



EXPORTACIÓN DE SERVICIOS EN COLOMBIA, SECTOR TURISMO

**Cindy Alexandra Restrepo Cuervo
Jessica Paulina Ramírez Gómez
Lady Johana Arias Marín**

Facultad de Estudios Internacionales



Exportación de Servicios en Colombia, Sector Turismo



Cindy Alexandra Restrepo Cuervo

Jessica Paulina Ramírez Gómez

Lady Johana Arias Marín

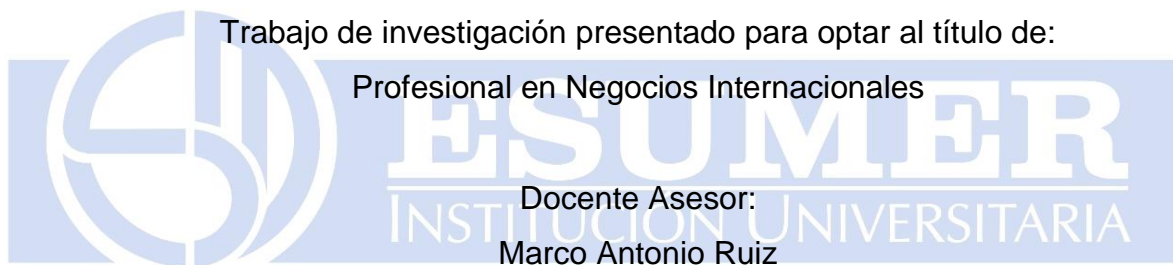
Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín Colombia
2013

Exportación de Servicios en Colombia, Sector Turismo

Cindy Alexandra Restrepo Cuervo

Jessica Paulina Ramírez Gómez

Lady Johana Arias Marín



Línea de Investigación:

Multilateralismo y Regionalismo Abierto

Normatividad y Política en el Comercio Internacional

Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín Colombia

2013

Dedicatoria

Principalmente a Dios

Señor te dedicamos este triunfo y te damos gracias por tu inmenso amor: “Tú haces grandes maravillas: la potencia del Universo, el misterio de la Vida, la fuerza del Amor, mi propio ser..... Porque es constante y eterno tu amor con todo y también conmigo.” (Salmo 136)



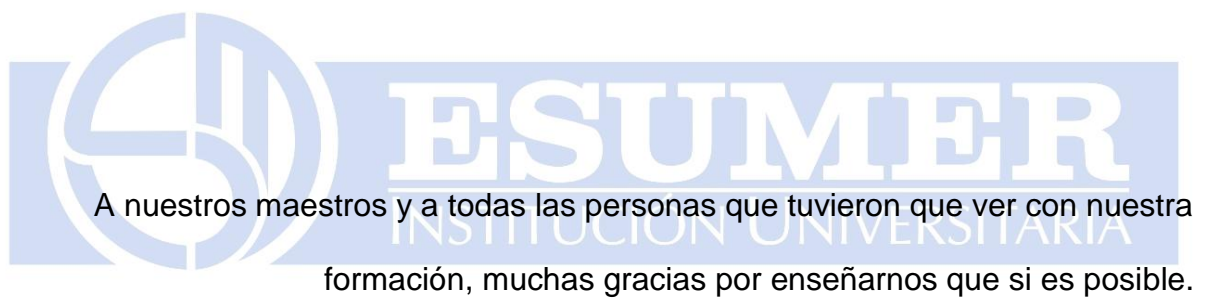
A nuestros padres y hermanos

Les damos gracias por sus sacrificios, porque sabemos que todos nuestros triunfos son méritos de ellos, por su constancia y apoyo en este proceso que culminamos y que esperamos que se sientan plenamente orgullosos de nuestra meta, ya que solo fue posible gracias a ellos. Mil gracias

Agradecimientos

“La educación no es para reformar estudiantes o entretenerlos o hacerles unos técnicos expertos. Es para inquietar sus mentes, abrir sus horizontes, encender sus intelectos, enseñarles a pensar correctamente, si es posible.”

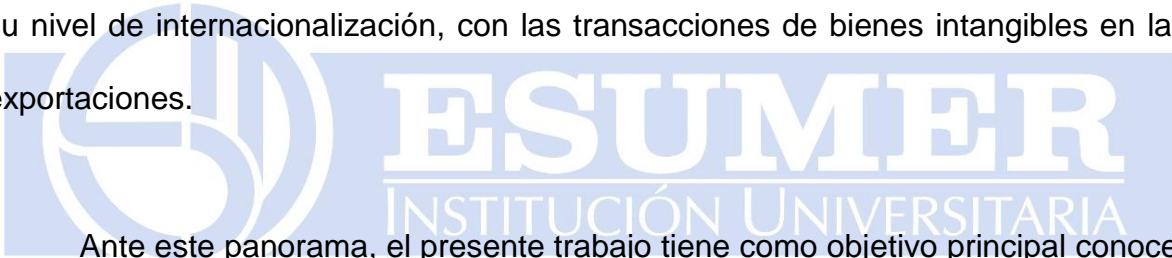
Robert M. Hutchins



Gracias por haber compartido con nosotros sus miles de enseñanzas, por su entrega en nuestro aprendizaje y sabiduría, por esa dedicación al impulsarnos a ser cada día mejores. Muchas gracias por su inmenso y noble trabajo.

Resumen

Las exportaciones de servicios han venido creciendo a tasas rápidas en los últimos años en casi todo el mundo. Este crecimiento ha venido en gran medida motorizado por el incremento del comercio en actividades que antes eran débilmente transables, o no transables, tales como salud, educación, contabilidad, servicios jurídicos y de administración, publicidad e investigación y desarrollo, entre otras, de la cual para esta investigación se destaca el sector turístico en Colombia. En paralelo, rubros en donde las exportaciones ya eran relativamente importantes desde hace tiempo, como finanzas o construcción e ingeniería, han visto profundizar su nivel de internacionalización, con las transacciones de bienes intangibles en las exportaciones.



Ante este panorama, el presente trabajo tiene como objetivo principal conocer las estrategias, las modalidades, el marco legal y comportamiento del sector turismo implementado, por el estado y la sociedad en Colombia.

Palabras clave: Exportación, Turismo, Sectores. Modalidades, Leyes, Entidades.

Abstract

Services exports have been growing at rapid rates in recent years all over the world. This growth has been largely powered by the increase of trade in activities that were previously weakly tradable or non-tradable, such as health, education, accounting, legal services and administration, advertising and research and development, among others, which for this investigation highlight the tourism sector in Colombia. In parallel, products where exports were relatively important since some time, such as finance or construction and engineering, have been to deepen their level of internationalization, with transactions of intangibles goods in exports.



Against this background, the present work has like main objective to know strategies, modalities, the legal framework and performance of the tourism sector implemented, by the State and society in Colombia.

Key words: Export, tourism sectors, modalities, laws, institutions.

Tabla de Contenido

Exportación de Servicios en Colombia, Sector Turismo

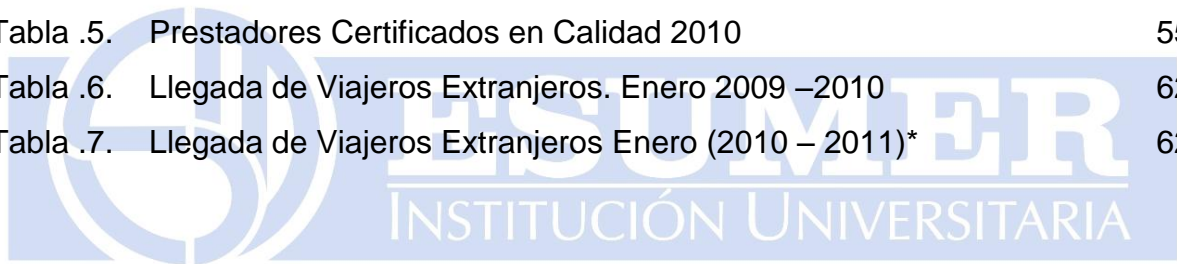
	pág.
RESUMEN _____	I
ABSTRACT _____	II
INTRODUCCIÓN _____	VII
1. FORMULACIÓN DEL PROYECTO _____	1
1.1. Antecedentes _____	1
1.1.1. Estado del Arte _____	4
1.2. Planteamiento del Problema _____	7
1.2.1. Situación Problema o Diagnostico _____	7
1.2.2. Formulación del problema _____	7
1.2.3. Preguntas que problematizan el Objeto de Estudio _____	7
1.2.4. Consecuencias del problema _____	8
1.3. Justificación _____	9
1.3.1. Justificación Teórica y Social _____	9
1.4. Objetivos _____	16
1.4.1. Objetivo General _____	16
1.4.2. Objetivos Específicos _____	16
1.4. Marco metodológico _____	17
1.4.1. Metodología _____	17
1.5. Alcances _____	18
2. EJECUCIÓN DEL PROYECTO _____	19
2.1. Diagnóstico del Sector Turismo en Colombia _____	19
2.1.1. Diagnostico en Infraestructura _____	21
2.1.2. Diagnostico Económico _____	22
2.1.3. Diagnostico Político _____	25
2.1.4. Diagnostico en Ramas que conforman el Sector Turístico _____	25
2.1.5. Clases de Turismo en Colombia. _____	26
2.2. Estrategias Implementadas por el Estado _____	31

2.2.1. Estrategia N° 1 Sector del Turismo _____	31
2.2.2. Estrategia N°2 Oferta de Productos Competitivos _____	32
2.2.3. Estrategia N°1 PST 2011-2014 _____	33
2.2.4. Estrategia N°5 Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014: Prosperidad para todos _____	39
2.3. Modalidades de Exportación de Servicios, Aplicables al Turismo en Colombia. _____	40
2.3.1. Generalidades _____	41
2.3.2. Ejemplos de la modalidad 2 Comercio Sector Turismo _____	43
2.4. Clases de Turismo en Colombia _____	45
2.5. Marco Legal del Turismo _____	49
2.5.1. Principios Fundamentales Ley 300 de 1996 _____	54
2.6. Comportamiento del Turismo en Colombia con Base a los Aspectos Social, Económico y Ambiental. _____	56
2.6.1. Aspecto del Estado- Proexport Colombia _____	56
2.6.2. Aspecto Económico y Social _____	59
2.6.3. Aspecto Social _____	63
2.6.4. Otros Aspectos _____	65
Medios de Comunicación _____	65
Firmas Consultoras _____	67
2.6.5. Aspecto Ambiental _____	69
Características del Turismo sostenible: proceso de aplicación _____	70
2.6.6. Comportamiento del turismo en el Mundo _____	73
Internacional: O.M.T- Organización Mundial del Turismo _____	73
3. HALLAZGOS _____	76
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES _____	79
4.1. Conclusiones _____	79
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS _____	82

Lista de Tablas

Exportación de Servicios en Colombia, Sector Turismo

	pág.
Tabla .1. PST	2
Tabla .2. Plan Sectorial del Turismo 2011-2014	34
Tabla .3. Marco Legal del Turismo	51
Tabla .4. Principios Fundamentales Ley 300 De 1996	54
Tabla .5. Prestadores Certificados en Calidad 2010	55
Tabla .6. Llegada de Viajeros Extranjeros. Enero 2009 –2010	62
Tabla .7. Llegada de Viajeros Extranjeros Enero (2010 – 2011)*	62



Lista de Figuras

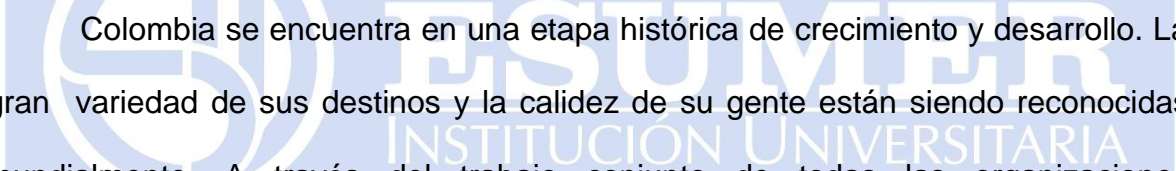
Exportación de Servicios en Colombia, Sector Turismo

	pág.
Figura .1. Crecimiento Del Comercio De Servicios _____	44
Figura .1. Llegada De Viajeros Extranjeros Enero (2010 – 2011) _____	61
Figura .2. Proceso De Aplicación Del Turismo Sostenible Un Destino Turístico _	70



Introducción

Las exportaciones de bienes y/o servicios, en el caso especial del sector turístico, están como un renglón más de la economía, muchas personas desconocen a esta como una actividad económica, que al ingresar extranjeros al país, se puede incentivar la economía del mismo. Este es uno de los modelos de exportación, desconocidos por la sociedad; sin embargo el estado cuenta con unas herramientas normativas y legales, para identificar y conocer esta actividad, desde las estrategias, modalidades, marco legal, comportamientos del sector de estudio, denominado turismo.



Colombia se encuentra en una etapa histórica de crecimiento y desarrollo. La gran variedad de sus destinos y la calidez de su gente están siendo reconocidas mundialmente. A través del trabajo conjunto de todas las organizaciones involucradas en la industria está en el camino de la consolidación como un destino de clase mundial. Es una de las economías más grandes y estables de Suramérica, con la segunda mayor población y las condiciones de seguridad han mejorado favorablemente. Por otro lado, ofrece un marco inigualable para la atracción de inversión y un paquete de beneficios especialmente diseñados para mejorar sus opciones de negocio, entre los cuales se incluye la exención total de impuesto de renta por un periodo de 30 años. La riqueza y variedad de sus destinos y el crecimiento de su economía hacen de Colombia un país atractivo para la inversión en turismo vacacional, de negocios y eventos.

A través de esta investigación se quieren reunir todos los elementos necesarios para conocer las exportaciones de servicios, para el sector turismo. Con la herramientas provistas de análisis en el estudio como Profesionales Internacionales, dictado por la Institución Universitaria Esumer.



1. Formulación del Proyecto

1.1. Antecedentes


Los antecedentes presentados para esta investigación de tesis de grado, serán de un periodo de estudio de 10 años, a partir de la fecha actual. Se busca contextualizar en este análisis, los estudios ya realizados por entidades públicas y privadas, correspondientes al Sector de Turismo en Colombia, comenzando por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la Republica de Colombia, ente rector de la actividad turística en el país.

Esta última cuenta con un análisis llamado “Plan Sectorial del Turismo 2011-2014, factor de prosperidad para Colombia”, como herramienta se utilizara un cuadro (*Ver Tabla 1*) para resaltar las características principales de este, y no enmarcar su contenido completo, solo se visualizaran los antecedentes del mismo:

Tabla .1. PST

PST Plan Sectorial del Turismo 2011-2014, factor de prosperidad para Colombia	
¿Que debe contener el Plan Sectorial?	Debe contener los elementos que permitan fortalecer la competitividad del sector, con el objetivo de que el turismo encuentre condiciones favorables para su desarrollo en los ámbitos social, económico, cultural y ambiental. La participación territorial en la elaboración del PST debe seguir el mismo mecanismo establecido en el artículo 9º, numeral 1º, de la Ley 152 de 1994 para la conformación del Consejo Nacional de Planeación. ¹
¿Cuáles son los actores del Sector?	Autoridades regionales de turismo, academia, expertos de turismo, con empresarios y gremios del sector y la ciudadanía en general (consulta pública)
Renglón Económico del Sector	Tercer reglón de exportaciones en Colombia
Idea Principal del PST	Destacar algunos elementos ligados al Plan Sectorial de Turismo 2008-2010, la visión 2020 del sector y a registrar los principales lineamientos que para el sector están registrados en el plan nacional de desarrollo “Prosperidad para todos”.
Plan Sectorial de Turismo 2008-2010, Estado comunitario: desarrollo para todos	El plan propone “consolidar los procesos regionales de turismo para disponer de una oferta de productos altamente competitivos para los mercados nacionales e internacionales. Lo anterior permitirá afianzar la industria turística como motor de desarrollo de las regiones, y fuente generadora de empleo y de divisas”.
Objetivo General Plan Sectorial de Turismo	Mejorar la competitividad de los destinos y de los productos turísticos de tal manera que las diferentes regiones y el país en

¹ Artículo 16, Ley 300 de 1996, Ley General de Turismo

<p>2008-2010</p>	<p>general perciban un aumento sustancial de sus ingresos, se incremente la participación de las comunidades en la prestación de los servicios turísticos, se contribuya a la generación de riqueza cuya distribución equitativa se haga palpable en la mejora de la calidad de vida de los residentes. Para poder desarrollar este proceso de mejora de la competitividad, los destinos turísticos de Colombia deben trabajar en crear las verdaderas ventajas en el esquema de lo que se conoce como la tríada regional: conectividad, compromiso cívico y calidad de vida.</p>
 <p>Visión 2020 del Sector Turístico</p>	<p>La visión 2020 del Sector Turístico es un documento técnico elaborado en el año 2000, por el entonces Ministerio de Desarrollo Económico, que se ha ajustado en algunos aspectos (productos), por tanto se constituye en una referencia importante para la definición de metas de mediano y corto plazo.</p>
<p>Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014: Prosperidad para todos</p>	<p>Dedica un capítulo al sector turístico titulado “Turismo como motor del desarrollo regional”</p>

Fuente: autoría propia

Mientras que Proexport, entidad encargada de la promoción del turismo internacional, la inversión extranjera y las exportaciones no tradicionales en Colombia, en su informe para el sector llamado “Turismo en Colombia, una oportunidad de inversión, invierta en Colombia trabajo, compromiso e ingenio”², enmarca una serie de acontecimientos nacionales para el sector, desde lo general

² Proexport. Turismo en Colombia, una oportunidad de inversión, invierta en Colombia trabajo, compromiso e ingenio.

hasta lo específico en temas referentes a las exportaciones, en este análisis se resaltará lo más significativo del informe:

- a) Destacan el comportamiento de la economía en Colombia
- b) Que el crecimiento del turismo Internacional a Colombia, está por encima del promedio mundial
- c) Los atractivos incentivos para la inversión en hotelería
- d) La ubicación estratégica y la conectividad
- e) La demanda y oferta hotelera en crecimiento
- f) Que los trabajadores cuentan con una excelente formación y vocación de servicio
- g) Los destinos turísticos en Colombia están siendo reconocidos mundialmente
- h) El notable crecimiento de turismo de negocios y eventos
- i) Que más empresas multinacionales están invirtiendo en Colombia
- j) La reciente inversión hotelera
- k) Ubicación de oportunidades de inversión

1.1.1. Estado del Arte

En la página web Universia de Colombia, se encontró un claro ejemplo, del auge y análisis del Sector Turismo y la exportación de servicios, en el país, pertinente para este análisis de estudio Exportación de Servicios en Colombia, Sector Turismo, porque son los mismos estudiantes quien en su trabajo de grado, formulan un proyecto viable para la economía del país, en su tercer renglón económico. En el proyecto Aquabell, Salud y Turismo, de tres estudiantes del programa de Administración de Instituciones de Servicio de la Escuela Internacional

de Ciencias Económicas y Administrativas, fue escogido por el Programa de Transformación Productiva - Sectores de Clase Mundial del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para formar parte del programa Planes de Negocios para convertir ocho sectores en jugadores de clase mundial. De este programa se resalta:

“Para el Programa se buscaron planes de negocios de estudiantes universitarios a nivel nacional, que estuvieran relacionados con los 8 sectores escogidos y que presentaran una propuesta innovadora para la comercialización de servicios. Fue así como, en La Sabana, conocieron Aquabell, Salud y Turismo: un proyecto de las estudiantes Nataly Mercado, Diana Perdomo y Pilar Carolina Ruiz, del programa de Administración de Instituciones de Servicio, que fue el ganador de la Feria Empresarial de 2008-II.

El proyecto busca guiar a las personas que llegan a Colombia para recibir una intervención médica, especializándose en Cirugías plásticas y estéticas faciales y corporales; estética dental y Oftalmología.

Las estudiantes crearon un servicio único en el mercado nacional e internacional, que no sólo se centra en el procedimiento médico, sino que también tiene en cuenta el proceso preoperatorio y postoperatorio, brindándole al cliente una gama de servicios como: transporte aéreo de ida y regreso desde su lugar de origen, hospedaje en los mejores hoteles de la ciudad, alimentación, transporte exclusivo por Bogotá y sus alrededores, exámenes diagnósticos, citas con los especialistas, acompañamiento las 24 horas del día, nutricionistas, spas, gimnasios, tour por Bogotá y otros lugares de Colombia, complementado con servicios personalizados, que harán vivir al cliente una experiencia inolvidable.

Este programa, liderado por la Cartera de Comercio, cuenta con el apoyo de Bancoldex, el Departamento Nacional de Planeación, Colciencias, y el Icetex, así como de los Ministerios de Agricultura, Educación y Comunicaciones, entre otros, entidades que ayudarán, de manera transversal, a hacer realidad los planes de negocios, que prevén la generación de un millón de empleos, en un plazo de 10 años.

Al lanzamiento del Programa, que se realizó el pasado martes 21 de julio, asistieron el Presidente de la República, doctor Álvaro Uribe Vélez, el doctor Luis Guillermo Plata, Ministro de Comercio, Industria y Turismo, representantes de Bancoldex y Proexport, y más de 1.200 empresarios.

Cabe destacar que el Proyecto de los Sectores de Clase Mundial es producto de una reflexión de casi dos años de las mesas de trabajo que se tienen en la

*Coalición Regional de Servicios, en la que el Programa de Administración de Instituciones de Servicio trabaja desde junio de 2007 (año en que se creó), la cual busca convertir a Bogotá en exportadora de servicios (salud, educación, hotelería y turismo) de acuerdo con sus fortalezas y las de la región*³.



³ Mercado, Nataly, Perdomo, Diana y Ruiz, Pilar Carolina (2008) Aquabell, Salud y Turismo. Programa de Administración de Instituciones de Servicio. Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas. La Sabana, Colombia.

1.2. Planteamiento del Problema

1.2.1. Situación Problema o Diagnostico

El sector turístico colombiano posee una multiplicidad de elección turística de los destinos dados a la diversidad de paisajes y alternativas que ofrece Colombia, esta puede convertir este sector con gran potencial, mostrándose al mundo no solo con unos pocos sectores que aporten a la economía; sino desplegando una serie de fortalezas que con una clara estrategia, aprovechando las ventajas geográficas con las que cuenta, tratando de no dejar a un lado sectores los cuales se pueden fortalecer para llevar más allá la visión de Colombia hacia el mundo, por lo tanto surge la pregunta ¿ Se pueden conocer las estrategias, modalidades, marco legal y comportamiento del sector turismo Colombia, dispuestos para la exportación de servicios?

1.2.2. Formulación del problema

¿Se puede conocer las estrategias, modalidades, marco legal y comportamiento del sector turismo Colombia, dispuesto para la exportación de servicios?

1.2.3. Preguntas que problematizan el Objeto de Estudio

- ¿Cuáles son las estrategias para el sector turismo?
- ¿Cuáles son las modalidades de exportación de servicios, aplicables al turismo en Colombia?
- ¿Cuáles son las clases de Turismo en Colombia?

- ¿Cómo es el marco legal actual a través del cual se rige el sector de Turismo en Colombia? Y ¿cuál es la participación del estado, la economía y sociedad?
- ¿Cuáles es comportamiento del turismo colombiano con base al aspecto social, económico y ambiental?

1.2.4. Consecuencias del problema

Como consecuencia del problema planteado se vería afectada la competitividad de Colombia, ya que esta desaprovecha un factor en el cual Colombia es competente, además que se generarían más fuente de empleo y generan mayores ingresos al país. Si al sector turístico se le fortaleciera, indicando también que si se estimula este campo, la economía colombiana tendría más de un sector para mostrarse al mundo, no limitándose con lo que ya exporta, se debe ser consecuente y racional debido que la capacidad que Colombia posee en diferentes sectores no solo permitiría las variables antes mencionadas, sino un posicionamiento a nivel global.

1.3. Justificación

Con la apertura a nuevos mercados no solo se debe mentalizar que se debe fortalecer los sectores que actualmente aportan más a la economía nacional; sino abrir la mentalidad de enfoque, hacia los demás que se quedan un poco atrás (estado y sociedad) y en los cuales se cuenta con las capacidades suficientes para ser uno más de los países en latinoamerica con mayor participación en el mercado extranjero, por ello se hace necesaria que la visión, como de la “OMT Turismo: Panorama 2020 “ que prevé para ese año una cifra anual de 1.600 millones de visitantes internacionales, con unos gastos superiores a 2 billones de dólares, es decir, unos 5.000 millones de dólares por día. Estas previsiones casi triplican la cifra de 612 millones de turistas internacionales registrada en 1997, y casi quintuplican el gasto por turismo, cifrado dicho año en 443.000 millones de dólares”⁴, se extienda, se investigue y se indague sobre los sectores que poseen ventajas y de los cuales podemos sacar beneficio y no desperdiciar del amplio panorama que nos brinda Colombia.

1.3.1. Justificación Teórica y Social

Es claro que todavía Colombia tiene una imagen de un país violento, de corrupción y narcotráfico y que la imagen ante el mundo no es muy positiva en muchos casos, pero esto no determina a una nación entera, eso no quiere decir que la mayoría de los colombianos pertenecemos o estemos dentro de estos parámetros, por el contrario se quiere resaltar que hay gente trabajadora, amable y

⁴ Artículo “Mirando la Bola de Cristal” - Turismo: Panorama 2020 de la Organización Mundial del Turismo – Francesco Frangialli – Revista Valenciana d’Estudis Autonomics No.25 /98.

honestamente, de esta manera se pretende que en el presente proyecto se dé reflejo de estas cualidades colombianas y mostrar un poco desde la realidad, un país de infinidad de paisajes, de gente buena, de muchos tipos de turismo desde el histórico, ecológico hasta el náutico. No se puede presentar siempre esa mala imagen en los periódicos y la televisión de ser uno de los países más peligrosos de América latina, posiblemente en cualquiera de los casos los turistas puede ser sensible a este tipo de información. Sin embargo basados en cifras " se puede evidenciar de acuerdo a las estadísticas de entradas a Colombia que es un país que atrae al turista. En el estudio del DANE sobre turismo de hogares (2003) se identificó que la ciudad del país que registra más viajes de entradas es Bogotá (580.225 viajes), en la Costa Caribe las ciudades turísticas reciben cerca de 813.500, distribuidos así: Cartagena (269.028), Santa Marta, (244.431), Barranquilla (200.000) y San Andrés 100.000 viajes. Según las cifras del Registro Nacional de Turismo, en el año 2003, las ciudades de Colombia más vendidas por las agencias de viaje fueron: Cartagena (59,3%); San Andrés (53,2%); Bogotá (38,3%); Medellín (29,8%), Santa Marta (27,7%); Cali (19,2%); Barranquilla (4,9%); Eje Cafetero (4,8%)."

El turismo es un sector primordial para el desarrollo y crecimiento social, cultural y económico del país. Se enfoca específicamente en el progreso de zonas que cuenta con una geografía que permite ser un atractivo de turistas y adicional es la base de la economía de muchas de estas regiones, provincias, ciudades etc. El turismo es un factor realmente importante, dada la variedad de actividades favorables que aumentan el ingreso de bonanzas económicas: Es un instrumento generador de empleos diversificados y estimula a que otros sectores de la economía

se muevan, como el sector hotelero y de transporte, además al ser una actividad que canaliza divisas, genera una balanza de pagos favorables y es un atractivo de inversión extranjera directa e indirecta que hace que el desarrollo de las actividades económicas del país vayan a un nivel óptimo y acelerado, aunque se tiene claro que la inversión extranjera no es tan alta en comparación a las inversiones que se realizan a otros sectores de la economía.

La globalización ha sido un fenómeno determinante para el crecimiento de los países en vía de desarrollo en el mundo, y para la generación y creación de nuevas formas de negocios. Mantenerse en el mercado y en una economía tan volátil es difícil si no se tiene nuevas ideas y si no se sigue el ritmo de los mercados, la pregunta es ¿Qué tiene y que puede Colombia utilizar de forma positiva? Colombia es potencia mundial en biodiversidad. De acuerdo a lo anterior, el turismo ecológico es una de las ideas de negocio que crece con mucha fuerza en el país. La naturaleza, el espacio geográfico y los recursos naturales nos ofrecen todo para crear un escenario de conciencia, recreación y negocio. Contar con ciertas características naturales pone al país colombiano en una posición de superioridad dentro del contexto internacional. Lo verdaderamente importante está en el cuidado de esos recursos, en su utilización responsable y en la concientización de que se trata de fuentes de vida que, más allá de que se perciba muy alejada de la realidad, afectan de muchas formas, el estilo de vida, las costumbres alimenticias e incluso, la identidad de un país.

Las principales razones para promover la exportación de servicios turísticos en Colombia y resaltar su importante nivel turístico a nivel latinoamericano son:

- a) Colombia se visiona para ser en unos años el quinto destino turístico preferido en América latina, después de Costa Rica, Chile, México, Argentina, Brasil y Puerto Rico, teniendo en cuenta que Colombia se ha esforzado por muchos años, en el mejoramiento y controlar de su seguridad desde todo punto de vista, las tasas de homicidios en la capital, Bogotá, han bajado notoriamente, ubicándose por debajo de ciudades como Washington, Sao Paulo o Atlanta, y destinos turísticos como Rio de Janeiro.
- b) Los incentivos que se brindan a los proyectos de turismo hasta el año 2032 en materia tributaria llaman la atención de muchos sectores, en este caso el sector hotelero y también para proyectos de ecoturismo.
- c) También existen beneficios relacionados con Zona Franca, un régimen especial que permite solicitar el reconocimiento de Zona Franca a una sola empresa que desarrolle un proyecto nuevo de inversión y adicional brinda beneficios en materia de impuestos de renta, extensión de impuestos aduaneros y la facilidad de exportar desde zona franca a todas estas empresas.
- d) Colombia, también se caracteriza por una atractiva fuerza de trabajo, por su trato amable al viajero, al turista. El país brinda uno de los mejores servicios y atención personal en viajes de turismo. De acuerdo al “Reporte de Competitividad de 2009” del Foro Económico Mundial, La fuerza de trabajo colombiano en turismo sacó una calificación de 6,4 puntos de 7,0 Posibles. (Pro-export, 2010).
- e) La atracción del inversionista hotelero en ver a las ciudades de Colombia como un punto estratégico para sus hoteles. Es así como se resalta la importancia de la presencia de estas cadenas hoteleras en el país, entre esos:
Chateau Relais.

Days Inn.

Forte Travelodge

Intercontinental

Holyday Inn.

Hilton Internacional

Mar Y Sol (Con Hoteles En Cartagena, Valledupar Y Cúcuta.)

Radisson

Sheraton, Suites Jones

f) Muchas multinacionales hacen presencia en Colombia por medio de franquicias, en el caso del sector de restaurantes y productos alimenticios

tenemos:

Mc Donald's

Sodexho

Subway

Häagen Dazs

Kentucky Fried Chicken (Kfc)

Dunkin Donuts.

g) Una fortaleza que existe en materia educativa es la variedad de universidades en el país, que ofrece el desarrollo de programas enfocados al turismo a nivel profesional, desarrollando y capacitando a las personas que desea incursionar o seguir por la línea del turismo; e de ahí nuestra mano de obra calificada para tener un talento humano apto para un sector tan potencial como este.

Por el posicionamiento geográfico Colombia tiene a favor muchas variables, que ayudan a su crecimiento económico y desarrollo social estas variables son:

- Es el geocentro de la cuenca oceánica mundial: Contar con dos océanos (atlántico y pacífico).
- Colombia es el geocentro de la cuenca oceánica mundial: Contar con dos Océanos (atlántico y pacífico).
- Geocentro del continente americano: punto estratégico de movilidad de personas y mercancía, el centro entre el norte y el sur de América
- País bisagra de la integración económica: La interrelación entre infinidad de grupos que desean la concertación de nuevos negocios.
- Geocentro de la cuenca hídrica intertropical: Cuenta con estar en el 4 puesto en el ranking mundial, del país con mayores recursos naturales y especies en vía de extinción.
- Centro de la cuenca energética solar del gran Caribe: Región altamente receptora de energía solar, a causa de esto la gran biodiversidad con la que se cuenta.

Colombia es un país diverso, con muchas de fuentes de crecimiento, no es carente de facultades turísticas y por el contrario es un país con infinidad de bondades que hacen parte de ese atractivo y están en la mirada del mundo, claro está que se debe realizar un trabajo arduo de promoción, y marketing que ayude a atraer esa masa, ese nicho de mercado y convencer al turista de que Colombia es un destino atractivo para ellos y que acá está lo que buscan.

Es importante poder crear una serie de estrategias donde se arme un plan regional y orientar su función a contrarrestar la poca promoción, ausencia de información actualizada del sector y falta de especialización del producto turístico y actuar de la mano con la marca país, que es el sello de la nación, el marketing de la cultura colombiana.



1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Conocer las estrategias, las modalidades, el marco legal y comportamiento del sector turismo implementado, por el estado y la sociedad en Colombia.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico del Sector Turístico en Colombia, desde la infraestructura, economía, político, etc.
- Determinar las estrategias del estado y la sociedad en Colombia, para el Sector Turismo.
- Identificar las modalidades de exportación de servicios, aplicables al turismo en Colombia.
- Conocer las clases de Turismo en Colombia
- Identificar el marco legal actual a través del cual se rige el sector de Turismo en Colombia.
- Analizar el comportamiento del turismo colombiano con base al aspecto social, económico y ambiental.
- Examinar el comportamiento del turismo el mundo, frente a la imagen de Colombia en el mismo.

1.4. Marco metodológico

1.4.1. Metodología

Principalmente se recurre al método analítico- descriptivo, se pretende conocer las estrategias, modalidades, marco legal, etc con las cuales cuenta Colombia, para la exportación de servicios, a través del Turismo, su fortalecimiento empresarial en la economía, la sociedad y el ambiente.

En este método se asume un conocimiento desde lo general hasta lo particular a fin de resolver el problema planteado, mas no se desvirtúa el aporte de nuevas hipótesis a través de un análisis prospectivo. Se recurre a fuentes secundarias como el internet: en las páginas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, PROEXPORT, Cámara de Comercio y demás, como fuentes alimentadoras del proceso investigativo, y fuente directa de la labor que el estado, los entes públicos y privados, están haciendo para incentivar y promocionar este motor económico en desarrollo. Igualmente es una investigación de carácter académico porque aporta a enriquecer el proceso de aprendizaje y de consulta del programa de la Facultad de Estudios Internacionales de la Institución Universitaria Esumer.

1.5. Alcances

El desarrollo del proyecto desde la asignación del asesor hasta el día de la presentación del proyecto final se ha proyectado que tenga una duración de cinco meses después del anteproyecto, teniendo en cuenta que este trabajo está limitado para conocer, las estrategias, las modalidades, el marco legal y el comportamiento del sector turismo implementado, por el estado y la sociedad colombiana.



2. Ejecución del Proyecto

2.1. Diagnóstico del Sector Turismo en Colombia


Objetivo Específico: Realizar un diagnóstico del Sector Turístico en Colombia, desde la infraestructura, economía, político, etc.

Este es un diagnóstico de análisis sobre el sector, para los temas en específico de: *infraestructura, economía, política y principalmente de la rama exportación de servicios de turismo en Colombia*. De acuerdo a lo anterior se enuncia en este informe de grado, una definición de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, que en cita textual dice “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. Colombia se perfila como uno de los destinos turísticos más importantes de América Latina”. Según el World Travel & Tourism Council (WTTC) para el período 2006-2015, se espera un crecimiento real anual del 4.5%, en la demanda por viajes y turismo en Colombia, cifra que concuerda con la proyección de crecimiento de la demanda mundial de servicios turísticos que la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha proyectado.

La recuperación de la imagen positiva del país ha logrado la reactivación de la llegada de cruceros a los principales puertos turísticos y vuelos chárter. En los últimos años, la llegada de viajeros extranjeros al país ha crecido de manera constante. En el periodo enero-febrero de 2013 se registró un incremento del 7% frente al mismo período del año anterior. (Proexport)

Colombia ofrece un amplio portafolio de oportunidades de inversión en diferentes tipos de turismo con extraordinario potencial de desarrollo, creando diversas oportunidades de inversión con importantes perspectivas de crecimiento:

- a) Único país en Suramérica con costas en los dos océanos. Colombia se encuentra en una zona libre de huracanes. Tiene más de 300 playas, algunas de ellas con todos los servicios turísticos.
- b) Adicionalmente, el país ofrece unos excelentes recursos humanos, incentivos tributarios y la infraestructura necesaria para el desarrollo de nuevas inversiones.



Colombia se encuentra situada en el extremo noroeste de América del sur, su extensión es el cuarto país del continente cuyas costas están bañadas por el mar Caribe al norte y el océano Pacífico, al oeste. El país limita con Panamá al noroeste, al este con Venezuela y Brasil y al sur con Perú y Ecuador, son cinco las regiones naturales del país, Andina, Caribe, Pacífico y Orinoquia y Amazonia; la principal vía de tráfico fluvial es el Magdalena, que conecta los puertos situados en el Caribe con el centro del país. Colombia disfruta de una gran variedad climatológica y topográfica, pues cuenta con dos estaciones claramente diferenciadas, la seca y la lluviosa.

El país cuenta con 54 instituciones que constituyen 82 programas de educación superior que incluyen programas académicos de turismo de pregrado y postgrado, siendo el nivel de pregrado el que concentra la oferta en casi su

totalidad con una participación del 81% y postgrados solo con 19% de participación. Según consulta realizada el 28 de junio del 2012 al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES).

2.1.1. Diagnostico en Infraestructura ⁵

El Decreto 2755-03 (modificado por el Decreto 920 de 2009), que reglamenta el artículo 207-2 del Estatuto Tributario, informa que el gobierno de Colombia otorga exenciones de impuestos a la renta por 30 años para la construcción de nuevos hoteles y remodelación o ampliación de hoteles existentes y rentas exentas de impuestos por 20 años para proyectos de servicio de ecoturismo. Este es el período más largo de exención tributaria que ofrece la ley colombiana.

Actualmente se trabaja en el desarrollo de zonas francas turísticas, orientadas a promover y desarrollar la prestación de servicios turísticos. Se incluyen las áreas marinas, muelles deportivos y terminales de cruceros sin necesidad de cumplir el mínimo de área geográfica establecida.

Una infraestructura que mejora día a día: Colombia cuenta con la infraestructura necesaria para el desarrollo de las actividades turísticas; el país cuenta con 13 aeropuertos internacionales con destinos a diferentes ciudades de Estados Unidos, América Latina y Europa; cuenta además con redes de carreteras

⁵ Proexport-Colombia (2011). Informe de turismo extranjero en Colombia a Octubre de 2011.

que conectan las principales ciudades. Existe una amplia cobertura de servicios básicos, redes de comunicaciones y acceso a Internet a lo largo y ancho del país.

La ampliación, modernización y readecuación de la infraestructura hotelera y de servicios, impulsada por diversos beneficios tributarios otorgados por la legislación nacional, promueven cada vez más la inversión para impulsar las regiones turísticas. Además, del esfuerzo de diversas regiones del país por mejorar su oferta turística.

2.1.2. Diagnostico Económico ⁶

La política de turismo en Colombia se ha orientado principalmente al fortalecimiento de la competitividad de los diversos productos y destinos turísticos nacionales.

Las políticas y planes, contemplados en la *Ley 300 de 1996 “Ley de Turismo”*, se han dirigido a realizar acciones en materia del mejoramiento de la competitividad de los productos y destinos turísticos y al desarrollo de políticas de promoción y marketing a nivel nacional.

En Colombia el turismo es el sector más dinámico de la economía actual después del petróleo y el carbón, representado el 5.5% del PIB.

⁶ Proexport-Colombia (2011). Informe de turismo extranjero en Colombia a Octubre de 2011.

El “Estudio de Competitividad del Sector Turístico” indica que el turismo es para Colombia una fuente de negocios e inversión tan buena como el petróleo y sus derivados, pero ampliamente mejor en cuanto al reparto de sus beneficios, debido a sus potencialidades y ventajas comparativas, y a su efecto dinamizador sobre el resto de la economía.

El Plan Sectorial 2011-2014 de turismo también realizado por el departamento nacional de planeación indica que los ingresos para el turismo han tenido aumentos considerables, al finalizar el año 2010, la suma de los ingresos por cuenta de impuesto al turismo y contribución parafiscal alcanzó \$39.500 millones de pesos. En la contribución parafiscal se obtuvo un crecimiento considerable, si se tiene en cuenta que para el año 2007 su recaudo fue de tan sólo de 4.470 millones de pesos, mientras que al cierre del año 2010 se obtuvieron \$23.500 millones de pesos por este concepto. En cuanto al impuesto al turismo, se experimentó un crecimiento importante, al pasar de \$ 7.000 millones de pesos a \$ 14.500 millones en los años 2008 y 2009 respectivamente; en el año 2010, se obtuvieron \$16.000 millones de pesos por este concepto.

Adicionalmente en temas de impuestos⁷, las excepciones para el sector, por parte del estado:

- a) **Exención del impuesto a la renta por un período de 30 años:** La exención entra en vigencia a partir del inicio de la operación para servicios hoteleros

⁷ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

prestados en hoteles nuevos o que se remodelen y/o amplíen desde el año 2003 hasta diciembre de 2017.

- b) **Exención del impuesto a la renta por un período de 20 años:** Renta exenta proveniente de los servicios de ecoturismo por un término de 20 años a partir del año gravable 2003.
- c) **Deducciones de impuestos en bienes de capital utilizados para exportaciones de turismo:** El Plan Vallejo de exportación de servicios permite importar, con suspensión total o parcial de arancel e IVA, algunos bienes de capital que sean utilizados para prestar ciertos servicios exportados. El beneficio tiene un compromiso de exportación mínimo de 150% del valor FOB de los bienes de capital importados y una prima del 20% del valor FOB del cupo de importación autorizado en el programa.
- d) **Contratos de estabilidad jurídica:** Colombia ofrece Contratos de Estabilidad Jurídica para garantizar los proyectos de inversión. Estos aplican para inversiones superiores a USD\$1,93 Millones (7.500 S.M.L.M.V) y se debe pagar una prima a favor del Estado del 1% del total de la inversión realizada o 0,5% en periodos improductivos. Su duración es de tres a 20 años.
- e) **Descuentos Tributarios:** Aplican en impuesto sobre la renta, aportes parafiscales y contribuciones de nómina (Ley 1429 de 2010 conocida como “Ley del primer empleo y formalización” la cual opera para vinculación de nuevos empleados menores de 28 años, personas en situación de desplazamiento, reintegración, o discapacidad y mujeres mayores de 40 años con 12 meses desvinculadas laboralmente, entre otros).
- f) **Incentivos para turistas a Colombia:** Tarifa diferencial del IVA de 10% a servicios de hoteleros. Exención del IVA para paquetes turísticos vendidos en el

exterior a turistas residentes en el extranjero. Devolución de IVA a turistas extranjeros por la compra de los siguientes bienes: confecciones, zapatos, perfumes, bienes de cuero, discos compactos, manualidades, licor y alimentación, juguetes, esmeraldas y joyería artesanal colombiana.

2.1.3. Diagnostico Político ⁸

A nivel general en Colombia se ha logrado evidenciar una mejora respecto a la imagen internacional del país durante los últimos años, lo que ha contribuido a reactivar el mayor flujo de turistas extranjeros, motivados por la percepción de una mejora de las condiciones de seguridad y atraídos por la riqueza de su naturaleza y por las oportunidades del país. Esto debido al esmero por parte del anterior y actual gobierno por mejorar las condiciones de seguridad e infraestructura.

2.1.4. Diagnostico en Ramas que conforman el Sector Turístico

El aporte que hacen las diversas *ramas que conforman el sector turismo* al valor agregado de la industria colombiana se descompone así:

Actividades no específicas: Bienes y/o servicios que son consumidos por los visitantes, pero que no figuran en la lista de productos específicos del turismo.

⁸ Proexport-Colombia (2011). Informe de turismo extranjero en Colombia a Octubre de 2011.

Segunda vivienda: Casas de vacaciones que son visitadas por uno o más miembros del hogar, para recreo, vacaciones u otras actividades diferentes del ejercicio de una actividad remunerada en ese lugar.

2.1.5. Clases de Turismo en Colombia.

Los parques temáticos en Colombia; busca construir para el sector de turismo, en su exportación de servicios, empresas perdurables que acepten el desafío de subirse a la montaña de la turbulencia global, como lo demuestra los documentos de investigación⁹, de la Facultad de Administración, de la Universidad del Rosario, Bogotá . Demuestra que en la actualidad, las personas buscan actividades culturales y de entretenimiento que les permitan compartir y disfrutar momentos de esparcimiento con sus familiares y amigos. Una de esas alternativas se encuentra en los parques temáticos, los cuales emergen como espacios en donde no solo se puede disfrutar de atracciones mecánicas y participar en dinámicas, sino también aprender, por medio de educación no formal, acerca de temáticas culturales, sociales e históricas que hacen parte de nuestra comunidad y que demandan ser transmitidas a personas de cualquier edad, es por ella que cabe resaltar los Parques de agroturismo, el Eco Turismo, los deportes de aventura, las ferias y/o fiestas en las ciudades capitales, y cabeceras municipales, etc. Acá un breve reseña de cada uno de estas clases de turismo en Colombia.

⁹ Ariza, Andrea; Melo, Cristian; Morales L, Paola; Rodríguez R, Laura; Malaver R, Natalia y Rivera R, Hugo Alberto. (2011. Agosto). Parque temáticos en Colombia: construyendo empresas perdurables que acepten el desafío de subirse a la montaña de la turbulencia global. Documentos de Investigación, Facultad de Investigación. Universidad del Rosario.

Parques Agroturismo Temáticos

- a) Lugar en donde se reúnen un conjunto de atracciones entorno a una línea argumental específica destinada a ofrecer entretenimiento, educación, ocio y cultura a sus visitantes.
- b) Los parques temáticos se pueden clasificar de acuerdo con los segmentos hacia los que se dirigen sus temáticas: aventura, acuáticos, históricos, científicos y de animación. Hay parques temáticos en la zona cafetera del país.

Eco Turismo

- a) Un sector con amplio potencial de desarrollo alrededor de todo el país.
- b) Lugar ideal para el ecoturismo gracias a su biodiversidad.
- c) Esta actividad turística se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza.
- d) Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología.

Cultural e histórico

- a) Grandes oportunidades de inversión alrededor de los destinos de relevancia histórica.
- b) Los turistas se concentran en la cultura de los lugares a donde van, como ejemplo: museos o lugares y cosas construidas muchos años antes.

Aventura y deportes

- a) En Colombia, las encumbradas montañas de la cordillera de los Andes son ideales para los deportes de montaña.
- b) Sus vientos favorables son perfectos para el deporte aéreo. Se está promoviendo la inversión en deportes acuáticos como el buceo. Colombia tiene cuatro grandes áreas metropolitanas en las que se desarrollan numerosas actividades culturales y de negocios, además de diversos eventos, ferias y festivales que se celebran durante el año.

Ciudades capitales y ferias: Colombia ofrece un excelente recurso humano, incentivos tributarios y la infraestructura necesaria para el desarrollo de nuevas inversiones, celebra 17 festividades patrias y religiosas nacionales que hay anualmente en el calendario laboral y en las temporadas vacacionales escolares de mediados y fin de año.

En cuanto a las inversiones en el sector hotelero en el país, se presenta la distribución regional: Establecimientos de gastronomía y bares de interés turístico, restaurantes y establecimientos gastronómicos de servicio completo: Son los establecimientos gastronómicos cuya actividad económica, exclusiva o principal, consiste en la venta y servicio a la mesa al público de alimentos preparados, acompañados o no de bebidas alcohólicas.

Restaurantes y establecimientos gastronómicos de servicio rápido: Son los establecimientos gastronómicos cuya actividad económica consiste en la venta

con o sin servicio a la mesa de alimentos preparados, para su consumo dentro de los mismos.

Bares y establecimientos similares: Son los establecimientos cuya actividad económica exclusiva o principal consiste en la venta, con o sin servicio a la mesa, de bebidas alcohólicas para su consumo dentro de los mismos. Se entienden comprendidos dentro de esta denominación los bares, grilles, discotecas, tabernas y establecimientos similares. (Están obligados a inscribirse los establecimientos ubicados en ciudades declaradas como distritos turísticos, culturales o históricos).

Establecimientos ubicados en zonas declaradas por los Concejos Distritales o Municipales como zonas de desarrollo turístico prioritario: Establecimientos situados dentro del área de influencia directa de aquellos lugares reconocidos de interés turístico, cultural o histórico, tales como: balnearios, playas, lagos, parques nacionales, termales, nevados, monumentos nacionales, museos, templos de interés histórico, que sean declarados por los Concejos Distritales o Municipales como recursos turísticos de utilidad pública.

Establecimientos ubicados dentro de las áreas declaradas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo como zonas francas turísticas: Establecimientos ubicados en terminales aéreas, marítimas, terrestres y ferroviarias, relacionadas con el transporte de pasajeros.

Restaurantes o bares ubicados en establecimientos hoteleros o de hospedaje: En el caso de que un establecimiento gastronómico, bar, negocio o

similar se encuentre ubicado en un establecimiento hotelero y/o de hospedaje y forme parte de los servicios ofrecidos por éste, la obligación de inscribirse en el Registro Nacional de Turismo se entenderá cumplida con el registro del hotel, sin que haya lugar a la inscripción del restaurante o bar, separadamente.

Las empresas arrendadoras de vehículos: Establecimientos de arrendamiento de vehículos con o sin conductor, con servicios básicos y/o especiales establecidos en el contrato de alquiler. Generalmente están inscritas en el RNT (Registro Nacional de Turismo).

Oficinas de representaciones turísticas: Son constituidas por personas físicas o jurídicas, nacionales o extranjeras, que actúan por virtud del contrato de agencia comercial u otra forma de mandato de acuerdo con lo previsto en el título XIII del Libro IV del Código de Comercio, como intermediarios para la venta, promoción o explotación de servicios turísticos ofrecidos por otras personas, en el territorio nacional o en el extranjero. Si la representación es de una agencia de viajes, la oficina de representaciones turísticas deberá dar cumplimiento a las normas que rigen a este tipo de prestadores de servicios turísticos, incluyendo el pago de la contribución parafiscal, de acuerdo con las normas que rigen la materia.

2.2. Estrategias Implementadas por el Estado

Objetivo Específico: Determinar las estrategias del estado y la sociedad en Colombia, para el Sector Turismo.

De acuerdo a las diferentes estrategias planteadas en los últimos años para el desarrollo del sector turístico, es posible realizar un balance de las principales acciones y programas puestos en marcha para el aumento de la competitividad turística nacional, enmarcadas desde el sector, la oferta de productos, la PST y Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014

2.2.1. Estrategia N° 1 Sector del Turismo

Gestores Regionales de Competitividad Turística: Mediante el cual no sólo se brinda apoyo focalizado a las regiones del país a través de gerentes regionales, sino que se fortalece el principio de descentralización; se sostiene el evento semestral “Encuentro de autoridades regionales de turismo”, que se realiza desde el año 2000 y que permite intercambiar experiencias y compartir conocimientos sobre la administración del turismo en las regiones.

Eventos institucionales- Turismo Compite, y semestralmente se realiza la Rueda Nacional de Negocios Turísticos Turismo Negocia: Que buscan encaminar esfuerzos para los mercados nacionales e internacionales e incentivar el comercio de los productos turísticos especializados de las diferentes regiones del país con los principales operadores del turismo nacional.

2.2.2. Estrategia N°2 Oferta de Productos Competitivos

Esta iniciativa busca encaminar esfuerzos para la consecución de una oferta de productos altamente competitivos para los mercados nacionales e internacionales e incentivar el comercio de los productos turísticos especializados de las diferentes regiones del país con los principales operadores del turismo nacional.

Igualmente, como lo expone el departamento Nacional de planeación de Colombia se destaca, como proyecto pionero en América Latina:

- a) Proceso de certificación de calidad como Destinos Turísticos Sostenibles de Colombia, en Playa Cristal (Santa Marta)
- b) Puerto Nariño (Amazonas), que iniciaron proceso en el segundo semestre de 2008
- c) Centro Histórico de Cartagena de Indias que inició proceso en 2009.

Con el objeto de fortalecer la seguridad para los turistas tanto nacionales como internacionales se estableció los programas:

Rutas Seguras Vive Colombia: Es una acción derivada de los Consejos de Seguridad Turística que lidera el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que se celebran antes y después de cada temporada para preparar y evaluar el comportamiento de los mecanismos dispuestos.

Fortalece dispositivos especiales de seguridad para los viajeros en carreteras que se identifican para altas temporadas y puentes festivos a lo largo de cada año.

2.2.3. Estrategia N°1 PST 2011-2014

Una de las estrategias investigadas para el estudio de grado, es la que plantea “Plan Sectorial del Turismo 2011-2014, factor de prosperidad para Colombia”, para el alcance su objetivo general de desarrollo (Ver Tabla 2), con este cuadro se pretende explicar de manera más sencilla los objetivos específicos, la estrategia y los planes de acción para cada uno de ellos.



Tabla .2. Plan Sectorial del Turismo 2011-2014

Objetivo General: Mejorar la competitividad de los servicios y destinos turísticos de Colombia con el fin de hacer del turismo una estrategia de desarrollo sostenible para el país, que contribuya a la generación de empleo, a la prosperidad de las regiones y a dinamizar el círculo virtuoso del ascenso social.

Objetivo Especifico	Estrategia	Acción de la Estrategia
Fortalecer la institucionalidad y la gestión pública del turismo a nivel nacional y regional.	Promover en las regiones la planificación del desarrollo turístico.	Plan de acción de integración regional de los planes de desarrollo turístico.
	Fortalecer la capacidad de gestión de las regiones frente a la implementación de planes y programas del turismo.	Programa nacional de capacitación regional en gestión pública del turismo.
	Definir las competencias institucionales en materia turística, para promover la coordinación interinstitucional de carácter nacional.	Programa nacional de Integración de las entidades con injerencia en el sector turístico.
	Fomentar la coordinación entre las entidades del orden nacional y las regionales en materia turística.	Programa de apoyo a la gestión de los destinos turísticos
	Promover la descentralización de la gestión del turismo.	Programa de apoyo a la descentralización.
	Dinamizar la cooperación internacional para el turismo.	Programa de dinamización de la cooperación internacional.
	Crear herramientas de enlace directo con las regiones en busca del mejoramiento de su competitividad.	Programa nacional de mejoramiento de la competitividad turística. Programa de gestores de competitividad

Fuente: autoría propia, análisis del documento propuesta preparado por la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo del Viceministerio de Turismo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Departamento Nacional de Planeación. Versión Junio de 2011

Plan Sectorial del Turismo 2011-2014

Objetivo Especifico	Estrategia	Acción de la Estrategia
Mejorar la calidad de los servicios y destinos turísticos ofrecidos a los turistas nacionales y extranjeros.	Fortalecer los procesos de normalización y reglamentación para los prestadores de servicios turísticos.	Programa de normalización y reglamentación turística
	Fomentar la cultura de la excelencia y de la exigencia de la calidad en la prestación de servicios turísticos tanto en la oferta como en la demanda.	Programa de fomento a la calidad turística. Programa nacional de cultura turística. Programa de formalización turística.
	Implementar estrategias de seguridad integral para los turistas en los distintos destinos y productos. Turísticos.	Programa Nacional de Seguridad integral en el turismo.
Fortalecer las habilidades y competencias del talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo.	Ajustar los programas de formación y capacitación en turismo, de acuerdo con las necesidades del sector.	Programa nacional de formación capacitación en turismo
	Diseñar programas para la incorporación de personal bilingüe en las empresas del sector.	Programa Nacional de Bilingüismo para la industria turística.
	Impulsar e incentivar la investigación en materia de turismo.	Programa de fomento a la investigación en turismo.
Mejorar la gestión en infraestructura de soporte y conectividad para el turismo.	Fortalecer la participación del sector en las instancias de decisión en materia de Infraestructura de soporte para el turismo.	Gestión en Infraestructura de impacto turístico
	Fortalecer la gestión en materia de infraestructura turística	Fortalecimiento del FONTUR Establecimiento de Red de Paradores Turísticos

Fuente: autoría propia, análisis del documento propuesta preparado por la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo del Viceministerio de Turismo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Departamento Nacional de Planeación. Versión Junio de 2011

Plan Sectorial del Turismo 2011-2014

Objetivo Especifico	Estrategia	Acción de la Estrategia
Mejorar la gestión en infraestructura de soporte y conectividad para el turismo.	Aprovechar las tecnologías de la información y la comunicación para la utilización de los servicios de comercialización y operación del turismo, privilegiando la disminución en los costos de transacción asociados con la actividad turística.	Programa de comercio electrónico de las Mipymes turísticas.
	Afianzar las acciones en materia de gestión de frecuencias aéreas desde mercados nacionales e internacionales.	Programa Nacional de integración aérea con los mercados turísticos emisores.
	Desarrollar acciones en materia de gestión de rutas terrestres, fluviales y marítimas de mercados nacionales e internacionales.	Programa Nacional para la conectividad terrestre y fluvial con los mercados turísticos emisores.
	Desarrollar gestiones en materia de flexibilización de advertencias de viajes de gobiernos extranjeros y visas para mercados turísticos emisores potenciales.	Programa reducción de Advertencias de Viajes emitidas por Gobiernos extranjeros. Programa de mejora de la atención en servicios migratorios.

Fuente: autoría propia, análisis del documento propuesta preparado por la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo del Viceministerio de Turismo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Departamento Nacional de Planeación. Versión Junio de 2011

Plan Sectorial del Turismo 2011-2014

Objetivo Especifico	Estrategia	Acción de la Estrategia
<p>Impulsar la inversión en el sector turístico, buscando la generación de valor agregado nacional.</p>	<p>Diseñar programas para la atracción de la inversión</p>	<p>Programa de promoción de Inversión extranjera directa en turismo. Programa nacional de incentivos para la inversión en turismo.</p>
	<p>Impulsar programas de desarrollo empresarial y emprendimiento para los prestadores de servicios turísticos y la cadena de valor del sector.</p>	<p>Programa de desarrollo empresarial para el turismo.</p>
	<p>Diseñar programas de apoyo para el aprovechamiento de los incentivos tributarios para ecoturismo.</p>	<p>Programa de apoyo y asistencia técnica para acceder al incentivo tributario en Ecoturismo</p>
<p>Fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializados.</p>	<p>Fortalecer las estrategias de investigación de mercado para la creación de productos turísticos.</p>	<p>Programa de inteligencia de mercados turísticos.</p>
	<p>Implementar acciones para el desarrollo del turismo de naturaleza, como sector de transformación productiva.</p>	<p>Programa Nacional para el desarrollo del producto ecoturístico, en redes temáticas. (Aves, buceo, ballenas, y senderismo). Lineamientos para el desarrollo del agroturismo.</p>

	Impulsar estrategias de especialización del turismo cultural en artesanías, gastronomía, ferias y fiestas, ciudades patrimonio, etnoturismo y turismo religioso.	Programa de desarrollo del patrimonio cultural de Colombia a través del turismo.
Fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializados.	Consolidar la estrategia de transformación productiva en turismo de salud y bienestar.	Programa Turismo de Salud y bienestar. Programa de desarrollo del termalismo como producto turístico
	Consolidar la estrategia de desarrollo del turismo de congresos, eventos e incentivos.	Programa Turismo de Congresos, eventos e incentivos.
	Impulsar el ordenamiento de las playas turísticas.	Programa de prevención de la erosión y la ocupación turística. Plan de mejora de los instrumentos de articulación institucional para el manejo de las playas (público, privado)
	Implementar herramientas normativas y de desarrollo del Turismo de Aventura.	Programa Turismo Aventura
	Implementar herramientas normativas y de desarrollo del Turismo Náutico.v	Programa de desarrollo de marinas.
Desarrollar iniciativas transversales para promover el desarrollo sostenible del turismo.	Fortalecer el Centro de Información Turística – CITUR	Programa de recolección de información estadística en las regiones.
	Desarrollar una estrategia de posicionamiento y mercadeo verde para los productos y destinos turísticos del país	Colombia, destino verde y biodiverso.

Fuente: autoría propia, análisis del documento propuesta preparado por la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo del Viceministerio de Turismo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Departamento Nacional de Planeación. Versión Junio de 2011

2.2.4. Estrategia N°5 Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014: Prosperidad para todos

Bajo el mandato del Presidente Manuel Santos Calderón en la República de Colombia, en su plan de trabajo de gobierno, se formuló y se está ejecutando el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014: Prosperidad para todos, el cual separa un especial para el sector turístico en Colombia, con unas estrategias enmarcadas en el fortalecimiento competitivo del país, en su enunciado principal cuenta con grandes estrategias:

- a) Fortalece la institucionalidad y la gestión pública del turismo a nivel nacional y regional.
- b) Mejorar la calidad de los servicios y destinos turísticos y promover la formalización
- c) Fortalecer las habilidades y competencias del talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo.
- d) Mejorar la gestión en infraestructura de soporte y conectividad para el turismo
- e) Impulsar la inversión en el sector turístico, buscando la generación de valor agregado nacional
- f) Fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializados
- g) Enfocar las iniciativas de promoción turística por segmentos especializados del turismo.

Según la información recolectada en el desarrollo del presente objetivo, cabe destacar el esfuerzo y persistencia por parte del estado y la sociedad con sus

diferentes propuestas, en cuanto al fomento del sector turístico, partiendo de unas exigencias dirigidas a los prestadores de servicios que permitan perfeccionar la oferta y así manejar un alto nivel de calidad, lo cual permite deducir que ya entre los planes de estado reconocen al sector como potencial y es por ello que se busca intensificar la promoción del mismo. Esto requiere de grandes esfuerzos por parte tanto del estado como de los prestadores de servicios turísticos, sin embargo, son esfuerzos que podrían verse recompensados si se cumple la meta de convertir a Colombia en uno de los más deseados destinos turísticos.

Se considera importante y adecuada la labor que se está llevando a cabo el gobierno en cuanto a la lucha por el desarrollo de este sector tan prometedor.

2.3. Modalidades de Exportación de Servicios, Aplicables al Turismo en Colombia.

Objetivo Específico: Identificar las modalidades de exportación de servicios, aplicables al turismo en Colombia.

Los servicios son un aspecto de gran importancia en casi todas las actividades de una economía este tema se viene constituyendo como un factor de gran importancia en la era de la globalización. La modalidad de exportación para este caso en específico es el Modo 2: Cobertura Estadística: BP (5ª ed.) viajes (excepto bienes comprados por viajantes) Arreglos a barcos y aviones en puertos y aeropuertos extranjeros (bienes) parte de transporte (servicios auxiliares y de soporte a barcos y aviones en puertos y aeropuertos extranjeros) Estadísticas sectoriales: turismo

Desde el punto de vista económico por servicios se entiende: Toda actividad que satisface necesidades individuales o colectivas diferentes a la transferencia de la propiedad de un bien material.

- Los servicios participan con el 65% del producto global y del 70% del empleo generado a nivel mundial.
- El 25% de las transacciones mundiales de comercio corresponden a exportaciones de servicios.
- El sector servicios, en Colombia, contribuye con el 59.4% a la generación de empleo, representa el 56.0% del PIB.
- Criterio relativo a las cuatro (4) modalidades de presentación o formas de exportar los servicios.
- Comercio transfronterizo: Consiste en la prestación de un servicio de un país a otro país, en consecuencia el que viaja es el servicio.

2.3.1. Generalidades

- No hay intervención de la Aduana.
- El ingreso por concepto de la venta se genera en divisas.
- No implica el diligenciamiento de un documento de exportación.
- Sólo cruza la frontera el servicio propiamente dicho, sin desplazamiento de las personas: La consultoría y el asesoramiento se efectúa por fax o correo electrónico o transporte de carga.
- El proveedor del servicio no establece presencia en el país en el que se consume el servicio.

- Una empresa local prepara un estudio de mercado para un cliente extranjero, que luego es transmitido al cliente por correo electrónico.
- Esta modalidad depende directamente de la existencia de una estructura de telecomunicaciones eficiente.
- Un consumidor no residente en el territorio nacional percibe el servicio en Colombia.
- Movimiento de consumidores o consumo en el exterior
- No implica movimiento aduanero.
- El ingreso por concepto de la venta del servicio se percibe normalmente en moneda nacional y en el mercado local.
- Implica cumplimiento de disposiciones de migración sobre ingreso al país. Visas de turismo de tratamiento en salud.
- El servicio es suministrado a consumidores que están fuera de su país de residencia.
- Cuando el consumidor atraviesa la frontera para recibir un servicio en el exterior: los buques que se trasladan a otro país para su reparación.
- Cuando los directivos extranjeros van a un país para asistir a un curso de formación en prácticas de gestión.

Ejemplo de movimiento de personas

- Nacionales del país A se han trasladado al extranjero en calidad de turistas, estudiantes o pacientes para recibir los servicios correspondientes.
- Presencia comercial: Residentes nacionales que para el desarrollo de su actividad establecen presencia comercial en otro país.

Generalidades:

- Aplica tanto para exportaciones de bienes como de servicios.
- Esta modalidad está concebida para la presencia mediante la figura de subsidiarias sucursales.
- Normalmente esta modalidad está tratada como una modalidad de inversión extranjera en el país receptor.
- Esta modalidad es frecuentemente exigida para que se pueda prestar un servicio, como en el caso del sector financiero y de seguros, ingeniería y construcción.
- El proveedor del servicio cruza la frontera para establecer presencia comercial en el extranjero, a través de la cual proporciona el servicio.

2.3.2. Ejemplos de la modalidad 2 Comercio Sector Turismo

Modalidad Comercio transfronterizo

Un usuario del país A recibe servicios del extranjero a través de su infraestructura de telecomunicaciones o de correos. Ese suministro puede incluir servicios de consultoría o informes sobre investigación de mercado, asesoramiento telemédico, capacitación a distancia o proyectos de arquitectura.

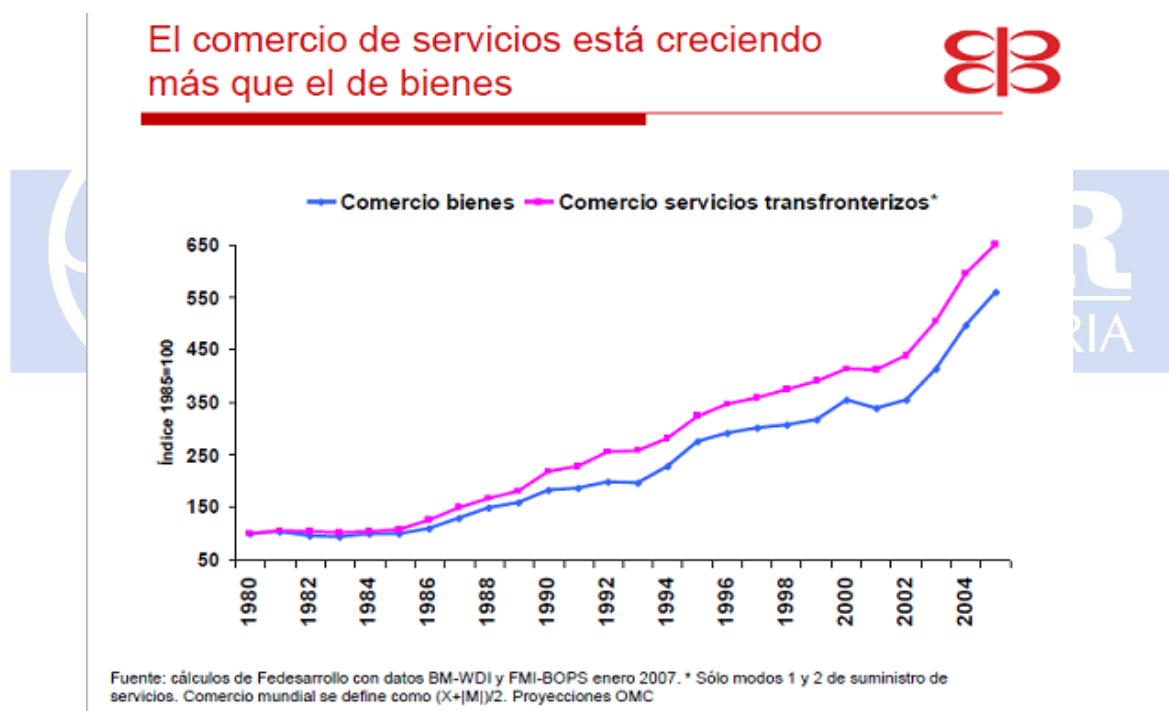
Movimiento de consumidores: Un consumidor extranjero hace uso del servicio en otro país.

Presencia comercial: El servicio es suministrado en el país A por una filial, sucursal u oficina de representación, establecida en el territorio de dicho país, de

una empresa de propiedad y control extranjeros (banco, grupo hotelero, constructora, etc.).

Movimiento de personas: desplazamiento físico de personas de un país a otro para suministrar el servicio

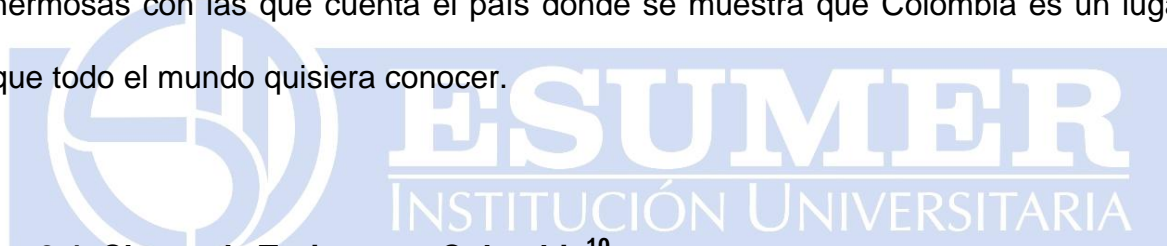
Figura .1. Crecimiento del Comercio de Servicios



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá, Colombia

Se analiza en este grafico para indicar que el sector servicios está jugando un papel de gran importancia, ya que en los últimos años viene creciendo de forma positiva y traspasando la línea del sector de los bienes.

El comercio de servicios se encuentra creciendo constantemente, es por esta razón que se debe tener en cuenta que Colombia debe aprovechar de la mejor forma posible este crecimiento para fortalecer la exportación de servicios turísticos, aprovechando la posición geográfica con la que contamos, con la capacidad hotelera, el medio ambiente y su riqueza ambiental, pero ante todo las culturas tan hermosas con las que cuenta el país donde se muestra que Colombia es un lugar que todo el mundo quisiera conocer.



2.4. Clases de Turismo en Colombia¹⁰

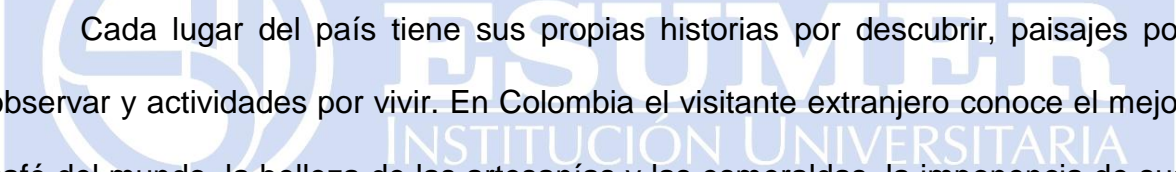
Objetivo Específico: Conocer las clases de Turismo en Colombia

Turismo Corporativo: Colombia ha ganado el reconocimiento al ser uno de los lugares preferidos en la región para el turismo corporativo gracias a la completa infraestructura hotelera y tecnológica, a los excelentes centros de convenciones y recintos feriales, a su variedad de climas y a la calidez y amabilidad de su gente.

¹⁰ Ariza, Andrea; Melo, Cristian; Morales L, Paola; Rodríguez R, Laura; Malaver R, Natalia y Rivera R, Hugo Alberto. (2011. Agosto). Parque temáticos en Colombia: construyendo empresas perdurables que acepten el desafío de subirse a la montaña de la turbulencia global. Documentos de Investigación, Facultad de Investigación. Universidad del Rosario.

Las ferias, muestras comerciales, congresos, convenciones y actividades empresariales en el país se acompañan del turismo de placer y del golf, por eso Colombia es el lugar perfecto para el visitante que busca lo mejor para su empresa y que complementa su viaje con la diversión y el descanso.

Turismo Internacional: Colombia es un país con una amplia oferta turística: La diversión y playas de Cartagena, San Andrés y Santa Marta; la historia, cultura y modernidad de Bogotá, Medellín y Cali; la ecología y aventura de Santander, Boyacá y el Triángulo del Café, que lo convierten en un excelente destino para todo tipo de turista.




Cada lugar del país tiene sus propias historias por descubrir, paisajes por observar y actividades por vivir. En Colombia el visitante extranjero conoce el mejor café del mundo, la belleza de las artesanías y las esmeraldas, la imponencia de sus paisajes y encuentra la sorpresa de descubrir un país diferente al que se imaginó y al que con seguridad querrá volver.

Turismo de Atracciones: *“El riesgo es que te quieras quedar”*, el antiguo slogan de la marca Colombia, define por qué el país es uno de los preferidos para visitar de todo el mundo. Una de las atracciones que se recomiendan son las haciendas en el Eje Cafetero, las cuales conservan la arquitectura tradicional de la cultura del café; uno de los productos colombianos más reconocidos mundialmente, con sus balcones decorados con diferentes clases de flores.

Dentro del catálogo de las cosas para hacer en Colombia, no puede faltar *La Heroica*. “*Viviendo el sueño cartagenero*” es como explica un plan en Cartagena el sitio turístico más popular para los primeros visitantes al país.

La ciudad amurallada es el lugar donde puede caminar por años y meses y seguirá siendo seducido por su belleza, La heroica’, donde lo moderno y lo antiguo siguen capturando los corazones de muchos.

La diversidad es un anzuelo importante para los viajeros y esto es lo que Colombia ofrece y lo que destaca el portal de internet. Su biodiversidad natural, con 53 áreas protegidas e innumerables sitios de gran belleza.



La lista incluye el ecoturismo en San Andrés, el paraíso donde se encuentra el mar de los siete colores. El paisaje de ensueño es el hogar de cangrejos azules y negros, tortugas, iguanas, camaleones, docenas de especies de aves y un sinnúmero de peces, que lucen como si se hubieran vestido para un carnaval. Además, bucear en este mar es otra de las cosas por descubrir que aconseja el portal. Las formaciones de coral del archipiélago son las segundas más grandes en las Américas.

Turismo de Aventura: Para los que quieran algo más aventurero, la geografía colombiana abarca varios ambientes que son ideales para explorar. Entre las actividades, la página web Travelzoo ¹¹recomienda rafting. Para desafiar la fuerza de los ríos a bordo de botes inflables, la página web aconseja el río

¹¹Travelzoo, Expertos en ofertas de viajes. (en línea) <http://www.travelzoo.com/select/>

Magdalena cerca al municipio de San Agustín, en el departamento del Huila; el río Negro, en Cundinamarca; el río Barragán en el Eje Cafetero, específicamente en el Quindío, y los ríos Suárez, Chicamocha y Fonce en el departamento de Santander.

Los tres últimos son, quizás, los más buscados por los amantes de los deportes extremos en Colombia y en el exterior.

Atractivos que ya han seducido a otros portales y medios internacionales, como NatGeo, que lanzó una guía turística sobre el país.

Servicios a Empresarios del Turismo: La venta y promoción del turismo en Colombia también hace parte de Proexport. Mediante diferentes servicios, campañas y recursos, se promociona al país como destino turístico y se apoya a los empresarios de esta rama a vender sus servicios.

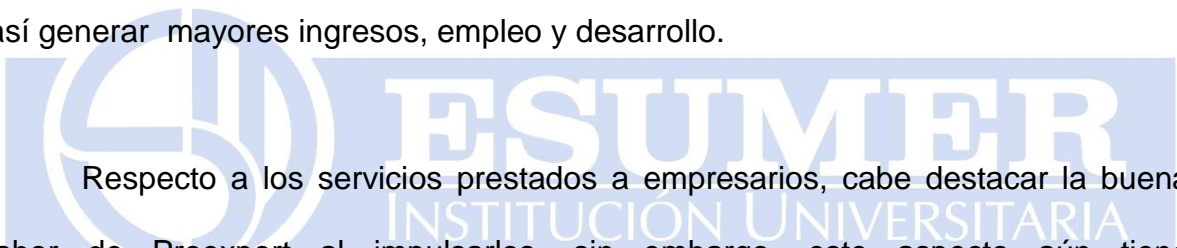
Estos son algunos de los servicios que Proexport pone al alcance de los empresarios del turismo:

- a) Actividades de promoción
- b) Proyectos de gestión
- c) Viajes de familiarización (Fam trips)
- d) Macroruedas de turismo¹²
- e) Seminarios de entrenamiento (Workshops)¹³
- f) Participación en ferias internacionales

¹² Macroruedas de turismo: Las Macroruedas son un instrumento de Proexport para que empresarios de la región logren sacar sus productos al mercado nacional y hacer nuevas alianzas

¹³ Workshops: Servicio que consiste organizar citas de corta duración, entre personas previamente registradas, con el fin de que éstas se conozcan entre sí.

En Colombia existe la oferta de todos los tipos de turismo anteriormente mencionados, unos más amplios y desarrollados que otros, como es el caso del turismo corporativo y el turismo empresarial, sectores en los que Colombia ha incursionado y tenido éxito logrando así obtener una buena imagen a nivel internacional, y otros con grandes posibilidades de mejora y crecimiento, en este caso se destacaría el turismo de aventura y el turismo de atracciones, sectores que actualmente se manejan pero se desean perfeccionar a solicitud del estado con el fin de obtener mayor reconocimiento y oferta de los mismos, esto debido a que el país cuenta con la biodiversidad adecuada, que permitiría potencializar el sector y así generar mayores ingresos, empleo y desarrollo.



Respecto a los servicios prestados a empresarios, cabe destacar la buena labor de Proexport al impulsarlos, sin embargo, este aspecto aún tiene oportunidades de mejora respecto a la divulgación de los mismos para que de esta manera se tenga mayor posibilidad de acceso debido al conocimiento mismo del portafolio ofrecido por parte de clientes potenciales.

2.5. Marco Legal del Turismo

Objetivo Específico: Identificar el marco legal actual a través del cual se rige el sector de Turismo en Colombia.

En este apartado se pretende presentar un cuadro resumen de los acuerdos, leyes, normas y registros establecidos a nivel mundial, para la exportación de servicios, en especial para el sector turismo. (Ver Tabla 3), como análisis de la

normatividad legal existente para la exportación de servicios en Colombia, en el sector turístico.

Es por esto que este cuadro Marco Legal del Turismo, tiene un enfoque nacional e internacional (tipo u origen), y se diseñó de manera que se pueda comprender la entidad, acuerdo o ley, nacional o internacional, descripción y aplicabilidad para la investigación de grado.



Tabla .3. Marco Legal del Turismo

Entidad, Acuerdo, Ley	Tipo / Origen	Característica	Descripción	Aplicabilidad para Investigación de Grado
ACGS o GATS Acuerdo General sobre Comercio de Servicios 1995	Internacional	Modo de Provisión	Modo 1: Comercio transfronterizo el servicio mismo cruza la frontera (por ejemplo, un arquitecto uruguayo envía un fax a un cliente en Brasil).	<p>Modo 2: Cobertura Estadística: BP (5ª ed.) viajes (excepto bienes comprados por viajantes)</p> <p>Arreglos a barcos y aviones en puertos y aeropuertos extranjeros (bienes) parte de transporte (servicios auxiliares y de soporte a barcos y aviones en puertos y aeropuertos extranjeros)</p> <p>Estadísticas sectoriales: turismo</p>
			Modo 2: Consumo en el exterior, el cliente viaja al país donde se provee el servicio. (por ejemplo, un turista uruguayo de visita en Brasil durante sus vacaciones).	
			Modo 3: Presencia comercial, el proveedor establece una presencia comercial en el exterior (por ejemplo, un estudio de arquitectura uruguayo abre una oficina en Brasil).	
Ley 300 de 1996 Ley de Turismo	Nacional	Fortalecimiento de la competitividad de los diversos productos y destinos turísticos nacionales.	<p>Importancia que tiene la industria turística para el desarrollo del país</p> <p>Cultura es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias.</p>	El Ministerio de Desarrollo Económico será el encargado de formular la política del Gobierno en materia turística y ejercerá las actividades de planeación, en armonía con los intereses de las regiones y entidades territoriales realizando convenios con estas entidades para la ejecución de los planes y programas acordados en la ley , asignando recursos y responsabilidades.

Fuente: autoría propia

Continuación Tabla 3

Entidad, Acuerdo, Ley	Tipo	Característica	Descripción	Aplicabilidad para Investigación de Grado
Ley 300 de 1996 Ley de Turismo	Nacional	Fortalecer la competitividad del Sector	La cultura, en sus diversas manifestaciones, es fundamento de La nacionalidad y actividad propia de la sociedad colombiana en \su conjunto, como proceso generado individual y colectivamente por los colombianos. Dichas manifestaciones constituyen parte integral de la identidad y la cultura colombiana.	El Ministerio de Desarrollo Económico será el encargado de formular la política del Gobierno en materia turística y ejercerá las actividades de planeación, en armonía con los intereses de las regiones y entidades territoriales realizando convenios.
Ley General de Cultura	Nacional	Unificar el Turismo y la Cultura	<p>Roles para que la actuación del Estado frente al desarrollo cultural sea en función de mejorar la participación de las minorías, el aprovechamiento de recursos, el aporte de entidades gubernamentales para la protección del patrimonio.</p> <p>De esta forma, instaura como uno de sus elementos, es estimular esos proyectos y actividades culturales que generarían valor, protección y difusión del patrimonio cultural de la nación.</p>	Unificar el Turismo y la Cultura del país, cuando y preservando la identidad cultural

Fuente: autoría propia

Continuación Tabla 3

Entidad, Acuerdo, Ley	Tipo	Característica	Descripción	Aplicabilidad para Investigación de Grado
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Nacional	Ministerio de Cultura	Establece y formula una política enfocada en la identidad y desarrollo competitivo del patrimonio, un patrimonio material como las playas, las obras, infraestructura, museo, etc, e inmaterial como las costumbres, la música, la gastronomía etc, que incentive tanto a nacionales como a extranjeros a conocer de la diversidad de costumbres y paisajes que tiene Colombia.	Busca generar beneficios a las poblaciones que hacen parte de este sector turístico y crear una cultura de conciencia para la preservación del patrimonio, para garantizar la sostenibilidad del ecosistema natural y cultural que es la base del turismo.
Código de Comercio	Nacional	Título XIII del Libro IV Contrato de Agencia Comercial u otra forma de mandato	Representaciones de una agencia de viajes, la oficina de representaciones turísticas deberá dar cumplimiento a las normas que rigen a este tipo de prestadores de servicios turísticos, incluyendo el pago de la contribución parafiscal, de acuerdo con las normas que rigen la materia.	Contratación de Bienes y/o Servicios
Plan Sectorial de Turismo	Nacional	Fortalecer la competitividad del Sector	Forma que el turismo encuentre condiciones favorables para su desarrollo en los ámbitos social, económico, cultural y ambiental.	

Fuente: autoría propia

2.5.1. Principios Fundamentales Ley 300 de 1996

De acuerdo con lo anterior esta Ley 300 de 1996, Ley de Turismo desarrollo sus propios principios con base al desarrollo del sector, separados para el estado, la cultura /social y el ambiente.

Tabla .4. Principios Fundamentales Ley 300 de 1996

Clase	Descripción
Estado	Impulsará y estimulará los procesos, proyectos y actividades culturales en un marco de reconocimiento y respeto por la diversidad y variedad cultural de la Nación colombiana.
	En ningún caso el Estado ejercerá censura sobre la forma y el contenido ideológico y artístico de las realizaciones y proyectos culturales.
	Es obligación del Estado y de las personas valorar, proteger y difundir el Patrimonio Cultural de la Nación.
	Garantiza a los grupos étnicos y lingüísticos, a las comunidades negras y raizales y a los pueblos indígenas el derecho a conservar, enriquecer y difundir su identidad y patrimonio cultural.
	El Estado colombiano reconoce la especificidad de la cultura Caribe y brindará especial protección a sus diversas expresiones.
	Protegerá el castellano como idioma oficial de Colombia y las lenguas de los pueblos indígenas y comunidades negras y raizales en sus territorios.
	Garantizará la libre investigación y fomentará el Talento investigativo dentro de los parámetros de calidad, rigor y coherencia académica.
	Fomentará la creación, ampliación y adecuación de infraestructura artística y cultural y garantizará el acceso de todos los colombianos a la misma.
	Promoverá la interacción de la cultura nacional con la cultura universal.
Económica	El desarrollo económico y social deberá articularse estrechamente con el desarrollo cultural, científico y tecnológico.
	El Plan Nacional de Desarrollo tendrá en cuenta el Plan Nacional de Cultura que formule el Gobierno.
	Los recursos públicos invertidos en actividades culturales tendrán, para todos los efectos legales, el carácter de gasto público social.
Social/Cultura	Rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias.
	En sus diversas manifestaciones, es fundamento de La nacionalidad y actividad propia de la sociedad colombiana en \su conjunto, como proceso generado individual y colectivamente por los colombianos. Dichas manifestaciones constituyen parte integral de la identidad y la cultura colombianas.

Fuente: autoría propia

Adicionalmente en el Marco Legal que compromete al Sector Turismo, en temas de exportaciones, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, como aporte al dinamismo del país para el sector, como tercer renglón económico del país, lidera las Unidades Sectoriales¹⁴ de Normalización que actualmente cuentan con 49 Normas Técnicas Sectoriales de Calidad que integran todo el programa de Calidad Turística del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, destacado en el contexto latinoamericano en el V Encuentro Iberoamericano de Calidad Turística que tuvo lugar en marzo de 2009 en la ciudad de Cartagena de Indias. Para el cual en la actualidad, se cuenta con 453 certificados de prestadores de servicios turísticos, tal como se muestra en el siguiente Tabla 5:

Tabla .5. Prestadores Certificados en Calidad 2010

Tipo de Prestador	NTS	Nº
Establecimientos de Alojamiento. Hoteles	NTSH 006	94
Establecimientos de Alojamiento. Requisitos de Sostenibilidad	NTS TS 002 NTC 5133	34
Establecimientos de Alojamiento. Alojamientos Rurales	NTSH 008	10
Establecimientos de Industrial Gastronómica	NST USNA 008	7
Agencias de Viaje	NST AV 01-02-03-04	245
Posadas Turísticas	NTS AV 01-02-03-04	1
Guías de Turismo	NTS GT 01-02-03-04	62
Total		453

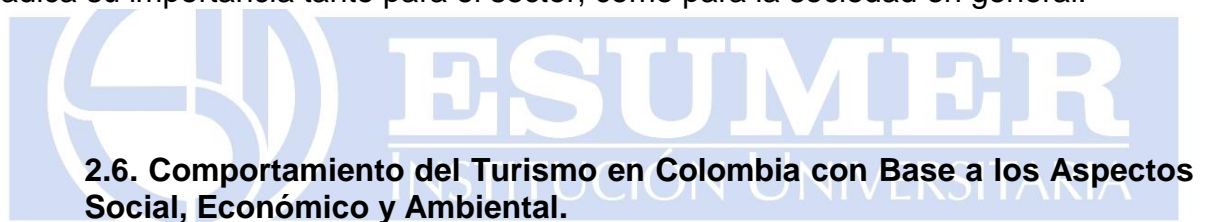
Fuente: MCIT, Viceministerio de Turismo- Febrero de 2011.

Igualmente se destaca, como proyecto pionero en América Latina, el proceso de certificación de calidad como Destinos Turísticos Sostenibles de Colombia, en Playa Cristal (Santa Marta), Puerto Nariño (Amazonas), que iniciaron proceso en el

¹⁴ PST Plan Sectorial del Turismo 2011-2014, factor de prosperidad para Colombia

segundo semestre de 2008 y el Centro Histórico de Cartagena de Indias que inició proceso en 2009.

En el presente objetivo se logró identificar la Ley 300 de 1996 “Ley de Turismo”, como la principal regulación a nivel nacional, bajo la cual se estipula la importancia que tiene para Colombia el fortalecimiento de la competitividad de los diversos productos y destinos turísticos nacionales, se identifica además el Plan Sectorial de Turismo elaborado y desarrollado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el objetivo también de fortalecer la competitividad del Sector. Estas regulaciones coinciden en su objetivo primordial “el fortalecimiento” allí radica su importancia tanto para el sector, como para la sociedad en general.



Objetivo Específico: Analizar el comportamiento del turismo colombiano con base al aspecto social, económico y ambiental.

El turismo colombiano viene experimentando un proceso de crecimiento que no se había registrado en décadas anteriores. Es por esto, que se enuncian el aspecto del estado, económico, social y ambiental para la exportación de servicios en Colombia, en Sector Turismo.

2.6.1. Aspecto del Estado- Proexport Colombia

Como lo menciona Proexport Colombia, en su página web, en su link de acceso ¿Por qué Colombia? y 5 Razones para visitar Colombia un país Biodiverso,

se puede visualizar porque Colombia es un lugar de turismo que muchas personas de diferentes países, culturas y economías prefieren visitar. Y define con claridad cinco razones por las cuales visitar Colombia:

a) **Posición geográfica privilegiada:** Ubicada en medio del continente americano y sobre la línea ecuatorial, Colombia cuenta con una posición geográfica estratégica. Esta localización le permite ser la puerta de entrada para América del Sur y facilita la conexión hacia el resto del continente, Asia, África y Europa. También cuenta, todo el año, con un agradable clima tropical en el que no existen estaciones.

b) **Variadas opciones para realizar eventos:** Colombia está preparada para albergar eventos de talla mundial reuniendo anualmente miles de visitantes.

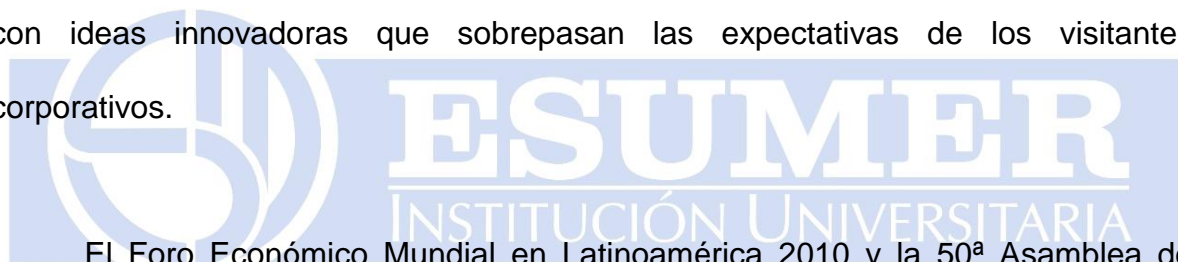
Cuenta con amplios y lujosos hoteles de grandes cadenas nacionales e internacionales, mágicos hoteles-boutique, modernos hoteles de negocios, haciendas típicas y posadas turísticas enclavadas en la selva verde o en las cercanías al mar.

Sumado a esta infraestructura hotelera, Colombia tiene a su disposición una variada oferta de Centros de Convenciones, Recintos Feriales y salones de reuniones con todos los servicios logísticos necesarios para garantizar el éxito de su evento.

c) **El mejor clima de negocios de América Latina:** Como miembro activo de ICCA, (International Congress and Convention Association) y por primera vez, desde que el Banco Mundial creó el informe Doing Business , Colombia se ubica como el país con el mejor clima de negocios en América Latina.

Así mismo, Colombia hace parte de los CIVETS, obteniendo reconocimiento internacional como un país con grandes oportunidades de negocios para multinacionales y la Inversión Extranjera directa.

El país se destaca internacionalmente por ofrecer una organización perfecta, con ideas innovadoras que sobrepasan las expectativas de los visitantes corporativos.



El Foro Económico Mundial en Latinoamérica 2010 y la 50ª Asamblea de Gobernadores BID en el 2009, entre otros eventos de carácter local e internacional se han desarrollado en Colombia convocando miles de visitantes. Todas estas experiencias y muchas más hacen que en Colombia, el único riesgo sea quererse quedar.

d) **La calidez de su gente:** Pasión, calidez y amabilidad orientada al servicio, son cualidades que encontrará en todo el territorio nacional. Colombia cuenta con recurso humano técnico y especializado, complemento perfecto para el buen desarrollo de su evento.

e) **Un país biodiverso:** Colombia es el segundo país más biodiverso del mundo y el primero en avifauna, orquídeas y palmeras. En Colombia encontrará cultura e historia, variedad de museos, ferias, festivales y muestras culturales además de una diversa gastronomía. Adicionalmente cuenta con más de 50 campos de golf, variados y desafiantes considerados como los mejores de Latinoamérica. Bogotá, Cartagena, el Triángulo del Café, Santander, Medellín, Cali, Barranquilla y Santa Marta lo sorprenderán con modernidad, historia y cultura, deporte, aventura, ecoturismo, sol y playa.



2.6.2. Aspecto Económico y Social

Colombia está en quinto lugar en turismo receptor y en cuarto en emisor. En lo primero lo superan Perú, Argentina, México y Chile y tiene detrás a Brasil y Venezuela. Argentina, Chile y Perú la anteceden en turismo emisor.


La balanza turística del país es favorable, al igual que las de México, Perú y Chile. El grado de cobertura turística es de 116%, similar al de Chile, pero muy por debajo de México y Perú.

El turismo receptor representa una porción muy importante de las exportaciones de servicios (64%) y aún de las exportaciones totales (7%). En primer aspecto lo superan México y Perú y en el segundo sólo este último.

El peso de turismo emisor en las importaciones de servicios (33%) es mucho menor; pero aun así le permite ocupar el tercer lugar entre los países de la comparación; están por encima Argentina y México.

En el grado de apertura turístico – que es la suma del turismo receptor y emisor como porcentaje del PIB – Colombia con un 2,16%, ocupa el quinto lugar después de Argentina, Perú, Chile y México y por encima de Brasil y Venezuela.

En el contexto latinoamericano, comparado con los países de economías más grandes y diversificadas, el sector turístico colombiano muestra indicadores relativamente ajustados a su nivel de desarrollo



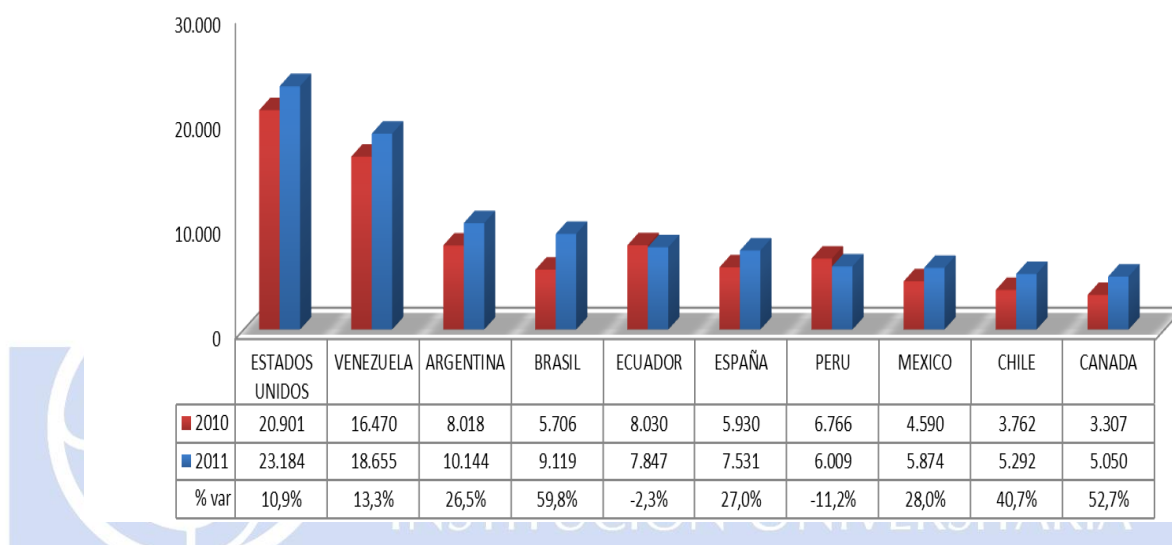
El sector turístico es altamente intensivo en trabajo. Con una participación de poco más de 2% en el PIB, contribuye con algo más de 11% al empleo generado en la economía. Esta contribución ha permanecido relativamente estable en los últimos años

Para lograr un turismo competitivo se requiere de una excelente infraestructura, mejoras en las carreteras, puertos y diferentes vías de acceso, además de facilitar diferentes medios de transporte y así se podrán generar empleos, favoreciendo el crecimiento y desarrollo ambiental, económico y social para Colombia, convirtiéndolo en destino atractivo para conocer.

Se realiza una búsqueda de gráficos para analizar cómo ha sido el comportamiento del turismo en Colombia en los últimos años para observar si ha

venido creciendo o por lo contrario ha venido de cayendo y se encuentra lo siguiente:

Figura .1. Llegada de viajeros extranjeros Enero (2010 – 2011)



Fuente: DAS – Cálculos OEE-MCIT

* Cifras provisionales. No incluye viajeros extranjeros llegados por puntos fronterizos terrestres y cruceros

Se puede analizar por medio de este cuadro (Ver Tabla 6) que la llegada de extranjeros al turismo colombiano en los periodos del 2010 – 2011 mantuvo un crecimiento significativo en excepción de los viajeros de Ecuador y Perú. Resaltando que Colombia ha venido incrementando el número de viajeros extranjeros en relación del año 2010 – 2011. Siendo estas cifras de gran importancia para darnos cuenta que Colombia se está posicionando con fuerza en el ámbito del turismo.

Tabla .6. Llegada de viajeros extranjeros. Enero 2009 –2010

No.	Nacionalidad	2009	2010	Diferencia	Var%
1	Estados Unidos	19.527	20.996	1.469	7,5
2	Venezuela	20.573	16.494	-4.079	-19,8
3	Ecuador	7.506	8.042	536	7,1
4	Perú	5.311	8.019	2.708	51,0
5	España	6.637	6.755	118	1,8
6	Argentina	6.369	5.980	-389	-6,1
7	México	3.954	5.706	1.752	44,3
8	Brasil	4.448	4.609	161	3,6
9	Chile	2.798	3.761	963	34,4
10	Panamá	3.149	3.323	174	5,5
11	Francia	2.668	3.043	375	14,1
12	Canadá	2.584	2.866	282	10,9
13	Italia	2.467	2.610	143	5,8
14	Alemania	2.190	2.397	207	9,5
15	Costa Rica	1.774	1.703	-71	-4,0
16	Resto	13.781	15.938	2.157	15,7
19	Total	105.736	112.242	6.506	6,2

Fuente: DAS –Cálculos Viceministerio de Turismo, Cifras provisionales

Tabla .7. Llegada de viajeros extranjeros Enero (2010 – 2011)*

	Nacionalidad	ene-10	ene-11	Diferencia	% var.
1	ESTADOS UNIDOS	20.901	23.184	2.283	10,9%
2	VENEZUELA	16.470	18.655	2.185	13,3%
3	ARGENTINA	8.018	10.144	2.126	26,5%
4	ECUADOR	8.030	7.847	-183	-2,3%
5	BRASIL	5.706	9.119	3.413	59,8%
6	ESPAÑA	5.930	7.531	1.601	27,0%
7	PERU	6.766	6.009	-757	-11,2%
8	MEXICO	4.590	5.874	1.284	28,0%
9	CHILE	3.762	5.292	1.530	40,7%
10	CANADA	3.307	5.050	1.743	52,7%
11	ALEMANIA	2.386	3.598	1.212	50,8%
12	FRANCIA	2.851	3.434	583	20,4%
13	PANAMA	2.607	2.560	-47	-1,8%
14	ITALIA	3.025	3.110	85	2,8%
15	REINO UNIDO	1.755	2.372	617	35,2%
16	RESTO	16.138	18.326	2.188	13,6%
	TOTAL	112.242	132.105	19.863	17,7%

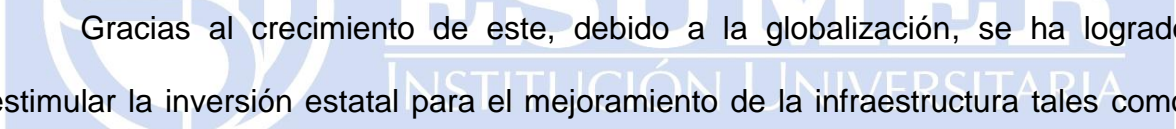
Fuente: DAS – Cálculos OEE-MCI * Cifras provisionales. No incluye viajeros extranjeros llegados por puntos fronterizos terrestres y crucero

Se puede analizar por medio de estos gráficos la llegada de viajeros extranjeros a Colombia en el periodo 2009 al 2011 que el turismo viene creciendo de forma significativa por año, donde EEUU y Venezuela representan unas cifras significativas para dicho crecimiento.

Se considera que el crecimiento en el turismo Colombiano ha incrementado de forma significativa a través de los años, debido a la implementación de estrategias por parte del gobierno y la sociedad, generando resultados positivos, evidenciado en los gráficos, siendo relevante para el turismo y un motivador para los extranjeros de visitar y conocer la cultura colombiana.

2.6.3. Aspecto Social

El turismo es una parte importante de la economía, que involucra además aspectos sociales y culturales de manera positiva y negativa en el entorno que permite su desarrollo.



Gracias al crecimiento de este, debido a la globalización, se ha logrado estimular la inversión estatal para el mejoramiento de la infraestructura tales como vías, puentes, comunicaciones, etc....también se ha estimulado la apertura de nuevos establecimientos, aspectos que reflejan el incremento en la oferta laboral debido a la demanda cada vez mayor de turistas, de esta manera se generan nuevos empleos directos e indirectos que producen en el caso de Colombia una gran parte de los ingresos en la economía.

Así mismo otro de los aspectos positivos del turismo es incentivar la preservación de los recursos por medio de la inversión estatal en preservación, prevención, cuidado y restauración no solo de los recursos naturales si no también arquitectónicos, históricos, culturales y artísticos. El mejoramiento continuo de estos recursos puede dar una mejor impresión de Colombia a los turistas que en muchas

ocasiones no prefieren a nuestro país como destino turístico o vacacional por temor a la inseguridad que ha caracterizado en algunos momentos al país.

Entre otras cosas el turismo en Colombia a lo largo de los años se ha visto afectado en gran parte por una serie de aspectos negativos que han hecho que éste no sea una fortaleza en nuestro país a pesar de que cuenta con gran variedad de recursos naturales, hídricos, belleza arquitectónica y una riqueza cultural inmensamente grande. Uno de estos aspectos tal vez más importante ha sido la guerra que se desarrollado en Colombia y que ha tenido lugar tanto en la parte rural como en la parte urbana, en ella se presentan desde los delitos que se consideran más graves como violación de los derechos humanos, crímenes, secuestros, actos terroristas, narcotráfico, lavado de dinero, trata de blancas; como delincuencia común, hurtos, prostitución, indigencia, pandillas, entre otras. Aspectos que han producido desconfianza y una imagen negativa del país, para quienes en algún momento quisieran visitarlo.

Es importante resaltar la lucha continua que ha venido implementando tanto el gobierno como la sociedad en los últimos años para el crecimiento del sector, enfatizando en el aspecto social principalmente en la seguridad, todo esto con la finalidad de limpiar la imagen del país y atraer la visita de extranjeros, recomendación de los mismos, y por ende reconocimiento a nivel mundial.


A pesar de la crisis mundial, continúa una preferencia creciente de los extranjeros por visitar a Colombia.

Las continuas campañas para mejorar la imagen del país, los resultados internos en materia de seguridad, la inversión con recursos para la competitividad y promoción, han hecho en el ámbito turístico que Colombia se acerque cada vez más al objetivo en convertirse en un destino de clase mundial.

La estacionalidad de la demanda de extranjeros que visita Colombia se concentra en los periodos de julio y diciembre, incrementándose en un promedio del 20%.

2.6.4. Otros Aspectos

Medios de Comunicación



En el portal del periódico LaPatria.com¹⁵, se encuentra una reseña de Colombia, entre los 5 mejores destinos turísticos para el 2013; la cual es pertinente para esta investigación sobre la exportación de servicios para el sector turístico en Colombia, estas mismas reseñas ayudan a incentivar a los viajeros nuevos y frecuentes, a activar la economía del país con su visita y a su vez sirve como agenda de viaje por todo el territorio nacional.

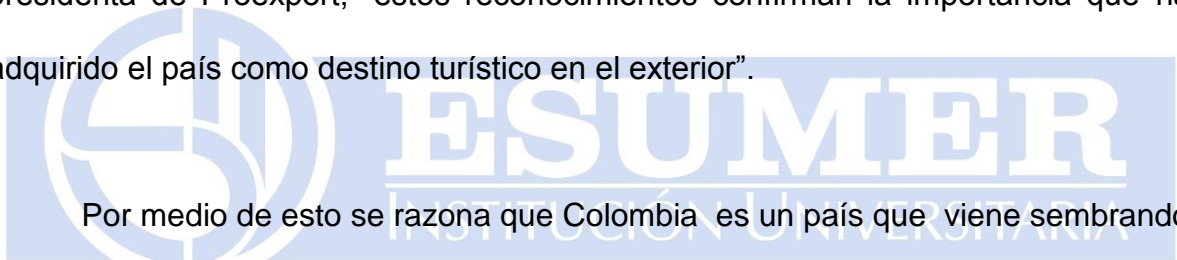
“Colombia ha sido reconocida por los portales más importantes de promoción turística de internet, Travelzoo, como uno de los cinco mejores destinos turísticos para 2013, razón por la cual se analiza que este tipo de reconocimientos se dan debido a que el país se encuentra implementando estrategias de mejoramiento que permiten visualizar comportamientos del turismo positivos con base al aspecto social, económico y ambiental que logran que seamos reconocidos a nivel mundial como un País Paradisiaco en donde nadie se quisiera ir.

¹⁵ LaPatria.com. Colombia, entre los 5 mejores destinos turísticos para el 2013.

“Colombia fue elegida como uno de los cinco mejores destinos turísticos para 2013, según uno de los portales más importantes de promoción turística de internet, Travelzoo.

Colombia fue definida como un “centro emergente de Latinoamérica”, al cual han llegado durante los últimos años cadenas de hotel del tipo Hilton y Marriott, además de aerolíneas como Jet Blue y LAN.” (LaPatria.com)

El reconocimiento de otros medios para Colombia, esta no es la primera vez que Colombia es destacada por portales internacionales. En mayo, Trip Advisor resaltó a San Andrés y Santa Marta, cuyas playas fueron calificadas como las “mejores para visitar alrededor del mundo”. Según María Claudia Lacouture, presidenta de Proexport, “estos reconocimientos confirman la importancia que ha adquirido el país como destino turístico en el exterior”.



Por medio de esto se razona que Colombia es un país que viene sembrando cosechas de mejoramiento en cuanto al turismo mostrando su belleza a través de sus paisajes, mares, cultura y sin duda alguna a través de su gente que son personas llenas de carisma que muestran a Colombia como un “realismo mágico”.

Es este el nombre que le da el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y Proexport a la nueva campaña internacional de turismo de Colombia en el exterior.

“La nueva estrategia resaltarán las experiencias únicas que los turistas viven en los destinos colombianos, como caminar por playas en medio de un desfile de tortugas marinas, descubrir una ciudad perdida, navegar en compañía de ballenas o recorrer lugares históricos inmortalizados en célebres obras literarias.

“Colombia, realismo mágico” es el nuevo eslogan para la promoción del turismo en el exterior, concebida para despertar el interés de los turistas extranjeros que procuran vivencias “diferentes”, “mágicas”, “únicas” y “sorprendentes”, y construida sobre la estrategia de dar una respuesta, y la respuesta es Colombia.

Se trata de una expresión que resume la esencia de esas vivencias que relatan los extranjeros tras su paso por el país y que consolida las campañas anteriores con las que se logró un cambio de percepción y mostrar los encantos de los destinos y los avances en cuanto a seguridad y estabilidad –“El riesgo es que te quieras quedar”.

La campaña mostrará que Colombia es naturaleza (agroturismo, avistamiento de aves y ballenas); aventura (buceo y deportes extremos); sol y playa; experiencias náuticas (cruceros marítimos y fluviales); cultura (eventos religiosos, ferias, fiestas, sitios arqueológicos); y que también es un destino para los negocios (congresos, convenciones, eventos).

Firmas Consultoras

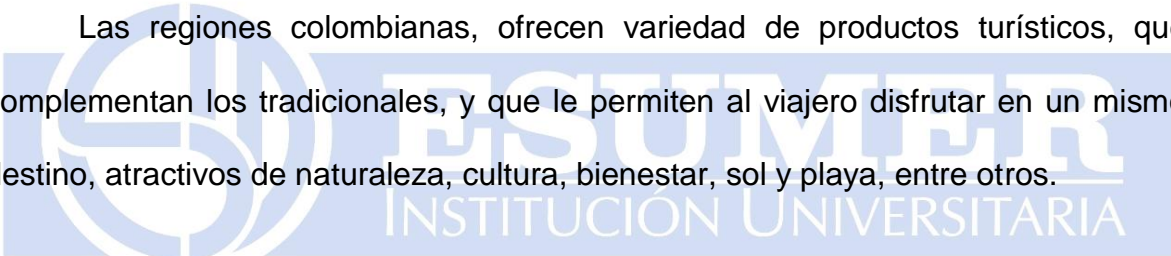
Según THR, una de las firmas de consultoría de turismo más reconocidas en el mundo, que hizo un estudio sobre la oferta colombiana vista desde la experiencia de sus visitantes, Colombia cuenta con el sello de “inolvidable” por la mega diversidad de su geografía y de su cultura.

“Lo que para nosotros puede resultar normal, como los siete tonos del mar de San Andrés; o los cinco colores del lecho del río Caño Cristales; o la alfombra verde

del Paisaje Cultural Cafetero; o las inspiradoras calles de Cartagena de Indias; o la sierra nevada a las orillas del mar Caribe, para un turista es una imagen mágica, un momento revelador, una experiencia inolvidable”, manifestó María Claudia Lacouture.¹⁶

Además de hallar el factor diferenciador del turismo en Colombia, la investigación de HTR evidenció el dinamismo que vive ese sector, no sólo por cuenta del aumento en las cifras de turistas internacionales que llegan, sino también por los cambios que ha tenido la oferta.

Las regiones colombianas, ofrecen variedad de productos turísticos, que complementan los tradicionales, y que le permiten al viajero disfrutar en un mismo destino, atractivos de naturaleza, cultura, bienestar, sol y playa, entre otros.



Según información de la Organización Mundial del Turismo y Migración Colombia, el turismo extranjero ha crecido un promedio anual del 10,4 por ciento en los últimos ocho años (2005-2012), una tasa tres veces mayor a la registrada en el mundo durante ese período. La meta del gobierno es doblar el número de visitantes y llegar en 2014 a 4 millones de viajeros, que generarán 4.000 millones de dólares en ingresos. Para 2030 se incrementarían a 7 millones.

“A través de esta campaña queremos que el viajero conozca no sólo que puede venir a Colombia sino lo que puede hacer aquí. Incluiremos piezas que despertarán sus sentidos: escucharán sonidos de las aves de nuestro territorio o

¹⁶ María Claudia Lacouture, presidenta Proexport Colombia

podrán sentir el aroma del café colombiano con sólo abrir una revista”, explicó la Presidenta de Proexport, la entidad del gobierno encargada de la promoción del turismo hacia Colombia, así como de las exportaciones y de la inversión.

Así mismo, a través de elementos tecnológicos como códigos QR, que activan desde los impresos, testimonios en video, de dispositivos, aplicaciones, de blogueros y medios especializados, el público objetivo percibirá con todos los sentidos la oferta turística colombiana.

Esta campaña será la punta de lanza de la estrategia de promoción que la entidad tiene en marcha en más de 30 países. También hará parte de las ferias, exposiciones y eventos en los que la entidad participa, con el fin de posicionar a Colombia en la mente de los extranjeros como el lugar que no puede dejar de conocer.

En conclusión –puntualizó María Claudia Lacouture-, queremos transmitir el mensaje de que si alguien quiere encontrar un lugar donde su experiencia turística es mágica, no dude que: la respuesta es Colombia.

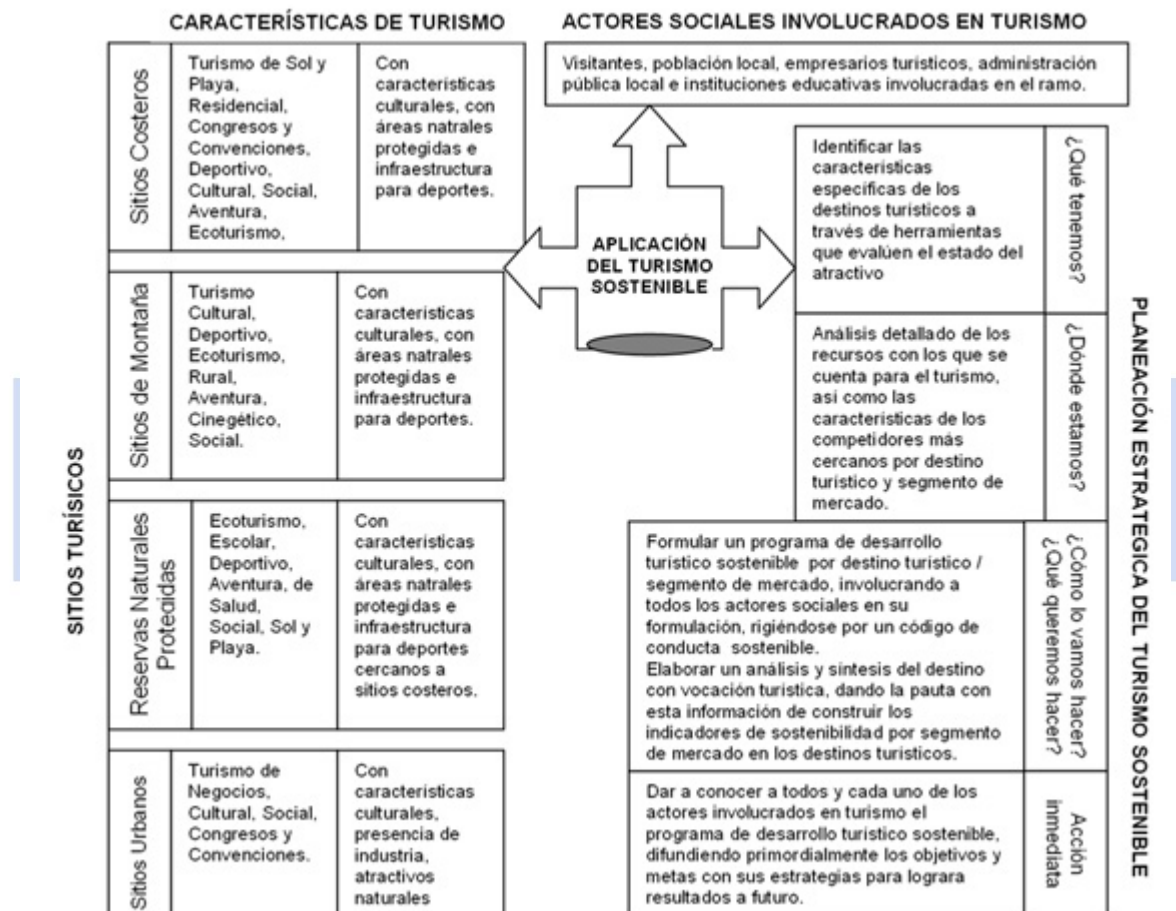
2.6.5. Aspecto Ambiental

Como lo demuestra el autor Luis Carlos Cardoso Jiménez, en su potencia sobre “Turismo Sostenible: una versión conceptual aplicada” , publicado por la Universidad Autónoma del Estado de México, exactamente en su figura 3 y en las características, el Turismo Ecológico Sostenible en una alternativa de exportación de servicios para cualquier país, Colombia cuenta con estos recursos y

características para estas actividades de desarrollo en los sitios costeros y montañosos, reservas naturales protegidas, sitios urbanos y culturales de patrimonio arquitectónico.

Figura .2. Proceso de Aplicación del Turismo sostenible un destino turístico

Fuente: Luis Carlos Cardoso Jiménez



Características del Turismo sostenible: proceso de aplicación

Con base en lo anterior se dice que el turismo sostenible ha pasado por una evolución en cuanto a su conceptualización, sin dejar de lado las tres esferas básicas de la sostenibilidad que lo han acompañado de alguna manera en sus diferentes interpretaciones desde que surgió el primer concepto, estas esferas son:

La sostenibilidad económica, ya que al ser un destino con vocación turística se convierte en un producto, con características rentables y viables hacia el futuro, para que todos cuanto dependen de él sigan aprovechándose del mismo, al tiempo que lo preserva y cuida para que sigan usándolo para tales fines y así mantener una economía más consolidada, aportando un desarrollo económico duradero a la comunidad involucrada.

La sostenibilidad ambiental, este aspecto fomenta la conservación y cuidado del entorno natural, para que el entorno natural no sufra daños irreversibles, que lleven a deteriorar el destino y productos turísticos exprofesos para la actividad, trayendo como consecuencia el desequilibrio económico de una comunidad dedicada a esta actividad.

La sostenibilidad social-cultural, estos dos aspectos son importantes para desarrollar el turismo puesto que los actores involucrados en turismo deberán aportar sus ideas más alentadoras para hacer de la actividad turística algo duradero, y sobre todo, rentable sin descuidar aspectos fundamentales como el ambiente y la cultura, favoreciendo el acercamiento entre los turistas y la cultura existente en el destino turístico, esto en el marco armonioso de intercambio cultural , donde los habitantes enseñen sus usos y costumbres al turista, por su parte el turista para no impactar de manera negativa solo se llevará la experiencia de conocimiento y retribución económica a los habitantes, impulsando en las comunidades, culturalmente hablando sus valores, costumbres hacer y quehacer cotidiano: sus usos y costumbres.



2.6.6. Comportamiento del turismo en el Mundo

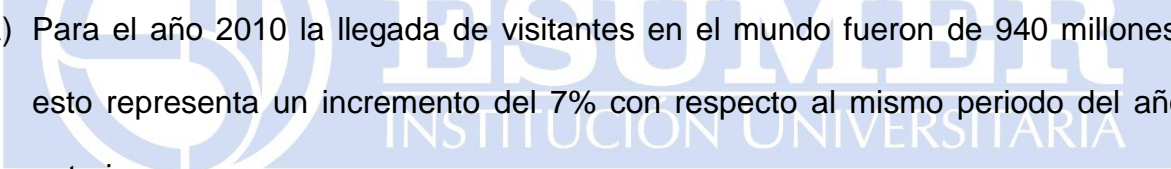
Objetivo Específico: Examinar el comportamiento del turismo el mundo, frente a la imagen de Colombia en el mismo.

Se pretende realizar una mirada del comportamiento del turismo en Colombia, para su sector, en temas de exportación de servicios, desde una mirada internacional y nacional, y adicionalmente por los medios de comunicación impresos y digitales.

Internacional: O.M.T- Organización Mundial del Turismo

La OTM ente internacional realiza la siguiente reseña de Colombia como destino

Turístico:

- 
- a) Para el año 2010 la llegada de visitantes en el mundo fueron de 940 millones, esto representa un incremento del 7% con respecto al mismo periodo del año anterior.
 - b) Se espera un crecimiento mundial entre el 4% y el 5% para el año 2011 en la llegada de visitantes internacionales.
 - c) Para el 2009 el comportamiento de las llegadas de turistas en el mundo fue así: Europa 52.2%; Asia y el Pacífico 20.50%; Américas 15.86%; Medio oriente 5.96% y África 5.45%. De las Américas, Suramérica representa el 14.4% y Colombia representa el 6.6% de la subregión Suramericana.
 - d) La llegada de viajeros internacionales a Colombia aumentó de 600 mil en 2000 a casi 1,5 millones en 2010, con un crecimiento promedio anual del 10,6%, casi cuatro veces el promedio mundial y uno de los más altos en la región.

Visitantes Extranjeros que ingresan a Colombia, según DAS:


2010: 1.474.863 Enero – Junio 2011: 775.272

2009: 1.353.700 (+ 9%) Enero – Junio 2010: 678.177 (+ 14.3%)

Países de donde más llegaron visitantes a Colombia (sin puntos fronterizos):

2010: Estados Unidos 23.7%, Venezuela 13.4%, Ecuador 8.3%, Argentina 5.7% y Perú 5.4%.

A pesar de la crisis mundial, continúa una preferencia creciente de los extranjeros por visitar a Colombia.



Las continuas campañas para mejorar la imagen del país, los resultados internos en materia de seguridad, la inversión con recursos para la competitividad y promoción, han hecho en el ámbito turístico que Colombia se acerque cada vez más al objetivo en convertirse en un destino de clase mundial.

La estacionalidad de la demanda de extranjeros que visita a Colombia se concentra en los periodos de julio y diciembre, incrementándose en un promedio del 20%.

Países de donde más llegaron visitantes a Colombia (sin puntos fronterizos):

2010: Estados Unidos 23.7%, Venezuela 13.4%, Ecuador 8.3%, Argentina 5.7% y Perú 5.4%.

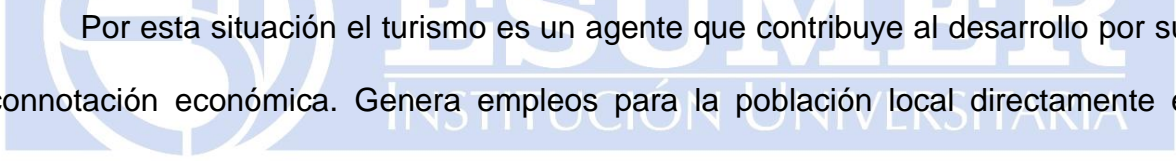
Se analiza que el desarrollo del turismo necesita de la intervención de todos los agentes necesarios para el perfeccionamiento de las actividades que generan el crecimiento y el progreso del medio ambiente y sostenibilidad. Los aspectos ambientales, económicos y socioculturales son el principio para establecer un equilibrio y así garantizar que el desarrollo sostenible del turismo se pueda mantener a largo plazo, logrando un progreso continuo que generara impactos positivos, para todos los agentes que interviene en este sector de la industria turística.

El sector turístico , necesita contar con recursos económicos , para sacar adelante los proyectos que se encaminan a engrandecer y hacer fuerte esta industria , de la mano del aspecto económico , se necesita del aspecto sociocultural ,para así concientizar al ser humano ,en este caso a los colombianos , a cuidar y proteger nuestra biodiversidad , nuestro medio ambiente que es el principal actor en el sector turístico . El desarrollo sostenible del turismo requiere un liderazgo político, económico, social y ambiental, para conseguir un progreso continuo y al igual crear seguimiento para identificar todas esas causas e impactos, positivos y negativos que se generan para introducir así las medidas necesarias para corregir y prevenir.

3. Hallazgos

Hoy en día en Colombia la exportación de servicios es relativamente baja, sin embargo el sector turístico es muy prometedor. Se busca generar interés en este sector dadas las tendencias de crecimiento que este ha tenido.

Es importante tener en cuenta que el turismo es una actividad que ha contribuido de manera sustancial al desarrollo de muchos lugares que anteriormente eran sólo pequeñas poblaciones rurales, costeras o lugares desolados, pero que a la par tenían un potencial turístico:



Por esta situación el turismo es un agente que contribuye al desarrollo por su connotación económica. Genera empleos para la población local directamente e indirectamente por los desplazamientos de turistas hacia estos lugares con atractivos enmarcados en un ambiente de descanso, recreo y conocimiento.

La actividad turística se gesta siempre en lugares de belleza natural, por lo que es de suma importancia protegerlos y preservarlos para seguir de alguna manera disfrutándolos, éste cometido se logrará por medio de una gestión del turismo bajo un esquema sostenible.

Por una parte ver al turismo como un modelo de desarrollo económico y por otra parte desde un punto de vista de conservación. Por ende mientras mejor se conserve se aprovechará más tiempo desde el punto de vista económico, y de

alguna manera todos los actores involucrados en turismo se beneficiarán de esta actividad.

La existencia de diferentes sectores y agentes implicados en el desarrollo turístico sostenible, lleva necesariamente a considerar los intereses por separado de cada uno de ellos. Eso, aunado a la creciente segmentación del turismo, nos lleva a formular estrategias acordes a satisfacer los intereses en cada uno de los destinos turísticos, siendo una clave fundamental en el proceso de aplicación de sustentabilidad, el monitoreo continuo del plan o programa de desarrollo turístico, pues esta evaluación permite conocer la situación por la cual pasa el destino y su segmento de mercado, pues el turismo es una actividad sensible y cambiante, expuesta a determinados fenómenos sociales que impactan en él, como eventos artísticos, problemas bélicos internacionales, enfermedades tipo epidemias y otros factores. Por lo cual, es sumamente importante trabajar bajo esquemas de cooperación entre los sectores público y privado para aplicar la sostenibilidad de los destinos, asegurando beneficios a largo plazo.

Su participación en el PIB está alrededor de 2% y se ha mantenido relativamente estable en los últimos años.

Contribuye con un 11% a la generación de empleo, especialmente en las actividades de servicios de alimentos y bebidas y de transporte terrestre de pasajeros.

En su composición predomina el turismo interno, aunque en los últimos años parece estar creciendo la participación del turismo receptor.

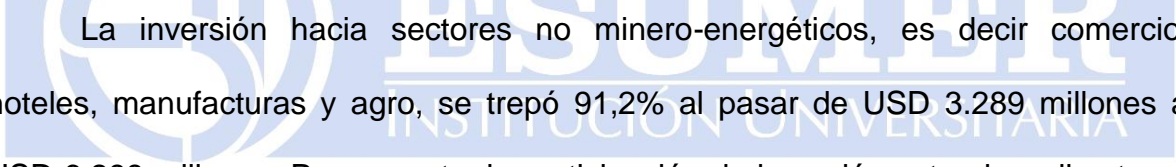
“El riesgo es que te quieras quedar”, el antiguo slogan de la marca Colombia, define por qué el país es uno de los preferidos para visitar de todo el mundo. Una de las atracciones que se recomiendan son las haciendas en el Eje Cafetero, las cuales conservan la arquitectura tradicional de la cultura del café; uno de los productos colombianos más reconocidos mundialmente, con sus balcones decorados con diferentes clases de flores.



4. Conclusiones y Recomendaciones

4.1. Conclusiones

“El riesgo es que te quieras quedar”, el antiguo slogan de la marca Colombia, define por qué el país es uno de los preferidos para visitar de todo el mundo. Una de las atracciones que se recomiendan son las haciendas en el Eje Cafetero, las cuales conservan la arquitectura tradicional de la cultura del café; uno de los productos colombianos más reconocidos mundialmente, con sus balcones decorados con diferentes clases de flores.



La inversión hacia sectores no minero-energéticos, es decir comercio, hoteles, manufacturas y agro, se trepó 91,2% al pasar de USD 3.289 millones a USD 6.288 millones. Por su parte, la participación de inversión extranjera directa no petrolera pasó de 37,2% en el primer semestre de 2010 al 54,7% en el primer semestre de 2012.

Sectores servicios en Colombia generan el 69% de los empleos

Colombia, uno de los países favoritos para la celebración de Congresos y Convenciones en América Latina

Se pretende transmitir el mensaje de que si alguien quiere encontrar un lugar donde su experiencia turística es mágica, no dude que: la respuesta es Colombia.

Las regiones colombianas, ofrecen variedad de productos turísticos, que complementan los tradicionales, y que le permiten al viajero disfrutar en un mismo destino, atractivos de naturaleza, cultura, bienestar, sol y playa, entre otros.

La nueva estrategia resaltaré las experiencias únicas que los turistas viven en los destinos colombianos, como caminar por playas en medio de un desfile de tortugas marinas, descubrir una ciudad perdida, navegar en compañía de ballenas o recorrer lugares históricos inmortalizados en célebres obras literarias.

Un país biodiverso: Colombia es el segundo país más biodiverso del mundo y el primero en avifauna, orquídeas y palmeras. En Colombia encontrará cultura e historia, variedad de museos, ferias, festivales y muestras culturales además de una diversa gastronomía. Adicionalmente cuenta con más de 50 campos de golf, variados y desafiantes considerados como los mejores de Latinoamérica. Bogotá, Cartagena, el Triángulo del Café, Santander, Medellín, Cali, Barranquilla y Santa Marta lo sorprenderán con modernidad, historia y cultura, deporte, aventura, ecoturismo, sol y playa.

La estacionalidad de la demanda de extranjeros que visita Colombia se concentra en los periodos de julio y diciembre, incrementándose en un promedio del 20%.

Las continuas campañas para mejorar la imagen del país, los resultados internos en materia de seguridad, la inversión con recursos para la competitividad y

promoción, han hecho en el ámbito turístico que Colombia se acerque cada vez más al objetivo en convertirse en un destino de clase mundial.

Para lograr un turismo competitivo se requiere de una excelente infraestructura, mejoras en las carreteras, puertos y diferentes vías de acceso, además de facilitar diferentes medios de transporte y así se podrán generar empleos, favoreciendo el crecimiento y desarrollo ambiental, económico y social para Colombia, convirtiéndolo en destino tractivo para conocer.



Referencias Bibliográficas

- AIEST (1991). 41 congreso de International Association of Scientific Experts in Tourism. AIEST. Alemania.
- Artículo "Mirando la Bola de Cristal" - Turismo: Panorama 2020 de la Organización Mundial del Turismo – Francesco Frangilli – Revista Valenciana d'Estudis Autonomics No.25 /98.
- Ariza, Andrea; Melo, Cristian; Morales L, Paola; Rodríguez R, Laura; Malaver R, Natalia y Rivera R, Hugo Alberto. (2011. Agosto). Parque temáticos en Colombia: construyendo empresas perdurables que acepten el desafío de subir a la montaña de la turbulencia global. Documentos de Investigación, Facultad de Investigación. Universidad del Rosario. (en línea). http://www.urosario.edu.co/urosario_files/c3/c3eb66ab-7fc8-4eb7-8c9d-46c669b7110f.pdf
- Asociación de Estados del Caribe (1994). Convenio para el establecimiento de la zona de turismo sustentable del caribe. AEC. Colombia
- Benkovic, A. y Mejía, J.F. (2008). Tourism as a Driver of Economic Development: The Colombian Experience.
- CEPAL (2010). América Latina y El Caribe. Indicadores Macroeconómicos del Turismo. Cuadernos Estadísticos de la CEPAL, No 39. <http://www.eclac.cl/cgibin/get>
- CEPAL, Andrés López, Daniela Ramos e Iván Torre. (2009. Marzo). La Exportaciones de Servicios de América Latina y su Integración en las cadenas de valor. Oficina de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (en línea). <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/3/35963/DocW37fin.pdf>
- DANE (2011). Cuenta satélite de turismo. Metodología y principales resultados. 2000-2005. <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/turismo/metodología>
- DAS –Cálculos Viceministerio de Turismo
- Hunter, Jones Philippa (1997). Sustainable Tourism en Jafar, Jafari (editor) (1997). Annals of Tourism Research Vol.24. Universidad de Wisconsin. Estados Unidos de Norte América.
- Ivars, Baidal Joseph (2001). Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuesta para la creación de un sistema de indicadores. Instituto Universitario de Geografía de la Universidad de Alicante. España.
- LaPatria.com. Colombia, entre los 5 mejores destinos turísticos para el 2013. (en línea). <http://www.lapatria.com/turismo/colombia-entre-los-5-mejores-destinos-turisticos-para-2013-22257>
- Martínez Camargo Mónica Andrea. (2008. Enero 01) Aspectos Positivos y Negativos del Turismo. Logística Internacional del Turismo. (blog spot). <http://monik-logis.blogdiario.com/i2008-01/>
- Mercado, Nataly, Perdomo, Diana y Ruiz, Pilar Carolina (2008) Aquabell, Salud y Turismo. Programa de Administración de Instituciones de Servicio. Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas. La Sabana, Colombia.
- Organización Mundial del Turismo (1996). Lo que todo gestor turístico debe saber: guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible. OMT. España.

Organización Mundial del Turismo (1998). Guía para administradores locales: desarrollo turístico sostenible. OMT. España 1998.

Organización Mundial del Turismo (2002). Contribuciones de la a la Cumbre Mundial de Desarrollo Sustentable en Johannesburgo. OMT. España.

OMT (2011). Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2011. <http://unwto.org/es>

Proexport Colombia, Congresos Incentivos, ¿Por qué Colombia? y 5 Razones para visitar Colombia un país Biodiverso. (en línea). <http://www.colombia.travel/es/congresos-incentivos/por-que-colombia/5-razones-para-visitar-colombia/un-pais-biodiverso>

Proexport-Colombia (2011). Informe de turismo extranjero en Colombia a Octubre de 2011.

Proexport. Turismo en Colombia, una oportunidad de inversión, invierta en Colombia trabajo, compromiso e ingenio. (en línea). http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/086_Brochure%20INV%20Turismo%20ESP-web.pdf

Rivera Cortez (2012) Componente desarrollado por CISP Colombia como socio del proyecto DEL-09

Reyes, Avila Araceli Iniesta et al (2002). Turismo sostenible. IEPALA. España.

Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES).

SECTUR (2001). Programa Nacional de Turismo. SECTUR. México.

SECTUR (2002). Fascículo 1. Serie de Turismo Alternativo: Turismo alternativo una nueva forma de hacer turismo. SECTUR. México.

Travelzoo, Expertos en ofertas de viajes. (en línea) <http://www.travelzoo.com/select/>

Vélez Álvarez, Luis Guillermo. (2009. Marzo 09) El Sector Turística Colombiano: una mirada a vuelo de pájaro. (Blog spot). <http://luisguillermovelezalvarez.blogspot.com/2012/03/el-sector-turistica-colombiano-una.html>

Wearing, Sthepen (1999). Ecoturismo: Impacto, tendencias y posibilidades. Síntesis. España.

Zamorano, Casal Francisco Manuel (2002). Turismo Alternativo, Servicios Turísticos Diferenciados. Trillas. México.