operadores y agentes de viajes únicos para que todos no entren a vender de manera indiscriminada. • Diseño de productos con actores locales que permitan hilar los puntos nodales de los municipios como gastronomía, cultura e historia. | <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar agendas para experiencias más personalizada (Involucrar a la cadena del valor del turismo). • Descongestionar, desestacionalizar, distribuir, diversificar la demanda |
|---|--|

3. Innovación e implementación de TICs para un marketing más digital y sostenible.

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Tener cobertura de internet en los territorios y capacitar a los actores locales en el uso de las diferentes herramientas. • Hacer de Antioquia un destino más inteligente. • Mediante el uso de tecnología reducir la masividad; por ejemplo, la reserva digital ayuda a distribuir el nivel de viajeros en el año | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar capacitación y sensibilización a las regiones en el uso de las tecnologías. • Las tecnologías tienen una misión: definir capacidad de acogida y usar las tecnologías para definir la operación y la gestión del destino. |
|---|--|

Fuente: (PETA, 2021)

4.4 Conclusiones diagnósticas:

El presente diagnóstico establece, de forma panorámica, el conjunto de brechas presentes en el sector turístico departamental, así como sus oportunidades de mejora y desarrollo. Estas brechas, en conjunto, expresan las deficiencias en el nivel de consolidación del sector y sus



limitaciones para dar respuesta a las tendencias y problemas emergentes en el mercado en el que opera, así como a sus consecuencias sociales y ambientales. De esta manera, se concluye que el sector turístico presenta un desempeño subóptimo con respecto a sus niveles agregados de competitividad e innovación, en la capacidad para generar posicionamiento de sus destinos, en los niveles de coordinación en su sector empresarial, en la diversificación de su oferta, y en la promoción de estándares de accesibilidad, inclusión y sostenibilidad en sus operaciones.

Desde esta perspectiva, el turismo departamental presenta una serie de brechas sectoriales que definen un problema público conjunto, a saber, una baja consolidación del destino departamental por cuenta de una capacidad limitada de coordinación y gestión hacia condiciones de competitividad agregada, inclusión y sostenibilidad en el sector turístico departamental. Este problema traza una serie de desafíos sectoriales que ameritan instrumentos de intervención pública orientados a señalar, direccionar, focalizar, priorizar y coordinar las acciones para cerrar las brechas sectoriales no resueltas por la operación automática de las fuerzas del mercado.

5. Objetivos de la Política Pública de turismo sostenible

5.1. Objetivo general:

Promover la consolidación del departamento como destino turístico sostenible mediante el aumento en las capacidades de coordinación, competitividad, inclusión, gestión y conservación ambiental en el sector turístico departamental.

5.2. Objetivos específicos:

1. Articular los actores involucrados en el desarrollo turístico mediante procesos de cooperación interinstitucional y colaboración subregional para la gestión integral del destino departamental bajo un enfoque sostenible.

2. Consolidar las capacidades y el conocimiento de los actores del turismo antioqueño en la implementación de nuevos y mejorados procesos aplicados a los productos, experiencias y servicios turísticos, con el propósito de que la innovación y el cuidado sean un mecanismo para la transformación y desarrollo del sector turístico departamental.
3. Desarrollar y consolidar la promoción turística del departamento como destino mediante la aplicación de mecanismos y estrategias de marketing.
4. Promover procesos de accesibilidad turística mediante la adaptación y generación de infraestructura blanda y liviana para la accesibilidad física de poblaciones en situación de discapacidad y limitaciones en movilidad.
5. Promover la inclusión de comunidades locales en las cadenas de valor turístico mediante la vinculación laboral y la generación de productos turísticos de enfoque social.
6. Promover la digitalización de los procesos, servicios, oferta y promoción turística del departamento mediante una migración, adaptación e integración digital del sector con miras a la expansión del mercado turístico departamental.
7. Implementar y escalar el registro de datos y analítica del sector turismo departamental buscando la generación de recomendaciones técnicas basadas en evidencia y orientadas al aumento en la precisión de las acciones emprendidas por oferentes y sector público en materia de servicios turísticos.
8. Gestionar de manera sostenible el sector turístico de Antioquia, impulsándolo como un sector productivo bajo en carbono, orientado hacia el crecimiento verde, la regeneratividad y la inclusión social; planificando, desarrollando lineamientos e implementando estrategias para la gestión sostenible que mitiguen y prevengan los impactos negativos sobre el ambiente y asegure la inclusión de las comunidades.

6. Ejes estratégicos

Sobre la base del diagnóstico expuesto, la Política Pública de Turismo Sostenible de Antioquia plantea un conjunto de instrumentos orientados a responder a las necesidades del sector mediante la coordinación, gestión y señalización de las prioridades para la consolidación del destino departamental a través del fortalecimiento de las capacidades sectoriales en los segmentos con mayores brechas identificadas. Para el cumplimiento de este propósito, la presente política retoma y ajusta los focos de acción priorizados por el PETSAT 2021 y proporciona así un conjunto de instrumentos de gestión y coordinación interinstitucional en siete (7) ejes, a saber, (i) gestión integral del destino, (ii) competitividad e innovación, (iii) marketing estratégico, (iv) accesibilidad e inclusión para el turismo (v) infraestructura turística y pedagógica, (vi) digitalización del turismo, y (vii) oportunidades económicas verdes para el turismo, los cuales trazan las líneas de trabajo prioritarias para la consolidación del sector y definen la hoja de ruta y objetivos a ejecutar para dar respuesta a las necesidades sectoriales en el mediano y largo plazo. De esta manera, la presente política pretende proveer el conjunto de lineamientos, objetivos y priorizaciones para la coordinación y direccionamiento del sector hacia su consolidación y el cierre de las brechas en su desempeño.

6.1 Gestión integral del destino

La gestión integral de los destinos en el turismo deriva de la coordinación de los sectores público, privado, y la sociedad civil, con el ánimo de promover políticas, proyectos y programas que representen de manera creíble los intereses públicos de este sector. Para la realización de este objetivo, se deberá: (1) desarrollar escenarios de deliberación pública en materia de turismo; (2) establecer rutas que permitan un trabajo conjunto entre la pluralidad de actores; (3) diseñar nuevos procesos de gestión sostenible y colaboración público-privado y (4) mejorar de la toma de decisiones colectivas.

Para ello es necesario que los actores del turismo subregional trabajen de manera coordinada para planificar, diseñar, promocionar e impulsar temas asociados a la cualificación del recurso humano, la gestión ambiental de los destinos, la seguridad turística, la promoción, formalización y la competitividad de las regiones; de ahí que esta línea de trabajo se propenda

por el fortalecimiento de las capacidades de planeación turística a nivel subregional. La gestión integral del destino implica entonces, dirigir efectivamente el turismo en los diferentes niveles de gobierno, a través de formas de coordinación, cooperación y negociación requeridas entre los diferentes actores para alcanzar objetivos con intereses colectivos de acuerdo a las oportunidades, vocaciones y productos en cada una de las subregiones.

6.1.1 Planeación turística territorial

La planeación territorial en turismo orienta los procesos de administración pública en el departamento hacia una planificación y gestión responsable y articulada, la cual deberá complementar y profundizar la política pública de turismo para Antioquia con enfoque en sostenibilidad e innovación. De esta manera, se buscará el desarrollo de una planeación turística tecnificada y coordinada en todos los niveles, propendiendo tanto por el desarrollo económico y el impulso a los procesos de innovación, como por la conservación de los ecosistemas ecológicos, la protección del patrimonio cultural y el empoderamiento de las comunidades en la gestión de sus territorios.

Objetivo general: crear mecanismos permanentes de asesoría técnica en la planeación turística regional y local. De esta manera, se buscará acompañar y asesorar la construcción de los planes municipales de turismo, estudios de capacidad de carga, planes de manejo ambiental, diagnósticos de necesidades para el desarrollo de destinos turísticos, protocolos manuales de buenas prácticas y demás ejercicios de planeación turística llevados a cabo en el departamento.

Objetivos específicos:

- i. Construir, de forma recurrente y permanente, análisis prospectivos para la planeación turística del departamento.
- ii. Levantar estudios diagnósticos periódicos de las condiciones del sector turístico del Departamento y socializarlos para la toma de decisiones informadas para la gestión integral del destino.
- iii. Crear instancias subregionales de planificación y coordinación entre los actores del sector turístico del departamento.



- iv. Apoyar, de forma permanente, la implementación y evaluación de los planes locales y regionales de turismo en el departamento, así como los demás instrumentos locales de planificación en materia turística, esto incluye los instrumentos locales de ordenamiento territorial.

6.1.2 Protección del patrimonio para el turismo

En línea con la Política de Turismo Sostenible del Gobierno Nacional, donde la gobernanza y la oferta de servicios turísticos favorecen el aprovechamiento del capital natural del país, Antioquia asume el reto de posicionarse como destino número uno en sostenibilidad turística, para lo cual gestionará la promulgación de regulaciones relacionadas con el cumplimiento de parámetros de sostenibilidad en relación con la interacción entre las actividades turísticas y los activos patrimoniales del departamento. De esta manera, se trabajará en la cualificación del aprovechamiento turístico del patrimonio departamental, así como en el respeto de estándares de conservación y protección en toda la cadena de valor turística.

Objetivo general: Establecer los parámetros de administración, intervención, promoción y conservación de los activos patrimoniales del departamento de Antioquia para su aprovechamiento sostenible en la prestación de servicios turísticos y la consolidación de destinos.

Objetivos específicos:

- i. Identificar, diagnosticar y evaluar, en conjunto con las autoridades competentes, la ubicación, el estado de conservación, el nivel de desarrollo turístico y valor de los activos patrimoniales del departamento de Antioquia.
- ii. Coordinar, en colaboración con las autoridades competentes, el aprovechamiento turístico de los activos patrimoniales del departamento y definir los lineamientos para la conservación patrimonial en dicha actividad.
- iii. Generar estrategias de promoción para el encadenamiento de los activos patrimoniales a los servicios, productos y destinos turísticos del departamento.

6.1.3 Turismo responsable y libre de delito

El turismo, en tanto es una actividad económica que genera grandes impactos ambientales y sociales en las zonas donde opera, se deberá vincular a procesos de sostenibilidad ambiental y social orientados a mitigar los efectos negativos causados en su cadena de valor. En este sentido, el turismo responsable, en palabras de MINCIT, se define como “el compromiso con el entorno, de asumir y exigir responsabilidades a todos los actores asociados al turismo para que el impacto al viajar sea únicamente positivo y de beneficio para las poblaciones locales”.

(2022, p.3)” De esta manera, la presente política buscará proveer una serie de lineamientos orientados a desarrollar una actividad turística que promueva la adopción de las buenas prácticas de parte de todos los actores que pertenecen a los contextos de viajes y turismo en materia social, ambiental y económica, potencializando impactos positivos y previniendo problemáticas, delitos y externalidades negativas generadas por la actividad económica turística, especialmente en relación con el tráfico de drogas, especies y la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes – ESCNNA.

Objetivo general: promover estrategias, acciones y mecanismos de articulación para la promoción de la responsabilidad social en las cadenas de valor turísticas del departamento, esto con miras a establecer prácticas turísticas de bajo impacto social y mitigar su incidencia en la generación de actividades delictivas.

Objetivos específicos:

- i. Promover y fortalecer procesos pedagógicos orientados a los prestadores de servicios turísticos, autoridades locales y viajeros; con miras a fortalecer prácticas de turismo responsable.
- ii. Establecer rutas y protocolos de articulación entre los actores turísticos y las autoridades competentes para la identificación, denuncia, atención y restablecimiento de derechos en los casos de comisión de delitos asociados a la actividad turística.



- iii. Establecer mecanismos de sensibilización en materia de comercio ilegal de fauna y flora en los destinos del departamento, así como de criterios de conservación de los ecosistemas y paisajes locales.
- iv. Establecer mecanismos para la prevención de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes (ESCNA) asociada a las actividades turísticas.

6.1.4 Prevención y mitigación ambiental para el turismo

El sector turismo, como todas las industrias, necesita gestionar sus externalidades sobre el medio ambiente. La actividad turística tiene efectos negativos directos e indirectos sobre el agua, el aire, el suelo, los ecosistemas y la biodiversidad de los destinos. Estos se derivan del consumo de los recursos hídricos y energéticos, así como de la generación de emisiones atmosféricas, residuos sólidos y residuos líquidos (MinCit, 2020, pp. 63-68). Además de generar tráfico ilegal de fauna y flora, el consumo ilegal de especies y el maltrato animal.

En este sentido, la planificación y lineamientos para la gestión sostenible permitirán mitigar estos impactos que se agudizan con el crecimiento del turismo en ausencia de acciones de mitigación y prevención de impactos ambientales que se caracteriza por i) ser intensivo en energía; ii) registrar altos niveles de consumo de agua; iii) generar crecientes emisiones de carbono; iv) producir un alto volumen de residuos sólidos contaminantes; v) generar descargas irresponsables de aguas residuales no tratadas; y vi) causar daños a los ecosistemas y a la biodiversidad terrestre y marina (MinCit, 2020, p. 35).

Objetivo General: Diseñar e implementar medidas de manejo ambiental para atractivos turísticos estratégicos del departamento.

Objetivos específicos:

- i. Evaluar el impacto ambiental actual de la industria del turismo y generar un plan de acción para la mitigación de los mismos.

- ii. Apoyar y acompañar la formulación participativa de planes de manejo ambiental de atractivos. Estos planes de manejo pueden ser liderados, implementados y monitorcados por actores públicos y privados).
- iii. Incorporar medidas de valoración, prevención y mitigación de impacto ambiental en la estructuración y ejecución de proyectos turísticos
- iv. Promover la Gestión del Riesgo como Eje Transversal del Desarrollo Turístico a través del cumplimiento de Planes de Gestión del Riesgo, elaboración de Planes de contingencia y salvaguarda y la aplicación de todos los esquemas normativos de gestión del riesgo asociado con las normas técnicas sectoriales.

6.1.5 Medición y esquema de compensación de la huella de carbono del sector turístico

La huella de carbono del turismo tuvo un incremento entre 2009 y 2013 del 3.9 a 4.5 GtCO₂e y es el responsable del 8% de las emisiones de gases efecto invernadero a nivel global (Nature Climate Change, 2018). Igualmente, es creciente la conciencia de los turistas sobre el impacto del turismo y las alternativas para compensar su huella en los destinos. Se propone que el departamento cuente con mediciones de emisiones en el marco del Sistema información turística y que se desarrolle un mecanismo de compensación participativa donde el turista tenga una acción directa en la compensación de su viaje.

Objetivo general: generar un sistema de medición y compensación de la huella de Carbono del turismo en el departamento de Antioquia.

Objetivos específicos:

- i. Incluir en el Sistema de Información Turística de Antioquia indicadores asociados a la huella de carbono y los niveles de sostenibilidad en las operaciones de los destinos turísticos.
- ii. Formular e implementar un programa de compensación de huella de carbono al turista que viaja a Antioquia acompañado de una estrategia de sensibilización al turista sobre el impacto ambiental y las medidas de prevención y compensación, así como promover prácticas de consumo responsable.



- iii. Impulsar estrategias de incentivos a la conservación como los esquemas de Pago por Servicios Ambientales-PSA en los municipios turísticos del departamento.

6.1.6 Tecnología sostenible para la operación turística

El uso intensivo de procesos de alto componente tecnológico en el sector turístico promete la generación de nuevos mecanismos para la solución de sus problemas sectoriales. De esta manera, la aplicación de ciencia, tecnología e innovación en las cadenas de valor turístico constituye una respuesta para el cierre de brechas en sus operaciones y la respuesta a las necesidades de cambio en sus prácticas menos sostenibles. En este sentido, este programa buscará promover la implementación de nuevas tecnologías en el sector turístico especialmente orientadas a la mitigación y reparación de su huella ambiental.

Objetivo General: Incentivar nuevas tecnologías sostenibles e innovación en la operación de las cadenas de valor turísticas.

Objetivos específicos:

- i. Apoyo al acceso de incentivos para el desarrollo de productos, estrategias, servicios, experiencias y mecanismos de mitigación a través de la aplicación de conocimiento e innovación en la operación turística asociada a ecosistemas estratégicos, especialmente en temas como:
 - Apoyar el desarrollo e implementación de tecnológicas que potencien el uso de energías alternativas, la optimización de la eficiencia energética, y el uso eficiente de recursos naturales en las cadenas de valor del sector turismo.
 - Gestión ambientalmente responsable de los residuos en los destinos turísticos
 - Uso de materiales ambientalmente amigables para la construcción de infraestructura turística
 - Gestión de reservas en línea para el control de carga en atractivos
 - Uso de Big Data para el fortalecimiento de las capacidades de toma de decisiones en la oferta turística y la optimización de sus procesos



6.1.7 Pedagogía ambiental para la salvaguarda y protección de la biodiversidad y los ecosistemas

La cultura ciudadana en relación con el turismo da cuenta de unas pautas que definen los patrones de comportamiento, parámetros de consumo y respeto ambiental a lo largo de la experiencia turística por cuenta de las actitudes, percepciones, conductas y expectativas de los turistas en su relación con el destino. De esta manera, la focalización de acciones orientadas a modificar el nivel de educación ambiental del turista con miras a generar una apropiación a estándares de conservación en su conducta será uno de los focos de trabajo de la presente política.

Objetivo general: Impulsar, al interior del sector turismo, campañas de aprendizaje y sensibilización sobre la conservación de la biodiversidad y su apropiada explotación para la generación de un desempeño en el sector que armonice el bienestar de las comunidades que lo desarrollan y el respeto por el medio ambiente.

Objetivos específicos:

1. Implementar procesos educativos y pedagógicos para la sostenibilidad ambiental y el turismo. Se enfoca en reconocer la biodiversidad y los ecosistemas desde procesos investigativos para identificar el potencial de aprovechamiento de la biodiversidad del departamento a largo plazo, con el fin de generar acciones en el corto plazo para la protección y salvaguarda.
2. Impulsar la educación turística para consolidar al turismo como actividad económica al servicio del uso sostenible del capital natural y el bienestar de los territorios.

6.2 Competitividad e innovación:

La competitividad e innovación implica el incremento de bienestar social y capital humano, la generación de conocimiento y productos de innovación para el desarrollo del destino turístico. De esta manera, se buscará la profundización y fortalecimiento de capacidades para la competitividad del sector en el departamento, de forma que sean consolidados los productos, experiencias, destinos ofertados, y capacidades de los oferentes para la



sofisticación de sus cadenas de valor. De esta manera, buscaremos promover las capacidades de las subregiones del departamento de Antioquia potenciando sus emprendimientos turísticos y las estructuras productiva asociadas, así como la capacidad de estos para conectar mercados y cumplir estándares de sostenibilidad.

6.2.1 Talento humano

Enfocado en el desarrollo de competencias para el recurso humano al servicio del turismo; esta línea de acción establece los parámetros sobre los cuales se busca impactar el mercado laboral en el sector turístico departamental. De esta manera, se promoverá el aumento en la calidad técnica de los servicios de oferta turística y la creación de canales de absorción laboral para la mano de obra tecnificada. En este sentido, se busca la integración del capital humano en las cadenas de valor del sector turismo, mediante su vinculación en oficios especializados del sector.

Objetivo general: promover y desarrollar las capacidades técnicas del talento humano del sector turismo, y promover su inserción laboral en el ejercicio de oficios especializados mediante la conexión de los procesos formativos y productivos en una misma cadena de valor.

Objetivos específicos:

- i. Desarrollar mecanismos de formación y capacitación especializada para la tecnificación del talento humano del sector turismo y afines.
- ii. Desarrollar mecanismos de inserción laboral para talento humano especializado dentro del sector turismo y afines.
- iii. Fortalecer y potenciar el modelo de hotel escuela como instrumento para la formación especializada y la conexión del sector privado con el talento especializado en turismo.

6.2.2 Gestión empresarial competitiva

La competitividad empresarial, según el índice de competitividad turística regional de Colombia, “es la capacidad que tiene un destino para insertarse en los mercados de manera



sostenible, mediante la creación de productos diferenciados de alta calidad, innovadores y atractivos, que generen experiencias positivas y alto valor” (COTELCO, 2021). En este sentido, el desarrollo del sector turístico en el territorio antioqueño depende en gran medida de las capacidades técnicas de los oferentes de servicios turísticos. Desde esta perspectiva, la sofisticación de los productos y servicios del sector está atravesada por el desarrollo de capacidades técnicas entre los prestadores de servicios turísticos, de forma que puedan potenciar la calidad final de la oferta e incrementar la productividad agregada del sector.

Desde el reconocimiento de la innovación como pilar de transformación y buscando la optimización de recursos económicos y esfuerzos técnicos, se impulsarán las propuestas creativas y de valor de los productos ya diseñados y los que se integren a futuro, así como el incremento de habilidades empresariales para el turismo, orientadas al cierre de brechas competitivas. De ahí que la Gobernación de Antioquia como organismo de planificación y gestión de los destinos turísticos, pretenda promover, promocionar y crear capacidades para el desarrollo competitivo de la base empresarial en las subregiones del departamento.

Objetivo: promover el aumento en la competitividad de los prestadores de servicios turísticos a través del fortalecimiento de capacidades técnicas y logísticas. De esta manera, se buscará el desarrollo de prácticas de gestión eficientes y sostenibles alineadas a los objetivos misionales y los modelos de negocio de cada prestador de servicios turísticos, así como el aumento en sus estándares de sostenibilidad.

Objetivos específicos:

- i. Desarrollar procesos formativos orientados y especializados en el segmento gerencial de los prestadores de servicios turísticos, buscando la tecnificación y el desarrollo de habilidades especializadas en los procesos de gestión de productos y servicios del sector.
- ii. Promover la formalización de los prestadores de servicios turísticos buscando facilitar los trámites y garantizar el cumplimiento de los estándares exigidos en el sector.



- iii. Promover la creación de mecanismos financieros de inversión y deuda para la cofinanciación de proyectos turísticos.
- iv. Promover la adquisición, por parte de los prestadores de servicios turísticos, de capacidades técnicas e insumos que impacten la productividad y calidad sus cadenas de valor.

6.2.3 Experiencias memorables

El departamento de Antioquia cuenta con una gran variedad de atractivos culturales y naturales en cada una de sus nueve subregiones, donde se evidencian diferentes costumbres, tradiciones, saberes, talentos y riquezas naturales que ofrecen experiencias únicas para disfrutar del departamento. Por lo anterior, el programa de Experiencias memorables tiene un enfoque en relación al desarrollo de productos turísticos que permitan consolidar y organizar de manera sistemática todas las experiencias turísticas que ofrecen los territorios antioqueños; y así promover la articulación de destinos turísticos conformando productos que permitan promocionar experiencias únicas y diferenciadoras por su riqueza multicultural y natural, que vinculen la creatividad con altos criterios de sostenibilidad y que permitan escalar y tecnificar los productos a través de la integración de múltiples experiencias.

6.2.3.1 Creación de producto turístico

La creación de producto turístico, en tanto permite la expansión de la oferta presente en los destinos, constituye un foco primordial de trabajo para la diversificación y sofisticación de los de los atractivos ofertados en el departamento. En este sentido, esta línea de trabajo buscará promover el desarrollo de nuevos productos turísticos con miras a la consolidación de los destinos y la profundización de las experiencias asociadas a estos.



Objetivo: promover el desarrollo de productos turísticos en materia de naturaleza y cultura. Esto mediante el diseño, planeación, promoción y comercialización de productos y experiencias turísticas desde etapas tempranas de ideación e incubación, hasta la realización de procesos de aceleración de negocios con criterios de sostenibilidad. Para este propósito, la Gobernación de Antioquia acompañará la consolidación de las experiencias vinculando la creatividad y la diferenciación de oferta en los procesos de creación de estas.

Objetivos específicos:

- i. Identificar segmentos de mercados turísticos especializados y promover el desarrollo de productos y experiencias a la medida de las necesidades segmentadas
- ii. Acompañar en el desarrollo y diseño de productos y experiencias turísticas en materia de cultura y naturaleza con altos criterios de sostenibilidad
- iii. Escalar y tecnificar los productos y experiencias turísticas desarrollados buscando promover la consolidación de los mismos.

6.2.3.2 Consolidación de destino turístico

El fortalecimiento de destinos turísticos presentes en la oferta turística departamental, es la base que permitirá posicionar a Antioquia como un destino social y ambientalmente sostenible e innovador, con un alto contenido de componentes de alto valor y con una amplia oferta de experiencias y productos turísticos articulados desde las diferentes subregiones del departamento. Por ello, este eje busca la coordinación entre los diferentes productos, atractivos y experiencias del turismo para la consolidación y al fortalecimiento de los destinos turísticos culturales y de naturaleza en el departamento.

Objetivo general: desarrollar, promover y consolidar destinos turísticos en el departamento a partir de la integración de experiencias y productos en un mismo conjunto de oferta territorialmente coordinada.

Objetivos específicos:



- i. Levantar un inventario de las necesidades de mejora de los destinos turísticos estratégicos del departamento, tanto de naturaleza como culturales.
- ii. Coordinar, con el programa de desarrollo de experiencias, el diseño y sofisticación de productos turísticos vinculados a los destinos identificados.
- iii. Promover la integración de destinos para lograr una oferta territorialmente unificada en coordinación entre los actores públicos y privados.

6.3 Marketing estratégico:

El efecto del marketing en la potencialización de los destinos turísticos ha permitido la consolidación de ofertas sostenibles y niveles de demanda estables en el sector, así como transformar los flujos de distribución y comercialización de los destinos turísticos de Colombia y del departamento de Antioquia. En este sentido, la Gobernación de Antioquia como ente rector departamental en temas de turismo, integra este eje que busca visibilizar, promover e incentivar la llegada de nuevos nichos de mercado de turismo receptor, con procedencia doméstica y extranjera.

Este objetivo se logra a través del desarrollo de la marca destino, la consolidación de productos turísticos y la promoción de territorios emergentes, con los cuales se pretende potenciar el patrimonio ambiental y cultural valorado y proyectado en materia de turismo para generar más oportunidades de desarrollo, competitividad y sostenibilidad en las comunidades y en los municipios de las diferentes subregiones.

6.3.1 Desarrollo de marca destino

La comercialización de los destinos turísticos de Antioquia permite el desarrollo económico sostenible vinculado con las cadenas productivas de los municipios que los ofertan. De esta manera, la consolidación de procesos de identificación, reconocimiento, reputación y posicionamiento permitirían la estructuración de una oferta coordinada de destinos en el departamento, mejorando su comercialización final y la estabilidad de la demanda de estos destinos. En línea con lo anterior, el desarrollo de marcas destino permite identificar los atractivos turísticos del departamento, así como posicionarlos de manera permanente, incrementando y generando sostenibilidad en su demanda a largo plazo.



Objetivo general: brindar herramientas técnicas y mecanismos logísticos para creación, consolidación y promoción de las marcas asociadas a los destinos del departamento, así como de sus estrategias de comunicación.

Objetivos específicos:

- i. Diseñar y desarrollar las marcas asociadas a los destinos del departamento.
- ii. Crear estrategias de recordación y posicionamiento para las marcas de destino del departamento.
- iii. Crear mecanismos de coordinación entre las marcas de destino desarrolladas para la focalización y cooperación en acciones de comunicación.
- iv. Fortalecer la conexión entre las marcas destino y los diferentes públicos de viajeros para la adaptación de experiencias a la medida de las necesidades, así como su integración con todas las instancias de promoción turística como la Comisión Fílmica de Antioquia, las Comisiones de Productividad, el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia y demás instancias orientadas a la promoción de destinos Antioqueños.

6.3.2 Antioquia es Mágica

El marketing es una pieza fundamental de la industria turística, que busca motivar y convencer a los potenciales visitantes o viajeros a conocer un destino. La campaña de promoción Antioquia es Mágica encierra una serie de actividades encaminadas a promover al departamento como un territorio plural, de paisajes naturales, múltiples manifestaciones artísticas, artesanales, culturales y gastronómicas que ofrecen una gama amplia de experiencias turísticas.

En este sentido, el departamento busca generar espacios de interacción con los turistas en los cuales se permita exponer a los viajeros las capacidades locales en materia de turismo especializado en naturaleza y cultura. Para ello se desarrollarán y aplicarán herramientas, actividades, alianzas, y la generación de estrategias de promoción, posicionamiento y comercialización del destino departamental.



Objetivo general: gestionar la consolidación de “Antioquia es Mágica” como marca destino a partir del desarrollo de las principales potencialidades turísticas del departamento mediante la identificación, fortalecimiento, promoción y comercialización de los saberes, experiencias y vivencias ancestrales de los territorios en forma de productos posicionables y comercializables bajo una marca común de destino departamental.

Objetivos específicos:

- i. Diseñar estrategias de visibilización y posicionamiento del Departamento como marca de destino Turístico Sostenible.
- ii. Realizar actividades de promoción focalizada de territorios de mayor oferta artesanal, gastronómica, cultural y turística.
- iii. Fortalecer la recuperación, visibilización y comercialización de los saberes, experiencias, vivencias y tradiciones ancestrales del departamento con miras a su promoción como producto turístico, así como para el desarrollo de unidades productivas.
- iv. Fortalecer la gestión de las denominaciones de origen en el departamento, incrementando la visibilidad y la fiabilidad del turismo cultural y las tradiciones.

6.4 Accesibilidad e inclusión para el turismo:

Garantizar que se ofrezca una mejor atención, así como productos y servicios turísticos orientados a la eliminación de barreras sociales, físicas, sensoriales o de comunicación, es la misión de esta línea de trabajo, teniendo en cuenta que este programa pretende generar inclusión universal, libre e igualitario en a los espacios, entornos, productos y/o servicios turísticos.

Así mismo este programa incluye el turismo social, como una respuesta a la necesidad de una parte de la población por acceder al ocio y a la recreación, dignificando a través del turismo su nivel y calidad de vida; de ahí que la responsabilidad social empresarial aporte a la disminución de la brecha de la pobreza.



Por su parte, este componente también incluye la necesidad de que en Antioquia se creen las condiciones necesarias para que todas las personas, independientemente de su origen étnico, inclinación política, económica, religiosa o de cualquier otra índole, tenga la oportunidad de alcanzar su pleno potencial y de aportar a la productividad y desarrollo de la nación. Este programa entonces, agrupa todas las acciones, obras y mecanismos necesarios de emplearse en los entes territoriales para contribuir sustancialmente en la inclusión y mejoramiento de la calidad de vida.

6.4.1 Turismo accesible

La apertura de la oferta turística a un acceso universal supone un reto para el departamento en la medida que se busca proveer el acceso a los destinos departamentales mediante la adaptación de la oferta a un espectro amplio de visitantes. El turismo accesible, en este sentido, requiere la implementación y profundización de servicios de diseñados para un acceso universal, asegurando que todas las personas, independientemente de sus limitaciones físicas, sensoriales y psicológicas puedan acceder a productos, infraestructura o atractivos que cuenten con los ajustes necesarios para disfrutar de forma autónoma, segura y normalizada de los espacios por parte de ese nicho de mercado. Bajo este criterio, buscaremos desarrollar un turismo universal que permita el acceso universal a los destinos.

Objetivo general: promover la adaptación de los destinos para garantizar la accesibilidad universal a la oferta turística del departamento.

Objetivos específicos:

- i. Identificar, diagnosticar y monitorear las brechas de accesibilidad en los destinos turísticos del departamento.
- ii. Desarrollar e instalar la infraestructura blanda y liviana (asegurando el menor impacto ambiental) requerida por los destinos, satisfaciendo las necesidades identificadas. Estas instalaciones tendrán tres focos:



- El desarrollo de infraestructura para el aumento en la calidad y competitividad de las experiencias turísticas de los destinos intervenidos
- El desarrollo de infraestructura para el aumento en la accesibilidad de personas en situación de discapacidad, movilidad reducida o cualquier impedimento físico para el acceso a los destinos.
- Promover la adaptación de los destinos y sus oferentes a los lenguajes e instrumentos de comunicación para personas en situación de discapacidad visual o auditiva.

6.4.2 Turismo incluyente

El turismo, en tanto es una actividad de altos impactos sociales en las comunidades en las que opera, se encuentra especialmente llamado a generar dinámicas de inclusión social en sus actividades. De esta manera, esta línea de trabajo buscará la generación de mecanismos que promuevan la inclusión social en la cadena de valor del sector turístico, así como promover la igualdad social en los territorios que impacta, la inclusión económica y el reconocimiento y empoderamiento de las comunidades locales. Para esto, se proponen las siguientes líneas de trabajo en la materia:

6.3.2.1 Turismo social

Desde el marco normativo de Colombia, específicamente mediante la ley 300 de 1996, define al turismo social como un servicio público promovido por el Estado con el propósito de que las personas de recursos económicos limitados puedan acceder al derecho del descanso y al aprovechamiento del tiempo libre, mediante programas que les permitan realizar actividades de sano esparcimiento, recreación, deporte y desarrollo cultural, estos programas deben estar diseñados de acuerdo a las limitaciones de esta población, las cuales en su mayoría son propiciadas por cajas de compensación familiar, las cooperativas, sindicatos, fundaciones, mutuales, fondos de empleados, asociaciones, entre otros, por ello la Secretaría de Turismo se compromete a trabajar mancomunadamente con estas entidades para que se propicien espacios para el turismo social. Desde esta perspectiva, el programa de Antioquia incluyente



buscará incrementar el acceso al turismo como derecho en las capas sociales más vulnerables, mediante la generación de incentivos para la oferta de turismo social y su impacto en las tarifas y mecanismos de acceso al turismo.

Objetivo general:

Facilitar el acceso igualitario e inclusivo del derecho fundamental de la recreación, ocio y aprovechamiento del tiempo libre, en prioridad de aquellos segmentos de población con menores posibilidades de disfrute del mismo, como personas en situación de discapacidad, adultos mayores, jóvenes y familias de escasos recursos. Para este propósito, la Gobernación de Antioquia mejorará la competitividad turística, a través de estrategias conjuntas que fortalezcan la cadena de valor.

Objetivos específicos:

- i. Identificar y visibilizar la oferta de turismo social existente.
- ii. Adelantar acciones que propendan por el desarrollo del producto turístico social.
- iii. Crear estrategias de promoción y comercialización para el turismo social.
- iv. Diseñar mecanismos de financiamiento para el acceso a productos y servicios de turismo social.

6.4.2.2 Inserción económica de las comunidades locales

Una sociedad integradora e inclusiva es aquella que permite a sus miembros desarrollar sus potencialidades, permite su plena participación económica y establece relaciones sociales y culturales estables, sin embargo, la exclusión de las comunidades locales de los beneficios generados por la cadena de valor del turismo es una barrera para la generación de sostenibilidad social en el desempeño del sector. En este sentido, el papel de la Secretaría de Turismo es lograr la inserción de estas comunidades en las cadenas de valor turísticas, buscando eliminar las barreras que obstaculizan su acceso a los beneficios generados por el sector, priorizando, de esta manera, las comunidades étnicas y campesinas asentadas en los territorios con operaciones turísticas.



Objetivo general:

Promover estrategias de inclusión que impulsen la participación de las comunidades locales en su inserción social y económica dentro de la cadena de valor del sector turístico.

Objetivos específicos:

- i. Generar y promover productos y circuitos turísticos que tengan en cuenta los atributos diferenciales de las comunidades locales.
- ii. Promover la organización, articulación, movilización e incidencia dentro de la oferta turística de las comunidades locales.
- iii. Generar y fortalecer el desarrollo humano y la cualificación de las comunidades locales para su inserción en la cadena de valor turística.
- iv. Propiciar escenarios de divulgación de productos y artesanías elaboradas por las comunidades locales.

6.5 Infraestructura turística y pedagógica:

El desarrollo de la Infraestructura turística y pedagógica tiene como objetivo adaptar, mediante intervención física, los atractivos turísticos del departamento buscando promover su la apropiación social, realizar su identidad y potenciar su visibilidad. De esta manera, la intervención arquitectónica será el medio por el cual se desarrollen proyectos sostenibles a diferentes escalas, que tienen como objetivo resaltar el valor del lugar con acciones básicas que permitan la adecuación de los espacios físicos para actividades de turismo local, ecológico, medio ambiente, manejo de flora y fauna promoviendo prácticas apropiadas dentro de los territorios y su accesibilidad.

Objetivo general: Generar la activación física de sitios de interés en el territorio departamental y consolidarlos como espacio educativos, museográficos y turísticos.

Objetivos específicos:

- i. Promover el turismo como fuente de reconocimiento e ingresos para la comunidad.
- ii. Exaltar el patrimonio vivo y natural de los municipios.



- iii. Incentivar la movilidad y el recorrido de las rutas y caminos existentes.

6.6 Digitalización del turismo

La introducción de procesos intensivos en tecnología en la cadena de valor del turismo potencia la capacidad de los oferentes para crear productos a la medida, la conexión con nuevos mercados y la dinamización del consumo mediante el escalamiento del mercado turístico. En este sentido, las tecnologías han permitido crear cambios profundos en las dinámicas de consumo en el sector, en la posibilidad de segmentar mercados, crear experiencias especializadas y agilizar las cadenas de pago y mercadeo. En respuesta a esta oportunidad, este eje tiene como propósito la creación de capacidades digitales en sector con miras a la obtención y sofisticación de la información disponible, así como la promoción de mecanismos digitales de conexión entre los oferentes y las necesidades del mercado.

6.6.1 Sistema de inteligencia e información turística

El levantamiento de información estadística como herramienta para la recopilación, valoración y análisis del desempeño del sector promete aumentar la capacidad de tomar decisiones en situaciones de incertidumbre, desarrollar ventajas competitivas y optimizar la inversión pública a partir de datos cuantitativos que permitan diagnosticar las tendencias del sector turístico, esto tanto para el uso institucional como para la cadena valor de los oferentes. Con miras a este objetivo, la Secretaría de Turismo busca lograr el desarrollo del Sistema de Información Turística del departamento de Antioquia como un mecanismo para proveer los datos necesarios y concretos para los destinos, los empresarios y las instituciones transversales a la actividad turística

Objetivo general: desarrollar, escalar y sostener un sistema de inteligencia de información turística orientado a la captura y análisis de datos e indicadores del sector turismo para la generación de proyecciones, estudios, programas y recomendaciones técnicas al sector.

Objetivos específicos:



- i. Diseñar y operar el Sistema de Información Turística del departamento de Antioquia para la generación y análisis de datos para la caracterización de la oferta y la demanda turística del departamento, así como del desempeño en mercado de sus destinos, atractivos y productos.
- ii. Generar informes regulares del desempeño del sector turístico departamental con recomendaciones técnicas para los actores públicos y privados.
- iii. Coordinar la generación de colaboraciones técnicas entre actores de la academia, el Estado y el sector privado para el uso intensivo de datos en relación con las operaciones del sector turístico.
- iv. Socializar y compartir la información con las instancias de gobernanza integral del destino para la toma de decisiones informadas.

6.6.2 Digitalización de la oferta turística

La incorporación de la tecnología en el turismo se ha convertido en una necesidad para la potenciación de las cadenas de valor en el sector y consolidar un camino hacia la cualificación, la personalización de la oferta de productos turísticos en la web y la aplicación de la innovación en la comercialización de los servicios. Buscando potenciar la profundización en el conocimiento de las preferencias del viajero y generar un mayor volumen de turistas a las subregiones del departamento de Antioquia, la Secretaría de Turismo propiciará escenarios de fortalecimiento de las habilidades y conocimientos de los prestadores de servicios turísticos en materia de digitalización, permitiendo una integración de sus cadenas de valor con las capacidades tecnológicas vigentes y el mercado digital,

Objetivo general: promover el desarrollo de las capacidades de los oferentes turísticos para digitalización de su oferta y el alcance a nuevos mercados a través de canales digitales.

Objetivos específicos:

- i. Establecer programas de entrenamiento en habilidades digitales para los oferentes del sector turismo.



- ii. Establecer mecanismos para la virtualización del conjunto de productos y servicios turísticos del departamento en una plataforma unificada.
- iii. Promover la bancarización del sistema de pagos en el sector turístico departamental.
- iv. Promover la cobertura en conectividad web de los oferentes turísticos del departamento.
- v. Promover la adaptación y proyección digital de los eventos, presentaciones, ferias, y demás procesos de promoción turística departamental.
- vi. Establecer mecanismos para la digitalización del mercadeo turístico del departamento.

6.7 Oportunidades económicas verdes para el sector turismo

El turismo es un motor importante de desarrollo económico a nivel local en tanto las necesidades de los turistas son una oportunidad para el desarrollo de emprendimientos que den respuesta a las demandas de hospedaje, alimentos y bebidas, equipos y suministros, mano de obra, recorridos, servicios de transporte, souvenirs, guía, entre otros. En este sentido, el turismo abre una oportunidad para el desarrollo de nuevos negocios, especialmente para el surgimiento de negocios verdes, los cuales se enfocan en la “oferta de bienes o servicios, que generan impactos ambientales positivos y además incorporan buenas prácticas ambientales, sociales y económicas con enfoque de ciclo de vida, contribuyendo a la conservación del ambiente como capital natural que soporta el desarrollo del territorio” (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2023). De esta manera, los negocios verdes son una estrategia para fomentar el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad en procesos productivos, competitivos y sostenibles basados en el capital natural de la región.

Sobre esta base, la generación de negocios verdes en el sector turístico constituye en una oportunidad para potenciar su productividad e insertarlo en nuevos mercados, a la vez que propicia la diversificación de su oferta y mejora su capacidad de satisfacer las urgencias de conservación ambiental asociadas a la actividad turística y las exigencias de sostenibilidad crecientemente demandadas por los turistas.



6.7.1 Turismo de naturaleza para mercados de alto valor

El turismo de naturaleza es estratégico para la conservación del capital natural y para el crecimiento y productividad del turismo del departamento, teniendo en cuenta la biodiversidad de paisajes que alberga y el crecimiento del nicho de mercado para el turismo de naturaleza a nivel global. Esto significa una oportunidad para fortalecer la oferta de turismo de naturaleza hacia un servicio diferenciado, especializado, de alto valor, responsable y respetuoso de las características de los ecosistemas y los ciclos de vida de las especies que allí habiten.

Objetivo General: Fortalecer y mejorar la oferta de atractivos de naturaleza competitivos a través del fortalecimiento del producto hacia experiencias de naturaleza seguras y atractivas para el mercado nacional e internacional.

Objetivos específicos:

1. Planificar el turismo de naturaleza en el territorio con criterios de sostenibilidad para impulsar el perfil del turismo de naturaleza del departamento.
2. Fomentar y mejorar el diálogo y la cooperación entre los sectores público, privado y comunidades locales para la gestión sostenible del turismo de naturaleza, mitigando los impactos ambientales y sociales del turismo en los atractivos de naturaleza
3. Promover la confianza empresarial e inversión en turismo de naturaleza señalizando una visión de largo plazo mediante la fijación de objetivos, estrategias e inversión para el fortalecimiento de la oferta de turismo de naturaleza de Antioquia

6.7.2 Emprendimiento verde para el turismo sostenible

El turismo sostenible y de naturaleza tienen potencial para desarrollar modelos de negocio verdes en tanto, bien ejecutados, logran generar impactos ambientales positivos e incorporar buenas prácticas de inclusión social y sostenibilidad económica en sus operaciones. En este sentido, es pertinente la promoción y fortalecimiento de los negocios verdes en el sector para



la promoción de estándares de sostenibilidad en su oferta y la migración de los negocios operados en el sector hacia modelos altamente sostenibles.

Objetivo general: Fortalecer el ecosistema de negocios verdes del sector turismo buscando el desarrollo de bienes y servicios que generen impactos positivos en la conservación ambiental.

Objetivos Específicos:

- i. Fortalecer las capacidades para el conocimiento y cumplimiento de las normas técnicas sectoriales de turismo sostenible a través de la sensibilización ambiental y cultural para operadores, comunidades y para el turista.
- ii. Desarrollar una estrategia de socialización de la norma sectorial y la generación de un esquema de incentivos para la formalización y cumplimiento de la norma para la operación sostenible del turismo. Esta acción debe impactar a toda la cadena de valor del turismo en el departamento.
- iii. Promoción y apoyo a la sostenibilidad turística a través del apoyo a incentivos que promuevan destinos sostenibles y certificaciones de sostenibilidad que permitan acceder a nuevos segmentos de mercado.
- iv. Promoción y apoyo a la certificación de negocios verdes de turismo verificados a través del diseño e implementación de un esquema de incentivos y apoyo a la certificación de los negocios verdes en turismo ante las autoridades ambientales.
- v. Fortalecimiento de capacidades en temáticas de negocios verdes en los actores de la cadena turística, a través de formación virtual y presencial y de herramientas de co-creación.

7. Esquema de Gobernanza

La administración y gobernanza de la presente política buscará una coordinación integral de los actores envueltos en sus procesos de implementación, seguimiento, evaluación, lineamiento técnico, ajuste programático y financiación. Para el logro de este objetivo, esta



política realizará una segmentación especializada de las competencias a ejecutar dentro del marco de su puesta en marcha, en particular:

i. Secretaría de turismo de Antioquia:

La Secretaría de Turismo departamental, o la entidad que haga sus veces, será la dependencia responsable de coordinar la implementación de esta Política Pública. A este efecto deberá articular y orientar las instancias, instrumentos y mecanismos creados por esta Ordenanza, con el objetivo de lograr la adecuada planeación, implementación, seguimiento y evaluación de la Política Pública de Turismo Sostenible.

Las demás dependencias de la administración departamental serán igualmente responsables de las acciones que correspondan en el marco de sus competencias para la implementación de la Política Pública.

ii. Consejo Regional de Turismo de Antioquia:

En cumplimiento al Decreto D2021070002218 de 2021, "por el cual se crea el consejo regional de turismo de Antioquia y se dictan otras disposiciones", este Consejo será "una instancia consultiva y asesora del Gobierno Departamental, encargado de orientar la formulación y gestión de políticas públicas, planes, programas y proyectos de desarrollo y competitividad del turismo en el departamento de Antioquia". Para la conformación de este Consejo, su secretaría técnica y regularidad de sus sesiones se seguirá en estricto cumplimiento los lineamientos del decreto mencionado.

iii. Consejos Subregionales de Turismo:

Buscando profundizar los alcances y capacidad operativa del Consejo Regional de Turismo de Antioquia regulado en el Decreto D2021070002218 de 2021 del departamento de Antioquia, se crearán los consejos subregionales como instancias para coordinar los actores del sector turismo a nivel subregional con miras a proveer lineamientos técnicos, programáticos y operativos para el alcance de acuerdos subregionales en materia turística, así como transferir estos lineamientos al Consejo Regional de Turismo.

iv. Comité Departamental De Seguridad Turística:

98



En cumplimiento a los decretos 355 de 2017 y 945 de 2014 del gobierno nacional, los cuales fijan las disposiciones para el funcionamiento del Consejo Nacional de Seguridad Turística y los Comités Departamentales de Seguridad Turística en desarrollo del artículo 11 de la Ley 1558 de 2012, será responsabilidad del Comité Departamental de Seguridad Turística de Antioquia el monitoreo y vigilancia de los delitos asociados al turismo en el departamento. De esta manera, dicho comité será la instancia de deliberación, consulta y toma de decisiones en la lucha contra los delitos asociados a la actividad turística en el departamento, así como de la coordinación de acciones de policía con las autoridades y actores del sector turismo a nivel local.

8. Financiamiento

Corresponderá al gobierno departamental la definición de estrategias financieras para la implementación de la política pública, en concordancia con los Planes de Desarrollo Departamentales que se formulen durante su vigencia. La Secretaría de turismo de Antioquia, o la entidad que haga sus veces, será la dependencia competente para la apropiación y ejecución de los recursos para la implementación de la presente política, los cuales provendrán de las cantidades proyectadas en las partidas presupuestales correspondientes, sin afectar la posibilidad de apropiar recursos de otras fuentes o cooperación internacional.

9. Seguimiento

El seguimiento de la presente política se realizará sobre la base de su plan de implementación y la ejecución anual de los indicadores que este proyecto. Este seguimiento estará a cargo de la Secretaría de Turismo, o la entidad que haga sus veces, con miras a la generación de informes anuales del desempeño programático de los componentes de la política y su respectiva ejecución.

10. Bibliografía

Administración Municipal de San Carlos & ADEPROA. (2010). Plan de desarrollo turístico sostenible y comunitario de San Carlos 2010–2020. Alcaldía Municipal de San Carlos.

Administración Municipal de San Rafael, Isagen S.A, & ADEPROA. (2012). Plan de Desarrollo Turístico sostenible y comunitario de San Rafael 2012–2020. Administración Municipal de San Rafael.

Alcaldía de Caldas. (s. f.). Plan estratégico de desarrollo turístico Caldas, Antioquia «Un encuentro de aguas y caminos». Alcaldía Municipal.

Alcaldía de Cisneros. (2019). Plan de Desarrollo turístico Cisneros 2019-2029. Municipio de Cisneros.

Alcaldía de Cocorná. (2015). Plan de Desarrollo y Sostenibilidad Turística del Municipio de Cocorná. Municipio de Cocorná.

Alcaldía de Cocorná. (2016). Plan de Desarrollo y Sostenibilidad Turística del Municipio de Cocorná “Cocorná Dulce Aventura”. Municipio de Cocorná.

Alcaldía de La Ceja. (2016). Plan Local de Turismo Municipio de La Ceja 2016–2027 «La Ceja un territorio de excelencia». CCOA.

Alcaldía de la Unión & Fuerza y corazón por la gente de la unión. (s. f.). Plan Municipal de Turismo «La Unión, un destino natural, cultural y sostenible». CCOA.

Alcaldía de San Francisco. (2019). Plan de desarrollo turístico municipal San Francisco - Antioquia. Alcaldía Municipal.

Alcaldía de San José de la Montaña. (2020). Plan de Desarrollo Turístico de San José de la Montaña 2020–2024. Municipio de San José de la Montaña.

Alcaldía de San Luis. (2018). Plan local de turismo San Luis, Antioquia 2018–2032. Municipio de San Luis.

Alcaldía de San Roque. (2019). Plan Estratégico de Turismo. Municipio de San Roque.

Alcaldía de Yolombó. (2015). Plan Municipal de Turismo. Municipio de Yolombó.

Alcaldía Distrital de Turbo. (2016). Estrategia de planificación turística 2016–2019. MACRO ESTRATEGIA DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA, PRIMERA ETAPA DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL DISTRITO: PORTUARIO,



LOGISTICO, INDUSTRIAL, TURISTICO Y COMERCIAL DE TURBO. Alcaldía Municipal.

Alcaldía Municipal de Andes. (2018). Plan convencional de desarrollo turístico de Andes 2018–2028. Alcaldía Municipal de Andes "Inclusión, Orden y Progreso Verde". Municipio de Andes.

Alcaldía Municipal de Arboletes. (2013). Plan de desarrollo turístico 2013–2019 Municipio de Arboletes «Construyendo el turismo que queremos». Alcaldía Municipal de Arboletes. Municipio de Arboletes.

Alcaldía Municipal de Ciudad Bolívar. (2018). Plan convencional de desarrollo turístico de Ciudad Bolívar 2018–2028. Alcaldía Municipal. Municipio de Ciudad Bolívar.

Alcaldía Municipal de Guatapé. (2015). Plan de Desarrollo Turístico de Guatapé 2014 - 2032 «Guatapé una experiencia para vivirla». Municipio de Guatapé.

Alcaldía Municipal de Sabaneta, Secretaría de Planeación y Desarrollo Territorial, & Subdirección de Desarrollo Económico y Turismo. (2019). Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Sabaneta 2019 – 2030 "Sabaneta Encanta". Municipio de Sabaneta.

Amadeus and Future Foundation. (2015). Future traveller tribes 2030. Understanding tomorrow's traveler. London. <https://amadeus.com/en/insights/researchreport/future-traveler-tribes-2030>

ANATO. (2021). Encuesta tendencias del viajero 2021. Bogotá. Anato. <https://anato.org/estadisticas/>

Álvarez, E., & Cogollo, Á. (2009). ¿Qué tanta Biodiversidad se Conserva en el Sistema de Áreas Protegidas de Antioquia? *Revista Ambiental Eolo*, 14, 166-180.

Arbulú, I., Lozano, J., & Maquiería, J. (2015). Tourism and solid waste generation in Europe: A panel data assessment of the Environmental Kuznets Curve. *Waste Management*, 46, 628-636.

Arias-Valencia, M. (2001). Comportamiento reproductivo en las etnias de Antioquia-Colombia. *Salud pública Méx*, 43(4), 268-278.

- Bancolombia. (2021). Sector de hotelería y turismo: Comportamiento y nuevos modelos de negocio en el sector. Medellín: Sección de conocimiento sectorial. <https://factoring.grupobancolombia.com/wps/wcm/connect/4cd82cff-cb27-4721-8a85-710a48206535/hoteleria-y-turismo2021.pdf?MOD=AJPERES&CVID=nlcPAMO>
- Bertoni, M. (2008). Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo. Cuaderno de Geografía Revista Colombiana de Geografía, 7 (1), 155-163. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/reg/article/view/10925/11523>
- Bojanic, D., & Warnick, R. (2020). The Relationship between a Country's Level of Tourism and Environmental Performance. *Journal of Travel Research*, 59(2), 220-230.
- Booking. (2021). Informe turismo sostenible.
- Cadarso, M., Gómez, N., López, L., & Tobarra, M. (2016). Calculating tourism's carbon footprint: measuring the impact of investments. *Journal of Cleaner Production*, 111, 529-537.
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (s.f). Normatividad del Registro Nacional de Turismo. Cámara Medellín. <https://www.camaramedellin.com.co/transparencia/transparencia-y-acceso-a-lainformacion-publica/normativa/normatividad-del-registro-nacional-de-turismo>
- Cámara de comercio del Oriente Antioqueño. (2016). Actualización Plan Turístico Municipio El Carmen de Viboral 2016–2025. CCOA.
- Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño. (2018). Plan Municipal de Turismo Marinilla 2018–2028 «Marinilla cultura viva - ciudad para todos». CCOA.
- Campos, C., Laso, J., Cristóbal, J., Albertí, J., Bala, A., Fullana, M., . . . Aldaco, R. (2022). Towards more sustainable tourism under a carbon footprint approach: The Camino Lebaniego case study. *Journal of Cleaner Production*, 369, 1-13.
- Corporación Ruta N. (2016). Observatorio CT+i. Informe No. 1 Área de oportunidad Realidad Virtual y Realidad Aumentada. Ruta N Medellín.

https://www.rutanmedellin.org/images/biblioteca/observatoriocti/04_TIC/VT_REALIDAD-VIRTUAL-Y-AUMENTADA_TECNNOVA.pdf

Congreso de la República de Colombia (julio 30 1996). Ley general de Turismo. DO. 42845 <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>

Congreso de la República de Colombia (agosto 3 de 2001). Ley por medio de la cual se expide un estatuto para prevenir y contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con menores, en desarrollo del artículo 44 de la Constitución. DO 44509. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=18309>

COTELCO. (2021). *Informe Índice de competitividad turística regional de Colombia*.

Decreto No. 2021070002218 [Gobernación de Antioquia] Por medio del cual se crea el consejo de turismo de Antioquia y se dictan otras disposiciones. Del 22 de junio de 2021.

Deloitte. (2014). El viajero digital. Las redes sociales como fuente de inspiración del sector turístico. Madrid. CIBS Dpto

Departamento administrativo de planeación. (2016). Antioquia datos. <https://www.antioquiadatos.gov.co/>

Departamento Nacional de Planeación. (s. f.). Soluciones para la inclusión social. Portal Web DNP. <https://www.dnp.gov.co/programa-nacional-del-servicio-alciudadano/HerramientasServicio/Soluciones%20para%20la%20inclusi%20social/Paginas/CanalPresencial.aspx>

Departamento Nacional de Planeación (2018a) Política pública de Crecimiento Verde. CONPES 3934. <https://www.dnp.gov.co/Crecimiento-Verde/Paginas/Politica-crecimiento-verde.aspx>

Departamento Nacional de Planeación. (2018b). *Estudios de Economía forestal en el marco de la Misión de Crecimiento Verde en Colombia*. Colombia .

Departamento de Antioquia (2012) Fondo de promoción turística de Colombia. (2012). Plan de desarrollo turístico de Antioquia 2012-2015. (Vol. 1).

Foro Regional de competitividad. (2015). Vive el Norte – Vive el turismo de naturaleza.



- GENERALITAT VALENCIANA. (2015). Destinos Turísticos Inteligentes - Manual Operativo para la configuración de destinos inteligentes. <https://www.thinktur.org/media/Manual-de-destinos-tur%C3%ADsticosinteligentes.pdf>
- Gobernación de Antioquia (2018). Anuario Estadístico. <http://www.antioquiadatos.gov.co/index.php/anuario-estadistico-2018>
- Gobernación de Antioquia & Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia. (2013). Plan de estratégico de turismo para los municipios de Angostura, Carolina del Príncipe, Gómez Plata, Guadalupe, de la subregión Norte, Cisneros y Santo Domingo de la subregión Nordeste de Antioquia. IUCMA.
- Gobernación de Antioquia, Alcaldía de La Pintada, & I.U.C.M.A. (2019). Documento base para el desarrollo turístico del municipio de La Pintada. Municipio de La Pintada.
- Gobernación de Antioquia, Alcaldía de Necoclí, & Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia. (s. f.). Documento base para el desarrollo del turismo del municipio de Necoclí. Alcaldía Municipal.
- Gobernación de Antioquia. (2012). Indicadores de Ciencia, Tecnología e Innovación en el departamento de Antioquia. Gobernación de Antioquia.
- Gobernación de Antioquia. (2012). Plan Escenarios 2030 de la infraestructura para el transporte y la movilidad en Antioquia, oportunidades, restricciones y necesidades para potenciar la conectividad multimodal y regional. Gobernación de Antioquia.
- Gobernación de Antioquia. (2008) Plan de desarrollo de Antioquia “ Antioquia Para Todos,Manos a la Obra”. <https://docplayer.es/74111494-Plan-de-desarrollo-antioquia-para-todos-manos-a-la-obra-periodo.html>
- Gobernación de Antioquia (2011) Antioquia la más Educada. <https://compromisociudadano.com/wp-content/uploads/2020/04/gobernacion-antioquia-2012-2015.pdf>
- Gobernación de Antioquia. (2016) Plan de Desarrollo “Antioquia Piens En Grande” (2016. <https://www.culturantioquia.gov.co/documentos/ORDENANZA%20PLAN%20DE%20DESARROLLO%20DE%20ANTIOQUIA%202016-2019.pdf>



Gobernación de Antioquia. (2019). Plan de Desarrollo "Unidos por la Vida 2020-2023".
<https://plandesarrollo.antioquia.gov.co>

Gobernación de Antioquia. (2016). Plan y Acuerdo estratégico Departamental en ciencia, innovación y tecnología – Colciencias.
<https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/paginas/paed-antioquia2016.pdf>

Gobernación de Antioquia. (2017). Actualización de las líneas estratégicas del Plan de Desarrollo Turístico De Antioquia 2016 – 2020. IUCMA.

Gobernación de Antioquia. (2019). Antioquia te llevo en el alma. Gobernación de Antioquia

Gobernación de Antioquia. (2020). Informe de Gestión Plan de Desarrollo Unidos por la Vida 2020-2023. Gobernación de Antioquia.
<https://plandesarrollo.antioquia.gov.co/archivo/informe-gestion-2020-min.pdf>

Gobernación de Antioquia. (2021). Antioquia es Mágica. Gobernación de Antioquia.

Gobernación de Antioquia. (2021). Antioquia tiene mar. Gobernación de Antioquia.

Gobernación de Antioquia. (2021). Cultura turística para la primera infancia "mi pueblo es mi cuento, venga se lo cuento". Gobernación de Antioquia.

Gobernación de Antioquia. (2021). Modelo fluye. Gobernación de Antioquia.

Gobernación de Antioquia. (s.f). Antioquia activa - Plan Estratégico Departamental en Ciencia, Tecnología e Innovación-PEDCTI Antioquia. Minciencias.
<https://www.minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/paginas/pedctiantioquia.pdf>

Gobernación de Antioquia. (enero de 2023). Agenda 2040. Obtenido de <https://agendaantioquia.com/biblioteca/>

Giraldo, Claudia María V. & Zapata, Sandra A. (Septiembre. 2010). POLÍTICA TURÍSTICA DEL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA. Revista de Investigación en turismo y Desarrollo Local, VOL. 3 N8, <https://www.eumed.net/es/revistas/turydes>.

Gómez Minotas, M y Jaramillo Osorio, V. (2021.). Plan de negocio de servicios turísticos integrados para el Oriente Antioqueño. Universidad EIA.

Gustavo Toro. (2003. Noviembre 29). La política pública de turismo en Colombia. Turismo y Sociedad. Turismo y Sociedad , VOL. 2 N16, <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2204>.



Humboldt, I. (2021). *Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt*. Obtenido de <http://www.humboldt.org.co/es/boletines-y-comunicados/item/1599-cauca-narino-y-antioquia-los-departamentos-con-mas-aves-en-colombia>

Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, Gobernación de Antioquia, & Alcaldía de Sopetrán. (s. f.). Documento base para el desarrollo del turismo en el municipio de Sopetrán (1.a ed.). Sopetrán con oportunidades y soluciones para todos.

Instituto de Ciencia Política Hernán Echavarría Olóza. (2018). Una apuesta por la competitividad de Urabá: Construcción territorial, inclusión productiva y bienestar social. Cartilla digital.

<http://www.icpcolombia.org/dev/wpcontent/uploads/2018/02/18.07.23-CARTILLA-URABA-DIGITAL-VF.pdf>

Javier López Ruiz, Jaime Arellano y María Zambrano (2018): "Turismo ornitológico: comparativo de la nueva red de senderos de la zona de visitantes del bosque protector Cerro Blanco de Guayaquil", *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 24 (junio / junho 2018). En línea: <https://www.eumed.net/rev/turydes/24/turismo-ornitologico.html>

Lalangui, J, Espinoza, C y Pérez, M.J (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: sus inicios, características y desarrollo. *Revista Universidad y Sociedad*, 9 (1). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202017000100021&script=sci_arttext&tlng=en

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2023). Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Obtenido de <https://www.minambiente.gov.co/negocios-verdes/que-son-los-negocios-verdes/~/:text=Contempla%20las%20actividades%20econ%C3%B3micas%20en,quc%20soporta%20el%20desarrollo%20del>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Ministerio de Cultura. (2007). Bogotá. Política de Turismo Cultural: "identidad y desarrollo competitivo del patrimonio" <https://www.mincultura.gov.co/SiteAssets/documentos/Turismo/Politica.pdf>

106



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2021). Política de Turismo Cultural. Colombia: Destino turístico cultural, creativo y sostenible. Imprenta Nacional <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-cultural-colombia-destino-turistico-cultural/15-03-2022-politica-de-turismo-cultural-colombia-destino-turistico-cultural-creativo-y-sostenible-2021.pdf.aspx>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2020) Política Pública de Turismo Sostenible Unidos Por la Naturaleza. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/politica-de-turismo-sostenible-9.aspx>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (26 de 11 de 2022). *MINCIT*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/turismo-responsable/estrategia-de-turismo-responsable-colombia/05-07-2022-estrategia-de-turismo-responsable-colom.aspx>

Ministerio de Industria y Turismo (2016). Política de Calidad Turística. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-calidad-turistica/politica-de-calidad-turistica/politica-de-calidad-turistica.pdf.aspx>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, FONTUR Colombia, Gobierno de Colombia, Gobierno de Antioquia, Avia Export, & Aviatur. (2018). Experiencias turísticas Antioquia – Diseño de producto Turístico de naturaleza y cultura para 40 municipios del departamento de Antioquia. Antioquia piensa en grande.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2021a). Destinos Turísticos y Prestadores de Servicios Turísticos Certificados. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2021b). Estadísticas departamentales. Bogotá: CITUR. Recuperado desde <https://www.citur.gov.co/estadisticas/prestadores/all/58?sort=Prestadores.#gsc.tab=0>

MINCIT. (26 de 11 de 2022). MINCIT. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/turismo-responsable/estrategia-de-turismo-responsable-colombia/05-07-2022-estrategia-de-turismo-responsable-colom.aspx>

Ministerio de Cultura. (2020). Políticas Culturales. Recuperado de: <https://mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/Paginas/default.aspx>

Ministerio del trabajo (2018) Línea de Política Pública. Para la prevención y erradicación de la explotación sexual comercial de niñas niños y adolescentes. ISBN. 978-958-56177-6-6 <https://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/turismo-responsable/prevencion-esenna/cartilla-esenna-fontur-editable-2021-1.aspx>

Naciones Unidas (2018), La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe (LC/G.2681-P/Rev.3), Santiago. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/40155-la-agenda-2030-objetivos-desarrollo-sostenible-oportunidad-america-latina-caribe#:~:text=La%20Agenda%202030%20para%20el,para%20el%20trabajo%20de%20la>

Nature Climate Change (2018) The Carbon Footprint of Global Tourism, VOL. 8 , 2018 | 522–528¹). Disponible en : <https://www.nature.com/articles/s41558-018-0141-x>

OCDE & Eurostat. (2005). Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. Madrid: Grupo Tragsa. <http://www.itq.edu.mx/convocatorias/manualdoslo.pdf>

OCDE. (1996). Perspectivas de la ciencia, la tecnología y la industria. OCDE. París. http://docs.politicaseti.net/documents/Teoricos/EL.ZINGA_JAMISON.pdf

OCDE. (2015). Frascati Manual 2015: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities. Paris: Editorial MIC. https://read.oecdilibrary.org/science-and-technology/frascati-manual-2015_9789264239012-en#page1

¹



OECD. (2020). OECD Tourism Trends and Policies 2020, OECD Publishing. Paris.
<https://doi.org/10.1787/6b47b985-en> OMT: <https://www.unwto.org/es>

ONU. (2023). Obtenido de <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/sostenibilidad>

Operadora de Viajes y Turismo Destino Antioquia S.A.S. (2021). Antioquia. Destino Antioquia. <https://www.viajesdestinoantioquia.com/admin/pg1376/sp/planes-ypaquetes-turisticos-a-medellin>

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2012). Turismo por los ODS. 2022, Agosto 10, de <https://www.unwto.org/>. Sitio web: <https://www.unwto.org/es/turismo-por-los-ods>

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2015). Desarrollo Sostenible . 2022, Agosto 15, de <https://www.unwto.org/>. Sitio web: <https://www.unwto.org/es/turismo-por-los-ods>

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2015). El Turismo en la Agenda 2030. 2022, Agosto 15, de <https://www.unwto.org/>. Sitio web: <https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>

Organización Mundial del Turismo & Organización de Estados Americanos. (2018, septiembre). El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Buenas prácticas en las Américas. Elybrary, 56, 4-56. 20 de agosto de 2022, Recuperado De <https://www.unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419937>.

Organización Mundial de Turismo, OMT (1994) Introducción al turismo. Recuperado de: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

Planes de Desarrollo Municipales de cada municipio de la región. Últimas ediciones y actualizaciones.

Plan Estratégico de Turismo de Madrid 2012-2015. (2012). Plan Estratégico de Turismo de Madrid. 2022, Agosto 15, de <https://www.esmadrid.com/>. Sitio web: <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-99801/Plan%20Estrat%C3%A9gico%20de%20Turismo%202012-2105.pdf>



- Polanco J. (2021). La transformación de Medellín: El uso de las tic y la participación ciudadana para cambiar la imagen de la ciudad. Pontificia Universidad Javeriana. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/18595>.
- Política de Turismo Sostenible. Gobierno de Colombia. Decreto 646 de 2021.
- Presidencia de la República de Colombia (febrero 28 1997) Decreto 502 de 1997 Por el cual se regula cada una de las agencias de viaje. DO. 42994. 4. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1109168>
- Presidencia de la República de Colombia (febrero 28 1997) Decreto 503 de 1997 Por el cual se reglamenta el ejercicio y la profesión del guía turístico. DO. 42994. 4. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1109383>
- Presidencia de la República de Colombia (febrero 28 1997) Decreto 504 de 1997 Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo. DO. 42994. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=9246>
- Presidencia de la República de Colombia (abril 14 de 1997) Decreto 1076 Por el cual se se reglamenta el sistema de tiempo compartido turístico. DO. 43023 <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1219803>
- Presidencia de la República de Colombia (septiembre 3 de 2001) Decreto 1824 Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de los operadores profesionales de congreso, ferias y convenciones. DO. 44543. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1357083>
- Procolombia. (2021a). Andes Colombianos. La región andina es modernidad y tradición. Procolombia. <https://colombia.travel/es/andes-colombianos>
- Procolombia. (2021b). PERSPECTIVAS DEL NUEVO TURISTA POST COVID-19. Sala de Prensa. PROCOLOMBIA. <https://procolombia.co/noticias/perspectivas-del-nuevoturista-post-covid-19>
- Promotora Ferrocarril de Antioquia. (2021). Estudio de Impacto Ambiental y solicitud de Licencia Ambiental para la construcción y puesta en marcha del tramo 2 – Tren del Río. Ferrocarril de Antioquia. <https://www.ferrocarrilantioquia.com/contratacion>

- Restrepo J, Salazar A. (2015). Potencial Turístico del municipio Olaya: Posibilidades, limitantes en el marco del megaproyecto hidroeléctrico Ituango. Universidad de San Buenaventura. <http://bibliotecadigital.usb.edu.co/handle/10819/4021>
- Romer, P. (1990). Endogenous Technological Change. *The Journal of Political Econom*, 98(5), S71-S102. University of Chicago. <https://www.jstor.org/stable/2937632>
- Rosselló-Nadal, J., & Sáenz-de-Miera, Ó. (2010). La influencia de la actividad turística sobre la contaminación atmosférica: el caso de mallorca. *Cuadernos de Turismo* (25), 147-163.
- Ruta N. (2011). Plan de Ciencia, Tecnología e innovación de Medellín 2010.
- Santiago-Brown, I., Jerram, C., Metcalfe, A., & Collins, C. (2015). What Does Sustainability Mean? Knowledge Gleaned From Applying Mixed Methods Research to Wine Grape Growing. *Journal of Mixed Methods Research*, 9(3), 232-251.
- Secretaría de innovación digital. (2021). Plan Estratégico Secretaría de Innovación Digital de Tecnologías de la Información 2021 – 2024. Alcaldía de Medellín. <https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/medellin/Temas/NuestroGobierno/PlanesInstitucionalesyEstratgicos/Shared%20Content/Documentos/2021/Plan%20Estrategico%20de%20Tecnologias%20de%20la%20Informaci%C3%B3n%202021-2024.pdf>.
- Secretaría de Planeación & Betancur F. (2018). Plan Municipal de Turismo 2018-2021 "Amalfi: La tierra del tigre y la bicicleta". Alcaldía de Amalfi.
- Secretaría de Turismo; Global Green Growth Institute Colombia & Colegio Mayor de Antioquia. (2021). Plan Estratégico de Turismo Sostenible para Antioquia (PETSAs). Gobernación de Antioquia, 1-125.
- Sistema Nacional de Competitividad e Innovación. (2022). Índice Departamental de Competitividad.
- Tábara Vargas Arias. (2018). Diseño de producto turístico y caracterización de sistema turístico para la Provincia de San Juan Suroeste antioqueño, integrada por los municipios de Andes, Jardín, Hispania, Ciudad Bolívar y Betania. Universidad de San Buenaventura.



http://www.bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/6140/1/Diseno_Producto_Turistico_Vargas_2018.pdf

Tyrrell, T., Morris Paris, C., & Biaett, V. (2013). A Quantified Triple Bottom Line for Tourism. *Journal of Travel Research*, 52(3), 279-293.

Universidad de Antioquia seccional suroeste. (2020). Portal digital interactivo como herramienta de articulación de las potencialidades turísticas de los municipios del Suroeste Antioqueño.

Universidad de Antioquia. (2007). Nordeste, Desarrollo Regional una tarea en común.

Universidad de Antioquia. <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/10010>





GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA
República de Colombia

La presente edición de la Gaceta Departamental fue digitalizada e impresa en la Dirección de Gestión Documental, en el mes de marzo del año 2023.

Calle 42 B N° 52 - 106 Sótano Interno Oficina 005
(60+4) 383 55 00 - Extensión 4614 - 4602
Medellín - Antioquia - Colombia

www.antioquia.gov.co
gacetad@antioquia.gov.co

Elaborada por:
Paulo César Gutiérrez Triana
Auxiliar Administrativo



***“Cada hoja de papel es un árbol...
PROTEJAMOS la naturaleza
y racionalicemos su uso”.***
