

Productos **Turísticos** para **Sol y Playa, Naturaleza,** **Cultura y Patrimonio** en el departamento de **Sucre,** **Colombia**

Andrea Paola **Baquero Tobías**
Andrea **Valencia Narváez**
Caleb José **Anaya Anaya**
Carlos Julio **Acosta Ortega**
Edgardo Rafael **Villarraga Amaya**
Emérita Isabel **Gil Barreto**
Gloria María **Arsanios Troncoso**
Hassir **Lastre Sierra**
Julieth Catherine **Barragán D´Luyz**
Martha Elena **González Vergara**

Mónica Andrea **Polo Tovar**
Mónica Patricia **Jarava Figueroa**
Merlys Melissa **Tafur Campo**
Netty Consuelo **Huertas Cardozo**
Paola Cecilia **Mercado Afanador**
Tatiana Isela **Niebles Flórez**
Yolanda **Cardona Arce**
Yeimis Alzate **Clemente**
Willy De Jesús **Palacio De León**



Productos Turísticos para Sol y Playa, Naturaleza, Cultura y Patrimonio en el departamento de Sucre, Colombia

NÚCLEO

Diseño de productos turísticos para sol y playa,
naturaleza, cultura y patrimonio

Andrea Paola Baquero Tobías

Andrea Valencia Narváez

Caleb José Anaya Anaya

Carlos Julio Acosta Ortega

Edgardo Rafael Villarraga Amaya

Emérita Isabel Gil Barreto

Gloria María Arsanios Troncoso

Hassir Lastre Sierra

Julieth Catherine Barragán D´Luyz

Martha Elena González Vergara

Mónica Andrea Polo Tovar

Mónica Patricia Jarava Figueroa

Merlys Melissa Tafur Campo

Netty Consuelo Huertas Cardozo

Paola Cecilia Mercado Afanador

Tatiana Isela Niebles Flórez

Yolanda Cardona Arce

Yeimis Alzate Clemente

Willy De Jesús Palacio De León



2019

Este libro es resultado de investigación, evaluado bajo el sistema doble ciego por pares académicos.

Diego Fernando Hernández Losada

Director de Colciencias

Edgar Enrique Martínez Romero

Gobernación de Sucre

Merlys Cristina Rodelo Martínez

Secretario de Educación Departamental de Sucre

Noel Morales Tuesca

Rector de la Corporación Universitaria del Caribe- CECAR

Jhon Víctor Vidal Durango

Vicerrector de Ciencia, Tecnología e Investigación CECAR

Piedad Martínez Carazo

Directora Científica Proyecto

Andrés Vergara Narváez

Asistente Operativo del proyecto

Rafael Bustamante Lara

Coordinador de núcleos

Jorge Luis Barboza

Coordinador Editorial CECAR

Libia Narváez Barbosa

Directora Literaria

© 2019, Andrea Paola Baquero Tobías, Andrea Valencia Narváez, Caleb José Anaya Anaya, Carlos Julio Acosta Ortega, Edgardo Rafael Villarraga Amaya, Emérita Isabel Gil Barreto, Gloria María Arsanios Troncoso, Hassir Lastre Sierra, Julieth Catherine Barragán D´Luyz, Martha Elena González Vergara, Mónica Andrea Polo Tovar, Mónica Patricia Jarava Figueroa, Merlys Melissa Tafur Campo, Netty Consuelo Huertas Cardozo, Paola Cecilia Mercado Afanador, Tatiana Isela Niebles Flórez, Yolanda Cardona Arce, Yeimis Alzate Clemente, Willy De Jesús Palacio De León, autores.

ISBN: 978-958-5547-01-8 (impreso)

ISBN: 978-958-5547-12-4 (digital)

DOI: <https://doi.org/10.21892/9789585547131>

Sincelejo, Sucre, Colombia

Productos turísticos para sol y playa, naturaleza, cultura y patrimonio en el departamento de Sucre, Colombia. Núcleo : diseño de productos turísticos para sol y playa, naturaleza, cultura y patrimonio / Andrea Paola Baquero Tobías... [y otros]. -- Sincelejo : Editorial CECAR, 2018.

239 páginas : cuadros, figuras, tablas ; 23 cm.

Incluye referencias al final de cada capítulo.

ISBN: 978-958-5547-01-8 (impreso)

ISBN: 978-958-5547-12-4 (digital)

1. Artesanías (Sucre, Colombia) -- Investigaciones 2. Turismo (Sucre, Colombia) -- Investigaciones I. Título.

745.586113 P964 2019

CDD 22 ed.

CEP - Corporación Universitaria del Caribe, CECAR. Biblioteca Central - COSiCUC

Contenido

CAPÍTULO 1	15
DIAGNÓSTICO DEL PROCESO DE LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL DEL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE TOLÚ CON ENFOQUE EN LA METODOLOGÍA DE ACCIÓN PARTICIPACIÓN (IAP)	15
Resumen	17
Abstract	17
Introducción	18
Identificación del problema	19
Metodología	20
Fundamentos Teóricos	20
Resultados del diagnóstico a partir de la metodología	
Investigación Acción Participación (IAP)	23
Contexto local del municipio Santiago de Tolú	23
Marco conceptual de la metodología IAP (Taller Cartografía Social)	27
Resultados del Taller de Cartografía Social (Identificación de atractivo)	30
Conclusiones	34
Referencias	35
 CAPÍTULO 2	 39
HACIA UNA LÍNEA BASE DE INDICADORES DE TURISMO SOSTENIBLE PARA LOS MUNICIPIOS TOLÚ Y COVEÑAS	39
Resumen	41
Abstract	42
Introducción	42
Metodología	44
Resultados	46
Conclusiones	73
Referencias	74

Contenido

CAPÍTULO 3	77
DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA HOTELES DE LOS MUNICIPIOS DE TOLÚ Y COVEÑAS.....	77
Resumen	79
Abstract	79
Introducción	80
Metodología	81
El Turismo en el departamento de Sucre, Tolú, y Coveñas	82
El turismo en Sucre	82
El Turismo en el municipio de Coveñas.....	83
La Hotelería.....	84
El Turismo en el municipio de Tolú	85
La Hotelería	85
Análisis del Marketing en empresas hoteleras Tolú y Coveñas	86
Lineamientos para la formulación de un plan de marketing digital y socialmedia.....	91
Plan de Marketing Digital.....	92
Objetivos.....	92
Implementación de estrategias.....	92
TÁCTICAS.....	93
Email Marketing.....	94
Publicidad	94
Análisis de ventas y medición de resultados	98
Conclusiones	99
Referencias.....	100

CAPÍTULO 4	103
DINÁMICA ORGANIZACIONAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE. CASO DE SANTIAGO DE TOLÚ, SUCRE- COLOMBIA	103
Resumen	105
Abstract	106
Introducción	106
Consideraciones metodológicas	108
Discusión y Resultados	110
Conclusiones	117
Referencias.....	120
 CAPÍTULO 5	 123
ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LOS ESCENARIOS ECOTURÍSTICOS EN EL	123
DEPARTAMENTO DE SUCRE	123
Resumen.....	125
Abstract	125
Introducción	126
Metodología.....	127
Lugar de análisis de la ruta ecoturística.	127
Resultados	127
Discusión.....	134
Conclusiones	135
Referencias.....	135

Contenido

CAPÍTULO 6	139
EL TURISMO CULTURAL, COMO UNA ALTERNATIVA AL DESARROLLO TURÍSTICO DE SUCRE	139
Resumen	141
Abstract	141
Introducción	142
Metodología.....	143
Tipo y método de investigación	143
Fuentes y técnicas de recolección de información.....	144
Activos culturales del municipio de Santiago de Tolú: una mirada a su historia y cultura	145
Reseña Histórica.....	146
Localización	147
Condiciones naturales y ambientales	148
lora.....	148
Fauna	149
Caracterización poblacional.....	149
Aspectos socioeconómicos.....	150
Semana Santa	151
Semana Santa en Tolú.....	152
Regatas de Veleros	152
Cultura culinaria	152
Celebración fiestas patronales de Santiago el Mayor.....	153
Santo Patrono de Tolú	154
Potencial Turístico en el Municipio de Santiago de Tolú.....	154
Conclusiones	156
Referencias.....	157

CAPÍTULO 7	159
CENTRO DE INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO DE SANTIAGO DE TOLÚ.....	159
Resumen.....	161
Abstract	162
Introducción.....	162
Metodología.....	164
Resultados	165
Turismo y cultura	167
Patrimonio cultural en Colombia.....	168
Recomendaciones.....	175
Conclusiones	175
Referencias.....	176
CAPÍTULO 8	179
PRODUCTO TURÍSTICO CULTURAL DESDE LAS ASOCIACIONES ARTESANALES EN SINCELEJO	179
Resumen.....	181
Abstract	181
Introducción.....	182
Metodología.....	183
Marco teórico.....	184
Análisis de resultados.....	189
Producto turístico cultural.....	190
Descripción de la caracterización de las asociaciones en Sincelejo	193
Descripción general del servicio e itinerario del producto turístico para Sincelejo	196
Conclusiones.....	199

Contenido

Referencias	200
Agradecimientos.....	203
CAPÍTULO 9	205
POTENCIAL TURÍSTICO CULTURAL: PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MUNICIPIO DE GALERAS, TIERRA DE COLORES.....	205
Resumen.....	207
Abstract	207
Introducción	208
Metodología.....	210
Tipo de Investigación	210
Población y muestra	210
Técnicas para la recolección de datos.....	210
Análisis de los resultados.....	211
Galeras Sucre, como destino cultural.....	211
Patrimonio Cultural de Galeras, Sucre.....	213
Infraestructura de servicios y demanda turística	218
Infraestructura	222
Análisis	226
Objetivo específico 1	233
Objetivo específico 2	233
Objetivo específico 3	233
Conclusiones.....	236
Referencias	237

En Colombia, el Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014 Prosperidad para Todos, incorporó el turismo como un pilar de desarrollo, hecho potencializado por el Plan Sectorial de Turismo 2014 – 2018, que tiene como uno de sus objetivos: Impulsar el desarrollo y consolidación de destinos y productos turísticos competitivos y sostenibles a nivel regional y territorial, a partir del aprovechamiento responsable de la diversidad natural, étnica y cultural. En ese sentido, el Ministerio de Cultura (2014) en asocio con Artesanías de Colombia señala que la artesanía es la actividad creativa de producción de objetos, realizada con predominio manual, ayuda de herramientas y maquinaria simples con un resultado final individualizado, determinado por el medio ambiente, el desarrollo histórico y resulta elemento clave del patrimonio cultural. (Baquero & González, Diseño de Ruta Turística artesanal, desde las asociaciones, en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas, 2016) (Plan Nacional de Desarrollo Colombia, 2010-2014).

Ahora bien, en el Plan Sectorial de Turismo del Departamento de Sucre 2011 – 2020, expresa que la riqueza natural y cultural del territorio implica aprovechar las potencialidades turísticas de esta subregión basado en la diversidad natural, étnica, y cultural plantea:

Impulsar estrategias de turismo cultural en artesanías, gastronomía, ferias y fiestas, patrimonio, etnoturismo y turismo religioso; e igualmente en la Ley General del Turismo o Ley 300 de 1996, y se enmarca en la Política Nacional de Turismo definida en el Conpes 3397 de 2005, y en la agenda departamental para la productividad y la competitividad del departamento de Sucre” (Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Sucre, 2011, p. 38).

Con aproximaciones de índole conceptual, las nociones de desarrollo económico local (DEL) y de cohesión social (CS), para Latinoamérica, subvencionado por la unión Europea, expresa como la potenciación de procesos de desarrollo económico de un territorio requiere una triple

Presentación

estrategia innovadora por parte de los gobiernos locales. Por una parte, requiere movilizar recursos y actores clave del territorio y alinearlos a un conjunto de objetivos estratégicos colectivos. Por otra, requiere incrementar el grado de vinculación e integración de la economía local a los mercados.

Este libro Productos turísticos para sol y playa, naturaleza, cultura y patrimonio en el departamento de Sucre, Colombia, es el resultado de varias investigaciones sobre el tema de Turismo y consta de 9 capítulos que fueron escritos por autores de acuerdo con los estudios realizados.

El Capítulo 1 denominado Diagnóstico del proceso de la planificación territorial del municipio de Santiago de Tolú con enfoque en la metodología Investigación Acción Participación (IAP). A partir del taller de cartografía social para actores públicos privados y comunitarios; en el cual sus autores Tatiana Isela Niebles Flórez, Mónica Patricia Jarava Figueroa y Caleb José Anaya Anaya, plantean una alternativa estratégica para dinamizar la actividad turística en territorios con vocación para fortalecer la oferta turística en aras de impulsar un multidesestino.

El segundo Capítulo “Hacia una línea base de indicadores de turismo sostenible para los municipios Tolú y Coveñas”, en el cual los autores Edgardo Rafael Villarraga Amaya y Paola Cecilia Mercado Afanador en su investigación plantean una propuesta de ciento veinte indicadores de turismo sostenible, que puede ser alimentada por diferentes fuentes de datos y transformada en parámetros y variables de referencia, pertinentes y de interés, para los actores del turismo del territorio, tanto de orden público como privado en los municipios estudiados.

Diseño de un Plan de Marketing Digital para hoteles de los municipios de Tolú y Coveñas fue la investigación realizada por Carlos Julio Acosta Ortega y Andrea Valencia Narváez que se presenta en el Capítulo 3 de este libro. Su propósito fue estudiar la situación de estos municipios en cuanto a la utilización del marketing digital para demostrar que es necesaria la implementación de nuevas tecnologías para que las gerencias de las empresas empiecen a ver la promoción desde otra perspectiva en la subregión del Golfo de Morrosquillo, plantean un plan de marketing digital que permitirá mejorar las prácticas turísticas ancestrales insertando el uso de estas nuevas tendencias para así obtener mejores resultados en relación con las ventas y tener mayor rentabilidad.

Presentación

El Capítulo 4 escrito por Hassir Lastre Sierra, Yolanda Cardona Arce y Yeimis Alzate Clemente y titulado “Dinámica organizacional de los establecimientos de alojamiento y hospedaje. Caso de Santiago de Tolú, Sucre, Colombia” hace referencia al papel preponderante que cumplen los prestadores turísticos en el marco de la competitividad y la consolidación de un destino, teniendo en cuenta que, sobre ellos recae la interacción turista–destino y además, captan el flujo económico generado a partir de las actividades relacionadas con el turismo. Este capítulo se propuso analizar la gestión integral de los hoteles y se estudiaron los aspectos claves que en el marco de la gestión, los gerentes y directivos han pasado por alto, como tener un plan de negocio. Terminan diciendo que es importante estimular y expandir, entre los empresarios, la implementación de prácticas administrativas, más aún cuando se habla de un prestador turístico importante en número y relevancia para las actividades turísticas en la región.

El Capítulo 5 “ Análisis estructural de los escenarios ecoturísticos en el departamento de Sucre” escrito por Julieth Catherine Barragán D’Luyz, quienes manifiestan que este departamento no cuenta con un análisis de las zonas geográficas que facilite las herramientas para establecer una ruta ecoturística, por lo cual no se evidencia el desarrollo de algunos sectores de la economía. El objetivo de esta investigación fue realizar un análisis estructural de los diferentes escenarios ecoturísticos que ofrece el departamento de Sucre. El estudio permitió identificar estrategias que pueden fortalecer las alianzas público-privadas que ayuden a impulsar el ecoturismo en las otras subregiones.

El turismo cultural, como una alternativa al desarrollo turístico de Sucre es el nombre del Capítulo 6 escrito por Merlys Melissa Tafur Campo y Willy De Jesús Palacio De León, quienes en su investigación hacen un análisis sobre la importancia de crear rutas turísticas culturales en el municipio de Santiago de Tolú, la caracterización de éste y los activos culturales más representativos. Se incorpora en estos recorridos la riqueza natural y cultural de este puerto turístico, exaltando la tradición oral para poner en valor la cultura toludeña, y vivir experiencias únicas que solo en el municipio de Santiago de Tolú se pueden vivir: con su historia, gastronomía, arquitectura republicana, entre otros elementos patrimoniales.

Presentación

El Capítulo 7, Centro de Interpretación del patrimonio de Santiago de Tolú, escrito por Gloria María Arsanios Troncoso y Emérita Isabel Gil Barreto quienes en su investigación concluyen que el municipio de Santiago de Tolú tiene una gran importancia en la historia de Colombia, al destacarse como un importante centro de abastecimiento de los españoles en la colonia, sumado a su principal rol como uno de los principales puertos marítimos de la época, característica que conserva hasta el día de hoy, por su posición estratégica en la gran cuenca del Caribe Colombiano. Por ello, consideran la creación de un Centro de Interpretación que sea un instrumento para rescatar la memoria histórica del municipio de Santiago de Tolú, así como la diversificación de la oferta turística del mismo.

En el Capítulo 8: Producto turístico cultural desde las asociaciones artesanales en Sincelejo las autoras Netty Consuelo Huertas Cardozo, Martha Elena González Vergara y Andrea Paola Baquero Tobías manifiestan en su escrito que el diseño de productos turísticos que acompañen la preservación de las diferentes formas de manifestaciones culturales, son significativos. Concluyen que estructurar un producto turístico cultural conlleva a la necesidad de valorizar el patrimonio cultural e inmaterial, en éste caso al artesano y su técnica. Implica también el fortalecimiento gremial, que desde la perspectiva comunitaria artesanal puede realizarse mediante asociaciones, pero si éstas cumplen su objetivo real como mecanismo de participación activa, en búsqueda de sus intereses reales y compartidos.

Y el Capítulo 9, “Potencial turístico cultural: plan estratégico para el municipio de Galeras, tierra de colores” escrito por Mónica Andrea Polo Tovar se propuso analizar el potencial turístico cultural en el municipio de Galeras en el departamento de Sucre, identificando los atributos, atractivos, infraestructura y componentes institucionales que permitieran generar un plan estratégico para aprovechar, posicionar y desarrollar productos turísticos culturales en el departamento de Sucre. Se identificaron en el municipio de galeras 20 potencialidades que muestran el arraigo de la población Galerana a su cultura y tradiciones. Con esos atractivos el municipio tiene las bases para gestar procesos entorno a la planeación turística y así visionar a Galeras como destino turístico cultural de la Sabana Sucreña.

La importancia de los resultados de estas investigaciones radican en que sus propuestas sean tenidas en cuenta por los gobernantes para

Presentación

Impulsar el desarrollo turístico de la región atendiendo a que en la actualidad se encuentra en estado prácticamente estático por falta de que se hagan efectivas desde las administraciones locales y nacionales las políticas públicas y la normatividad vigente en materia del fortalecimiento del sector turístico de Sucre como una estrategia para el mejoramiento del desarrollo social y regional y con la esperanza de que sus habitantes tengan un mejor nivel de vida.

CAPÍTULO 1

DIAGNÓSTICO DEL PROCESO DE LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL DEL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE TOLÚ CON ENFOQUE EN LA METODOLOGÍA DE ACCIÓN PARTICIPACIÓN (IAP)

*A partir del taller de cartografía social para
actores públicos privados y comunitarios*

*Tatiana Isela Niebles Flórez¹
Mónica Patricia Jarava Figueroa²
Caleb José Anaya Anaya³*

1 Gobernación de Sucre, Asesora en Coordinación de turismo. Magíster en Dirección de Empresas y Organizaciones turísticas, Magíster en Ciencias Políticas aplicadas. Bióloga Universidad de Sucre. Correo: tatianaisela0404@gmail.com

2 Corporación Universitaria del Caribe, CECAR. Programa de Administración de Empresas. Maestría en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas. Administradora de Empresas. Docente catedrática. Correo: monica.jarabaf@cecar.edu.co

3 Universidad de Sucre, Administrador de empresas. Magíster en Dirección de empresas y Organizaciones turísticas. Correo: caleb-anaya@hotmail.com

Resumen

Este artículo expone los resultados del diagnóstico participativo del proyecto de investigación diseño de una estrategia para la planificación de la actividad turística con enfoque para el desarrollo local en el municipio de Santiago de Tolú departamento de Sucre. En sentido, plantea una alternativa estratégica para dinamizar la actividad turística en territorios con vocación para fortalecer la oferta turística en aras de impulsar un multidestino. La metodología para el diagnóstico de acción participación (IAP) se hizo a partir de la implementación de la herramienta cartografía social, es decir utiliza como aspectos relevante los punto de vista de loa actores del territorio en con relación al análisis del modelos de planificación turística local y as propuesta vigentes de los referentes bibliográficos. Asimismo, la herramienta permitió a actores públicos privados y comunitarios revisar su papel en el proceso de la planificación territorial en el municipio de Santiago de Tolú. Los resultados estuvieron determinados por elementos del análisis social, económicos y ambientales de la cartografía social y la interpretación de la cotidianidad de la actividad turística del municipio.

Palabras clave: planificación, desarrollo local, cartografía social, endógeno, turismo

Abstract

This article presents the results of the participatory diagnosis of a research project designing a strategy for the planning of tourism activity with a focus on local development in the municipality of Santiago de Tolú department of Sucre. In this sense, it proposes a strategic alternative to boost tourism activity in territories with a vocation to strengthen the tourist offer in order to promote a multi-destination. The methodology for the diagnosis of participation action (IAP) was made from the implementation of the

social mapping tool, that is to say it uses as relevant aspects the point of view of the actors of the territory in relation to the analysis of local tourism planning models and as current proposal of the bibliographic references. Likewise, the tool allowed private and community public actors to review their role in the territorial planning process in the municipality of Santiago de Tolú. The results were determined by elements of social, economic and environmental analysis of social cartography and the interpretation of the daily activity of the municipality's tourism activity.

Keywords: planning, local development, social cartography, endogenous, tourism

Introducción

Esta investigación se realizó a partir de la modalidad de investigación descriptiva cualitativa desde un enfoque estratégico que busca presentar una estrategia que articule los actores de la cadena de valor turística a la planificación social desde un visión territorial. Es decir, plantea y propone una estrategia guía para las empresas, las instituciones y las comunidades en aras de gestionar de manera conjunta la actividad turística en el territorio. Las razones que se tuvieron en cuenta para abordar esta temática están centradas en la mejora del proceso de planificación, gestión y promoción de la oferta turística a partir del fortalecimiento de la cadena de valor. Por lo tanto, el objetivo principal se enfoca en proponer una estrategia de planificación con criterio de desarrollo endógeno para los actores públicos, privados y comunitarios. Lo anterior, se integra a los elementos de la gobernanza desde el territorio.

Para cumplir con el objetivo principal fue necesario, en primera instancia, diagnosticar el contexto socio económico de los municipios; en segundo lugar, analizar los aspectos relevantes de la estrategia de planeación de un destino nacional similar al del objeto de estudio; y por último, diseñar una propuesta estratégica para la planeación y la gestión turística. La metodología es descriptiva y analítica, tiene dos momentos: primero se recopila información de línea base para el diagnóstico. Es decir, se realiza recolección de datos a partir de una revisión bibliográfica de fuentes secundaria, segundo, se recoge información del taller participación

de social de actores de la cadena de valor (públicos, privados, académicos y comunidad) utilizando la cartografía social como instrumento diagnóstico. Finalmente, los resultados obtenidos en esta investigación serán insumos importantes para ayudar a orientar los procesos planificación, gestión promoción del turismo sostenible.

Identificación del problema

La subregión Golfo de Morrosquillo se caracteriza por su amplia diversidad en recursos naturales y culturales, entre los que se encuentran ecosistemas naturales, zona de playas, gastronomía y el folclor propio de sus festividades. A pesar de las ventajas comparativas que presenta esta subregión, el sector turístico ha tenido un lento proceso para el desarrollo de una oferta turística diferenciada impidiendo aspectos sobresalientes para consolidarse como un destino sostenible y competitivo.

Según la matriz de competitividad turística el Golfo de Morrosquillo presenta distintas problemáticas, pero en lo particular se resalta la débil institucionalidad y regulación, la falta de planificación turística, deficiencias en la infraestructura turística, servicios públicos, señalización, planta turística y conectividad, deficiencias en la formación y capacitación del recurso humano al servicio del turismo y en la sensibilización de la comunidad y personal de contacto del destino, debilidad empresarial, bajos niveles de calidad y una alta informalidad, poca diferenciación en la oferta turística, insuficiente estrategia para promoción y comercialización y la percepción de inseguridad por parte del turista. (Viceministerio de Turismo, 2006)

En el Plan desarrollo de Santiago de Tolú “oportunidad para todos” se hace referencia a las causas que han conllevado a la baja competitividad de la actividad turística. En ese sentido, se señala que: *“la falta de proceso en planificación turística, la deficiencia en la planeación estratégica del territorio y la no comprensión en las funciones de los roles tanto de los actores público, como privados y comunitarios ha dificultado la definición de una estrategia para planificar la actividad turística en el municipio* (Alcaldía Municipal Santiago de Tolú, 2008)”.

La debilidad institucional y la falta de compromiso del sector público, de los encargados de promover y coordinar la apuesta turística desde las Secretarías de Turismo municipal, ha traído como consecuencia la abstención y poca participación del sector privado en la gestión conjunta de acciones para fomentar una política estratégica en beneficio del desarrollo turístico del municipio.

De esta manera, la ausencia de una estrategia orientada hacia la planeación a partir de un diagnóstico participativo ha generado una desarticulación de los actores público, privado, comunitario al igual que la falta de un espacio interinstitucional que integre a las instituciones, organizaciones y prestadores de servicios turístico al alrededor de una propuesta estratégica que fortalezca el sector turismo y supere las falencias que en la actualidad se presentan.

Metodología

Para realizar este estudio se requirió el desarrollo consecutivo de dos momentos, los cuales tienen acciones que terminan con la socialización de los resultados del diagnóstico participativo. En el primer momento, se realizó la convocatoria para la asistencia institucional, empresarial y comunitaria al taller de cartografía social con grupos focales de la comunidad local. En el segundo momento, se realizaron dos visitas de campo al territorio con el fin de evaluar el nivel de impacto de la problemática identificada en el taller.

Fundamentos Teóricos

En esta parte introductoria se revisan los principales enfoques de planificación territorial para la actividad turística y los aportes de autores al igual que los contenidos teóricos claves para comprender el desarrollo de la planificación turística desde un enfoque local. En planificación turística existen cuatro enfoques el desarrollista, el físico, el económico y el comunitario. *El desarrollista se centra en una planificación fundamentada en la rentabilidad de la actividad turística, es decir, los fines solo están reflejados en el aumento y crecimiento de la actividad económica, la demanda y conserva una posición favorable y acrítica a los daños colaterales de la*

actividad turística en el destino. El enfoque económico está muy ligado al enfoque desarrollista y se puede decir que son complementarios en la forma como tal planificación concibe el territorio. El enfoque físico se orienta en mayor escala al ordenamiento de la actividad para tener una adecuada distribución del espacio y el enfoque social promueve un control local del desarrollo turístico en una escala de abajo hacia arriba y en definitiva su resultado está en la visión de conjunto sobre el territorio y a construcción del mismo (Osorio García, 2006, p. 12).

Dentro del enfoque desarrollista el modelo para la planificación integral propuesto por Molina establece algunas variables condicionadas al modo y nivel de vida del grupo humano; y parte de una premisa, en la cual el turismo es una manifestación del ocio y el tiempo libre y no una actividad turística, este modelo fue pionero en los estudios de planificación desde una perspectiva sectorial (Osorio García, 2006, p. 15).

El modelo de planificación de Hernández conocido como el modelo para el desarrollo turístico se enfoca en definir la planificación desde un nivel nacional desde una perspectiva económica. Este modelo plantea aspectos relevantes como una imagen deseada para la visión prospectiva y una estrategia con herramienta fundamental para llegar a materializar la visión proyectada en la perspectiva (Osorio García, 2006, pág. 18).

El modelo del enfoque económico le otorga la importancia a la actividad turística desde fines económicos otorgándole importancia a los conceptos de mercado, oferta, demanda, supeditando el desarrollo turístico al tipo de mercado al que se orienta y diseñado el producto turístico de acuerdo con el segmento de cliente, sus principales exponentes son Kaiser y Helber (Osorio García, 2006, p. 18). Igualmente, el modelo de planeación turística y el modelo de planeación económica de turismo propuesta por Bote (Osorio García, 2006, p. 18) son modelos de enfoque desarrollista, pero con aportes metodológicos centrados en el rendimiento de la rentabilidad economía por parte de la actividad turística.

En el enfoque espacial físico, las planificaciones turísticas integran algunos elementos a partir de dos énfasis el primero, arquitectónico ligado al enfoque económico cuyo propósito es la construcción física de la infraestructura turística, su principal exponente es: Boullón con su modelo de planificación turística según la distribución espacial presentando dos

zonas las naturales y la urbana. Asimismo, el modelo de planificación de Pearce tiene como objeto la planificación territorial para las áreas estratégicas y puntos claves para la actividad turística Osorio García, 2006, citando a Boullón.

El segundo énfasis se refiere a la sustentabilidad de la actividad turística y los esfuerzos por contribuir a la conservación del medio ambiente evitando la degradación ecológica y social de las poblaciones receptoras, es decir, la planificación turística actual se plantea como un instrumento útil para coordinar, organizar y gestionar la actividad turística bajo un esquema participativo de las comunidades locales. Los modelos asociados a este énfasis son: modelo PASOLP, el cual establece el producto turístico como elemento clave para el análisis de la competencia, la conservación, la rentabilidad económica y el impacto social, es decir se construyen relaciones entre las fuerzas económicas y sociales en la gestión de un territorio turístico a partir de una planificación conjunta desde la mirada del producto turístico. (Osorio García, 2006, citando a Boullón).

El enfoque de planificación de los espacios turísticos de Vera, punto de partida para el actual modelo de planificación nacional y regional de la OMT promueve un esquema de los procesos o etapas que se deben desarrollar en un proceso planificación turística con énfasis en la sostenibilidad y sus tres dimensiones. Lo anterior, es complementado por el modelo de planeación del turismo alternativo de Zamorano que al igual que Vera destaca el componente de ordenamiento territorial integrado al ser humano dentro de un contexto social, geográfico ambiental y cultural. (Vera y Zamora citado por Osorio García, 2006, p. 20).

El enfoque estratégico se desarrolla a partir de la incidencia de las organizaciones en la planificación y gestión al interior de su proceso de desarrollo interno entre los que se encuentran su misión, visión, objetivos, metas y análisis del diagnóstico DOFA. En la actualidad, los planes sectoriales de turismo siguen el modelo planificación estratégica aplicada al turismo. Pero es quizás, el modelo de planificación estratégico de Acerenza el que más se enfoca a la administración pública del orden nacional y este plantea la necesidad de diseñar la política pública para el turismo como un insumo básico para la planificación del sector. (Acerenza citado por Osorio García, 2006 p. 20).

Por otra parte, el modelo básico de la planificación turística de Ivars analiza los factores internos y externos dentro del esquema metodológico para abordar el desarrollo turístico desde la definición de valores, cierre de brechas sociales, construcción de escenarios de proyecciones prospectivas y gestión de la actividad desde el enfoque local. Todo lo anterior, sobre la dinámica del sistema turístico. (Ivars citado por Osorio Garcia, 2006 p. 22).

Resultados del diagnóstico a partir de la metodología Investigación Acción Participación (IAP).

La primera parte del diagnóstico es una ubicación en el contexto del municipio teniendo en cuenta los aspectos generales de Santiago de Tolú en el departamento de Sucre, igualmente se exponen algunas de las estrategias que buscan fortalecer competitivamente el turismo establecida en los planes desarrollo municipal y la planeación de la actividad turística en las zonas de desarrollo turístico descrito en el Plan de Ordenamiento Territorial.

En la segunda parte, se muestran los resultados del taller de cartografía social, entendido éste como una herramienta para identificar y plantear alternativas desde los residentes de territorio alrededor de su problemática central. Este taller es realizado mediante metodología de investigación acción participación socializado con la comunidad nativa específicamente los cabildos indígenas y consejos comunitarios afrodescendientes prestadores de los servicios turísticos e instituciones del fomento para el turismo. Por último, se presenta la matriz de resultados por análisis y elementos propuestos como producto del diagnóstico territorial.

Contexto local del municipio Santiago de Tolú

Santiago de Tolú tiene una extensión de 301,22 km², el área poblada tiene una superficie aproximada de 36,55 hectáreas, es decir, un 12.13% del área total y tiene 264,67 hectáreas equivalentes a un 87.86% y corresponden al sector rural. Mantiene una temperatura que está entre los 18 y 30°C y una altura de tres metros sobre el nivel del mar. Santiago de Tolú limita por el norte con el municipio de San Onofre, por el sur con los municipios de Palmito y Coveñas, por el oriente con los municipios de

Tolú viejo y Sincelejo y por el occidente con Panamá. (Alcaldía Municipal de Santiago de Tolú, 2015).

Los últimos Planes desarrollo del municipio (2008 – 2011) “Para volver a creer en lo nuestro” y (2012 – 2015) “La oportunidad para Todos” coinciden en su diagnóstico sectorial en citar la tendencia del crecimiento del turismo y los ingresos por divisas al país debido a este renglón de la economía. Resalta también los resultados favorables de la política dirigida a la promoción de la oferta turística de los territorios turísticos del país. Sin embargo, en los planes de desarrollo también es recurrente la necesidad de mantener las perspectivas de la economía turística local garantizando la sostenibilidad (entendida como el equilibrio adecuado entre las dimensiones de la sostenibilidad ambiental, económica y sociocultural (Plan de Desarrollo Municipal, 2008, p. 28).

Dentro de la línea estratégica propuesta para el desarrollo turístico del municipio se plantea recuperar la economía local impulsado la actividad turística, para lo cual, es necesario posicionar y consolidar al municipio como destino turístico, a partir de un programan de promoción turística e infraestructura turística (Plan de Desarrollo Municipal, 2008, p. 135). A continuación, se presenta la síntesis de las estrategias en promoción y planeación para el desarrollo turístico del municipio de Santiago de Tolú.

Cuadro 1. Eje estratégico:
Promoción y Planeación del desarrollo Turístico

Objetivo	Programa	Metas	Actividades
Posicionar y consolidar al municipio como destino turístico mediante programa de promoción turística y mejoramiento de la infraestructura turística	Promoción turística	Posicionamiento de la oferta turística del municipio Fortalecimiento de la oficina de turismo Diseño del plan de promoción turística articulando con los gremios	Realización de proyectos en promoción turística Fortalecimiento de la oficina de turismo. Diseño y promoción del municipio como destino turístico
Consolidar el municipio como destino turístico aprovechando los atributos naturales y culturales	Planeación turística	Reconocimiento de la ciudad como zona prioritaria para el turismo. Diseño de la movilidad turística	Levantamiento de inventario turístico. Consolidación del Golfo de Morrosquillo como destino turístico. Diseño del plan de movilidad turística

Fuente: elaboración propia

El Plan de Ordenamiento Territorial de Santiago de Tolú consta de cinco (5) corregimientos, los cuales están conformados por diecisiete (17) veredas (Alcaldía Municipal Santiago de Tolú, 2000). El relieve muestra una serie de variaciones en la región, debido a que en las zonas costeras se presentan llanuras con alturas muy cercanas al nivel del mar y con población de manglares en la Ciénaga de la Caimanera al sur, en la Ciénagas de La leche y Trementino al Norte del Municipio, hacia el Oriente se encuentran ondulaciones, propias de las serranías de los Montes de María, las cuales muestran una topografía de colinas, lo que produce la proliferación de corrientes transitorias de agua, las cuales existen en el invierno y se secan en el verano, con cursos cortos y de pendientes suave (Alcaldía Municipal Santiago de Tolú, 2000)

El actual Plan de Ordenamiento Territorial del municipio de Santiago de Tolú considera Zona de Manejo Especial los lugares donde se concentran todas las acciones turísticas, las cuales involucra la franja costera, la zona urbana, la zona de expansión urbana y áreas adyacente. Por lo tanto, según los datos obtenidos en el levantamiento de información del Plan de ordenamiento vigente el ecosistema de esta área amerita un tratamiento especial según el uso de suelo (Alcaldía Municipal Santiago de Tolú, 2000).

Sin embargo, las evidencias de la realidad muestran una profunda desarticulación entre los parámetros del Plan de Ordenamiento Territorial y el avance de la invasión antrópica y la presión de la actividad turística desregulada y no planificada sobre el ecosistema de mangle de la Zonas. A continuación, se muestra algunos aspectos que no se ajustan a las directrices del Plan de ordenamiento Territorial.

Cuadro 2

Matriz de problemas asociados a la falta de planificación Turística Santiago de Tolú.

Geo-referenciación	problema	Espacio o ecosistema afectado	Personas o grupos afectados
Boca de Guacamayas	Ambiental	Se afecta el ecosistema marino y el área de Mangle	Pescadores y pobladores nativos
Centro vacacional Camino verde	Ambiental	Se afecta el equilibrio del ecosistema de Mangle y la fauna y la flora nativa	
Vía al francés	Social	Ampliación de la frontera agrícola por los pequeños productores	Pobladores nativos no son incluidos de los proyectos turísticos
Área de Manglar Cabaña orilla del mar	Ambiental Social Económico	Esta es una zona altamente vulnerable en que la exclusión económica genera degradación ambiental en la zona de Mangle	La población nativa específicamente jóvenes y mujeres afrodescendientes

Avenida Malecón	Social Económico	En lo económico hay una escasa vinculación a la actividad turística formal. En lo social la ausencia de empleo focaliza los grupos de delincuentes y propicia inseguridad	Los visitantes, turista y empresarios
Planta de cementos Argos	Ambiental	Impacto negativo por arena de arrastre en lecho del ecosistema primario marino	Pobladores y trabajadores de la zona por contaminación aérea de polución de los residuos de cemento
Ciénaga la Caimanera	Social Ambiental	Ecosistema de mangle por tala y remoción de la capa vegetal En lo social contaminación por turismo de baja cultura ambiental produce altas cantidades de basura sobre la ciénaga	Prestadores de servicios turístico-nativos

Fuente: Elaboración propia

Marco conceptual de la metodología IAP (Taller Cartografía Social)

La cartografía social es una metodología de tipo cualitativo orientada a caracterizar un territorio a partir de las reflexiones extraídas en participación con las personas que tiene relación directa con ese territorio. Esta es una técnica de trabajo que permite a los actores comunitarios, académicos, profesionales, funcionarios públicos, y otros compartir, discutir y concertar los puntos de vista, información y conocimientos sobre la realidad de un territorio determinado. Por lo tanto, desde las ciencias sociales es una metodología desarrollada por los criterios de Acción Participativa –IAP

según Henri Acselrad (2008) “ la cartografía social es una herramienta teórico-práctica para la vinculación consciente de las comunidades de estudio como actores activos en la investigación, lo cual no es otra cosa que problematizar el fondo de la producción de conocimiento, en la búsqueda de reivindicar la legitimidad que tienen los actores sociales para representar su espacio mediante un instrumento de poder, como a la cartografía (Acselrad , 2008).

Santiago Castro Gómez, la cartografía desde la época colonial fue esencial en la construcción del imaginario científico moderno, es decir, separa el papel de la cartógrafo y cartografía social el cual se transforma en un instrumento de gestión social e indicador ambiental (Castro-Gómez, 2014, pág. 74). Asimismo, John Harley (2001) se refiere a los mapas como: “productos culturales del mundo anglosajón totalmente coloniales (Harley , 2001).

Las cartografías sociales se han vinculado a los movimientos sociales y a luchas ideológicas. De esta manera, se identificado con las reivindicaciones sociales, culturales y ambientales sobre su territorio. Los investigadores reconocidos son brasileros como Boaventura de Sousa Santos (2003) y Beatriz Piccolotto (2004) ellos representan la postura teórica del saber de los sujetos colonizados para proponer nuevas representaciones cartográficas, en que se construye desde lo colectivo un nuevo mapeamiento del saber poscolonial y la deconstrucción discursiva de la intervención colonial (Piccoloto, 2004; Sousa Santos, Herrera, y Flores, 2003).

El fundamento de la cartografía social se basa en la metodología de Investigación-Acción-Participativa (IAP). Este enfoque investigativo surgido en la década de los setenta tiene como esencia busca replantear la histórica relación sujeto-objeto, rompiendo el paradigma tradicional la estructura jerárquica en la cual el Estado asumen el rol del sujeto, mientras la población sobre la que se planea aplicar una determinada política pasa a ser el objeto. Con la cartografía social se entabla un diálogo y una relación entre iguales, sujeto-sujeto, donde lo fundamental es lo que piensan, creen, necesitan y desean las comunidades.

Esta herramienta se utiliza para la planeación desde una visión conjunta de los actores de territorio y en aras de generar conciencia colectiva sobre los problemas, las injusticias, las carencias. Esta conciencia

es el primer paso hacia la organización social y la toma de acciones en pro del bienestar común. Por lo tanto, asume el territorio como un producto socialmente construido, como un ente en continua evolución fruto de procesos históricos en las distintas esferas (cultural, económica, política, físico-biótico) y sujeto a las dinámicas de varios actores entre los que se destacan los pobladores, el ser humano viviendo, habitando, sintiendo y apropiando ese espacio.

Con esta metodología se va de lo simple a lo complejo, en donde los participantes hallan su lugar y su rol en la sociedad, es decir se crean relaciones dialécticas entre el territorio y la comunidad. Entre las ventajas que ofrece un ejercicio de cartografía social están las siguientes:

- Brinda una visión sobre la planificación del espacio que va más allá de ubicar actividades productivas en localizaciones específicas.
- Se asume como una tarea geopolítica y económica.
- Posibilita descubrir aspectos del territorio, de sus gentes, de su cultura que podrían pasar desapercibidos de otra manera.
- Permite caracterizar y especializar unidades producto de las relaciones en lo ecológico (sociedad-naturaleza), lo político (sujeto-sujeto(s)-instituciones), lo productivo (Sociedad-Capital-Trabajo) y lo cultural (relaciones identitarias).
- Generar espacios de comunicación alternos con las comunidades, construcción de un lenguaje común sobre el territorio que habitan.
- Permite un diálogo de saberes entre los habitantes reconstruyendo en un mapa su espacio y asumiendo una visión transformadora sobre éste. Así mismo, facilita la interlocución entre los habitantes y los funcionarios y entidades públicas encargados de la planificación oficial del territorio. A continuación, se registran los objetivos fines y alcance del taller de cartografía social en las comunidades afrodescendientes e indígenas del municipio de Santiago de Tolú.

Cuadro 3

Registro del proceso metodológicos de cartografía social

Objetivos	Fines	Alcance
Construir de manera colectiva el mapa municipal, ubicando características físicas y geográficas, que permitan hacer un análisis socio económico colectivo del territorio y su importancia para desarrollar el potencial turístico desde el	Enfoque endógeno de la competitividad.	Compresión social de la planificación territorial
Explicar y dar a entender el concepto de territorio desde el desarrollo local.	Enfoque social del desarrollo	Desarrollo de actitudes colectivas hacia el territorio
Identificar la cartografía social como herramienta de diagnóstico participativo, que permite recolectar conocimiento popular	Enfoque diferencial desde el territorio	La puesta en valor de la cultura local a partir del turismo como herramienta para el impulso del desarrollo local
Construir colectivamente mapas locales que aporten insumos para estrategias de gestión y planeación de territorio desde el potencial turístico.	Enfoque de construcción social	El desarrollo endógeno desde la actividad turística

Fuente: Elaboración Propia

Resultados del Taller de Cartografía Social (Identificación de atractivo)

Los resultados del taller de cartografía identificaron a manera de inventario avalados por los participante los recursos de naturaleza y cultura A continuación, registra la ubicación y la clasificación según a categoría de naturaleza o cultura.

Cuadro 4
Registro del proceso metodológico de cartografía social

Municipio	Ubicación	Atractivo turístico
Santiago de Tolú	9,529267-75,568660	Cultura- Regara de Veleros
Santiago de Tolú	9,524001-75,583651	Cultura- Iglesia de Santiago El Mayor
Santiago de Tolú	9,5275-75,581258	Cultura- La casa del balcón
Santiago de Tolú	9,566067-75,573737	Naturaleza- Playas del Francés
Santiago de Tolú	9,794703-75,845157	Naturaleza- Islas de San Bernardo
Santiago de Tolú	9,693899-75,704255	Naturaleza- Isla Boquerón
Santiago de Tolú	9,742289-75,684429	Naturaleza- Isla Cabruna
Santiago de Tolú	9,763606-75,787901	Naturaleza- Mangle
Santiago de Tolú	9,745593-75,816413	Naturaleza- Panda
Santiago de Tolú	9,694463-75,85453	Naturaleza- Isla Ceycén
Santiago de Tolú	9,797236-75,852544	Naturaleza- Isla Titipán
Santiago de Tolú	9,785943-75,859122	Naturaleza- Islote de la Cruz
Santiago de Tolú	9,749444-75,88	Naturaleza- Isla Maravilla
Santiago de Tolú	9,743917-75,817195	Naturaleza- Isla Palma
Santiago de Tolú	9,468566-75,607466	Naturaleza- Playas de Puerto Viejo
Santiago de Tolú	10,159871-75,654303	Naturaleza- Parque Nacional Natural (PNN) Corales del Rosario y de San Bernardo
Santiago de Tolú	9,527601-75,582661	Cultura- Celebraciones religiosas de Semana Santa
Santiago de Tolú	9,526114 -75,582993	Cultura-Fiestas patronales Santiago El Mayor
Santiago de Tolú	9,537796-75,580171	Cultura- Bandeja Toludeña
Santiago de Tolú	9,517925-75,587435	Cultura- Cócteles afrodisíacos
Santiago de Tolú	9,521986-75,586333	Cultura-Dulces de palenqueras

Fuente: Elaboración Propia

Los participantes logran el objetivo principal del taller que fue indentificar y ubicar en el mapa local la realidad del territorio, con respecto a la planificación del mismo desde la posición de cada uno de los niveles representados en el nativo afrodescendiente prestador de servicios turisticos informal y formal. Lo anterior, establecerá los niveles de precepción de éstos con respecto a su economía de subsistencia y propondra una mirada desde la visión comunitaria de quienes hacen parte de la comunidad local.



Figura 1. Golfo de Morrosquillo, Sucre

Fuente: elaboración propia herramienta Tableau

Con la herramienta tableau se pudo ubicar en las coordenadas la información detallada de las categorías para el diseño de productos turístico que generen un impacto cuantificable en el negocio del turismo en el municipio desde la planificación. Por otra parte, en los resultados obtenidos en la opiniones de cada uno de los actores en relación con la visión a futuro de la vocación turística del municipio. En ese sentido, el actor público representado en las entidades de fortalecimiento y fomento de la actividad turística hace énfasis en la necesidad de planificar, pues considera que ésta, ayuda a detectar cuáles son los problemas más importantes del

turismo, con la finalidad de minimizarlos. Así mismo, permite conocer mejor cuáles son los beneficios potenciales del turismo, con la finalidad de maximizarlos. En el municipio de Santiago de Tolú los problemas del turismo están relacionados, generalmente con la falta de visión común, deficiente dirección articulación y compromiso entre los actores del sector, falta de capacidades gerenciales para dinamizar las empresas de industria turística, bajas posibilidades de supervivencia del destino en un mercado competitivo, lenta capacidad de respuesta a los cambios globales de industria turística.

Por otra parte, consideran el hecho de que la planificación, siempre ha sido un instrumento de gestión e inversión para el desarrollo turístico, ha cambiado el enfoque a lo largo de los años, pues de una preocupación casi única por la planificación física de las atracciones, servicios turísticos y promoción, se ha pasado progresivamente a adoptar un enfoque más amplio que incorpora aspectos más sensibles que apuntan a las necesidades de las empresas, de los turistas y de la comunidad local.

El actor privado en que se ubican los prestadores del servicio turístico, empresarios de la cadena de valor de la actividad turística, coinciden en que el problema central de no desarrollo de la actividad turística en los municipios objeto de estudio se debe a los aspectos señalados en la siguiente figura:

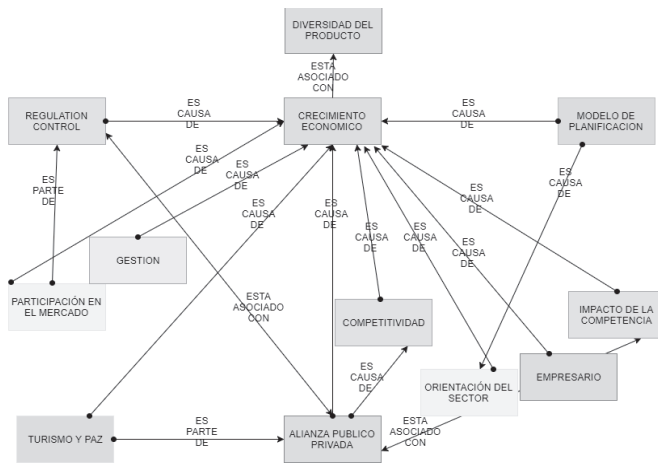


Figura 2. Análisis resultado de las entrevistas

Fuente: elaboración propia a partir de la herramienta de atlas.ti y taller de cartografía social

Según el actor privado en el actual escenario de planificación turística existe variables que interactúa entre ellas entre las cuales se encuentra el nivel de gestión, las capacidades directivas, la planeación territorial y finalmente las ventajas competitivas. En la primera variable el nivel de gestión hace parte de la incidencia que tenga la entidad en los procesos de articulación entre entidades del mismo sector o de diferentes depende en gran medida de las capacidades directivas y la proyección que están tengas en la corto, mediano y largo tiempo.

Conclusiones

En la planeación de destinos turístico con proyecciones sostenible el juego de los roles tiene un papel importante para alcanzar las metas que redunden en beneficios visibles para los territorios. Las actividades que desarrollan las empresas desde el micro entorno están determinadas por toda una serie de factores de carácter interno y externo que reflejan el grado de articulación entre todos los participantes de la cadena de valor turística.

El nivel de institucional el temor al riesgo, la resistencia al cambio y aspectos de tipo cultural son incidentes en la formación de los funcionarios públicos para responder a cualquier proceso de gestión y articulación de gobernanza , lo que pueda significarles a la institucionalizada el desaprovechamiento de oportunidades por el temor a arriesgarse, pues existe una fuerte inclinación a permanecer en la misma posición porque es seguro y se considera que cualquier cambio puede desestabilizar la política trazada.

Las actividades que desarrollan las empresas desde el micro entorno están determinadas por toda una serie de factores de carácter interno y externo que reflejan el grado de articulación entre todos los participantes de la cadena de valor turística.

La articulación de la cadena de valor constituye la base fundamental para el desarrollo de cualquier estrategia orientada a la planeación estratégica, siempre y cuando sus participantes se caractericen por su compromiso, capacidad de cooperación y trabajo conjunto.

La participación del sector público, como ente facilitador y de apoyo al empresariado, la comunidad local como veedor y participante activo en los procesos y las organizaciones sociales es relevantes en el éxito del enfoque de gobernanza desde las realidades territoriales.

Los modelos de planeación analizados durante el desarrollo de la presente investigación, así como el aprendizaje obtenido durante la observación directa en la labor de campo dan cuenta de que uno de los mayores retos al momento de gestionar un destino lo constituye los acuerdos de cooperación basados en la confianza mutua, e interés de compartir conocimientos y la visión conjunta del territorio

Los obstáculos para el desarrollo en armonía con el proceso de planificación y gestión territorial se retrasan continuamente por resistencia al cambio y aspectos de tipo cultural. Éstos aspectos inciden en el avance de propuesta de tipo estratégica para la gestión del destino turístico con enfoque local, lo que pueda significar pérdidas en las oportunidades y permanecer en la misma situación desaprovechando el potencial del destino.

Es importante resaltar que en el municipio de Santiago de Tolú, a pesar de no tener una estrategia de planificación opera y existe en el entorno, la prestación de un servicio turístico por empresarios externos, nativos y grupos asociativos con iniciativas que visualizan cierto interés en buscar estrategias hacia el desarrollo local.

Referencias

- Acselrad , H. (2008). *Cartografías sociais e território*. Rio de janeiro: Instituto de Pesquisa e. Planejamento Urbano e Regional.
- Alcaldía Municipal Santiago de Tolu. (2000). *Plan de Ordenamiento Territorial* . Santiago de Tolu: Secretaria de Planeacion .
- Alcaldía Municipal de Santiago de Tolú. (18 de 10 de 2015). http://www.santiagodetolu-sucre.gov.co/informacion_general.shtml. Recuperado el 10 de 06 de 2016, de http://www.santiagodetolu-sucre.gov.co/informacion_general.shtml
- Alcaldía Municipal Santiagp de Tolú. (2008). *Plan Desarrollo Municipal Santiago de Tolú “Oportunidad Para Todos”*. Sanntiago de Tolú : Alcaldía .

- Carvajal, P. L. (2017). Análisis de la gestión de competitividad en Colombia como destino turístico. *Revista EAN*, 798-91.
- Castro-Gómez, S. (2014). *CARTOGRAFÍA SOCIAL Y PRODUCCIÓN. COLECTIVA*. Bogotá: Universidad Nacional.
- Coen-Anitúa. (2006). *De sostenibilidad y sustentabilidad*. Madrid: Correo del Maestro.
- Corporación Nacional de Turismo de Cartagena. (2015). *Retos y realidades: El sector turístico en Cartagena de Indias*. Cartagena.
- CULTUR - Revista de Cultura y turismo . (05 de 11 de 2015). www.revistas/culturaeturismo/. Obtenido de [www./revistas/culturaeturismo/](http://www.revistas/culturaeturismo/): <http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (2017). *Informe Cuentas satélite de turismo*. Bogotá: DANE.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). *El desafío para alcanzar un turismo de clase*. Santafé de Bogotá: MINCIT.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). *Plan Indicativo de Formación en Turismo*. Bogotá: MINCIT.
- Ministerio de Comercio, Industria Y Turismo. (2014). *Plan Sectorial de Turismo de Cartagena de Indias 2014- 2018*. Cartagena: Corpoturismo.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (31 de 01 de 2018). www.reportur.com. Obtenido de <http://www.reportur.com/colombia/2018/01/31/mincit-colegios-amigos-del-turismo-su>
- Morales, D. (2016). *Tejiendo el territorio lineamiento para la construcción del turismo desde lo local*. Bogotá : Universidad Externado.
- Ochoa Fonseca, F. (2016). *Tejiendo Territorio Lineamiento para la construcción del turismo desde lo local*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Organización Mundial de Turismo . (2010). *Tourism Towards 2030*. Madrid: OMT.
- Organización Mundial de Turismo . (2015). *Panorama del turismo internacional Edición 2015*. Madrid: UNWTO.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) . (2012). *Panorama mundial del turismo*. Madrid: OMT.

- Organización Mundial del Turismo, OMT. (2012). Ver, *Organización Mundial del Turismo*. "Acerca de la OMT". Consultado Diciembre 28 2012. En <http://www2.unwto.org/es/co¿Por qué el turismo?>". Madrid: OMT.
- Osorio Garcia, M. (2006). Planificación Turística enfoques y modelos. *Quivera*, 291 - 315.
- Pino Loza, E. (2013). *La dimensión de la universidad en el siglo XIX*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Plan de Desarrollo Municipal. (2008). *Para Volver a Creer*. Santiago de Tolu: Consultores asociados.

CAPÍTULO 2

HACIA UNA LÍNEA BASE DE INDICADORES DE TURISMO SOSTENIBLE PARA LOS MUNICIPIOS TOLÚ Y COVEÑAS

Edgardo Rafael Villarraga Amaya⁴
Paola Cecilia Mercado Afanador⁵

4 Magíster en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas. Experto en Turismo Sostenible. Ingeniero Civil.

5 Magíster en Alta Gestión Política y Estratégica. Especialista en Gestión de los Destinos Turísticos. Administradora de Empresas Turísticas.

Resumen

Esta investigación presenta una línea base de indicadores de turismo sostenible para los municipios Tolú y Coveñas del Departamento de Sucre, a partir de un sistema propuesto en la investigación principal, cualitativa y de tipo descriptivo. En desarrollo de la metodología aplicada se compiló información suficiente para construir un marco teórico y referencial sobre el desarrollo sostenible, partiendo del planteamiento y evolución del concepto desde 1984, cuando se presentó en las Naciones Unidas⁶, y la posterior gestión para su apropiación global que ha venido haciendo ese organismo multilateral, así como de los impactos que causa la actividad turística en los aspectos ambiental, sociocultural y económico, que son determinantes para el enfoque y contenido de los indicadores. La estructura y operación de varios observatorios y sistemas de información turística –o de turismo sostenible– en destinos similares al territorio objeto de estudio fueron concluyentes en la presente investigación. En el territorio se adelantó una toma de información en entidades consideradas fuentes de datos según los requerimientos de información local por parte de administraciones municipales, prestadoras de servicios turísticos y comunidad asociada al turismo, los cuales se obtuvieron mediante la aplicación de encuestas, talleres de participación y entrevistas semiestructuradas. El resultado final de la investigación plantea una propuesta de ciento veinte indicadores de turismo sostenible, que puede ser alimentada por diferentes fuentes de datos y transformada en parámetros y variables de referencia, pertinentes y de interés, para los actores del turismo del territorio, tanto de orden público como privado.

Palabras clave: turismo sostenible, sistemas de indicadores, Golfo de Morrosquillo, Tolú, Coveñas.

6 En adelante UN.

Abstract

This research presents a baseline of sustainable tourism indicators for the Tolú and Coveñas municipalities of the Department of Sucre, based on a system proposed in the main research, qualitative and descriptive. In the development of the applied methodology, enough information was compiled to build a theoretical and referential framework on sustainable development, starting from the concept and evolution of the concept since 1984, when it was presented at the United Nations, and the subsequent management for its global appropriation that has This multilateral organization has been made, as well as the impacts caused by tourism activity in the environmental, socio-cultural and economic aspects, which are decisive for the focus and content of the indicators. The structure and operation of several observatories and tourist information systems - or sustainable tourism - in destinations similar to the territory under study were conclusive in the present investigation. In the territory, an information gathering was carried out in entities considered data sources according to the requirements of local information by municipal administrations, providers of tourism services and the community associated with tourism, which were obtained through the application of surveys, participation workshops and semi-structured interviews. The final result of the research proposes a proposal of one hundred and twenty indicators of sustainable tourism, which can be fed by different data sources and transformed into parameters and reference variables, relevant and of interest, for the actors of the tourism of the territory, both public order as private.

Keywords: sustainable tourism, indicator systems, gulf of Morrosquillo, Tolú, Coveñas.

Introducción

Los municipios Tolú y Coveñas son dos tradicionales pueblos de pescadores ubicados en la subregión Golfo de Morrosquillo del departamento de Sucre, con una importante herencia patrimonial histórica y cultural. Tolú fue fundado en 1535, convirtiéndose en un próspero puerto de comercio, desembarque de esclavos y avituallamiento para Cartagena de

Indias durante la Colonia. Coveñas fue corregimiento de Tolú hasta el año 2002 en que por disposición legal consiguió la categoría de municipio, aunque ya existía desde 1634 la hacienda esclavista “Santa Bárbara de Cobeña”, según el historiador Donaldo Bossa Herazo (Alcaldía de Coveñas, 2007).

Por su localización frente al mar y la presencia de reconocidas playas, Tolú y Coveñas con el tiempo han venido consolidándose como lugares turísticos con una representativa oferta de alojamiento y hospedaje, que va desde sencillas cabañas hasta lujosos condominios, aunque sin presencia de cadenas hoteleras. También se ofrecen otros servicios turísticos y de apoyo como operación y toures locales, guianza turística, restaurantes, ecoturismo, comercio, bancos, transporte terrestre y marítimo de pasajeros, además de contar con un aeropuerto que recibe vuelos regulares desde la ciudad de Medellín, ubicado en Tolú.

Además de las playas, ambos municipios cuentan con 4510 Ha. de áreas protegidas de ecosistemas de manglar (Tolú, 2914 Ha. y Coveñas, 1596 Ha.), que son reservorio de peces y refugio de aves migratorias y endémicas (Unidad de Parques Nacionales de Colombia, 2017), muy visitados por turistas y atendidos por la comunidad bajo la modalidad de turismo ecoturismo comunitario.

Pero, lo que atrae el mayor número de visitantes a la región es el archipiélago de San Bernardo, un grupo de islas continentales muy visitadas, que además hacen parte del área protegida del Parque Nacional Natural Corales del Rosario y de San Bernardo⁷. La Dirección General Marítima, a través de la Capitanía de Puerto de Coveñas lleva un control sobre el zarpe de las embarcaciones hacia las islas, y por otra parte la Unidad de Parques Nacionales registra parte de los visitantes, información que además es de difícil acceso para cualquier particular.

La oferta de alojamiento de ambos municipios suma 271 establecimientos con Registro Nacional de Turismo (93 en Tolú y 178 en Coveñas), con 3498 habitaciones y 10183 camas que generan 584 empleos formales (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018). Con una población de 47650 habitantes totales según el Departamento

⁷ Ver nota de prensa: <http://www.elmeridiano.co/las-islas-que-salvaron-el-turismo-en-tolu/94131>, recuperado el 16 de Agosto de 2018.

Nacional de Planeación – DNP (2016), citado por Villarraga (2017), una población flotante equivalente al 21.4% del total de la oferta de alojamiento legalizada, aunque en realidad es mayor considerando los elevados niveles de informalidad en el subsector, cercanos al 70% (Villarraga, 2014).

La actividad del turismo genera elevados ingresos municipales por concepto de impuestos, tal que en Tolú fueron del orden de \$1.005.805.489 según la Alcaldía Municipal de Tolú (2016) y de \$2.700.000.000 en Coveñas según la Alcaldía Municipal de Coveñas (2016), ambas citadas por Villarraga (2017).

En ese contexto, con toda esa oferta de atractivos y servicios disponible, en el enclave de naturaleza y biodiversidad en que se encuentran ambos municipios, y con un patrimonio cultural que resulta muy atractivo para la visitación, es indudable que para garantizar la sostenibilidad de la actividad turística, se requiere de una toma de decisiones orientada por elementos adecuados, como los puede ofrecer un sistema de indicadores de turismo sostenible, lo que se constituye en el objetivo general de la investigación principal que dio origen al presente artículo.

Un sistema de indicadores de turismo sostenible permitirá identificar variables de referencia, parámetros, comportamientos colectivos e individuales, percepciones –calidad, seguridad, contaminación– que son el resultado de los impactos –positivos y negativos– que pueden ser causados por la actividad turística cuando ésta crece espontáneamente y con poca regulación, como ha sido el caso de los dos municipios objeto de estudio.

Metodología

Una vez construido el marco teórico y referencial a partir del concepto de desarrollo sostenible, entendido como aquel que *“garantiza las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”* (Naciones Unidas, 1987, pág. 23), se identificaron importantes hitos relacionados con los esfuerzos realizados desde UN para garantizar apropiación global sobre el concepto y en general sobre la sostenibilidad, incluido el ámbito

turístico⁸, a la vez que se profundizaron otros como impactos del turismo, indicadores de sostenibilidad y de turismo sostenible, y sistemas de indicadores de turismo o de turismo sostenible.

Se caracterizaron varios observatorios y sistemas de información turística o de turismo sostenible, unos por su reputación y enfoque de sostenibilidad, y otros porque funcionan en destinos con condiciones similares a Tolú y Coveñas. El propósito fue determinar sus procesos, estructura y funcionamiento, datos y variables con sus fuentes, proyecciones y cálculos, como casos exitosos y posibles modelos, o sus combinaciones, a implementar en el territorio.

En el territorio fue necesario identificar por una parte, los requerimientos de información relevante para los actores del turismo, administraciones y la comunidad, y por la otra, un mapa de actores con las entidades públicas y privadas que tienen a su cargo la toma o registro de información que pueda considerarse como fuente de datos para la construcción de indicadores dentro del alcance de pertinencia y relevancia locales.

La toma de información se adelantó haciendo uso de entrevistas semiestructuradas personalizadas, aplicadas a directores de entidades y a los funcionarios encargados de la toma o procesamiento de la información. En lo relacionado con los actores locales del turismo, se utilizó un taller grupal de participación y la aplicación de una encuesta virtual.

Finalmente, se realizó un *“análisis comparativo entre la información demandada por los agentes del sector y las posibilidades reales de generación de información confiable por parte de las fuentes de datos para obtener una batería de indicadores básica adaptada a los requerimientos del destino”* (Villarraga, 2017, pág. 27).

El procedimiento para la elaboración de la batería estuvo orientado y se llevó a cabo según propone la Organización Mundial del Turismo – OMT en la Guía práctica para la construcción de indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos (2005).

8 Cumbres de Río, Johannesburgo y Río + 20.

Resultados

Según Victoria Hernández, directora del Observatorio de Desarrollo Sostenible de la Universidad de Costa Rica (2016),

(...) los observatorios de turismo surgen de las necesidades del sector, no únicamente las internas, sino también las relacionadas con aspectos (externos) como infraestructura, seguridad, regímenes tributarios o incentivos; información que debe ser articulada y facilitada, (...) midiendo lo que nadie ha medido, lo que no se ha estimado y que se encuentra entre la agenda temática⁹ y las metodologías de captura de la información. No se trata de medir las mismas estadísticas, sino de generar un mayor valor a partir de esas y otras cifras, convirtiéndolas en indicadores mediante un proceso de modelaje (modelación), estadístico y matemático, que refleje cuanto se acerca el turismo a la realidad, para lo cual no basta con tener una página web sino que se requiere monitoreo continuo, lo cual se garantiza cuando se tiene la certeza de la información que genera cada uno de los actores.

A partir de ese planteamiento, durante la investigación se mantuvo el derrotero que los indicadores resultantes fueran más allá del dato estadístico básico, partiendo de la definición como *“parámetros o algunos valores derivados de los parámetros, que proporcionan información sobre el estado actual de una situación, así como patrones o tendencias en el estado, en las actividades humanas que están afectadas por el entorno, o sobre las relaciones entre determinadas variables”* (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008, p. 17). Igualmente, los indicadores deben ser simples, además de poder cuantificar y comunicar un mensaje.

En desarrollo de la investigación se caracterizaron los siguientes observatorios, sistemas de información turística o de turismo sostenible, según la Tabla 1.

⁹ Es la misma “información relevante” ya mencionada.

Tabla 1.
Observatorios o sistemas de información turística o de turismo sostenible caracterizados

No.	DESTINO / TERRITORIO / PAÍS	ENTIDAD DEL SISTEMA	NOMBRE DEL SISTEMA
1	ESTADOS DE LA CUENCA DEL GRAN CARIBE	Asociación de Estados del Caribe.	Sistema de Indicadores de Turismo Sustentable de la Asociación de Estados del Caribe – AEC.
2	COSTA RICA	Instituto de Turismo de Costa Rica – ICT.	Estadísticas del ICT. Estimación por encuestas del ICT.
		Universidad de Costa Rica.	Observatorio de Turismo Sostenible del Caribe en Costa Rica.
3	COLOMBIA	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	Sistema de Indicadores de Competitividad Turística de Colombia.
			Centro de Información Turística de Colombia – CITUR.
			Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible para destinos turísticos NTS-TS-001-1.
			Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible para destinos de playa NTS-TS-001-2.
4	DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA	Gobernación de Antioquia - Alcaldía de Medellín.	Sistema de Indicadores Turísticos de Medellín – Antioquia, SITUR.
5	CIUDAD DE CARTAGENA DE INDIAS	Corporación Turismo Cartagena de Indias.	Sistema de Información Turística de Cartagena de Indias – SITCAR.
6	DEPARTAMENTO DE SANTANDER	Gobernación de Santander.	Sistema de Información de Turismo Sostenible de Santander.

Fuente: Villarraga (2017)

En lo local, el mapa de actores resultante de la identificación de entidades, instituciones u organizaciones que pudieran ser fuentes de datos de acuerdo con sus procesos misionales, se presenta a continuación en la Tabla 2, con las variables de referencia que pueden generarse por cada una de ellas.

Tabla 2.
Variables de referencia por entidades fuentes de datos

No.	ENTIDAD / INSTITUCIÓN	VARIABLES DE REFERENCIA POR CADA ENTIDAD	PILAR DE LA SOSTENIBILIDAD		
			AMBIENTAL	SOCIOCULTURAL	ECONÓMICO
1	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Comités de playas instalados, Comités de playas funcionando, Playas certificadas, Km. de playas certificadas.	X		
		Llegadas de pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares, Prestadores de servicios turísticos activos con RNT, Prestadores de servicios turísticos por categoría, Ocupación hotelera, Total de habitaciones hoteleras, Total de camas hoteleras, Prestadores de servicios turísticos con implementación de la norma técnica sectorial en turismo sostenible, Prestadores de servicios turísticos con certificación en turismo sostenible.			X

No.	ENTIDAD / INSTITUCIÓN	VARIABLES DE REFERENCIA POR CADA ENTIDAD	PILAR DE LA SOSTENIBILIDAD		
2	Gobernación de Sucre	Plan de prevención y atención de desastres para la zona costera.	X		
		Medidas de seguridad para habitantes y turistas.			X
3	Secretaría de Desarrollo Económico y Medio Ambiente de Sucre	Atractivos turísticos valorados en el inventario turístico, Atractivos turísticos con capacidad de carga.	X		
		Acciones de promoción turística acordes con la imagen de marca, Productos turísticos acordes con la imagen y vocación, Plan de seguridad turística, Puntos de información turística.			X
4	Secretaría de Planeación de Sucre	Presupuesto destinado al sector turismo en los territorios, Ejecución presupuestal en proyectos de turismo en los territorios.			X
5	Corporación Autónoma Regional de Sucre – CAR-SUCRE	Calidad del agua de mar: temperatura, pH, oxígeno disuelto, conductividad, salinidad, turbidez, hidrocarburos disueltos, parámetros microbiológicos. Acciones para la protección de la flora y la fauna para controlar el tráfico de especies marinas, Acciones para la conservación y el uso sostenible	X		

Hacia Una Línea Base de Indicadores de Turismo Sostenible para los Municipios Tolú y Coveñas

No.	ENTIDAD / INSTITUCIÓN	VARIABLES DE REFERENCIA POR CADA ENTIDAD	PILAR DE LA SOSTENIBILIDAD		
		de la biodiversidad, Volumen de residuos sólidos generados, Programas de manejo de residuos peligrosos, Acciones de control contra emisiones atmosféricas, Acciones de control contra el ruido, Planes de prevención de impactos sobre la calidad del agua de mar, Fuentes puntuales de contaminación identificadas en áreas adyacentes a las playas, Permisos de vertimiento aprobados, Planes de manejo de vertimientos aprobados, Áreas naturales protegidas, Ecosistemas identificados presentes en el área, Extensión de las áreas protegidas, Planes de manejo que incluyan prevención y mitigación de impactos ambientales.			
6	Capitanía de Puerto de Coveñas - Dirección General Marítima	Permisos concedidos a particulares para uso de playas, Concesiones otorgadas a particulares para uso de playas, Area de permisos y de concesiones otorgadas para uso de playas, Zonificación de playas.	X		
		Empresas de transporte marítimo, Empresas de transporte marítimo certificadas, Pasajeros transportados a las Islas de San Bernardo.			X

No.	ENTIDAD / INSTITUCIÓN	VARIABLES DE REFERENCIA POR CADA ENTIDAD	PILAR DE LA SOSTENIBILIDAD		
7	Unidad Administrativa Especial de Migración Colombia - Ministerio de Relaciones Exteriores	Turistas extranjeros totales y por nacionalidad, Días de permanencia, Entradas de extranjeros por Puntos de Control Migratorio (PCM) con intención de hospedaje en el Departamento, Extranjeros con visado tipo 7 (grupo donde está el turismo), Tripulantes extranjeros totales y por nacionalidad.			X
8	Policía Nacional	Campañas del programa Civi-Playas, Personas sensibilizadas en el programa Civi-Playas.	X		
		Campañas de prevención y control de la ESCNNA en viajes y turismo, Personas sensibilizadas en prevención y control de la ESCNNA en viajes y turismo, Campañas de protección y cuidado del patrimonio cultural, Personas sensibilizadas en protección y cuidado del patrimonio cultural, Campañas Turismo sin Drogas en instituciones educativas, Estudiantes sensibilizados por la campaña Turismo sin Drogas.		X	

Hacia Una Línea Base de Indicadores de Turismo Sostenible para los Municipios Tolú y Coveñas

No.	ENTIDAD / INSTITUCIÓN	VARIABLES DE REFERENCIA POR CADA ENTIDAD	PILAR DE LA SOSTENIBILIDAD		
		Unidades policiales asignadas al destino, Material elaborado para información turística, Planes de seguridad turística, Frenes de seguridad turística, Campañas para reducción de delitos en entornos turísticos, Reducción de delitos en entornos turísticos, Unidades policiales en PITs y en aeropuerto de Tolú, Campañas de información en los PITs, Campañas sobre actualización del RNT, Empresarios sensibilizados sobre el RNT, Visitas de control del RNT a empresas, Visitas de control de piscinas en establecimientos de alojamiento, Delitos reportados por los turistas.			X
9	Aeronáutica Civil Colombiana – AEROCIVIL	Vuelos por procedencia y destino, Aerolíneas y clase de aeronaves, Pasajeros nacionales por vía aérea.			X
10	Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA	Programas de formación técnica en Turismo modalidad presencial ofrecidos en la Escuela de Gastronomía y Turismo del Golfo de Morrosquillo – EGTGM, Programas de formación tecnológica en Turismo modalidad			

No.	ENTIDAD / INSTITUCIÓN	VARIABLES DE REFERENCIA POR CADA ENTIDAD	PILAR DE LA SOSTENIBILIDAD		
		presencial ofrecidos en la EGTM, Estudiantes matriculados y egresados de cada programa, Cursos de actualización en Turismo modalidad presencial ofrecidos en la EGTM, Estudiantes matriculados en cursos de actualización en Turismo modalidad presencial ofrecidos en la EGTM.		X	
11	Instituto Geográfico Agustín Codazzi – IGAC	Áreas de manglar deforestadas, Deforestación anual de áreas de manglar, Áreas de playa erosionadas, Erosión anual de playas.	X		
12	Defensa Civil Colombiana	Personas entrenadas en salvamento y rescate, Grupos de salvamento y rescate, Cursos básicos de salvamento y rescate o actualización ofrecidos.		X	
13	Alcaldía de Tolú - Alcaldía de CoVeñas	Programas de prevención y atención de desastres, Control del ruido, Programas de conservación y mantenimiento del espacio público.	X		
		Organización y carnetización de vendedores ambulantes.		X	

Hacia Una Línea Base de Indicadores de Turismo Sostenible para los Municipios Tolú y Coveñas

No.	ENTIDAD / INSTITUCIÓN	VARIABLES DE REFERENCIA POR CADA ENTIDAD	PILAR DE LA SOSTENIBILIDAD		
		Presupuesto destinado a programas de prevención y atención de desastres, Presupuesto destinado al sector turismo, Ejecución presupuestal en proyectos de turismo, Promoción de la comercialización y uso de artesanías y productos característicos de la región, Promoción de la diversificación de actividades económicas y mantenimiento de las actividades productivas tradicionales, Capacitación a la comunidad para fortalecer el desarrollo turístico local, Promoción del mejoramiento de la calidad de los bienes y servicios elaborados y suministrados por la comunidad local a la actividad turística.			X
14	Cámara de Comercio de Sincelejo	Empresas de turismo registradas, Empresas totales registradas, Empresas cumpliendo el requisito de la NTS, Organizaciones comunitarias del sector turismo.			X
15	Parque Soft Sucre	Huéspedes en los establecimientos de alojamiento, Empresas turísticas en la plataforma, Establecimientos de alojamiento en la			

No.	ENTIDAD / INSTITUCIÓN	VARIABLES DE REFERENCIA POR CADA ENTIDAD	PILAR DE LA SOSTENIBILIDAD		
		plataforma, Ocupación promedio anual, Total de habitaciones, Total de camas, Estimación de ingresos, Transacciones en línea, Cuantía de las transacciones en línea, Tipo de medio digital como se realizó el pago. Sobre la demanda: Procedencia, Edad, Sexo, Medio de transporte utilizado para llegar al destino, Motivación de viaje, Capacidad de gasto, Otras preguntas para el conocimiento de la demanda.			X
16	Aguas del Morrosquillo E.S.P. de Tolú y Empresa de Servicios Públicos de Coveñas, SERCOV E.S.P.	Volumen total del agua consumida, Cobertura de acueducto, Población con acceso a métodos de abastecimiento de agua, Cobertura de alcantarillado, Población con acceso a métodos de saneamiento adecuados, Volumen total de aguas residuales tratadas, Cobertura en recolección y transporte de residuos sólidos, Remoción de aguas servidas (mg/l), Aguas residuales urbanas tratadas, Toneladas de recolección de residuos, Toneladas de recolección			

Hacia Una Línea Base de Indicadores de Turismo Sostenible para los Municipios Tolú y Coveñas

No.	ENTIDAD / INSTITUCIÓN	VARIABLES DE REFERENCIA POR CADA ENTIDAD	PILAR DE LA SOSTENIBILIDAD		
		por usuario, Cobertura en barrido y limpieza de vías públicas, Índice per cápita de producción de residuos sólidos (kg/hab/mes), Índice de Riesgo de la Calidad del Agua - IRCA, Índice de continuidad del servicio de acueducto.	X		
17	Secretaría de Turismo de Tolú y Secretaría de Turismo y Desarrollo Empresarial de Coveñas	Atractivos turísticos naturales valorados en el inventario turístico, Comité de playas, Personas vinculadas al comité de playas.	X		
		Atractivos turísticos culturales valorados en el inventario turístico, Organizaciones y entidades que trabajan y contribuyen con la preservación y conservación del patrimonio cultural, Productos turísticos que contemplen actividades que promuevan la cultura local, Satisfacción de la comunidad con el turismo, Prevención de la ESCNNA.		X	
		Planta turística, Imagen de marca del destino, Acciones de promoción turística acordes con la imagen de marca, Productos turísticos acordes con la imagen			

No.	ENTIDAD / INSTITUCIÓN	VARIABLES DE REFERENCIA POR CADA ENTIDAD	PILAR DE LA SOSTENIBILIDAD		
		y vocación del destino, Promoción de la comercialización y uso de artesanías y productos o servicios característicos de la región, Mantenimiento de las actividades productivas tradicionales, Capacitación de la comunidad para fortalecer el desarrollo turístico local, Promover la compra de bienes y servicios elaborados y suministrados por la comunidad local por parte de empresarios, visitantes y turistas, Mejoramiento de la calidad de los bienes y servicios elaborados y suministrados por la comunidad local a la actividad turística, Señalización turística, Plan de seguridad turística, Señalización de playas, Amoblamiento de playas, Salvavidas y primeros auxilios.			X
18	Casa de la Cultura de Tolú y Casa de la Cultura de Coveñas	Organizaciones culturales, musicales y folclóricas, Productos turísticos que involucran el patrimonio y la cultura local, Programas de conservación del patrimonio cultural, Programas de promoción de la cultura local, Programas de apoyo al desarrollo de		X	

Hacia Una Línea Base de Indicadores de Turismo Sostenible para los Municipios Tolú y Coveñas

No.	ENTIDAD / INSTITUCIÓN	VARIABLES DE REFERENCIA POR CADA ENTIDAD	PILAR DE LA SOSTENIBILIDAD		
		<p>las comunidades y organizaciones que elaboran productos artesanales, Programas de apoyo al desarrollo de actividades folclóricas y artísticas, Preservación de las tradiciones, el vestuario y las costumbres de la comunidad, Personas de la comunidad en programas de formación artística, Organizaciones étnicas (afrodescendientes e indígenas), Organizaciones étnicas participando en turismo, Organizaciones que trabajen o contribuyan con la preservación y conservación del patrimonio cultural, Consejos municipales de cultura, Personas de la comunidad integrantes del programa Vigías del Patrimonio.</p>			
19	Asociación de Empresarios Turísticos del Golfo de Morrosquillo – ASETUR	<p>Ocupación hotelera, Camas totales, Habitaciones totales, Empleados totales, Lugar de procedencia de turistas, Motivación de viaje, Días de permanencia, Edades, Tipo de turismo.</p>			X

No.	ENTIDAD / INSTITUCIÓN	VARIABLES DE REFERENCIA POR CADA ENTIDAD	PILAR DE LA SOSTENIBILIDAD		
20	Asociación de Hoteleros y Comerciantes de Coveñas	Ocupación hotelera, Camas totales, Habitaciones totales, Empleados totales, Lugar de procedencia de turistas, Motivación de viaje, Días de permanencia, Edades, Tipo de turismo.			X

Fuente: Villarraga (2017)

Los intereses locales sobre la información considerada relevante, de importancia o pertinente¹⁰ para los agentes del sector turismo, se pueden agrupar bajo la noción de una “agenda temática”, y se resumen en las Tablas 3, 4 y 5, por cuestiones clave o aspectos básicos¹¹ para cada pilar de la sostenibilidad, planteadas desde la propuesta de indicadores de competitividad¹² del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2008). Los porcentajes corresponden a la calificación de importancia o prioridad que dieron los participantes, ordenados de mayor a menor.

El pilar ambiental del turismo sostenible busca dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica (Villarraga, 2017), ver Tabla 3.

10 Se utilizan sinónimos, en razón a las diferentes denominaciones que aparecen en documentos consultados y términos expresados por algunos entrevistados.

11 Id.

12 Si bien se denomina “de competitividad”, agrupa los indicadores por categorías ambientales, socioculturales y económicos.

Tabla 3.
Priorización por los actores locales de las cuestiones clave para el pilar ambiental

No.	VARIABLE DE SOSTENIBILIDAD	(%)
1	TRATAMIENTO DE RESIDUOS SÓLIDOS: Se refiere a procesos adecuados de recolección, transporte y disposición final de basuras.	94,1%
2	TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES: Se refiere a procesos adecuados de recolección y tratamiento de aguas residuales, prevención y control de vertimientos de aguas residuales a cuerpos de agua.	88,2%
3	ESPACIOS SINGULARES: Se refiere a contar con espacios naturales únicos o áreas protegidas para la práctica del ecoturismo en el destino.	82,4%
4	CAPACIDAD DE CARGA: Se refiere a conocer y ejercer un control sobre el número máximo de visitantes que puede tener un área protegida o una playa para garantizar el disfrute del visitante.	82,4%
5	CALIDAD DE AGUA PARA EL CONSUMO HUMANO: Se refiere a la potabilización del agua para el consumo, la medición y regulación del consumo de agua, preservación de las fuentes de agua potable; y al control de coliformes, turbidez, hidrocarburos, metales pesados, pH, cloruros, fosfatos, pesticidas, etc., presentes en el agua de consumo.	82,4%
6	GESTIÓN Y MANEJO AMBIENTAL: Se refiere a presencia de empresas con implementación de la norma NTS de Sostenibilidad Turística, Empresas certificadas o en proceso de certificación en Sostenibilidad Turística, Zonas de playa certificadas o en proceso de certificación en Turismo Sostenible.	82,4%
7	PROTECCIÓN: Se refiere a existencia de planes de atención y prevención de desastres (mares de leva, inundaciones, vendavales, sismos, derrames de hidrocarburos), se refiere también a protección de recursos naturales no renovables.	76,5%
8	ENDEMISMO: Se refiere a especies de flora y fauna endémicas, es decir, propias de la región, que causen mayor interés de visitantes, especialmente para avistamientos de aves.	64,7%
9	EXTINCIÓN: Se refiere a la preservación y conservación de especies de flora y fauna en peligro de extinción.	64,7%

10	CALIDAD DE LOS CUERPOS DE AGUA MARINO - TERRESTRES: Se refiere al control de coliformes, turbidez, hidrocarburos, metales pesados, pH, cloruros, fosfatos, pesticidas, espumas (de detergentes) etc., presentes en el agua de mar y ciénagas.	64,7%
11	CALIDAD DE ARENA DE LA PLAYA: Se refiere a presencia de recipientes de almacenamiento temporal de residuos sólidos en las playas, recolección de residuos en la playa, prevención de fuentes de contaminantes en la playa, mantenimiento adecuado de la arena de playa (aireación, remoción).	64,7%

Fuente: Villarraga (2017)

El pilar sociocultural del desarrollo turístico sostenible, significa que la actividad debe respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar su patrimonio cultural material e inmaterial como un todo, sus valores tradicionales y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural (Villarraga, 2017), ver Tabla 4.

Tabla 4.
Priorización por los actores locales de las cuestiones clave para el pilar sociocultural

No.	VARIABLE DE SOSTENIBILIDAD	(%)
1	SEGURIDAD: Se refiere a la seguridad de residentes y visitantes, reducción de delitos reportados turistas, reducción de delitos a residentes, planes de seguridad turística, señalización de playas, información sobre las condiciones meteorológicas y de oleaje del mar para el baño, salvavidas y primeros auxilios.	88,2%
2	IDENTIDAD Y CULTURA LOCAL: Se refiere al nivel de participación de las expresiones culturales de la comunidad en los productos turísticos (gastronomía típica, música, folclor, bailes, espectáculos, artesanías).	82,4%
3	CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL: Se refiere a la identificación, puesta en valor y conservación del patrimonio cultural material (arquitectura, patrimonio sumergido, antigüedades náufragas) y las manifestaciones inmateriales (música, folclor, gastronomía típica, artesanías) por parte de las autoridades locales.	76,5%
4	VENDEDORES AMBULANTES: Se refiere a la carnetización y organización de vendedores ambulantes.	76,5%

Hacia Una Línea Base de Indicadores de Turismo Sostenible para los Municipios Tolú y Coveñas

5	INTERCULTURALIDAD: Se refiere al número de encuentros interculturales entre residentes y turistas (eventos culturales, folclóricos, gastronómicos, festivales).	70,6%
6	ACEPTACIÓN DEL TURISMO: Se refiere al grado de satisfacción y actitud de la población residente frente al turismo, niveles de tolerancia con los impactos del turismo en la comunidad.	70,6%
7	EXPLORACIÓN DE MENORES: Se refiere a la prevención de la explotación sexual de menores con fines comerciales por parte del turismo.	70,6%
8	PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD LOCAL: Se refiere a la venta y consumo por parte del turismo de productos y servicios locales elaborados por la comunidad (artesanías, comidas típicas, alquiler de carpas, masajistas, vendedores ambulantes, bicitaxis, etc.).	64,7%

Fuente: Villarraga (2017)

El pilar económico de la sostenibilidad turística pretende asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los interesados unos beneficios socioculturales bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas y que contribuyan a la reducción de la pobreza (Villarraga, 2017), ver Tabla 5.

Una vez priorizadas las cuestiones clave –o la agenda temática, como se quiera llamar– por los actores clave en el territorio, y atendiendo a autores como Sancho & García (2006); Sancho, García & Roza (2007); Rivas & Magadán (2007); Blancas, González, Guerrero & Lozano (2010); la entrevista a Hernández (2016), y consultadas publicaciones metodológicas de importantes organismos como multilaterales como la OMT (2005 y 2006) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente – PNUMA (2006), se definieron los criterios que permitieron el diseño del sistema de indicadores de turismo sostenible para los municipios objeto del estudio.

Tabla 5.*Priorización por actores locales de las cuestiones clave para el pilar económico*

No.	VARIABLE DE SOSTENIBILIDAD	(%)
1	INVERSIÓN: Se refiere a inversión pública, privada, atracción de nuevas inversiones y confianza de inversionistas.	88,2%
2	PRODUCTIVIDAD: Se refiere a la ocupación hotelera y en transporte aéreo, tasa de participación del sector turismo en la economía, niveles de concentración del sector hotelero, gastronómico y agencias de viaje (respecto a otras industrias), tasas de crecimiento del sector turismo.	88,2%
3	RECURSOS PARA TURISMO: Se refiere a asignación de recursos para turismo por parte de las administraciones municipales, ejecución presupuestal (cumplir con la inversión asignada) y esfuerzo parafiscal (aprovechamiento del FONTUR).	82,4%
4	EMPLEO: Se refiere a la población económicamente activa ocupada en el sector, el promedio de personal ocupado por establecimiento, y los empleos netos directos e indirectos.	82,4%
5	SATISFACCIÓN: Se refiere al número de turistas satisfechos.	76,5%
6	SERVICIOS PÚBLICOS: Se refiere al consumo de energía y agua potable por turista y por establecimiento (cantidad).	76,5%
7	GENERACIÓN DE RIQUEZA: Se refiere al aporte del turismo al PIB del destino, el gasto promedio de los turistas.	58,8%
8	CONSUMO EN EL DESTINO: Se refiere al valor anual de los bienes y servicios locales consumidos por el sector turismo.	52,9%
9	SALARIOS: Se refiere al monto de los salarios promedios del sector y las tasas de crecimiento de los salarios del sector.	47,1%
10	RENTABILIDAD: Se refiere a la rentabilidad empresarial.	29,4%

Fuente: Villarraga (2017)

El procedimiento de selección de los 120 indicadores finales que resultaron de la investigación, se hace *“después de agrupar por temas e identificar las cuestiones clave, escogiendo en una primera etapa los indicadores posibles, de acuerdo con prioridades identificadas por los agentes de turismo del destino, las posibilidades reales y potenciales de obtención de datos por parte de las entidades, y atendiendo las problemáticas del contexto del destino”* (Villarraga, 2017, pág. 90).

Con el fin de acortar la lista inicial de 383 indicadores, que resultó bastante extensa como suele ocurrir, se aplicaron criterios establecidos por la OMT (2005, pág. 523) de la siguiente manera:

- a. Pertinencia: ¿Quién lo utilizará y cómo influirá en las decisiones relativas a la cuestión?
- b. Factibilidad: ¿Es práctico y abordable recopilar y analizar datos?
- c. Credibilidad: ¿Se apoya en una información válida y fidedigna, procedente de fuentes fiables?
- d. Claridad: ¿Es claro y fácil de entender para quienes deben utilizarlo?
- e. Utilidad Comparativa: ¿Es útil para realizar comparaciones con otros ámbitos, normas o series temporales?

Seguidamente se procedió a calificar los indicadores de la lista preliminar, con la ayuda de una hoja de cálculo, asignando “valores a cada indicador de acuerdo con los criterios de evaluación. En ese sentido, los valores son A (alto), M (medio) y B (bajo), tal que el indicador que reciba cuatro o cinco calificaciones A, se recomienda examinar más detalladamente y aplicar; siendo más probable que los indicadores con pocas calificaciones A, o si el criterio de pertinencia es calificado como B, tengan pocas posibilidades de ser elegidos” (Organización Mundial del Turismo, 2005, pág. 523). La Tabla 6 agrupa los indicadores obtenidos en categorías, por cada uno de los componentes de la sostenibilidad y atendiendo la gestión de esa sostenibilidad en el destino.

Tabla 6.
*Cantidad de indicadores de turismo sostenible por cada
componente de la sostenibilidad*

No.	COMPONENTE DE LA SOSTENIBILIDAD	No. DE INDICADORES	
A. COMPONENTE ECONÓMICO			43
1	INVERSIÓN	4	
2	PRODUCTIVIDAD	18	
3	RECURSOS PÚBLICOS PARA TURISMO	5	
4	EMPLEO	1	
5	SATISFACCIÓN	15	

No.	COMPONENTE DE LA SOSTENIBILIDAD	No. DE INDICADORES	
B. COMPONENTE AMBIENTAL			34
6	CONSUMO Y CONSERVACIÓN DEL AGUA	3	
7	TRATAMIENTO DE RESIDUOS SÓLIDOS	1	
8	TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES	1	
9	ESPACIOS SINGULARES	7	
10	CAPACIDAD DE CARGA	3	
11	CALIDAD DE AGUA PARA EL CONSUMO HUMANO	2	
12	GESTIÓN Y MANEJO AMBIENTAL	5	
13	CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES	12	
C. COMPONENTE SOCIOCULTURAL			33
14	IMAGEN DEL DESTINO	3	
15	SEGURIDAD	13	
16	IDENTIDAD Y CULTURA LOCAL	10	
17	CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL	1	
18	INTERCULTURALIDAD	1	
19	ACEPTACIÓN DEL TURISMO	2	
20	EXPLOTACIÓN SEXUAL DE MENORES POR PARTE DE LA INDUSTRIA DE LOS VIAJES Y EL TURISMO	3	
D. GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN EL DESTINO			10
21	GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD	3	
22	GESTIÓN DE ZONAS COSTERAS Y PLAYAS	7	
TOTALES		120	120

Fuente: elaboración propia

Con una línea de base se pretende “*describir la situación inicial de la población objetivo de un proyecto, así como del contexto pertinente, a los efectos de que esta información pueda compararse con mediciones posteriores y de esta manera evaluar objetivamente la magnitud de los cambios logrados en virtud de la implementación de un proyecto*” (Medianero, sin año).

Para la elaboración de este artículo se seleccionó una batería de indicadores de turismo sostenible del sistema propuesto de tal forma que se pudiera elaborar una línea de base al año 2018, que sea un punto de partida sobre el estado del arte de los aspectos o cuestiones clave para la

sostenibilidad de la actividad turística en los municipios Tolú y Coveñas, expresados a través de indicadores.

La escogencia se realizó a partir de la información suministrada en las entrevistas, de tal manera que se trate de datos disponibles, bien sea como resultado de medición o de series estadísticas, o que aun sin estar disponibles su obtención sea el resultado de un cálculo matemático sencillo, susceptible de hacer por cualquier funcionario, y que en todo caso no demanden contratación adicional o vinculación de personal externo por parte de las administraciones municipales, resultando en una batería de 54 indicadores de turismo sostenible, equivalentes a un 54% de los 120 propuestos junto con las entidades que se constituyen en fuentes de datos para su construcción, que aparecen en la Tabla 7.

Tabla 7.
*Batería de indicadores de turismo sostenible
correspondientes a la línea base*

No.	CRITERIOS Y CUESTIONES CLAVE	INDICADORES DE TURISMO SOSTENIBLE	ENTIDADES FUENTES DE DATOS
A. COMPONENTE ECONÓMICO DE LA SOSTENIBILIDAD			
1	INVERSIÓN		
1	INVERSIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.	Número y tipo de permisos y licencias comerciales de negocios turísticos concedidos.	Cámara de Comercio, Alcaldía Municipal, RNT.
2	PRODUCTIVIDAD		
2	INGRESOS TURÍSTICOS.	Porcentaje de ingresos generados por el turismo con respecto a los ingresos totales generados en la comunidad.	RNT, Alcaldía Municipal.
3		PIB local y porcentaje atribuible al turismo.	RNT, Alcaldía Municipal, Gobernación de Sucre.
4		Ingresos por permisos, licencias o concesiones y recaudación fiscal correspondiente al sector turístico.	Alcaldía Municipal, Gobernación de Sucre.

No.	CRITERIOS Y CUESTIONES CLAVE	INDICADORES DE TURISMO SOSTENIBLE	ENTIDADES FUENTES DE DATOS
5	APOYO A MICROEMPRESAS, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) O EMPRESAS BASADAS EN LA COMUNIDAD.	Número de PYMES relacionadas con el turismo basadas en la comunidad (desglosadas por tipo, como hostelería y restauración, guías, transporte, operadores turísticos, etc.).	RNT, Alcaldía Municipal.
6	ACCESO AL DESTINO.	Número de ciudades con vuelos directos de entrada / salida del destino (regulares, chárter).	Aerocivil.
7		Número de vuelos al día y número de pasajeros.	Aerocivil.
8		Número o porcentaje de turistas que llegan en vuelos chárter.	Aerocivil.
9		Número de líneas aéreas que operan en el lugar de destino (número de vuelos al día y al mes).	Aerocivil.
10	MEDIDA DEL GRADO DE ESTACIONALIDAD DEL DESTINO.	Consultas mensuales en centros o puntos de información turística (proporción entre los meses de máxima y mínima afluencia).	Alcaldía Municipal, Gobernación de Sucre.
3	RECURSOS PÚBLICOS PARA TURISMO		
11	GASTO COMUNITARIO.	Cuantía y porcentaje del gasto en infraestructura para el turismo.	Alcaldía Municipal, Gobernación de Sucre.
12	EXISTENCIA DE UN PLAN O UNA ESTRATEGIA DE TURISMO.	Existencia de un plan actualizado.	Alcaldía Municipal, Gobernación de Sucre.
13	COSTOS DEL PLAN O LA ESTRATEGIA DE TURISMO.	Presupuesto del plan.	Alcaldía Municipal, Gobernación de Sucre.
14		Presupuesto asignado o invertido en la aplicación del plan.	Alcaldía Municipal, Gobernación de Sucre.

Hacia Una Línea Base de Indicadores de Turismo Sostenible para los Municipios Tolú y Coveñas

No.	CRITERIOS Y CUESTIONES CLAVE	INDICADORES DE TURISMO SOSTENIBLE	ENTIDADES FUENTES DE DATOS
4	SATISFACCIÓN		
15	SATISFACCIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO.	Opinión de los operadores turísticos locales (porcentaje de operadores con opinión favorable).	Encuestas, Parque Soft.
B. COMPONENTE AMBIENTAL DE LA SOSTENIBILIDAD			
5	ESPACIOS SINGULARES		
16	REPRESENTATIVIDAD DE ECOSISTEMAS.	Número de especies típicas de la zona presentes en el lugar (y número de individuos).	Carsucre.
17	FRAGILIDAD Y GRADO DE VULNERABILIDAD DE LAS ÁREAS PROTEGIDAS FRENTE A LOS IMPACTOS VINCULADOS AL TURISMO Y LA ACTIVIDAD RECREATIVA.	Número de especies y de especies endémicas	Carsucre.
6	CAPACIDAD DE CARGA		
18	CAPACIDAD DE CARGA DE LAS ÁREAS PROTEGIDAS.	Número aceptable de visitantes, conforme a los cálculos de capacidad.	Carsucre.
7	CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES		
19	GRADO DE PROTECCIÓN DE LOS ESPACIOS NATURALES.	Existencia de áreas protegidas en el destino.	Carsucre.
20	GESTIÓN DE ÁREAS PROTEGIDAS.	Número de trabajadores del área protegida (guardas, gestores, personal de mantenimiento, etc.).	Carsucre.
21	NIVEL DE DAÑOS RELACIONADOS CON FENÓMENOS CLIMATOLÓGICOS EXTREMOS.	Frecuencia de los fenómenos climatológicos.	DIMAR.

No.	CRITERIOS Y CUESTIONES CLAVE	INDICADORES DE TURISMO SOSTENIBLE	ENTIDADES FUENTES DE DATOS
22	PLANIFICACIÓN DE LOS EFECTOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO.	Grado en que las principales zonas turísticas están cubiertas por planes de emergencia (existencia de plan, porcentaje de área incluida).	DIMAR, Carsucre.
23	AMENAZAS PARA EL TURISMO PROCEDENTES DEL CAMBIO CLIMÁTICO	Vulnerabilidad desde el punto de vista ambiental (mares de leva, tormentas, inundaciones, vendavales).	DIMAR, Carsucre, Alcaldía Municipal.
24	CALIDAD DEL AGUA DE MAR.	Nivel de contaminación del agua de mar (coliformes fecales, campilobacter).	Carsucre.
25		Nivel de contaminación del agua de mar (metales pesados).	Carsucre.
26		Número de días en que la playa / costa ha permanecido cerrada por sucesos contaminantes.	Comunidad (comité de playas).
27		Turbidez del agua (análisis sencillos).	Carsucre.
C. COMPONENTE SOCIOCULTURAL DE LA SOSTENIBILIDAD			
8	IMAGEN DEL DESTINO		
28	GESTIÓN DE LA IMAGEN DEL DESTINO.	Porcentaje de operadores (receptores y emisores) que consideran que el destino es seguro, atractivo, interesante, con una buena relación calidad – precio, etc.	Encuestas.
9	SEGURIDAD		
29	SALUD Y SEGURIDAD DEL VISITANTE.	Número de casos de enfermedad y fallecimiento de turistas y su causa.	Medicina Legal, Alcaldía Municipal, Gobernación de Sucre.
30		Notificaciones de intoxicación alimentaria.	Alcaldía Municipal, Gobernación de Sucre.

Hacia Una Línea Base de Indicadores de Turismo Sostenible para los Municipios Tolú y Coveñas

No.	CRITERIOS Y CUESTIONES CLAVE	INDICADORES DE TURISMO SOSTENIBLE	ENTIDADES FUENTES DE DATOS
31	PREVENCIÓN DE LA SALUD Y SEGURIDAD DEL VISITANTE.	Porcentaje de manipuladores de alimentos que reciben formación en higiene alimentaria (incluidos hoteles, restaurantes, establecimientos de comida para llevar y vendedores callejeros).	Alcaldía Municipal, Gobernación de Sucre.
32	ACCIDENTES DE VISITANTES.	Número de accidentes notificados relacionados con turistas y su causa.	DIMAR, Alcaldía Municipal, Gobernación de Sucre.
33	INCIDENTES CON LOS TURISTAS.	Número de turistas heridos.	DIMAR, Alcaldía Municipal, Gobernación de Sucre.
34	GESTIÓN O RESPUESTA ANTE LOS RIESGOS.	Nivel de gasto en seguridad en el municipio.	Alcaldía Municipal, Policía Nacional, Infantería de Marina.
35		Existencia de servicios de emergencia.	Alcaldía Municipal, Gobernación de Sucre.
36		Existencia de un plan de emergencia para turistas y visitantes de la región en caso de incidentes.	DIMAR, Alcaldía Municipal, Gobernación de Sucre.
37	DELINCUENCIA.	Número total de delitos denunciados por tipo en los que hay visitantes implicados (número por mil visitantes / turistas).	Policía Nacional.
38		Número de visitantes acusados de delitos por tipo.	Policía Nacional.
39	SEGURIDAD EN EL TRANSPORTE AÉREO.	Nivel de servicios de urgencia en el aeropuerto.	Aerocivil.

No.	CRITERIOS Y CUESTIONES CLAVE	INDICADORES DE TURISMO SOSTENIBLE	ENTIDADES FUENTES DE DATOS
10	IDENTIDAD Y CULTURA LOCAL		
40	IDENTIDAD LOCAL.	Existencia de programas y acciones que promuevan la conservación de la cultura e identidad local y que estén incorporados en los productos turísticos que se promocionan.	Alcaldía Municipal.
41		Existencia de programas que promuevan la recuperación del patrimonio arquitectónico y el uso de materiales tradicionales y autóctonos en la planta turística.	Alcaldía Municipal.
42		Existencia de programas que promuevan la protección y recuperación del patrimonio inmaterial por parte de la comunidad.	Alcaldía Municipal.
43	ARTESANÍAS.	Existencia de actividades artesanales en el destino y su grado de vinculación con la actividad turística.	Alcaldía Municipal.
44	FIESTAS Y TRADICIONES LOCALES.	Número de eventos anuales de difusión de la cultura local.	Alcaldía Municipal.
45		Número de fiestas y tradiciones locales.	Alcaldía Municipal.
46		Número de asociaciones socio-culturales / Total de asociaciones del destino.	Alcaldía Municipal, Cámara de Comercio.
11	CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL		
47	CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO INMATERIAL.	Porcentaje de manifestaciones del patrimonio inmaterial que reúnen las condiciones para recibir la designación y son efectivamente designados.	Alcaldía Municipal.

Hacia Una Línea Base de Indicadores de Turismo Sostenible para los Municipios Tolú y Coveñas

No.	CRITERIOS Y CUESTIONES CLAVE	INDICADORES DE TURISMO SOSTENIBLE	ENTIDADES FUENTES DE DATOS
12	EXPLOTACIÓN SEXUAL DE MENORES POR PARTE DE LA INDUSTRIA DE LOS VIAJES Y EL TURISMO		
48	PREVENCIÓN DE LA OCURRENCIA DE DELITOS SEXUALES CONTRA MENORES.	Número de comisarías en las proximidades del hotel / establecimiento, con agentes entrenados para proteger al menor.	Alcaldía Municipal, Policía Nacional.
49	CONOCIMIENTO DE LOS DERECHOS DEL NIÑO Y LAS FORMAS DE PROTEGERLO.	Número de veces que las empresas notifican a ONG, la policía u otras autoridades sospechas de abuso en su establecimiento.	Alcaldía Municipal, Policía Nacional.
D. GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN EL DESTINO			
13	GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD		
50	CERTIFICACIÓN EN NORMAS TÉCNICAS SECTORIALES DE TURISMO SOSTENIBLE.	Número de prestadores de servicios turísticos del destino certificados en normas técnicas de turismo sostenible.	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
51		Porcentaje de prestadores de servicios turísticos del destino certificados en normas técnicas de turismo sostenible.	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
52		Número de prestadores de servicios turísticos del destino que han implementado las normas técnicas sectoriales de Turismo Sostenible / Número de empresas del sector turístico en el destino.	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, RNT, Alcaldía Municipal, Cámara de Comercio.
14	GESTIÓN DE ZONAS COSTERAS Y PLAYAS		
53	CONTAMINACIÓN DE LAS AGUAS MARINAS O ESTUARIANAS.	Número de casos de contaminación por año (por ejemplo, derrames de crudo, contaminación por aguas residuales).	Comunidad (comité de playas).
54	VENDEDORES AMBULANTES	Número de vendedores ambulantes carnetizados.	Alcaldía Municipal.

Fuente: elaboración propia

Conclusiones

Es posible construir una línea de base para el turismo sostenible en Tolú y Coveñas mediante la puesta en marcha en un corto plazo, estimado en un año, de una batería de al menos 54 indicadores, tomando como fuentes de datos las entidades mencionadas, que además están en capacidad de suministrar información confiable y precisa para las variables requeridas por la batería.

Una línea de base como la propuesta será el primer paso para mejorar aspectos sustanciales de competitividad turística en ambos municipios a partir del conocimiento que se tendrá del comportamiento real de los turistas y sus impactos, que a su vez orientará la gestión del territorio y de la actividad turística desde las administraciones municipales, los prestadores de servicios, organizaciones y la comunidad residente para que sea lo más acertada posible y la experiencia del visitante sea de mejor calidad, dentro del marco de la sostenibilidad.

Sin una batería de indicadores, o al menos un sistema de estadísticas básicas, como en la actualidad ocurre, la vulnerabilidad de los municipios es alta en relación con la gestión ante la ocurrencia de eventos que incidan negativamente sobre aspectos sociales, culturales, ambientales o económicos y afecten la experiencia turística, en la medida que será imposible prever o comparar con hechos anteriores, de condiciones similares o iguales, disminuyendo la capacidad de una respuesta acertada u oportuna, situación que afectará la imagen del destino.

Por el tamaño de los municipios objeto de la investigación, de condiciones similares a la mayoría de los municipios costeros del Caribe Colombiano considerados turísticos, el resultado de la investigación puede considerarse como un insumo fácilmente replicable en esos municipios.

Si bien se mostró en la investigación principal la ausencia casi total de una cultura de medición en el sector turismo en los municipios Tolú y Coveñas, es posible lograr sustanciales avances en este sentido si se lleva a cabo la implementación de la línea de base de indicadores de turismo sostenible, para la que además se requiere de un mínimo esfuerzo institucional.

Un resultado final, esperado por cualquier propuesta de indicadores como ésta, es la existencia de un observatorio de turismo sostenible en el que participen las entidades involucradas, con la orientación apropiada desde la academia, el cual es viable a partir de esta línea base.

Referencias.

- Alcaldía de Coveñas. (2007). *Inventario Turístico Municipal*. Coveñas.
- Alcaldía de Coveñas. (2016). *Plan de Desarrollo Municipal 2016 - 2019*. Coveñas.
- Alcaldía de Tolú. (2016). *Plan de Desarrollo Territorial 2016 - 2019*. Tolú.
- Blancas Peral, F., González Lozano, M., Guerrero Casas, F., & Lozano Oyola, M. (2010). Indicadores sintéticos de turismo sostenible: una aplicación para los destinos turísticos de Andalucía. *Revista Electrónica de Comunicaciones y Trabajos de ASEPUMA*, volumen 11, 85 - 188.
- Hernández, V. (8 de Marzo de 2016). Coordinadora del Observatorio del Desarrollo Sostenible de Costa Rica. (E. Villarraga, Entrevistador)
- Medianero, D. (s.f.). Metodología de Estudios de Línea de Base. *Pensamiento Crítico* No. 15, 61-82. Recuperado el 16 de Agosto de 2018, de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/econo/article/viewFile/8994/7822>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2008). *Sistema de Indicadores de Competitividad para el Turismo Colombiano*. Bogotá.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Marzo de 2018). Base de datos del Registro Nacional de Turismo.
- Naciones Unidas. (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*.
- Organización Mundial del Turismo. (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos - Guía práctica*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), Organización Mundial del Turismo (OMT). (2006). *Por un Turismo más Sostenible. Guía para responsables políticos*.

- Rivas García, J., & Magadán Díaz, M. (2007). Los indicadores de sostenibilidad en el turismo. *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente - RESTMA* No. 6, 27 - 61.
- Sancho, A., & García, G. (2006). ¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo en los destinos turísticos. *Revista de Análisis Turístico* No. 2, 69-85.
- Sancho, A., García, G., & Rozo, E. (2007). Comparativa de indicadores de sostenibilidad para destinos desarrollados, en desarrollo y con poblaciones vulnerables. *Annals of Tourism research en Español* Vol 9 No. 01, 150-177.
- Unidad de Parques Nacionales de Colombia. (2017). *Registro Único Nacional de Áreas Protegidas*. Recuperado el 15 de Agosto de 2018, de runap.parquesnacionales.gov.co/: <http://runap.parquesnacionales.gov.co/departamento/936>
- Villarraga, E. (2014). *La hotelería ilegal en el Golfo de Morrosquillo*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2016, de www.slideshare.net: <http://es.slideshare.net/EdgarVillarraga/la-hotelera>
- Villarraga, E. (2017). Tesis de Maestría. *Sistema de Indicadores de Turismo Sostenible para los municipios Tolú y Coveñas*. Cartagena.

CAPÍTULO 3

DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA HOTELES DE LOS MUNICIPIOS DE TOLÚ Y COVEÑAS¹³

Carlos Julio Acosta Ortega¹⁴
Andrea Valencia Narváez¹⁵

13 Este capítulo es producto de los resultados de la investigación “Diseño de un plan de marketing digital en hoteles de los municipios de Tolú y Coveñas” presentado como opción de grado en la maestría: Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas, cursada en la Universidad Tecnológica de Bolívar.- Programa Proyecto de Formación en capacidades de Ciencia, Tecnología e Innovación del convenio de la Gobernación del departamento de Sucre con la Corporación Universitaria del Caribe – Cecar, Sincelejo.

14 Mg. Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas. Universidad Tecnológica de Bolívar. carlos.acostaor@gmail.com

15 Mg. Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas. Universidad Tecnológica de Bolívar . andreamvalencian@gmail.com

Resumen

La implementación de nuevas tecnologías está haciendo que las gerencias de las empresas empiecen a ver la promoción desde otra perspectiva como quizá no se veía en unos años atrás. La aplicación de nuevas estrategias de marketing digital en la venta de los servicios ofrecidos por los hoteles en el mundo se ha hecho evidente, tendencia que llegó a Colombia y que muchas de estas empresas han utilizado para incrementar sus ventas, posicionar su marca y generar una retroalimentación efectiva con el cliente. No obstante, en la subregión del Golfo de Morrosquillo, perteneciente al departamento de Sucre, existe una debilidad en cuanto a la planeación, ejecución y control de este tipo de estrategias y herramientas de marketing digital. Se concluye que, se hace necesario la implementación de un plan de marketing digital que permita mejorar estas prácticas y así obtener los resultados deseados en relación con las ventas y rentabilidad.

Palabras clave: hoteles, turismo, marketing digital, social media, planeación estratégica, Tolú, Coveñas.

Abstract

The implementation of new technologies is making the management of companies start to see the promotion from another perspective as perhaps it was not seen in a few years ago. The application of new digital marketing strategies in the sale of the services offered by hotels in the world has become evident, a trend that reached Colombia and that many of these companies have used to increase their sales, position their brand and generate a effective feedback with the client. However, in the sub-region of the Gulf of Morrosquillo, belonging to the department of Sucre, there is a weakness in the planning, execution and control of this type of digital marketing strategies and tools. It is concluded that it is necessary to

implement a digital marketing plan that allows to improve these practices and obtain the desired results in relation to sales and profitability.

Keywords: hotels, tourism, digital marketing, social media, strategic planning, Tolú, Coveñas.

Introducción

Según el Departamento Nacional de Planeación (2010), el Golfo de Morrosquillo carece de un modelo de desarrollo local y regional sostenible ajustado con el potencial turístico de la zona, puesto que sus indicadores sociales y económicos del Golfo comparados con las demás subregiones del país son muy bajos. Otros factores, según el mismo documento son la falta de planificación, promoción del sector turístico y definición de los actores responsables de la misma. Así mismo, se expresa en este texto, que muy a pesar de los esfuerzos hechos por el SENA en el Golfo del Morrosquillo, así como las aulas móviles (Diario el Heraldó, 2010), o sus propuestas de organización y capacitación en turismo (Min de industria y comercio, 2009), han generado un enfoque en el turismo en la región, pero no ha sido suficiente. Esto conlleva a realizar una promoción del sector hotelero manera no adecuada por parte de la administración de las empresas, trayendo como efecto una mala utilización de herramientas de marketing digital en la prestación de servicios turísticos. Debido a la falta de investigaciones sobre este tema en la región del Golfo, el equipo de esta investigación en el año 2015 realizó un sondeo y se encontró que la gran mayoría de los hoteles cuentan con una página web, pero que en muchos casos no presentan información actualizada, se conoció que ninguno utiliza aplicaciones para celulares móviles.

De acuerdo con lo anterior, se puede concluir que las páginas web de los hoteles son un medio eficaz para que los clientes realicen sus reservas, conozcan todos los servicios que se ofrecen y puedan permitir un contacto efectivo y retroalimentación entre la empresa y cliente. Sin embargo, en vez de convertirse en una fortaleza esta herramienta para hoteleros del Golfo de Morrosquillo se ha convertido en una limitación que hay que mejorar, tal como lo ratifica una prueba realizada por los autores al solicitar una cotización a un hotel del municipio de Coveñas, a través de un correo

electrónico sustraído de la página web oficial, y no obstante, nunca respondieron al correo, haciendo que una simple búsqueda de información se convirtiera en una mala experiencia de entrada que afectó directamente la imagen de la empresa.

Metodología

Esta investigación tiene un enfoque mixto, de tipo descriptivo, evaluativo, y de acción participación (a/p), con un diseño de investigación correlacional, comparativo.

Población y muestra: Según la base de datos suministrada por la Cámara de Comercio de Sincelejo, la cual fue filtrada teniendo en cuenta solo los hoteles formalizados de los municipios de Coveñas y Tolú, se obtuvo una población de 65 hoteles que con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, arrojó una representatividad de la muestra de 56 hoteles. Sin embargo, por algunas limitaciones para contactar a las directrices de estas empresas, los autores tomaron la decisión de estudiar 42 hoteles como muestra específica.

Tipo de Muestreo: en el presente estudio el tipo de muestreo fue aleatorio simple sin repetición, de donde los individuos tienen una probabilidad igual de ser seleccionados, de donde la muestra se obtuvo a partir de elementos aleatorios de la población seleccionados al azar.

Para la recolección de la información se requirió la utilización de datos bibliográficos, en los que se incluyó *Google Analytics, Scielo, Dialnet, Science Direct, ProQuest y Redalyc*, que permitieron el acopio de la información y la fundamentación literaria. Por medio de la descripción y caracterización de los municipios de Coveñas y Tolú, se busca dar a conocer información relevante con relación al contexto en que se encuentran elementos como los históricos, turísticos, geográficos, entre otros, para lograr comparar la información con un instrumento de investigación igual para cada uno de los municipios. De esta manera, se realizaron las entrevistas a los directivos de los 42 hoteles seleccionados en la muestra de la investigación, con el fin de conocer cuáles son las estrategias de marketing digital y *social media* que aplican en sus empresas. En el paso siguiente se integran los datos cuantitativos y cualitativos de las entrevistas para la interpretación y análisis

de la información por medio de herramientas estadísticas y diagramáticas, con relación a los resultados se debe realizar un enfoque por medio de una matriz de factores internos y externos, cada factor será ponderado con un nivel de relevancia representado entre los niveles de 1 a 5, de donde a partir del porcentaje o valoración de cada factor se multiplica, de esta manera lograr identificar de manera real qué enfoque se debería tener dentro de las recomendaciones que se verán representadas dentro de una matriz DOFA, para lograr analizar de una manera relacional las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas, con esta información se procedió a elaborar un plan de marketing digital y *social media*.

El Turismo en el departamento de Sucre, Tolú, y Coveñas

El turismo en Sucre

Sucre es un departamento nacido a partir de su independencia del departamento de Bolívar y a nivel histórico ha sido un engranaje fundamental en el sector turístico en Colombia, por lo que su atractivo se encuentra en sus playas y zonas costeras, aspecto que lo convierte en un atractivo en Colombia. Aunque Sucre y Bolívar están separados, se encuentran en sus cercanías Islas que componen los dos departamentos epicentro del turismo en ellos, elemento que hace que el turista tenga opciones para seleccionar. En Sucre hay una serie de Islas y playas que en la actualidad están siendo bastante atractivas por lo que ha tenido una evolución tanto en el desarrollo de diferentes actividades económicas como en las mejoras en los servicios ofrecidos, y sobre todo en el constante cambio que está teniendo en las temporadas feriados y paseos en familia.

El departamento de Sucre en la actualidad es tendencia frente a las diferentes opciones turísticas que hay en el país, su ubicación cercana a Cartagena y su territorio dentro del Golfo del Morrosquillo lo hace un atractivo turístico significativo como una opción cuya experiencia es diferente a los demás, ante todo porque sus playas y paisajes sólo se encuentran en esta región.

El sector turístico en Sucre, así como se plantea en el proyecto IFR 005-19, el cual busca fomentar la competitividad y articulación del sector público, privado y académico en el departamento de Sucre, presenta una de las mayores oportunidades de desarrollo para el departamento, aunque todavía con muchos retos de base como por ejemplo una infraestructura de llegada adecuada o unos servicios públicos domiciliarios desarrollados (Comisión regional de Sucre, 2014). El sector turístico puede ser potencializado utilizando las mejores estrategias de posicionamiento de mercado y teniendo en cuenta la planeación estratégica para un desarrollo sostenible contemplando los canales de comercialización y siendo consecuentes con los efectos positivos que puede generar en los demás sectores de servicios y autóctonos de la región, así como la construcción, la agroindustria, las artesanías, la gastronomía, etc.

Es importante resaltar que, hay que estar a la vanguardia desde el contexto del mercadeo para lograr ser competitivo en el sector en el que se encuentre. Y en este caso, el sector turístico requiere de un valor agregado que apalanque la visibilidad en la zona del Golfo del Morrosquillo, para eso es necesario el uso del mercadeo y diferentes herramientas que se utilizan en la actualidad.

El Turismo en el municipio de Coveñas

El sector turístico constituye una importante fuente de ingresos para los pobladores del municipio ya que cada vez más en las temporadas altas llegan turistas a la zona y se hace necesario contratar personal para abastecer esa demanda; no obstante, a esto es indispensable fortalecer la infraestructura y servicios turísticos complementarios para poder expandir y divulgar la oferta de atractivos, recursos y servicios.

El turismo en el municipio tiene temporadas altas y bajas; la primera corresponde a Semana Santa, mes de junio y meses diciembre y enero, la segunda corresponde a los demás meses del año. De conformidad con las estadísticas, en promedio anual al sector turístico del municipio llegan alrededor de 30.000 turistas, caso contrario es el panorama en la temporada baja, puesto que disminuye cerca del 5%. (Alcaldía de Coveñas, Plan de Gestión Ambiental municipal, 2014). Teniendo en cuenta este panorama, es de agregar que el turismo representa un fuerte sector de desarrollo para la zona y con gran potencial para la subregión del Golfo. Sin embargo, se

debe aprovechar la cantidad de visitantes que eligen la zona como destino y buscar acciones que permitan mantener un nivel considerable de desarrollo en las temporadas con menor afluencia de los visitantes de las diferentes regiones del país.

La misión del plan de desarrollo municipal de Coveñas está enfocado al desarrollo de la imagen del municipio turístico, e impulsar, fomentar y gestionar los recursos que amplíen las bases de la inversión social y contribuya a construir una sociedad de mejor calidad, participativa y comprometida en casa una de las actividades que demarquen el horizonte a largo plazo de Coveñas (Acuerdo N° 005 del 10 de marzo de 2006). Sin embargo, el Plan de desarrollo Municipal 2016-2019 hace hincapié en su misión con un enfoque en el impulso al sector turístico, el cuidado del medio ambiente, al desarrollo socioeconómico con enfoque diferencial apoyando a los grupos vulnerables del territorio contribuyendo al posconflicto para así tener una Coveñas desarrollada y en paz.

Por otro lado, en su visión, en el Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019, se indica que se debe proponen fomentar en sus habitantes la vocación Turística y Desarrollo Empresarial con miras de empoderar a Coveñas como el mejor atractivo turístico de la costa Caribe.

La Hotelería

En el Plan de desarrollo del municipio se busca vincular al gremio de hoteleros de Coveñas en el proceso de modernización de la infraestructura de servicios hoteleros, mediante el establecimiento de convenios nacionales e internacionales. (Acuerdo N° 005 del 10 de marzo de 2006). En el año 2016, 10 años después, logra tener un enfoque dentro de su infraestructura hotelera, por lo que trae elementos ecológicos, de donde se puede denotar que la industria hotelera ha aumentado notablemente, ofreciendo opciones de servicios turísticos más ajustados a las exigencias actuales de la modernidad. (Alcaldía de Coveñas, 2016).

El sector turístico en el municipio de Coveñas permite que se desarrolle el servicio hotelero, teniendo una oferta de diferentes categorías que puede variar dependiendo de la persona o sus necesidades, también se tiene en cuenta que es un sector en el que gran parte de sus habitantes

trabajan en él de diversas formas desde lo gastronómico hasta el servicio al cliente.

El Turismo en el municipio de Tolú

En lo que respecta a la actividad turística, el área de desarrollo turístico se encuentra ubicada en el corredor de playas urbana en la avenida primera el malecón y también en la zona rural de playa hermosa y sector el francés. En lo que concierne al área natural se puede destacar el sector Alegría, Guacamaya y Guerrero que conforman el manglar de la Ciénaga de la Leche y las playas en el área urbana del territorio. En su mayoría los hoteles tienen servicio de alimentación con restaurantes dentro del hotel y otros con restaurantes en convenio en las cercanías del mismo, por otro lado, también existen paquetes turísticos para las islas Titipán, Múcura, el Islote y una variedad de islas en el Golfo del Morrosquillo en las cercanías de las Islas del Rosario en Bolívar.

La Hotelería

El municipio de Tolú cuenta con una infraestructura hotelera, de donde hay un paisaje único con una ubicación geográfica que le beneficia a los usuarios de las playas, cabe resaltar que es uno de los municipios con mayor innovación y desarrollo turístico en el departamento de Sucre, y busca el crecimiento empresarial teniendo en cuenta que el sector turístico es uno de sus principales actividades productivas además del Agro alimento, servicios y empresas del sector primario.

Existe en el municipio una Asociación de Empresarios Turísticos del Golfo de Morrosquillo - ASETUR, en la cual hay afiliados 55 establecimientos hoteleros y afines del municipio de Tolú, de donde desde el contexto territorial es importante que cada vez se formalice más la actividad económica en las playas. Por otro lado, en el Plan de desarrollo del municipio de Tolú 2016-2019, indica que una de las principales problemáticas del municipio es la baja promoción y posicionamiento de los atractivos que tiene, esto proviene a través del bajo nivel de formación de los negocios, lo que requiere de estrategias para la dinamización del sector turístico.

Análisis del Marketing en empresas hoteleras Tolú y Coveñas

Para describir de una manera objetiva las principales problemáticas que tienen las empresas hoteleras de Tolú y Coveñas en la aplicación del marketing digital y social media, es preciso realizar una matriz de factores externos e internos, con el objetivo de categorizar de una manera cuantitativa los puntos a profundizar dentro de las relaciones que se forman en la matriz DOFA, por lo que esta logra dar las principales bases después de analizar la caracterización y la descripción del sector turístico en el Golfo del Morrosquillo.

La matriz de factores externos (EFE) y la matriz de factores internos (EFI), son descritos por Rivas et al. (2012), tomado de David (1997), como cuadros de entrada donde por una parte se describen los factores críticos de éxito relacionados con el entorno (Oportunidades y Amenazas), y por otro lado se describen los elementos que las organizaciones o un sector presenta inherente a su desarrollo (Fortalezas y debilidades). Se utilizó una clasificación de dónde se ponderaron los factores externos con un 100% distribuidos por importancia relativa de cada ítem y de la misma manera se hizo con los factores internos, después de categorizarlos con un valor, se clasificaron en un intervalo de 1 a 5 para qué por parte de los autores se diera una puntuación a cada ítem y finalmente se dio un valor que es ponderado entre la valoración porcentual y el nivel de clasificación haciendo una sumatoria y dando una puntuación total entre los factores internos y externos. El nivel de importancia relativa al identificar los resultados puede corresponder a partir de 1,0 puntos, hasta 5,0 de donde a partir de 3,8 es de gran importancia desarrollar estrategias para el objeto de estudio.

Teniendo en cuenta este criterio la matriz DOFA se construye con los mismos ítems para luego relacionarlos siendo consecuentes con los niveles de importancia que tiene cada uno y dar estrategia que se pueda implementar para proponer un plan de marketing digital y social media en el sector turístico del Golfo del Morrosquillo contemplando los elementos cualitativos y cuantitativos descritos anteriormente

Habiendo analizados los resultados en los municipios de Tolú y Coveñas, se describen las principales problemáticas a través de una Matriz

de factores internos y externos para identificar qué tan consecuentes son cada uno de los factores de una manera ponderada (tabla 1).

Tabla 1.
Matriz de factores Externos e Internos

Oportunidades externas	Valor	Clasificación	Valor ponderado
Implementación de un plan de marketing enfocado a cada hotel, de acuerdo a la necesidad identificada.	0,20	5	1,00
Promoción de la oferta hotelera de una manera más eficiente y eficaz.	0,10	2	0,20
Disminución de costos a través de la aplicación de estrategias de marketing digital.	0,20	5	1,00
Amenazas externas			
Inflación, aumento de los impuestos, tasas y contribuciones	0,15	2	0,30
Falta de un sistema de gobernanza adecuado	0,15	4	0,60
Entrada de nuevos competidores con conocimientos en las herramientas de marketing digital.	0,20	4	0,80
TOTAL	100%		3,90
Fortalezas Internas			
Ubicación geográfica de los hoteles	0,20	4	0,80
Diversificación en la prestación de los servicios hoteleros.	0,15	5	0,75
Contratación de personas de la misma comunidad.	0,20	4	0,80
Debilidades internas			
Falta de publicidad en medios de comunicación tradicionales como TV, Radio, Prensa.	0,10	4	0,40
Poco uso de herramientas tecnológicas, virtuales y de social media.	0,10	4	0,40

Diseño de un Plan de Marketing Digital para Hoteles de
los Municipios de Tolú y Coveñas

Débil gestión en las redes sociales de los hoteles que cuentan con este tipo de medios.	0,20	5	1,00
Falta de visión empresarial respecto al marketing en general	0,05	2	0,10
TOTAL	1,00		4,25

Fuente: Cálculos del estudio

Estimando los resultados obtenidos en la tabla 1 se identifica que la puntuación de importancia relativa de los dos enfoques está por encima del nivel mínimo, por lo que los factores externos dieron una ponderación de 3.9 y los factores internos una ponderación de 4.25 lo que logra connotar que la estructuración de un plan de marketing digital y la creación de estrategias por medio de una matriz DOFA deben estar enfocadas en su mayor medida en los elementos internos de los hoteles en el Golfo de Morrosquillo

Se puede analizar que cada relación está representada de la siguiente forma dentro de una matriz DOFA. (Tabla 2).

Tabla 2.
Matriz DOFA

Fortalezas	Debilidades
Ubicación geográfica de los hoteles Diversificación en la prestación de los servicios hoteleros. Contratación de personas de la misma comunidad.	Falta de publicidad en medios de comunicación tradicionales como TV, Radio, Prensa. Poco uso de herramientas tecnológicas, virtuales y de social media. Débil gestión en las redes sociales de los hoteles que cuentan con este tipo de medios. Falta de visión empresarial respecto al marketing en general.

Oportunidades	Amenazas
<p>Implementación de un plan de marketing enfocado a cada hotel, de acuerdo a la necesidad identificada.</p> <p>Promoción de la oferta hotelera de una manera más eficiente y eficaz.</p> <p>Disminución de costos a través de la aplicación de estrategias de marketing digital.</p>	<p>Inflación, aumento de los impuestos, tasas y contribuciones</p> <p>Falta de un sistema de gobernanza adecuado.</p> <p>Entrada de nuevos competidores con conocimientos en las herramientas de marketing digital.</p>

Fuente: Elaboración propia

Considerando los diferentes elementos que componen la matriz DOFA, es necesario relacionar los factores externos e internos para así dar recomendaciones respectivas que serían los pasos a seguir para la implementación del plan de marketing digital y *social media*.

Diseño de un Plan de Marketing Digital para Hoteles de los Municipios de Tolú y Coveñas

Tabla 3.
Matriz DOFA Relacionada

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	FACTORES EXTERNOS	1. Ubicación geográfica de los hoteles 2. Diversificación en la prestación de los servicios hoteleros. 3. Contratación de personas de la misma comunidad.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1. Implementación de un plan de marketing enfocado a cada hotel, de acuerdo a la necesidad identificada.	F1 - O1 Implementar un Plan de marketing enfocado aprovechando la ubicación privilegiada del Golfo de Morrosquillo	D1 - O1 Alternar la publicidad tradicional con la promoción en nuevos medios digitales, con el fin de tener un mayor alcance.
2. Promoción de la oferta hotelera de una manera más eficiente y eficaz.	F2 - O2 Promocionar la oferta hotelera y servicios complementarios a través de herramientas de marketing digital	D2, D4 - O2, O3 Concientizar a los dueños de hoteles con el fin de enfocar sus estrategias teniendo en cuenta el uso de herramientas de marketing digital
3. Disminución de costos a través de la aplicación de estrategias de marketing digital.	F3 - O3 Contratar personas de la región para la implementación de estrategias de marketing digital	
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1. Inflación, aumento de los impuestos, tasas y contribuciones	A1, A2 - F3 Lograr convenios con las entidades públicas que permitan disminución de impuestos por la contratación de personas de los mismo municipios, garantizando fuentes de empleo y desarrollo a la región	A2 - D4 Crear una red en la que los hoteles puedan estandarizar sus precios, teniendo en cuenta las obligaciones impositivas futuras, con la intervención de las entidades públicas.
2. Falta de un sistema de gobernanza adecuado.	A3 - F3 Contratar personal capacitado con conocimientos en la aplicación de herramientas de marketing digital, con el fin de contrarrestar la llegada de nuevos competidores.	A2 - D1 Implementar una planeación a partir de las fechas mas productivas, para así tener un sistema de gobernanza basado en las necesidades a corto, mediano y largo plazo. Todo esto con el fin de fortalecer también la publicidad tradicional
3. Entrada de nuevos competidores con conocimientos en las herramientas de marketing digital.		

Fuente: Elaboración propia

Dentro de las estrategias planteadas en la matriz DOFA se pueden dar los primeros pasos para la creación de un plan de marketing digital y *social media*, de dónde es preciso realizar un aporte significativo desde el posicionamiento y la visibilidad de los hoteles en el Golfo del Morrosquillo porque existen fallas desde dentro de las organizaciones y también se requiere una unificación de criterios desde la generación de un impacto en redes sociales y en diferentes medios para poder hacer del Golfo de Morrosquillo una zona turística con posicionamiento a la vanguardia de las tendencias actuales. Para la creación de un Plan De Marketing Digital y *Social Media* en este sentido, hay elementos clave que hay que tener en cuenta, como los siguientes:

- Análisis de la oferta y demanda
- Descripción de la ventaja competitiva que ofrecerá en el sector
- Análisis de la competencia
- Análisis del portafolio servicios que ofrece
- Softwares pertinentes para la optimización del sector
- Herramientas utilizables para el contexto descrito.

Lineamientos para la formulación de un plan de marketing digital y socialmedia

El plan de marketing digital debe contener los siguientes puntos a desarrollar:

- Objetivos a alcanzar con la puesta en marcha del plan
- Estrategias
- Tácticas
- Actividades
- Cronograma
- Presupuesto

Según los resultados obtenidos en cada uno de los diagnósticos realizados anteriormente al momento de diseñar el plan de marketing digital para estas empresas se debe tener en cuenta aplicar las siguientes estrategias de mercadeo:

- Segmentación de Mercado
- Posicionamiento,
- Generación de Valor en el contenido publicado y
- Mezcla del marketing mix, en este caso llevado al contexto digital.

Estas estrategias de mercadeo deben estar sujetas a la implementación y ejecución de un plan que a través de las taticas se puedan alcanzar los objetivos propuestos.

Plan de Marketing Digital

El Marketing como función principal para la gestión de resultados a corto y largo plazo para una empresa necesita un modelo de planificación que permita de manera adecuada la implementación de estrategias de marketing digital; sin embargo, en las empresas hoteleras de Tolú y Coveñas los únicos medios que se han utilizado son los medios de voz a voz, los servicios telefónicos y la presencia en páginas de internet.

Objetivos

- Estimular el uso de las herramientas de marketing digital como: páginas webs, redes sociales y mailing, para promoción de la oferta hotelera en los hoteles de Tolú y Coveñas durante las épocas de temporada.
- Incrementar las ventas en un 10% anualmente de los hoteles a través de la utilización de herramientas de marketing digital anteriormente mencionadas.
- Posicionar la marca de los hoteles que aún no han aplicado algún tipo de herramientas de marketing digital
- Realizar pauta publicitaria durante las épocas de temporada en portales como Tripadvisor, Booking y Trivago.
- Reducir costos de publicidad tradicional en 10%.

Implementación de estrategias

Las estrategias que se aplicarán en el presente plan de marketing digital estarán basadas en la *atracción*, *conversión* y *fidelización* de los clientes.

- **Segmentación del Mercado:** con esta estrategia los hoteles buscarán dirigirse a la población objetiva que tiene la necesidad y el poder adquisitivo para comprar el servicio ofertado. A través de las distintas herramientas de marketing digital, se puede definir los públicos con las necesidades que a la empresa le interesa suplir. El mercado objetivo de los hoteles son las siguientes ciudades: Medellín, Bogotá, Sincelejo y Montería.
- **Posicionamiento:** además de vender, los hoteles buscan posicionar la marca de la empresa y los valores agregados que ofrece en estos mer-

cados como una opción al momento de pensar en servicios hoteleros en esta región del país.

- **Nuevo Mix Marketing Digital:** esta estrategia permitirá a los hoteles ofrecer una nueva mezcla de marketing mix a los clientes: Un nuevo producto al que pueden acceder desde cualquier lugar del mundo, con nuevos medios de pago y modernos canales de promoción.
- **Promoción Digital:** utilización de las herramientas digitales como: *Google, Facebook, Twitter, Instagram* y *YouTube* para promoción de la oferta hotelera.
- **Contenido de Valor:** a través de las estrategias anteriormente mencionadas se buscará desarrollar que el contenido promocionado sea de valor, no exclusivamente para venta de los servicios de los hoteles.
- **Medición:** el éxito de una estrategia digital está fundamentado en la continua medición y el monitoreo de cada una de las acciones en las redes sociales, por eso se hace necesario el permanente control y seguimiento de las campañas con el fin de mostrar resultados positivos en el informe.

TÁCTICAS

Web

Web & Blog

Se usarán las páginas webs de los hoteles, creada a través de un CMS para direccionar la publicidad digital a la página oficial del hotel. Aquellas páginas que no cuenten con un blog, deberán crear un sitio de este tipo, como herramienta de prensa y retroalimentación para la empresa con sus clientes. De esta forma, se tendrá la información más estructurada y ordenada de la empresa y sus productos. El contenido web podrá ser visualizado un mayor número de veces a través del SEO (*Search Engine Optimization*)

Email Marketing

Mailchimp

A través de esta herramienta (o plataforma), la empresa tendrá un mayor orden para la realización de campaña a través de correos electrónicos, por lo que tendrá un mayor orden en sus procesos de comunicaciones internas y externas y a su vez, aumentará la eficacia en cuanto a los procesos (y ahorro del tiempo) del Community Manager.

Publicidad

Google Adwords, Facebook, Instagram, Twitter y YouTube

La Publicidad de Pago por Click (PPC) es una herramienta muy eficaz permite que los clientes vean los servicios que ofreces en *Google*, mientras buscan conceptos relacionados y solo se le cobrara por click en el anuncio o por llamadas. Por su parte, la publicidad en *Facebook, Twitter e Instagram* es eficaz, de la cual se puede promocionar el negocio o las publicaciones de manera orgánica (manualmente, sin pagar por publicidad), o por pago de servicios. A través de la publicidad pagada de *Facebook* se cobra por el número de kilómetros a la redonda que se decida promocionar el negocio o las publicaciones y también por tiempo (mínimo un día, y mínimo 2000 pesos colombianos por día).

A través de estas herramientas se garantiza un mínimo de personas que sean alcanzadas por las publicaciones pagadas y que estas su vez ingresen a la página del hotel y puedan conocer de la oferta de la empresa y registrarse para obtener más información sobre alguna reserva o de otro tipo.

ACCIONES

Tabla 4.
Lista de Actividades Mensuales

Actividad	Tipo de Estrategia	Herramienta	Descripción de la Acción
Realización de publicaciones orgánicas en las redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram	Promoción digital y Contenido de Valor	Facebook, Instagram y Twitter	De manera orgánica sin realizar pagos a las redes sociales, se busca realizar publicaciones que promocionen la oferta de cada hotel.
Realización de campañas de Email marketing	Promoción digital	Mailchimp	Con la base de datos obtenida en las campañas de redes sociales y buscadores, a través de sus correos electrónicos se enviará información sobre la oferta del hotel y destino.
Pauta publicitaria en ciudades segmentadas geográficamente	Segmentación de Mercado	Facebook, Twitter e Instagram	Realizar pautas publicitarias en las redes sociales según los mercados potenciales seleccionados para la promoción de la oferta hotelera, en este caso personas ubicadas en las ciudades de Bogotá, Medellín, Montería y Sincelejo.
Campaña publicitaria en el buscador Google	Posicionamiento	Google Ad-words	Con esta acción se busca posicionar a nivel SEM las páginas web de los hoteles en el buscador Google.

Diseño de un Plan de Marketing Digital para Hoteles de
los Municipios de Tolú y Coveñas

Realización de publicaciones con valor como: Trivias, concursos, acertijos, premios sorpresas, consejos sobre viajes.	Contenido de Valor	Facebook, Twitter e Instagram	A través de la pauta publicitaria en redes sociales se busca crear contenido de calidad enfocado en los clientes existentes y potenciales, con el fin de comunicar el mensaje que la marca quiere transmitir.
Promocionar el destino y servicios ofrecidos por el hotel	Promoción digital	YouTube	Gracias al significativo consumo de video en las redes sociales, a través de esta red social se pretende promocionar el destino de Coveñas o Tolú, dependiendo donde se encuentre ubicado el hotel, de igual manera se busca de una manera atractiva vender las instalaciones y servicios que ofrecen estas empresas.
Promocionar los servicios ofrecidos por el hotel	Promoción digital	Tripadvisor, Booking y Trivago	A través de estos importantes portales se promocionará los servicios ofrecidos por el hotel con el fin de incrementar las ventas.
Promoción de videos testimoniales a través de YouTube de manera orgánica	Contenido de Valor	YouTube	A través del canal del hotel en YouTube se pueden realizar publicar videos y testimonios de clientes satisfechos con los servicios ofrecidos por el hotel.

Medición de y control de campañas digitales	Medición	Hootsuite, Google, Facebook y Twitter Analytics	A través de la herramienta paga Hootsuite permitirá demostrar el retorno de la inversión con un análisis profundo de cada campaña. No obstante, por medio de las estadísticas que ofrecen las redes sociales como Facebook y Twitter se pueden controlar y medir el éxito de las campañas.
---	----------	---	--

Fuente: Elaboración propia

PRESUPUESTO MENSUAL

Tabla 5.
Presupuesto mensual del plan de marketing

Herramienta Digital/ Responsable	Descripción	Costo Mensual
Community Manager	Implementación, gestión de anuncios, control y desarrollo de contenido	\$1.500.000
Google	Análisis, control, anuncios e inversión en enlaces patrocinados.	\$500.000
Facebook	Anuncio publicitario, control y medición	\$250.000
Twitter	Anuncio publicitario, control y medición	\$250.000
Instagram	Anuncio publicitario, control y medición	\$150.000
YouTube	Anuncio publicitario, control y medición	\$350.000
Tripadvisor, Booking y Trivago.	Anuncio publicitario, control y medición	\$500.000

Diseño de un Plan de Marketing Digital para Hoteles de los Municipios de Tolú y Coveñas

Mailchimp	Suscripción para envío de 1500 a 2000 correos mensuales	\$75.000
Hootsuite	Gestión, medición, seguimiento y control de campañas	\$47.250
TOTAL		\$3.622.250

Fuente: Elaboración Propia

CRONOGRAMA

Tabla 6.
Cronograma de Actividades mensual del plan de Marketing Digital

Actividades	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4
Realización de publicaciones orgánicas en las redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram.				
Promoción de videos testimoniales a través de YouTube de manera orgánica				
Pauta publicitaria en redes sociales en ciudades segmentadas geográficamente, a través de Facebook, Twitter e Instagram.				
Realización de campañas de Email marketing				
Campaña publicitaria en el buscador Google y portales Tripadvisor, Booking y Trivago.				
Realización de publicaciones con valor como: Trivias, concursos, acertijos, premios sorpresas, consejos sobre viajes.				
Promocionar el destino y servicios ofrecidos por el hotel, a través de YouTube.				
Medición y control de campañas digitales				

Fuente: Elaboración propia

Análisis de ventas y medición de resultados

Se encarga de analizar estadísticas luego de un tiempo prudente, más o menos un año de estar en el mercado y conocer las probabilidades de

compras de uno o más clientes, basando este en el tráfico de interacciones, desde el momento que hacen la búsqueda en la web sobre el servicio que quieren comprar, hasta la venta. Un manejo adecuado de marketing debe constar de tres (3) aspectos básicos, como el posicionamiento de la marca, desde las diferentes redes sociales, dando así una visibilidad bastante alta, lo cual ayudaría a estar en las primeras opciones de interacción al momento que el usuario o consumidor hace la búsqueda del producto o servicio.

En segundo punto es la fidelización de consumidores, lo cual se puede hacer desde marketing por la parte de registro en la página oficial del vendedor, lo que permite el análisis de cuáles son las personas que constantemente están adquiriendo los servicios de la empresa, y en esto, se suma un paso adicional que es la muestra o el trato especial de ellos. Por medio de publicidad de ofertas o premios especiales, que leguen primero a estos que a los demás consumidores.

Conclusiones

El contexto de actualización global en pleno siglo XXI hace que campañas de tipo digital sean las promotoras en ventas de servicios y productos, lo que lleva a definir errores en nuestro sector turístico pertenecientes a Coveñas y Santiago de Tolú.

Uno de los principales problemas es la subvaloración del poder de las redes sociales, lo que lleva al desconocimiento de su uso, y la pérdida de información sumamente valiosa que permite tener un posicionamiento de marca que le dará un aumento económico y estabilidad a la empresa.

Otro problema, es el mal uso de las redes sociales para las personas que tienen interacción en internet con sus usuarios por medio de páginas web o blogs, lo que lleva a una mala presentación de marca dando detractores que afectaran la calidad y las ventas. Ya sea por un pobre contenido que no llene las expectativas de las personas o por falsedad en imágenes con respecto el lugar o producto, dando altas expectativas a los consumidores, pero al momento de la realidad no es nada de lo ofrecido.

La calidad en el producto, fachada, presentación, atención, y personal es algo que no es directamente perteneciente al marketing digital, pero es lo que defenderá y sostendrá la campaña publicitaria realizada.

La realización de alianzas estratégicas que sean beneficiosas entre, sector privado, público como la gobernación para la creación de eventos culturales que muestren la mejor cara de la región, basados en aspectos tropicales multiétnicos y representativos del Golfo de Morrosquillo.

Además, la sola utilización de sistemas hidrográficos como las playas no es un criterio tan fuerte al momento de llegar a la competencia local. La implementación de utilización de aspectos históricos, ecológicos, gastronómicos, arquitectónicos, etc.; pueden ser el plus que conllevará a ser la mejor atracción entre toda la competencia. En el presente estudio dentro de la recolección de la información se halló un nivel bajo de penetración de las TIC y del uso de las herramientas digitales en el sector turístico desde el contexto hotelero; por lo que se hizo pertinente la formulación de un Plan de Marketing Digital y *Social Media*, que busca que con su implementación se logre satisfacer la necesidad del medio para la aplicación de una propuesta de valor encaminada al impacto positivo y a las buenas prácticas profesionales desde elementos generales hasta lo particular.

Los municipios de Tolú y Coveñas tienen relaciones significativas, se encuentran en el mismo contexto y en las mismas condiciones de crecimiento, por lo que al profundizar en sus problemáticas se pueden describir desde la misma situación, de esta manera, la implementación del Plan de Marketing Digital y *Social Media* planteado va dirigido a los dos municipios al mismo tiempo, siendo un elemento que permita el crecimiento en conjunto y la implementación de estrategias para su posicionamiento y mejoramiento.

Referencias

- Alcaldía de Coveñas. (05 de 2014). *covenas-sucre.gov.co*. Obtenido de informacion_general.shtml#historia: http://covenas-sucre.gov.co/informacion_general.shtml#historia
- Alcaldía de Coveñas. (05 de 2014). *covenas-sucre.gov.co*. Obtenido de http://covenas-sucre.gov.co/informacion_general.shtml#simbolos

- Alcaldía de Coveñas. (2014). *Información General*. Obtenido de covenas-sucre.gov.co: http://covenas-sucre.gov.co/informacion_general.shtml
- Alcaldía de Coveñas, Plan Básico de Ordenamiento Territorial. (2006). *cdim.esap.edu.co*. Obtenido de cdim.esap.edu.co/.../C/covenas_sucre.../covenas_sucre_pbot_2006.asp
- Alcaldía de Coveñas, Plan de desarrollo municipal. (2012). *cdim.esap.edu.co*. Obtenido de <http://cdim.esap.edu.co/BancosMedios/Documentos%20PDF/cove%C3%Blasplan%20de%20desarrollo2015.pdf>
- Alcaldía de Coveñas, plan de gestión ambiental municipal . (2014). *covenas-sucre.gov.co*. Obtenido de <http://www.covenas-sucre.gov.co/apc-aa-files/30643236343236333639653633316533/plan-de-gestion-ambiental-coveas.definitivo.pdf>
- Alcaldía de Santiago de Tolú. (2012). *Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015*. Obtenido de [www.santiagodetolu-sucre.gov.co: http://www.santiagodetolu-sucre.gov.co/Nuestros_planes.shtml?apc=gbxx-1-&x=1572910](http://www.santiagodetolu-sucre.gov.co/Nuestros_planes.shtml?apc=gbxx-1-&x=1572910)
- Alcaldía de Santiago de Tolú. (2012). *Plan Municipal para la Gestión del Riesgo y Plan Local de Emergencia y Contingencias*. Obtenido de cedir.gestiondelriesgo.gov.co: http://cedir.gestiondelriesgo.gov.co/dvd/DVD%2004/Sucre/2013%20Santiago%20de%20Tolu.pdf
- Alcaldía de Santiago de Tolú. (2013). *Territorios*. Obtenido de [www.santiagodetolu-sucre.gov.co: http://www.santiagodetolu-sucre.gov.co/territorios.shtml?apc=bbxx-1-&x=1572481](http://www.santiagodetolu-sucre.gov.co/territorios.shtml?apc=bbxx-1-&x=1572481)
- Alcaldía de Santiago de Tolú. (2015). *Información general*. Obtenido de [www.santiagodetolu-sucre.gov.co: http://www.santiagodetolu-sucre.gov.co/informacion_general.shtml](http://www.santiagodetolu-sucre.gov.co/informacion_general.shtml)
- Alcaldía de Santiago de Tolú. (09 de 2015). *santiagodetolu-sucre.gov.co*. Obtenido de http://www.santiagodetolu-sucre.gov.co/informacion_general.shtml#simbolos
- Alcaldía de Santiago de Tolú. (2015). *santiagodetolu-sucre.gov.co*. Obtenido de [Vias: http://www.santiagodetolu-sucre.gov.co/informacion_general.shtml#vias](http://www.santiagodetolu-sucre.gov.co/informacion_general.shtml#vias)
- Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas del Caribe. (2010). *cioh.org.co*. Obtenido de http://www.cioh.org.co/index.php/component/docman/doc_download/964-climatologia-covenas

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (2016). *Demografía y población*. Obtenido de dane.gov.co: <http://www.dane.gov.co/index.php/poblacion-y-demografia/proyecciones-de-poblacion>

Gobernación de Sucre. (2009). *Inventario de atractivos y servicios turísticos de Sucre*. Sincelejo: s.f.

CAPÍTULO 4

DINÁMICA ORGANIZACIONAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE. CASO DE SANTIAGO DE TOLÚ, SUCRE- COLOMBIA

*Hassir Lastre Sierra*¹⁶
*Yolanda Cardona Arce*¹⁷
*Yeimis Alzate Clemente*¹⁸

16 Universidad Autónoma de Baja California Sur, Departamento de Académico de Economía. Maestría en Administración Estratégica, Administrador de Empresas. Docente-Investigador. Correo: hlastre04@gmail.com

17 Corporación Universitaria del Caribe, CECAR. Programa de Administración de Empresas. Maestría en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas. Administradora de Empresas. Grupo de Investigación ESAC. Correo: yolanda.cardona@cecar.edu.co

18 Corporación Universitaria del Caribe, CECAR. Maestría en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas. Administradora de Empresas. Grupo de Investigación ESAC. yeimis.alzate@cecar.edu.co

Resumen

Los prestadores turísticos juegan un papel preponderante en el marco de la competitividad y la consolidación de un destino, teniendo en cuenta que, sobre ellos recae la interacción turista–destino y además, captan el flujo económico generado a partir de las actividades relacionadas con el turismo. De acuerdo con lo anterior, no es suficiente afirmar que un destino turístico sea rico en recursos naturales y que tengan belleza innata, se hace necesario contar con una infraestructura turística capaz de atender los gustos y las preferencias de los turistas y visitantes. Sin embargo, la gestión interna u organizacional de los prestadores incide, en gran medida, en la experiencia y la percepción que puede crearse un turista-visitante. El presente capítulo, tiene como propósito analizar la gestión integral de los hoteles que prestan sus servicios en el municipio de Santiago de Tolú, situado en el Departamento de Sucre, Colombia; la realización del estudio requirió el análisis de las variables del entorno en la industria hotelera, así como la aplicación de una encuesta estructurada, a fin de estudiar más a fondo los aspectos claves de la gestión. A grandes rasgos, los resultados dan cuenta que la gestión se ha cimentado en una estructura familiar con tintes transgeneracionales, lo que ha dificultado la implementación de nuevas prácticas administrativas. De igual forma, hay aspectos claves que, en el marco de la gestión, los gerentes y directivos han pasado por alto, como tener un plan de negocio. Es importante estimular y expandir, entre los empresarios, la implementación de prácticas administrativas, más aún cuando se habla de un prestador turístico importante en número y relevancia para las actividades turísticas en la región.

Palabras clave: gestión empresarial, alojamiento, hospedaje, turismo.

Abstract

Tourist providers play a preponderant role in the framework of competitiveness and the consolidation of a destination, bearing in mind that they are responsible for the interaction between tourists and destinations and they also capture the economic flow generated from tourism-related activities. According to the above, it is not enough to state that a tourist destination is rich in natural resources and that they have innate beauty, it is necessary to have a tourist infrastructure capable of meeting the tastes and preferences of tourists and visitors. However, the internal or organizational management of the providers influences, to a great extent, the experience and perception that can be created by a tourist visitor. The purpose of this chapter is to analyze the integral management of the hotels that provide services in the municipality of Santiago de Tolú, located in the Department of Sucre, Colombia; the conduct of the study required the analysis of environmental variables in the hotel industry, as well as the application of a structured survey, in order to further study the key aspects of management. Broadly speaking, the results show that management has been based on a family structure with transgenerational dyes, which has made it difficult to implement new administrative practices. Similarly, there are key aspects that, in the management framework, managers and executives have overlooked, such as having a business plan. It is important to stimulate and expand, among entrepreneurs, the implementation of administrative practices, even more so when talking about a tourism provider important in number and relevance to tourism activities in the region.

Keywords: business management, accommodation, lodging, tourism.

Introducción

El Departamento de Sucre, presenta características etnográficas de cada una de las subregiones que posee, teniendo un gran potencial turístico cimentado en una variada oferta conformada por el turismo de naturaleza, acuaturismo, turismo religioso, ecoturismo, etnoturismo, turismo gastronómico y agroturismo; sin embargo, históricamente su mayor fortaleza ha sido el turismo de sol y playa (Plan Departamental

de Desarrollo de Sucre 2012-2015). En lo que respecta al municipio de Santiago de Tolú, cuenta con 31.109 habitantes, se cataloga como la capital natural del Golfo de Morrosquillo, ya que además de encontrarse en la zona central de éste, funge como eje comercial y turístico a lo largo de sus 20 kilómetros de playas embellecidas por manglares y cocoteros (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MINCIT], 2013).

Entre los atractivos turísticos del municipio, están sus playas, la cuales se caracterizan por ser tranquilas, de poca profundidad y con gran belleza paisajista. La playa más reconocida por turistas y locales, es la Playa del Francés, la cual se caracteriza por su blanca y abundante arena. Cerca de ahí, están las bocas de Alegría y de Guacamayas, en donde se encuentran la desembocadura de los arroyos del mismo nombre. En la zona continental de las Playas del Francés, se ubica la Ciénega de la Leche, es un ecosistema natural enmarcado entre manglares y un sin número de especies en estado natural, en el centro de la Ciénega, se encuentra la Isla del Muerto. Otros de los atractivos obligados para los turistas que visitan el Municipio de Santiago de Tolú, son las Islas de San Bernardo y el Parque Nacional Natural Corales del Rosario y San Bernardo, el cual está conformado por dos archipiélagos compartidos entre el Departamento de Sucre y Bolívar. El archipiélago está conformado por las islas de Tintipán, Múcura, Palma, el Islote de Santa Cruz y el Parque Submarino (MINCIT (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)).

Así como Santiago de Tolú, los otros destinos turísticos del Departamento de Sucre también tienen una amplia riqueza natural y cultural que se constituyen en fuente potencial para el aprovechamiento de las actividades turísticas de la región, sin embargo, la realidad es otra y es generalizada. Desafortunadamente, se cuenta con deficiencias financieras que golpean al sector público y privado, lo que impide el apoyo económico a las actividades turísticas y culturales. De igual forma, se denota un bajo nivel organizacional, centrado en el trabajo individual, dificultando las actividades de integración y colectividad. Por otro lado, no se cuenta con la adecuada y eficiente infraestructura que garantice la buena prestación de servicios públicos, aeroportuaria y vías de comunicación que coadyuven al crecimiento del sector. Asimismo, el capital humano calificado y necesario para la prestación de los servicios turísticos es insuficiente (Plan Departamental de Desarrollo de Sucre 2012-2015).

Concretamente, Valls (1998:4) en Álvarez (2013) define el destino turístico como un:

espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles, dotado de una marca y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral.

De acuerdo con lo anterior, el presente capítulo tiene como propósito diagnosticar y analizar la dinámica organizacional de los prestadores de servicios turísticos más preponderantes del Departamento de Sucre, es decir, los establecimientos de alojamiento y hospedaje localizados en el municipio de Santiago de Tolú. La realización de este estudio se fundamentó en la necesidad de crear un instrumento de información para que la gestión pública cimente sus acciones, debido a que, uno de los factores que ha repercutido en el desarrollo del sector turismo en Sucre, ha sido la falta de interés y el poco conocimiento por parte de los gestores al momento de formular políticas públicas en pro de impulsar la competitividad del sector (2012).

El documento está organizado así: en el apartado siguiente, se presenta el bagaje teórico que fundamentó la investigación; para luego, dar paso a la metodología propuesta para dar cumplimiento del objetivo planteado y mencionado con anterioridad. Posteriormente se hace una discusión de los resultados, en donde, se define la variable de estudio a fin de contrastarla y discutirlo con la realidad encontrada en la unidad de estudio. El apartado final hace referencia a las conclusiones, las cuales son producto de la labor investigativa y la reflexión hecha a partir de lo evidenciado durante la investigación.

Consideraciones metodológicas

El presente trabajo investigativo se basa el tipo de investigación explorativa y descriptiva, teniendo en cuenta el paradigma cuantitativo y cualitativo. Por otro lado, el ámbito espacial de la investigación, tuvo como

epicentro el municipio de Santiago de Tolú, perteneciente al Departamento de Sucre, Colombia. El ámbito temporal del estudio abarcó el período del año 2016.

De acuerdo a Hernández Sampieri (2014) la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema. En la investigación se puede aplicar el enfoque cuantitativo que es secuencial y probatorio; el enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos.

Como unidad de estudio, se escogieron los establecimientos de alojamiento y hospedaje de Santiago de Tolú. Teniendo en cuenta que, en Sucre, entre los prestadores de servicios turísticos más preponderantes en las actividades turísticas, están los establecimientos de alojamiento y hospedaje. Los cuales, tienen una participación del 88.9% del total de los prestadores de servicios turísticos. Para determinar la muestra, se tuvo como criterio: establecimientos alojamiento y hospedaje, ubicados en Santiago de Tolú, con registro mercantil activo ante la Cámara de Comercio de Sincelejo. Sin embargo, de los establecimientos seleccionados para el estudio, se encontró que, algunos de ellos habían cerrado o cambiado de domicilio, por lo que fue difícil acceder a ellos; y otro, se rehusaron a participar de la investigación.

La recopilación de la información, se realizó por medio de un cuestionario estructurado conformado por 34 preguntas tendientes a evaluar y estudiar ocho variables: actividad empresarial, estructura de propiedad, indicadores de tamaño, perfil gerencial, capital humano, capacidad instalada, calidad y cooperación empresarial. Los cuestionarios diligenciados, fueron procesados en el programa estadístico *Statistical Package for the Social Science* (SPSS). De igual forma, al tiempo de la aplicación de los cuestionarios, se llevaron a cabo entrevistas no estructuradas con el objeto de ahondar en las variables estudiadas. La observación del quehacer diario de los establecimientos también fue una técnica de recopilación de la información.

Discusión y Resultados

Actividad empresarial

En el Departamento de Sucre, para 2016, existían 312 prestadores de servicios turísticos activos en el Registro Nacional de Turismo, de los cuales, 277 son establecimientos de alojamiento y hospedaje. En este rubro, el departamento representa el 1.97% de la oferta nacional, contabilizando un total de 4.183 habitaciones y 8.821 camas en todo el territorio departamental (Centro de Información Turística [CITUR], 2017.). Por su parte y teniendo en cuenta el presente estudio, la dinámica empresarial de los establecimientos de alojamiento y hospedaje del municipio de Santiago de Tolú, en un 76.9% se fundamenta en hoteles, y el 23.1% restante, corresponde a cabañas.

Para 2016, se recibieron 1.794 visitantes no residentes por modo aéreo en Sucre, cifra que ha venido en aumento desde al año 2013, según los datos del CITUR (2017). A partir de lo anterior, se infiere que el mayor número de visitantes a Santiago de Tolú provienen de todo el país, teniendo en cuenta que los establecimientos de alojamiento estudiados, manifestaron que el mercado que atienden corresponde en un 92.3%, al ámbito nacional.

De acuerdo a la tesis de maestría presentada por Cardona y Jarava (2016) la principal motivación de los turistas para visitar el municipio la constituye el disfrute de sus hermosas playas dada la diversidad de actividades que estas permiten realizar en compañía de un clima agradable y óptimo en estos escenarios, la otra motivación de los turistas está marcada por las tradiciones religiosas que son tan fuertes y se viven con tanta pasión en Santiago de Tolú que ocupan la segunda motivación y como tercera motivación se ubica el ecoturismo u otras actividades diversas. La siguiente tabla muestra en cifras los anteriores resultados.

Tabla 1.

*Principales motivaciones de los turistas en el municipio de Santiago de Tolú.
(Según encuesta realizada a 1000 turistas entre nacionales y extranjeros.*

PRODUCTO	NÚMERO DE TURISTAS	% PARTICIPACION POR PRODUCTO
Sol y Playa	800	80%
Turismo Religioso	150	15%
Ecoturismo y otros	50	5%
	1000	100%

Fuente: Plan de Desarrollo 2012 -2015 – Municipio de Santiago de Tolú

Estructura de propiedad

El modelo de gestión de la organización se fundamenta a partir de la estructura de propiedad de la misma, y aunque existen diversas opciones para organizarse, la particularidad de cada una puede sentar las bases del desempeño de la empresa (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [FAO], 2007). A partir de lo anterior, se encontró que el 84.6% son establecimientos de alojamiento y hospedaje de Santiago de Tolú son de tipo familiar y el 15.4% restante no lo son. De igual forma, el 69.2% de los establecimientos están constituidos como Personal Natural, es decir, las obligaciones y deudas recaen sobre la persona que asume la responsabilidad de la empresa, por lo que debe responder con todo su patrimonio. Por su parte, el 15.4% son Sociedades de Responsabilidad Limitada y, el 7.7% para cada una, son Sociedades Anónimas y Sociedades por Acciones Simplificadas.

Por otro lado, se halló que el 23.1% de los establecimientos de alojamiento y hospedaje tienen junta directiva como epicentro para la toma de decisiones de los mismos. Lo anterior va en consonancia con la forma de constitución de la empresa, aunque no todas las sociedades mercantiles están obligadas a conformar una junta directiva, algunas optan por esta opción como medio para facilitar el gobierno y administración de las organizaciones.

El 29.41% de los establecimientos hoteleros cuenta con el área de dirección general, la cual no es entendida como un área o departamento,

sino como un cargo en el cual recae en el gerente, quien es el que se encarga de todas las áreas de la empresa, tales como mercadeo y ventas, atención al cliente, finanzas, logística, entre otras. (Lastre, 2016).

De acuerdo a estudios realizados, el 63,63% de los hoteles establecidos en el municipio de Santiago de Tolú, tienen como propietarios a personas naturales y el resto están constituidos como sociedades, particularmente bajo la figura de Sociedades Anónimas Simplificadas – SAS. Se destaca que siete hoteles para un 63,63% tienen el carácter de familiar lo que de una u otra forma se refleja en la gestión de las empresas. Un hecho adicional es referente a la residencia de los propietarios, donde el 54,54% vive por fuera del departamento. (Ojeda & Vitola, 2017).

Indicadores de tamaño

Para determinar el tamaño de los establecimientos de alojamiento y hospedaje estudiados en el municipio de Santiago de Tolú, se recurrió a lo dictaminado en el Artículo 2° de la Ley 905 de 2004, el cual establece los parámetros para clasificar las micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia. De acuerdo con el mencionado artículo, una microempresa posee una planta de personal no superior a diez (10) empleados o un total de activos por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes (en adelante SMMLV); la pequeña empresa cuenta con una planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) empleados o un total de activos entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) SMMLV; y la mediana empresa, tiene una planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) empleados o un total de activos entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) SMMLV.

Haciendo referencia a los resultados obtenidos y la Ley 905 de 2004, los establecimientos de alojamiento y hospedaje de Santiago de Tolú son microempresas. Lo anterior obedece a que, el 100% de los establecimientos estudiados reportaron que tenían una planta de personal de menos de 10 empleados y un total de activos inferior a los 500 SMMLV. Como se menciona en el ítem anterior, el 84.6% de los establecimientos son empresas familiares, y eso implica que, las actividades de administración recaigan sobre los miembros de la misma familia, por eso, no se tienen la necesidad de contratar personal adicional para desarrollar el objeto social de la empresa.

Perfil gerencial

Los gerentes deben tener la capacidad de desarrollarse al ritmo que lo hace la empresa y la sociedad, es necesario que se mantengan despiertos, afronten las dificultades y adquieran las habilidades tendientes a contribuir a la competitividad de la organización (Marchant & Castro, 2005). Asimismo, el perfil gerencial y conjunto de características que un gerente posee, deben estar acorde a las habilidades necesarias para concebir a la empresa, turística o no, como un sistema integrado de recursos físicos, financieros y humanos que constantemente están en interacción con el entorno (Arroyo, 2012).

El perfil gerencial de las personas encargadas de la gestión de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de Santiago de Tolú, está dado por un 53.8% hombres y un 46.2% mujeres. Los cuales, tienen más de 50 años de edad, en un 61.5%; entre 40 y 50 años de edad, en un 30.8%; y solo el 7.7% tiene una edad ente 25 y 40 años. A este punto, se evidencia que mayormente los gerentes son hombres con más de 50 años de edad, lo que demuestra que, son pocos los establecimientos que realizan relevo generacional, al tratarse de empresas familiares, o que no delegan a terceros las actividades de administración. Posiblemente las causas ahonden en los costos que representa contratar a alguien adicional o en la poca confianza de los propietarios al delegar responsabilidades de su negocio.

En consonancia con lo anterior, solo el 30.8% de los gerentes tiene un título universitario, en este caso, estudios de pregrado; el 38.5% alcanzó hasta el nivel de primaria o secundaria; mientras que el 23.1% tiene un nivel de formación Técnico y el 7.7% de Tecnólogo. Por otra parte, solo el 15.4% de los gerentes de los establecimientos manejan una segunda lengua, es decir, el idioma inglés. Hay que resaltar que, de las Instituciones de Educación Superior que existen en el Departamento de Sucre, solo una ofrece un programa de pregrado en modalidad a distancia, denominado Administración Turística. De igual forma, el municipio de Santiago de Tolú cuenta con la Escuela de Gastronomía y Turismo del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), entidad que se encarga de ofrecer programas de formación complementarios.

De acuerdo a esto, se evidencia que, por un lado, en el departamento de Sucre no se cuenta con la oferta académica necesaria para dotar al

capital humano de los prestadores de servicios turísticos en las habilidades necesarias para gerenciar su negocio. Y por el otro, se denota que los gerentes de los establecimientos de alojamiento y hospedaje, no cuentan con el perfil y las competencias adecuadas para contribuir con la buena gestión de la empresa, lo que, de manera general, repercute en la competitividad de Santiago de Tolú como destino turístico.

Capital humano

En el marco de la teoría del capital humano, la educación se constituye en una fuente de crecimiento y bienestar. A partir del cúmulo de conocimientos y habilidades que poseen las personas, el capital humano ha ganado un puesto privilegiado a lo largo de la literatura económica y administrativa (Gérald, 2000). De acuerdo con el presente estudio, el 84.6% de los empleados tienen entre 25 y 40 años de edad, mientras que el 15.4% tiene una edad entre los 40 y 50 años. Por su parte, el 53.8% de la plantilla de personal de los establecimientos de alojamiento y hospedaje, alcanzó un nivel de formación hasta primaria; el 30.8% hasta secundaria; y el 15.4% obtuvo un título universitario en el nivel de pregrado.

En términos de edad, la planta de personal está conformada por personas relativamente jóvenes, es necesario que estos cuenten con una formación relacionada con la prestación de servicios turísticos, para así, garantizar la calidad y la competitividad de los establecimientos. Por otro lado, aunque las actividades realizadas en los niveles inferiores en la jerarquía de la organización no demandan una especialización en la formación de los colaboradores, es provechoso capacitarlos y formarlos, teniendo en cuenta que estos tienen contacto directo con los turistas y visitantes.

En este sentido cabe destacar los estudios de Kristensen, Juhl y Eskildsen (2001) y Eskildsen, Kristensen y Juhl (2002) afirman que la gestión de las personas mantiene una relación directa con la gestión de los procesos, ya que estos están influidos por la gestión de los recursos humanos. De hecho, afirman que aquellas organizaciones que no se esfuerzan por motivar a sus empleados para la resolución de problemas no lograrán una plena involucración de los mismos en la mejora de los procesos, ni una trasmisión efectiva del conocimiento, repercutiendo todo ello en la gestión de los procesos. (Alvarez García, Vila Alonso, Fraiz Brea, & Del Río Rama, 2013).

En las empresas de familia la gestión, en algunos casos, dificulta los procesos de acumulación y aprovechamiento del capital humano como factor de competitividad, el manejo de recursos individuales y colectivos, problemas de tipo cultural, gestión tecnológica, sucesión en la dirección y gestión del capital humano y calidad de vida laboral, hacen que la operacionalización en la organización sea ineficaz e improductiva, originando un rezago en la industria turística. (Ramírez, Zuluaga, Serna, & Cardona)

Capacidad instalada

De acuerdo con los datos del CITUR (2017), la ocupación hotelera en el Departamento de Sucre ascendió hasta el 43.06% durante 2016, creciendo un 1% con relación al año anterior. Para el caso de Santiago de Tolú, los establecimientos reportaron que, en un 30.8% tienen una ocupación promedio de menos del 20% anual; el 15.4% manifestó tener una ocupación entre el 20% y 30% anual. Por su parte, el 38.5% informó tener una ocupación entre el 41% y 50% anual; el 7.7% considera tener una ocupación entre 51% y 60% anual; y el porcentaje restante, 7.7%, expresa tener una ocupación anual de más del 60%.

Se entienden entonces a las capacidades organizacionales como sistemas socialmente constituidos que permiten asignar recursos de la mejor manera y alcanzar una ventaja superior de la empresa frente a la competencia, éstas no son la suma de las capacidades de los individuos, sino la interacción dinámica constituida desde la sinergia de los procesos, por lo que surgen del aprendizaje colectivo de la organización. (Ramírez, Zuluaga, Serna, & Cardona).

La capacidad instalada de los establecimientos de alojamiento y hospedaje del Santiago de Tolú no se utiliza en su tope máximo. La mayoría de los establecimientos estudiados, el 38.5%, tiene una ocupación promedio anual entre el 41% y 50%. Es decir, más o menos ubicada sobre el porcentaje de ocupación de Sucre. Hay que tener en cuenta que, la afluencia de turistas a Santiago de Tolú se incrementa en las temporadas altas, las cuales, son tres a lo largo del año. La primera, durante Semana Santa; la segunda, entre los meses de junio y julio y la última, abarca la temporada de vacaciones de los meses de diciembre y enero. De igual forma. Los pocos atractivos turísticos que tienen el municipio, no llaman la atención del turista por

alojarse más tiempo o visitar la región en otras temporadas del año que no sean las mencionadas con anterioridad.

Calidad

Entender la calidad, no se refiere limitarla a los bienes o servicios terminados, también abarca los procesos relacionados con dichos bienes o servicios. La calidad se inmiscuye en todas las fases de las actividades de la organización, es decir, involucra los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los bienes o servicios (Imai, 1998). A partir de los resultados, se encontró que el 100% de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de Santiago de Tolú no tienen un certificado que avale o respalde la calidad de los servicios que prestan. Y con relación a lo anterior, el 92.3% de los establecimientos no han sido evaluados o no han llevado acabado procesos de acreditación de calidad. Sin embargo, el 7.7% de los mismo, ha realizado procesos de evaluación para obtener la certificación de calidad, aunque no se haya obtenido.

Lo anterior, puede ser explicado a partir de las pocas prácticas organizacionales; el rezago de los empresarios por adoptar cambios y mejoras en la administración de los establecimientos; y la escasa inversión para el mejoramiento integral de los mismos. Sin embargo, hay que tener en cuenta que las condiciones de la demanda, la cual aumentan durante las temporadas altas, condicionan la inversión que se hace a los establecimientos, debido a que, ésta no representa una opción rentable para los propietarios.

La gestión de la calidad es utilizada por las empresas como una forma de mejorar las actividades y el rendimiento de las mismas, esto les permite lograr una mejora significativa en la satisfacción de los clientes, los empleados y los resultados empresariales. (2013)

En lo que se refiere al sector privado en Colombia, la ley 1558 de 2012 estableció la obligatoriedad de implementar normas técnicas de turismo sostenible por parte de los prestadores de servicios turísticos, lo cual empezó a aplicarse desde el 1 de Abril de 2017. Para el caso de los establecimiento de alojamiento y hospedaje que hacen presencia en la región objeto de estudio, los requisitos se encuentran establecidos en las normas técnicas sectoriales de turismo sostenible NTS-TS-002 (Establecimientos

de Alojamiento y Hospedaje – EAH. Requisitos de Sostenibilidad) y NTS-TS-003 (Agencias de Viaje. Requisitos de Sostenibilidad). (Villarraga Amaya, 2017)

Otro de los factores críticos que pueden tener efectos positivos sobre la gestión de los procesos y la mejora continua es la política/planificación de la calidad. Según Winn y Cameron (1998), la política y la estrategia deben ponerse en práctica a través del despliegue de los procesos clave, de una política y una gestión de personal adecuadas, y mediante el establecimiento de alianzas. De igual forma, Samson y Terziovski (1999) afirman que la planificación puede impactar en la mejora de los procesos. (2013)

Cooperación empresarial

La cooperación empresarial surge como un tipo de estrategia de simbiosis entre las organizaciones, con el objetivo de que las empresas enfoquen sus recursos y capacidades en el aprovechamiento de sus ventajas competitivas y aprovechen las ventajas de otras organizaciones (Bueno, 1993). En consonancia con lo anterior, el 38.5%% de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de Santiago de Tolú, tienen una alianza o convenio con otro tipo prestador de servicios turísticos, mientras que el 61.5% de los mismos, no ha celebrado ningún tipo de alianza o actividad asociativa.

Por otro lado, de acuerdo con los gremios o asociaciones del sector, el 76.9% de los establecimientos hacer parte de algún tipo de agremiaciones. No obstante, el 23.1% manifestó que no hacer parte de ninguna agremiación u asociación. Entre las causas por las cuales no están asociados se tiene la falta de tiempo y la percepción de que ese tipo de organizaciones no cumplen con el objetivo. Por su parte, los establecimientos que hacen parte de este tipo de iniciativas, aseguraron que hacían parte de la Asociación de Empresarios Turísticos del Golfo de Morrosquillo (Asetur GM).

Conclusiones

A partir del estudio realizado se puede concluir que, al igual que en el departamento de Sucre, en el municipio de Santiago de Tolú, los establecimientos de alojamiento y hospedaje dinamizan y fundamentan las

actividades turísticas, teniendo en cuenta que éstos tienen una participación más proporcionada con relación a los demás prestadores de servicios turísticos de la jurisdicción. Por otro lado, aun cuando el número de visitas a Sucre ha venido en aumento, es necesario canalizar los esfuerzos para diversificar la oferta de prestadores de servicios turísticos y atraer turistas provenientes del extranjero. De acuerdo con lo anterior, es pertinente considerar la apertura de prestadores de servicios turísticos como: empresas de tiempo compartido; arrendadoras de vehículos; empresas captadoras de ahorro para viajes y servicios turísticos; operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones; entre otros.

La dirección y administración de los establecimientos de alojamiento y hospedaje va acorde al estilo de gobierno de los mismos. El 84.6% de los establecimientos son empresas familiares, constituidas en un 69.2% como organizaciones unipersonales. A partir de la naturaleza de las famiempresas, se entiende que las decisiones y los procesos de gestión recaen sobre una persona, la cual, se encarga de las actividades inherentes a la gerencia del negocio. Por otro lado, en este tipo de organización, los empleados suelen ser individuos de la misma familia, quienes no cuentan con las competencias necesarias para contribuir con la calidad y competitividad del establecimiento.

De acuerdo con los parámetros para clasificar las empresas, establecidos en la Ley 905 de 2004, se determinó que, por cuenta del número de empleados y el total de activos, los establecimientos de alojamiento y hospedaje son microempresas conformadas por una planta de personal de hasta diez (10) empleados y un monto total de activos inferior a los 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes. Lo anterior, obedece a la naturaleza de los establecimientos, teniendo en cuenta que gran parte de éstos son empresas familiares, por ende, no requieren un número mayor de empleados para llevar a cabo el objeto social de la organización.

Teniendo en cuenta el perfil gerencial, se puede concluir que los gerentes no cuentan con el perfil o las competencias necesarias para contribuir con la adecuada gestión de los establecimientos de alojamiento y hospedaje. Lo anterior, a partir de que el 38.5% de ellos tienen un nivel de estudio hasta primaria o secundaria, y el 61.5% restante tiene un título universitario, Técnico o Tecnólogo, no obstante, se detectó que la formación no va acorde con las actividades turísticas que gestionan. Por otro lado, solo

el 15.4% de los gerentes tienen competencia en una segunda lengua, en este caso el inglés. Aunque no es necesario tener un título para asegurar que los gerentes tengan las habilidades adecuadas, es provechoso capacitarlos con las habilidades que respondan a la realidad del negocio y del destino. No distante de lo anterior, el capital humano que labora al interior de los establecimientos logró, en un 84.6%, estudios de primaria o secundaria.

El destino turístico no está aprovechando del todo la capacidad instalada de los establecimientos de alojamiento y hospedaje, cerca del 38.5% de los mismos, tienen en promedio una ocupación anual entre 41% y 50%. Al obtener ese promedio de ocupación, se presume que el destino no cuenta con los atractivos turísticos que impulsen la demanda de más días en el lugar. Aunando en lo anterior, ningún establecimiento reportó tener algún certificado que avale la calidad de los servicios que presta y solo el 7.7% ha sido sometido a procesos de evaluación, aunque no haya obtenido ningún certificado de calidad. Por otro lado, las alianzas estratégicas entre el empresariado no son un punto fuerte, aproximadamente el 39% de los establecimientos ha celebrado algún tipo de alianza o convenio con otro prestador de servicios turísticos como complemento a los bienes y servicios que oferta.

Los aspectos evaluados dan cuenta de un sector empresarial débil y desorganizado que, al tiempo, está desaprovechando las fortalezas del destino turístico. El empresariado debe considerar mejorar las prácticas administrativas y de gestión, para así contribuir desde la iniciativa privada, en la consolidación de Santiago de Tolú como destino competitivo a nivel nacional. Sin embargo, es de resaltar que la responsabilidad no recae netamente en los prestadores de servicios turísticos de la jurisdicción, sino que, también es tarea de los gestores públicos establecer acciones que promueven la formación de capital humano, la cooperación y asociación empresarial y asegure la calidad de los servicios que se prestan. De igual forma, también es tarea de la gestión pública, promover la inversión privada en el lugar y hacer su parte, mejorar las condiciones mínimas del destino para hacerlo atractivo a los inversores.

Este estudio solo fue un acercamiento a la dinámica organizacional de los establecimientos de alojamiento y hospedaje asentados en el municipio de Santiago de Tolú. Lo que quiere decir que, aún hay aspecto de los cuales no se han estudiado, como la dinámica de los otros prestadores de servicios

turísticos y el perfil del turista que visita el lugar. Estudios clave a la hora de formular e implementar estrategias enfocadas al turismo, por lo que se recomienda ceñirse a esas líneas investigativas.

Referencias

- Alvarez García, J., Vila Alonso, M., Fraiz Brea, J., & Del Río Rama, M. d. (2013). Análisis de las relaciones de dependencia entre los factores críticos de la calidad Sector de alojamiento turístico en España. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 74-89.
- Arroyo Tovar, R. (2012). *Habilidades gerenciales: Desarrollo de destrezas, competencias y actitud*. Ecoe Ediciones.
- Bueno Campos, E. (1993). *Curso básico de economía. Un enfoque de organización*. Madrid: Pirámide.
- Cardona, Y., & Mónica, J. (2016). *Diseño de un modelo de asociatividad para articular la cadena de valor turística en las micro y pequeñas empresas de los municipios de Santiago de Tolú y Coveñas, Sucre*. Cartagena.
- CITUR (Centro de Información Turística). (06 de Junio de 2017). *Estadísticas Departamentales*. Obtenido de Centro de Información Turística: <http://citur.linktic.com/estadisticas/departamental>
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación). (2007). Organización y gestión de la inversión. En *Formulación y análisis detallado de proyectos* (págs. 58-61). Roma: FAO.
- Gérald Destinobles, A. (2000). *El capital humano en las teorías del crecimiento económico*.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Imai, M. (1998). *Cómo implementar el kaizen en el sitio de trabajo*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Lastre, H. (2016). *Análisis estratégico y competitivo de la industria de alojamiento turístico. Caso Golfo de Morrosquillo*. Sincelejo.
- Ley 905. (02 de Agosto de 2004). Bogotá, Colombia: Diario Oficial de la República de Colombia.

- Marchant Ramírez, L., & Castro Aguilera, F. (2005). Competencias (O Habilidades) Gerenciales: una herramienta indispensable para el desarrollo organizacional . En J. C. Martínez Coll, *Actualizaciones para el Desarrollo Organizacional* (págs. 62-67). Chile: Universidad de Viña del Mar.
- MINCIT (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo). (2013). Guías departamentales - Sucre. Colombia.
- Ojeda, B., & Vitola, N. (2017). *Diseño de un modelo de gerencia estratégica para las empresas hoteleras del departamento de Sucre: Santiago de Tolú, Coveñas y Sincelejo*. Cartagena.
- Plan Departamental de Desarrollo de Sucre 2012-2015. (01 de Junio de 2012). Sincelejo, Departamento de Sucre, Colombia: Gaceta Departamental de Sucre.
- Ramírez, D., Zuluaga, J., Serna, H., & Cardona, M. (s.f.). *Competitividad en el marco del capital humano y la calidad*. Obtenido de <http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/FE-P027.pdf>
- Villarraga Amaya, E. (2017). *Sistema de indicadores de turismo sostenible para los municipios de Santiago de Tolú y Coveñas, Departamento de Sucre*. Cartagena.

CAPÍTULO 5

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LOS ESCENARIOS ECOTURÍSTICOS EN EL DEPARTAMENTO DE SUCRE

Julieth Catherine Barragán D'Luyz¹⁹

¹⁹ Universidad Tecnológica de Bolívar. Magíster en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas. Especialista en Gerencia del Talento Humano. Correo: jucabadel@gmail.com

Resumen

El departamento de Sucre no cuenta con un análisis de las zonas geográficas que facilite las herramientas para establecer una ruta ecoturística, por lo cual no se evidencia el desarrollo de algunos sectores de la economía. El objetivo de esta investigación fue realizar un análisis estructural de los diferentes escenarios ecoturísticos que ofrece el departamento de Sucre. La metodología utilizada para esta investigación se basó en una matriz DOFA para el análisis del entorno interno y externo de las rutas ecoturísticas en el departamento. Esto permitió identificar estrategias que pueden fortalecer las alianzas público-privadas que ayuden a impulsar el ecoturismo en las otras subregiones.

Palabras clave: ecoturismo, ambiente, DOFA, alianza.

Abstract

The department of Sucre does not have an analysis of the geographical zones that provide the tools to establish an ecotourism route, for which the development of some sectors of the economy is not evident. The objective of this investigation was to carry out a structural analysis of the different ecotourism scenarios offered by the department of Sucre. The methodology used for this research was based on a DOFA matrix for the analysis of the internal and external environment of ecotourism routes in the department. This allowed us to identify strategies that can strengthen public-private partnerships that help boost ecotourism in the other subregions.

Keywords: ecotourism, environment, DOFA, alliance.

Introducción

El departamento de Sucre se encuentra localizado al noroeste del país, dividido en cinco grandes subregiones: Golfo de Morrosquillo, Montes de María, Sabanas, San Jorge y La Mojana. Esta es una de las zonas del país con mayor proyección social y agroindustrial en Colombia. Todo esto implica una potencial ejecución de estrategias que permitan desarrollar los sectores económicos en el departamento, en el especial el sector turístico. El departamento posee una invaluable lista de lugares, gastronomía, hoteles, naturaleza, cultura, entre otras, que pueden aumentar todos los índices en el sector económico (Gobernación de Sucre, 2016).

De acuerdo con el Centro de información Turística de Colombia CITUR, el departamento de Sucre presenta un crecimiento exponencial de visitantes extranjeros no residentes en el país de 1.366 visitantes para 2014 hasta 2.077 para el año 2017, y hasta julio del presente año lleva 1.171 visitantes, de los cuales el 82,13% los hace por motivo de vacaciones, recreo y ocio, reflejando con esto que el departamento se está convirtiendo en un foco de diferentes clases de turismo. Esto puede estar condicionado por una serie factores socioambientales y culturales.

Una forma de identificar todos estos factores es a partir del análisis DOFA, donde se realiza un contexto interno en el que se manifiesta el desaprovechamiento de los recursos económicos de orden nacional, la escasa visión empresarial por un lado y por el otro la ilegalidad de la operación, la deficiente infraestructura, falta de estructura de la cadena productiva y la poca sensibilización de los pobladores y capacitación, además de otros. También desde el contexto externo manifiesta amenazas tales como, no lograr el reconocimiento del departamento de Sucre como destino turístico con biodiversidad y sostenibilidad, así como el uso no sostenible de los escenarios ecoturísticos. De esta forma, el objetivo de la presente investigación es realizar un análisis estructural de los diferentes escenarios ecoturístico que ofrece el departamento de Sucre.

Metodología

Lugar de análisis de la ruta ecoturística.

El estudio se llevó a cabo en el departamento de Sucre, conformado por 26 municipios que teniendo en cuenta los criterios de ubicación geográfica, división político-administrativa, vocación económica, relaciones intermunicipales, nexos históricos y socioculturales, se agrupan en cinco subregiones fisiográficas: Golfo de Morrosquillo, Montes de María, Sabanas, San Jorge y La Mojana (Gobernación de Sucre, 2016).

Tipo de estudio. El estudio utilizado para el análisis de las rutas ecoturísticas en el departamento de Sucre en este trabajo es de tipo descriptivo y analítico en el cual se estudiaron datos obtenidos de fuentes secundarias.

Análisis DOFA

Utilizando la información obtenida de los antecedentes bibliográficos, se analizaron factores internos como fortalezas y debilidades, externos como amenazas y oportunidades de cada subregión, con el objeto de conocer la situación actual de la actividad turística en el departamento y proponer estrategias que fortalezcan este sector de servicios.

Resultados

Debilidades

- **Subregión Morrosquillo**

La pobreza, analfabetismo, desempleo, inequidad, exclusión social, inseguridad ciudadana y condiciones básicas insatisfechas contribuyen a una baja competitividad del sector turístico frente a otros lugares de Colombia ubicando al departamento en el puesto 21 de 26, en el índice departamental de competitividad emitido por el Consejo Privado de Competitividad (2016).

Cortez y Vergara (2009) concluyen que la baja actividad turística en esta zona se debe a la falta de una estrategia de mercadeo agresiva que atraiga a muchos visitantes al año. Así como la falta de capacitación y certificación del capital humano en temas de hotelería, gastronomía y en general del servicio turístico, ha aportado a la mala calidad de los servicios y tours que ofrece el Morrosquillo.

Falta de diversidad en las formas de pago, siendo escaso medios como transferencias electrónicas, consignaciones, tarjetas de crédito y débito (Romero, 2017).

Municipios como San Onofre carecen de una infraestructura adecuada para la recepción de turistas por lo cual se desaprovechan las playas vírgenes, la fauna y flora que ofrece este municipio convirtiéndolo poco atractivo para los turistas.

• **Subregión Montes de María**

Ineficientes usos de las Tecnologías de la información y comunicaciones TIC, para dar a conocer la oferta turística de los municipios. De igual manera, los senderos ecológicos existentes no están debidamente señalizados turísticamente, ni ambientalmente.

Planes de manejo y protección ambiental deficientes dado que la Corporación Autónoma Regional del departamento de Sucre CARSUCRE, Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural y otras entidades públicas, no aplican controles severos sobre la quema de los bosques para la implementación de agricultura y ganadería, además de contaminación de fuentes hídricas por inadecuadas prácticas ambientales.

No existe un guía certificada y habilitada para poder hacer senderismo, además las actividades ecoturísticas que se llevan a cabo no tienen un plan de aseguramiento en caso de accidente para los visitantes, especialmente en municipios como Colosó que cuenta con este servicio.

Falta de infraestructura adecuada en municipios como Colosó en aspectos como hotelería, salud y alimentación, además, falta más oferta relacionada con alojamiento o ecohoteles (Barragán, 2017).

• **Subregión Sabanas**

No cuenta con grandes escenarios naturales atractivos donde se pueda realizar un ecoturismo o senderismo, debido a las características geográficas de la zona (Gobernación de Sucre, 2011).

Las vías se encuentran en buen estado; sin embargo, algunas no cuentan con el mantenimiento y señalización adecuada poniendo en riesgo la movilidad, especialmente en horas nocturnas.

• **Subregión San Jorge**

La infraestructura turística no se ha desarrollado satisfactoriamente debido al mal estado o ausencia de los hoteles y restaurantes que brinden un servicio de buena calidad. Por otro lado, los medios de transportes terrestres y fluviales se encuentran en malas condiciones poniendo en riesgo la seguridad e integridad de los turistas. Las vías y calles se encuentran deterioradas, dificultando la movilidad intermunicipal.

Afectaciones climáticas como inundaciones provenientes de los caños, ríos y ciénegas hacen que los turistas visiten escasamente esta zona. Por otro lado, la región se encuentra rezagada en temas de saneamiento básico y servicios públicos. Algunos municipios carecen de alcantarillado, acueducto y sistemas de deposición de residuos sólidos, convirtiéndose en temas de impacto ambiental negativo.

• **Subregión Mojana**

Es una zona inundable en ciertas épocas del año que ha costado más de 500 muertos y 3,5 millones de afectados por la ola invernal. Presenta un alto grado de necesidades básicas insatisfechas, debido al tipo de relaciones económicas predominantes, a la violencia y baja calidad de agua potable para consumo humano, sistemas informales de alcantarillado, falta de rellenos sanitarios y mercados públicos para expendio de alimentos, constituyéndose en factores de riesgo predisponente para la salud de la población (Urquijo & Vargas, 2013).

Oportunidades

- Programas de proyección social que adelantan las entidades gubernamentales a través de los entes departamentales.

- Políticas ambientales a nivel departamental para la recuperación de playas, arroyos, ríos, zonas húmedas, bosques, páramos, que permitan potencializar el interés turístico de los visitantes.
- El incremento de las masas por conocer lugares que aún conservan su naturaleza y guardan su origen en lugares remotos.
- Los planes gubernamentales concernientes a cada municipio dentro del consejo de planificación territorial contemplan la implementación de la recuperación de parques, zonas urbanas, espacio público e infraestructura.
- Todos los programas de infraestructura categorizan la ejecución del aumento de la cobertura de servicios domiciliarios.
- Las políticas sociales efectúan labores de inyección de capital a raíz del conflicto armado que ha afectado el departamento, con el fin de explotar el potencial direccionado que tiene cada subregión.
- Interés de entidades internacionales (ONG's) por invertir en zonas que han sido víctimas del conflicto y que se presenta como una zona de gran valor económico.

Así mismo, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo promueve incentivos Tributarios y Fiscales para la creación de empresas dedicadas al turismo tales como: acceso a recursos del Fondo Nacional de Turismo (Fontur), exención de la renta por 20 años, que rige desde enero de 2003 para servicios ecoturísticos, exención de la renta por 30 años para los servicios hoteleros que igualmente rige desde enero de 2003, exención del impuesto de renta por 20 años para las empresas que construyan establecimientos hoteleros en los municipios con menos de 200.000 habitantes, menor cuantía en el pago del impuesto de Industria, comercio, avisos y tableros (ICA), beneficios de los créditos de la financiera de desarrollo territorial S.A. (Findeter), derecho a las líneas de crédito de Bancóldex, Participación en programas de ProColombia y del programa de transformación productiva (PTP), derecho a participar en convocatorias de INNpulsas.

Además, el Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, tiene dentro de sus programas la promoción y el incentivo por resaltar el valor turístico del departamento.

Fortalezas

• Subregión Morrosquillo

Cuenta con atractivas playas, ecosistemas de manglares, lagunas costeras, ciénegas y cavernas prehistóricas que son visitadas por miles de turistas al año, provenientes desde diferentes partes de Colombia y del mundo. Es idónea para realizar deportes como windsurf, kayak, buceo y avistamiento de aves, reptiles, primates, serpientes, entre otros (Sampedro *et al.*, 2013).

La infraestructura hotelera y de restaurantes se ha venido fortaleciendo paulatinamente especialmente en los municipios de Santiago de Tolú y Coveñas en los cuales las inversiones de empresas y personas naturales han mejorado la prestación del servicio. Cabe resaltar, que en esta subregión existen empresas u organizaciones privadas que ofrecen paquetes turísticos que incluyen el alquiler de cabañas, pasadías, alimentación y recorrido por sitios tradicionales y culturales. En cuanto a la oferta gastronómica se presenta variedad de platos típicos como los antioqueños, llaneros, bogotanos, caribeños, mar e internacionales.

El mejoramiento del estado de las vías ha facilitado el acceso a los principales sitios turísticos, se resaltan obras como la doble calzada que comunica al municipio de Sincelejo (Capital del departamento de Sucre) con los municipios de Tolviejo, Santiago de Tolú. Así como, el mejoramiento de la vía que conduce al municipio de Coveñas. El aeropuerto Golfo de Morrosquillo, es un enlace directo con la región antioqueña del país más específicamente con la ciudad de Medellín.

En materia de cultura se destaca la Semana Santa en Santiago de Tolú con centenios de tradición, la cual podría enfocarse como un turismo religioso.

• Subregión Montes de María

Posee una riqueza hídrica representada en arroyos, pozas, saltos, manantiales de agua dulce y aguas subterráneas que se convierten un potencial turístico para la región. La diversidad de aves y mamíferos (especialmente primates), reptiles, anfibios, fauna, son un buen atractivo para la observación de fauna y flora nativa (Vela, 2017). Además, una

variedad de actividades turísticas como las de ecoturismo y de intereses especiales como ciclo montañismo, turismo cultural e interés arquitectónico por su estilo típico (Barragán, 2017).

En cuanto a las expresiones artísticas la subregión de los Montes de María se caracteriza por la elaboración de artesanías de palma de iraca y cepa de la mata de plátano (Colosó); hamacas, sombreros y ponchos, así como otros tipos de artículos elaborados con totumo (Morroa). Las festividades y celebraciones culturales son un atractivo para muchos turistas a nivel regional y nacional, tales como el festival de pito atravesao (Morroa), Festival Nacional de Gaita (Ovejas), fiestas del 20 de enero (Sincelejo), carnavales e innumerables fiestas religiosas, que inician desde el 6 de enero, incluyendo la Semana Santa y culminan en fin de año (Colosó).

En infraestructura cuenta con la fortaleza de tener a Sincelejo ubicado a una hora del municipio más distante, Ovejas, contando con hoteles y restaurantes de excelente calidad y servicio.

Las vías de acceso a los municipios se encuentran pavimentadas y en regular estado, tanto en el área urbana como rural, presentándose mayores dificultades en las vías rurales. Para el acceso a la zona se debe seguir la troncal de occidente que conecta a la subregión montes de maría con el interior del país (Díaz & Duarte, 2013).

• Subregión Sabanas

Se destacan en esta zona las artesanías realizadas en el municipio de Sampués, caracterizadas por una gran variedad de productos como el sombrero vueltíao de caña flecha, hamacas, mochilas, columpios infantiles, muebles, entre otros (Madera & Acosta, 2017).

Las festividades patronales y carnavales son un potencial de esta subregión de las cuales se destacan las fiestas patronales en el Santuario Mariano de Sincé, carnavales y concurso Maja Colombia en Corozal, festival de la algarroba y cuadros vivos en Galeras, celebraciones del Sagrado Corazón de Jesús, Virgen del Carmen, Virgen de la Candelaria, San Pedro Claver del municipio de San Pedro, fiestas de Santa Teresa de Jesús en el municipio de San Juan Betulia. De esta forma, se cuenta con un potencial turístico referente a otros aspectos como el religioso, cultural, patrimonial, gastronómico, étnicas y artesanal (Gobernación de Sucre, 2011).

• Subregión San Jorge

En esta subregión se resalta la Villa de San Benito Abad ubicada al sur oriente del departamento la cual posee la Basílica Menor del Señor de los Milagros, uno de los lugares de devoción y peregrinación más visitados de Colombia (Sistema Nacional de Información Cultural SINIC, 2018).

Municipios como San Marcos, Caimito y San Benito Abad cuentan con un atractivo ecológico representado en extensos cuerpos de agua de ríos y ciénegas, ricos en fauna y flora silvestre que ofrecen actividades como pesca artesanal, recorrido en lancha y avistamiento de aves; que en conjunto con su gastronomía tradicional y festividades como el del porro cantao hacen de esta tierra un potencial para el desarrollo de ecoturismo (Alcaldía de San Marcos, 2018; Alcaldía de Caimito, 2018).

• Subregión Mojana

Los atractivos arqueológicos y los extensos humedales pueden ser sitios potenciales para el turismo, en los segmentos de aventura, cultura, historia, agroturismo y ecoturismo, que contribuiría a recuperar el patrimonio cultural y los conocimientos agroeconómicos e hidráulicos de la cultura Zenú (CORPOMOJANA, 2016).

Amenazas

- Aislamiento geográfico y difícil acceso en las zonas rurales por la deficiencia de los medios de transportes.
- Inestabilidad climática durante el año, impidiendo la planificación de viajes a masas y reduciendo el flujo turístico.
- El departamento manifiesta el flagelo del interés particular de los líderes políticos sobre el interés comunitario, obstaculizando el desarrollo de la zona.
- Los índices de pobreza en el departamento hacen parte de los más representativos a nivel nacional.
- El alto grado de analfabetismo se encuentra alrededor de un 40% de la población a nivel departamental, que se traduce en la calidad de vida de los campesinos que se dedican a una agronomía poco tecnificada.
- La inadecuada explotación ganadera, una de las principales fuentes

de la economía, ha perjudicado el sector ambiental y los diferentes entornos ecoturísticos, principalmente los humedales.

- La dependencia de la economía frente a los diferentes recursos naturales del suelo y el agua, limitando el desarrollo de otros sectores económicos y de alto potencial en el departamento.
- La secuela de los conflictos sociales de la zona, generando la duda frente a la seguridad territorial en el departamento.
- El posicionamiento de otros destinos turísticos frente a los que ofrece el departamento.
- La falta de infraestructura vial y de comunicaciones que permitan el fácil acceso a todos los sitios de destino del departamento.
- La deficiencia en la cobertura de los servicios públicos y la poca articulación entre los agentes de la cadena turística.

Discusión

El departamento de Sucre posee un inventario turístico de más 100 atracciones de las cuales la subregión Golfo de Morrosquillo concentra un 40%, al igual que el 70% de la oferta hotelera del Departamento (Cortés & Vergara, 2009). Se deben fortalecer las alianzas público-privadas que ayuden a impulsar el ecoturismo en las otras subregiones, donde el gobierno apoye con subsidios, créditos, exoneraciones fiscales, capacitaciones administrativas y financieras. El mejoramiento de servicios de salud, públicos, saneamiento, transporte e infraestructura vial; y que las entidades privadas establezcan empresas de viaje, turismo, alojamiento y transporte, campañas agresivas de promoción y publicidad, paquetes turísticos de diferentes niveles económicos.

En segunda instancia, analizando la tendencia global orgánica y ambiental, se deben realizar unas campañas de concienciación ecológicas sobre el cuidado y preservación del medio ambiente, donde se incluyan entidades como CARSUCRE, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural - MADR, CORPOMOJANA, SENA, entre otros.

Fomentar los equipos de protección personal durante los recorridos por tierra y agua, tales como salvavidas, cascos, líneas de vida, protector solar, ropa cómoda de tal forma que el riesgo a un accidente sea minimizado. De igual forma, se debe mejorar la visibilidad de los sitios donde se realicen actividades como el senderismo.

Implementar tecnologías de la comunicación y la informática, para dar a conocer los sitios ecoturísticos del departamento de Sucre a todos los rincones de Colombia y extranjeros que visitan el país. Esto se podría alcanzar a través de la creación de un sitio web enlazado con las principales redes sociales de uso común y de los diferentes medios de comunicación convencionales como televisión, radio, vallas publicitarias, etc.

Conclusiones

Sucre cuenta con ecosistemas atractivos que pueden ser promocionados para el ecoturismo, que articulados con turismo gastronómico, étnico, artesanal, cultural, patrimonial y religioso, pueden generar avances en temas de desarrollo socioeconómico.

El ecoturismo en el departamento de Sucre cuenta con un escaso apoyo por parte de las entidades públicas y privadas, que no priorizan proyectos orientados a la mejora de infraestructura, vías y servicios públicos convirtiéndose en una limitante para el desarrollo del sector.

Referencias

- Alcaldía de Caimito. (2018). Nuestro municipio. Turismo. Recuperado de <http://www.caimito-sucre.gov.co/index.shtml#7>.
- Alcaldía de San Marcos. (2018). Breve reseña de San Marcos, Sucre. Recuperado de <http://www.sanmarcos-sucre.gov.co/>.
- Barragán, J. (2017). Diseño de una ruta ecoturística en el municipio de coloso – sucre: senderismo y biodiversidad. Trabajo final como requisito para optar el título de Magíster en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas. Universidad Tecnológica De Bolívar, Cartagena.

- Centro de información Turística de Colombia CITUR. (2018). Estadísticas Nacionales - Flujo de Turistas - Turismo Receptor. Llegada de visitantes extranjeros no residentes por destino. Recuperado de http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/all/2.
- Comisión Regional de Competitividad para el Departamento de Sucre. (2016). Caracterización del Clúster Segmento de negocio y retos estratégicos del negocio. Sincelejo.
- Corporación para el desarrollo sostenible de la Mojana y el San Jorge "CORPOMOJANA". (2016). Plan de gestión ambiental regional 2016 - 2026. San Marcos. Recuperado de http://www.corpomojana.gov.co/web2/component/jdownloads/send/14-planesdeaccion/142-pgar-2016-2026-corpomojana?option=com_jdownloads.
- Cortez, S & Vergara, M. (2009). Sucre paraíso sin descubrir. Plan de mercadeo para promocionar determinadas áreas del departamento y así contribuir con su desarrollo. Tesis para optar al título de administrador de empresa. Pontificia universidad javeriana, Bogotá.
- Díaz, M & Duarte, L. (2013). Potencial Turístico De Morroa y Ovejas, Sucre. Trabajo de investigación presentado para optar por el título de Profesional en Negocios y Finanzas Internacionales. Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena.
- Gobernación de Sucre (2011). Plan estratégico de desarrollo turístico de Sucre 2011-2020: Sucre Sensacional. convenio: Gobernación de sucre - fondo de promoción turística, Sincelejo. Recuperado de http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=66409&name=Plan_Estrategico_de_Turismo_de_Sucre_2011.pdf&prefijo=file.
- Gobernación de Sucre. (2010). Plan vial Departamental de Sucre 2010-2019. Recuperado de <http://www.sucre.gov.co>.
- Gobernación de Sucre. (2016). Plan de desarrollo departamental 2016-2019: Sucre progresa en Paz. Sincelejo, Sucre. Recuperado de <http://www.sucre.gov.co/planes/plan-departamental-de-desarrollo-2016--2019>.
- Madera, M. & Acosta, R. (2017). Condiciones comerciales de la actividad artesanal y ecoturística del departamento de Sucre - Colombia. *Económicas CUC*, 38(1), 79-104. DOI: <http://dx.doi.org/10.17981/econcuc.38.1.04>

- Romero, E. (2017). Estrategia para posicionar el golfo de Morrosquillo como destino turístico: propuesta de un modelo de desarrollo local. Maestría en negocios internacionales e integración. Universidad tecnológica de Bolívar, Cartagena.
- Sampedro, A., Álvarez, A., Domínguez, L. M., & Herrera, I. (2013). Especies promisorias para el ecoturismo en “Campo Aventura Roca Madre”, Tolúviejo-Sucre, Colombia. *Revista MVZ Córdoba*, 18(1), 3387-3398.
- Sistema Nacional de Información Cultural SINIC (2018). Colombia Cultural. Sitios de interés: Sucre. Recuperado de <http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDep=70&COLTEM=213>.
- Urquijo, C. & Vargas, M. (2013). Caracterización territorial y de inundaciones en la región de la Mojana. Tesis de grado para optar al título de ingeniero civil. Universidad Católica de Colombia, Bogotá.
- Vela, I. (2017). Caracterización biológica de la ventana de biodiversidad de Montes de María, municipio de Colosó, Sucre, Colombia: Proyecto de Conservación de Aguas y Tierras - ProCAT Colombia, Bogotá. Recuperado de http://i2d.humboldt.org.co/ceiba/resource.do?r=rr-bb_coloso_faunaflora_2015.

CAPÍTULO 6

EL TURISMO CULTURAL, COMO UNA ALTERNATIVA AL DESARROLLO TURÍSTICO DE SUCRE

*Merlys Melissa Tafur Campo²⁰
Willy De Jesús Palacio De León²¹*

20 Magíster en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas. Director y Administrador de Empresas. Universidad de Sucre. Correo: willypalacio2006@hotmail.com

21 Magíster en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas. Contador Público. Corporación Universitaria de la Costa CUC. Correo: mmelissa21@hotmail.com

Resumen

El desarrollo de nuevos destinos turísticos y su inclusión en un mercado, motiva necesariamente a pensar en nuevos productos turísticos imaginativos e innovadores con capacidad de diferenciación donde el visitante pueda vivir experiencias únicas. En esta investigación se presenta un análisis sobre la importancia de crear rutas turísticas culturales en el municipio de Santiago de Tolú, la caracterización de éste y los activos culturales más representativos. Esto con el ánimo de diseñar rutas turísticas de interpretación cultural alrededor del patrimonio material e inmaterial con la finalidad de fortalecer la oferta turística existente a través del turismo cultural. La metodología utilizada en este proyecto es la propuesta por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo -MINCIT-, para la valoración de los recursos turísticos; por lo cual, se partió del inventario de atractivos y servicios turísticos del departamento de Sucre realizado en el 2009 por Viceministerio de Turismo de la república de Colombia, adicionalmente para el diseño de rutas turísticas se combinaron las metodologías propuestas por el MINCIT y ONDAS. Se incorpora en estos recorridos la riqueza natural y cultural de este puerto turístico, exaltando la tradición oral para poner en valor la cultura toludeña, y vivir experiencias únicas que solo en el municipio de Santiago de Tolú se pueden vivir: con su historia, gastronomía, arquitectura republicana, entre otros elementos patrimoniales.

Palabras clave: turismo, cultura, patrimonio, producto turístico.

Abstract

The development of new tourist destinations and their inclusion in a market, necessarily motivates to think of new imaginative and innovative tourist products with differentiation capacity where the visitor can live unique experiences. This research presents an analysis on the importance

of creating cultural tourist routes in the municipality of Santiago de Tolú, the characterization of this and the most representative cultural assets. This with the aim of designing tourist routes of cultural interpretation around the tangible and intangible heritage in order to strengthen the existing tourist offer through cultural tourism. The methodology used in this project is the one proposed by the Ministry of Commerce, Industry and Tourism -MINCIT-, for the valuation of tourist resources; therefore, the inventory of tourist attractions and services of the department of Sucre conducted in 2009 by the Vice Ministry of Tourism of the Republic of Colombia was taken, in addition to the design of tourist routes, the methodologies proposed by MINCIT and ONDAS were combined. The natural and cultural wealth of this tourist port is incorporated into these tours, exalting the oral tradition to value the culture of Toludeña, and to live unique experiences that only in the municipality of Santiago de Tolú can be experienced: with its history, gastronomy, republican architecture, among other heritage elements.

Keywords: tourism, culture, heritage, tourism product.

Introducción

El turismo cultural es una actividad que permite conectar al turista con el patrimonio material e inmaterial de un determinado territorio, permitiendo que éste pueda vivir experiencias diferentes de su lugar habitual, ya que cada comunidad posee características culturales propias, las cuales despiertan el interés de viajeros inquietos por conocer las formas de vida, costumbres, creencias, gastronomía, e historias de los sitios visitados. En el municipio de Santiago de Tolú, normalmente se desarrolla el turismo de sol y playa y se ha desaprovechado el patrimonio cultural, por tanto, se puede aprovechar para crear nuevos productos turísticos que contribuyan a contrarrestar la estacionalidad de la actividad turística de este territorio.

Así mismo, a través del turismo cultural se genera conciencia sobre la preservación del patrimonio y el fortalecimiento de la identidad cultural entre sus habitantes, para que éstos se apropien de los activos culturales existentes, los cuales se convierten en una ventaja competitiva de este destino turístico. Basado en lo anterior, éste proyecto de investigación está orientado en diseñar rutas turísticas de interpretación cultural para el

rescate y desarrollo de las expresiones orales en el municipio de Santiago de Tolú, departamento de Sucre, Colombia.

Santiago de Tolú, desde su fundación en 1535 como puerto esclavista, ha sufrido transformaciones que le han permitido desarrollarse, teniendo como producto una variedad cultural fundamentada inicialmente en su etnia donde se pueden apreciar negros, mulatos e indígenas cada uno con un legado propio en costumbres y tradiciones que unidas van a construir el patrimonio cultural de este territorio. A todo ese importante acervo de elementos culturales, se suma la ubicación geográfica con playas en el corazón del Golfo del Morrosquillo, excelentes vías de acceso de forma terrestre, área y marítima, diversidad de fauna y flora en la zona de manglares. En la actualidad no existen rutas turísticas que integren estos elementos para crear nuevos productos turísticos los cuales generen una mayor estancia al visitante en el municipio.

En este capítulo se hace la caracterización del municipio de Santiago de Tolú y se mencionaran los atractivos turísticos de carácter natural, activos culturales del municipio: una mirada a su historia y cultura, reseña histórica, localización, condiciones naturales y ambientales, flora, fauna. También se presenta la caracterización poblacional, los aspectos socioeconómicos, la celebración de la Semana Santa, regatas de veleros, la cultura culinaria, y la celebración de las fiestas patronales Santiago el Mayor.

Metodología

Tipo y método de investigación

En lo que respecta a las consideraciones metodológicas, se tomará en cuenta para el desarrollo de la presente investigación el enfoque cualitativo, puesto que permite producir datos descriptivos. De allí que Strauss y Corbin (1990), señalan que “la investigación cualitativa se refiere a cualquier clase de estudio que produce resultados a los que no se ha llegado por procedimientos estadísticos u otro tipo de cuantificación” citado en (Rodríguez, 2010, p.39).

Así mismo, su empleo es pertinente dado que permite desarrollarse como un proceso flexible y humanista, esto “al estudiar a las personas

cualitativamente y estar destinado a asegurar un estrecho margen entre los datos y lo que la gente realmente dice y hace” Taylor y Bogdan (1987) citado en (Rodríguez, 2010, p.42).

Por lo anterior, se pretende obtener resultados para darles un uso instrumental, es decir, “la investigación se realiza para determinar la mejor solución del problema para alcanzar una meta específica, los resultados de la investigación se convierten en conocimiento, entendido como se planea para ser desarrollado en la práctica” (Rodríguez, 2010, p.56). Así pues, es pertinente señalar que la estrategia de investigación cualitativa a emplear será la investigación-acción.

Lo anterior, dado que es un proceso mediante el cual se intentan estudiar los problemas científicamente, con el fin de encontrar respuestas que puedan utilizarse para formular alternativas de solución que corrijan, guíen y evalúen sistemáticamente la calidad de las decisiones tomadas y las acciones efectuadas. (Rodríguez, 2010, p.60).

Por lo tanto, su empleo se hace necesario, en la medida en que se busca aportar información que coadyuve a diseñar rutas turísticas de interpretación cultural para el rescate y desarrollo de las manifestaciones orales y musicales en el municipio de Santiago de Tolú, Departamento de Sucre.

Fuentes y técnicas de recolección de información

Se revisaron fuentes secundarias como artículos de revistas científicas, proyectos de grado, libros sobre temas de turismo y cultura, documentos de política del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y de Ministerio de Cultura; además de páginas web de la UNESCO, la Organización Mundial del Turismo -OMT- y de instituciones gubernamentales como la Alcaldía Municipal de Santiago de Tolú, de la Gobernación de Sucre.

La recolección de información primaria se efectuó a través de la identificación de los personajes más destacados en el municipio en cuanto a su conocimiento sobre patrimonio cultural. La selección de estas personas fue realizada por los investigadores, una de ellas ha vivido toda su vida en el municipio, quien conoce a los miembros de su comunidad. Inicialmente se entrevistó a los historiadores Bernardino Herazo, Narciso Barragán Zúñiga, Andrés Felipe Sotomayor, a los ancianos del municipio de Santiago

de Tolú Manuel Erasmo Munzón Morelo y Eligio Campo Silgado, elegidos a través del método de muestreo no probabilístico o bola de nieve, el cual consistió en que cada individuo en la población puede nominar a otros individuos los cuales tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. A los individuos que son escogidos se les pide nominar a otras personas y de esta manera lograr la mayor cantidad de información que alimente el proyecto de investigación.

Finalmente, para determinar el recorrido, con los atractivos y los participantes de la cadena de valor, estos son: hoteles, operadores, guías y servicios complementarios entre otros; se tomaron de acuerdo con el nivel de interés manifestado, según las encuestas realizadas a los turistas y operadores turísticos en el municipio de Santiago de Tolú.

Activos culturales del municipio de Santiago de Tolú: una mirada a su historia y cultura

En este capítulo se desarrollará la caracterización del municipio de Santiago de Tolú el cual es el espacio donde se centra la presente investigación, destacando los aspectos más relevantes que permiten su conocimiento. Así mismo se elaborará un inventario de atractivos turísticos de carácter cultural y natural, destacando las diferentes manifestaciones orales que enriquecen el patrimonio cultural inmaterial del municipio, para finalmente realizar un análisis sobre el valor patrimonial que estos activos culturales representan para este territorio.

Para ello se realizó un trabajo de campo entre junio de 2016 y abril del 2017, tiempo en el cual se realizaron actividades como observación directa inicialmente, entrevistas realizadas a adultos mayores e historiadores del municipio y talleres con las estudiantes de la Institución Educativa Santa Teresita con énfasis en turismo; así mismo consultas bibliográficas. Es de resaltar el trabajo conjunto con la comunidad académica de la Institución Educativa Santa Teresita, quienes apoyaron en la compilación de esta información que permiten representar la memoria colectiva de este municipio.

Reseña Histórica

La Villa de Santiago de Tolú fue fundada el 25 de julio de 1535 por don Alonso de Heredia, quien encontró un pueblo organizado bajo la dirección del cacique Tolú, a unos 20 kilómetros del Golfo de Morrosquillo, y a orillas del arroyo Catarrapa o Pichilín. Pocos años después la villa de Santiago de Tolú fue trasladada a orillas del mar Caribe, y el asentamiento primitivo se denomina desde entonces Toluviejo. (Viloria, 2002, Pág.7)

El objetivo principal de la fundación de Tolú no fue otro que el de mantener un centro de abastecimiento que asegurara la supervivencia de los colonos instalados exclusivamente para el saqueo de los cementerios del zenú y que posteriormente sirvió de trampolín para colonizar las zonas aledañas, sabanas y riberas de los ríos Sinú, San Jorge y Cauca. (Mendoza, 2001, p. 87)

Durante el período colonial, Santiago de Tolú fue la población más próspera de lo que se conoció como Sabanas de Tolú, sitio por donde se comercializaban ganados y productos agrícolas como la caña de azúcar, este último cultivado en las colinas de la Sierra Flor (Sincelejo y zona de influencia). (Viloria, 2002, p.7)

Según Viloria (2002), a partir del Siglo VII se estableció la estancia esclavista Santa Bárbara de Coveñas, con una extensión aproximada de unas 10.000 hectáreas, la cual fue concedida al escribano Francisco López Nieto; pero ya a principios del siglo XX Coveñas era una extensa hacienda de más de 76.000 hectáreas de propiedad de Julián Patrón Iriarte (p. 7).

Asimismo, de acuerdo con De la Hoz & Navarro (2001), “este municipio fue un importante puerto en la venta de esclavos, quienes eran transportados principalmente por Cartagena, Santa Marta y Barranquilla. Sin embargo, su emancipación llegó al mismo tiempo que los negros de Cartagena (p.25).

En el siglo XVI por la venida de los negros esclavos que ocuparon la mano de obra agrícola de la zona, así mismo Santiago de Tolú se convirtió en un escenario para realizar todos los viajes hacia el Sinú, el Darién, Panamá y otras zonas de influencia. Esta prosperidad atrajo la codicia de piratas, ingleses, sobre todo, quienes atacaron la villa muchas veces y de modo preferencial las estancias y fincas ubicadas a la orilla del mar, desde

la bahía de barbacoa hacia Acandí y la actual frontera con la República de Panamá. La intensidad de estos ataques fue de tal magnitud que muchos encomenderos y estancieros decidieron abandonar sus propiedades y mudarse a zonas mediterráneas a salvo de las incursiones aludidas. Viloría (2002),

Localización

El municipio de Santiago de Tolú se encuentra ubicado en la parte septentrional del Golfo del Morrosquillo, hace parte de la Subregión de la llanura costera aluvial de Morrosquillo. Limita al norte con el municipio de San Onofre, al sur con los municipios de Palmitos y Coveñas, al este con los municipios de Toluviejo y el municipio de Sincelejo; al oeste con Panamá de acuerdo con el tratado internacional vigente de fronteras terrestres y marítimos según los tratados de Panamá - Lievano Boyd de noviembre 20 de 1.976 y el de Estados Unidos de América – Vásquez - Saccio de septiembre 8 de 1.972” (Alcaldía municipal, 2016, pág. 22).

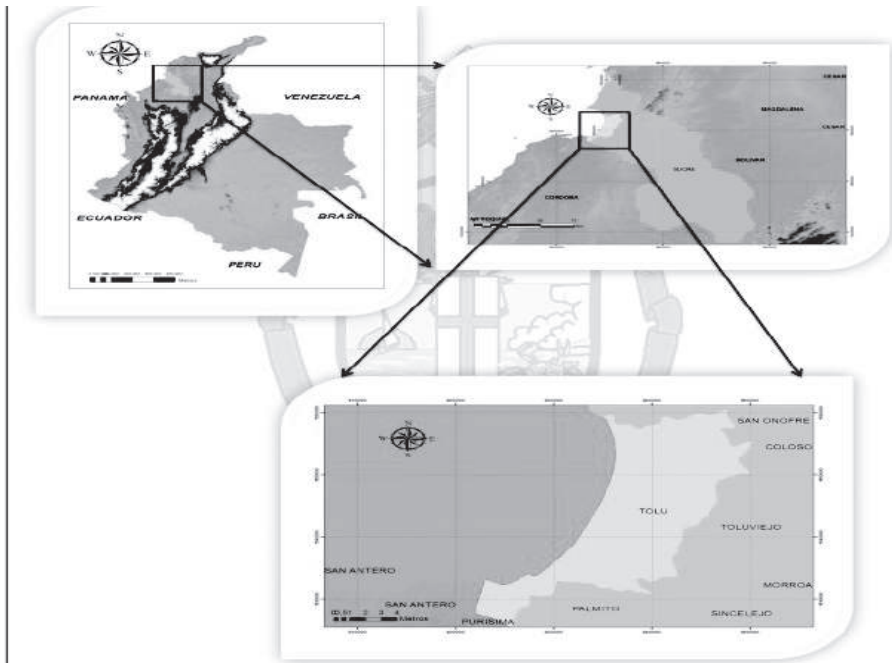


Figura 1. Ubicación Geográfica de Santiago de Tolú

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal de Santiago de Tolú “El plan de todos por el cambio” 2016-2019.

Condiciones naturales y ambientales

El territorio de Santiago de Tolú presenta las siguientes condiciones naturales y ambientales: En cuanto al clima se clasifica típicamente tropical, presentado una temperatura aproximadamente de 28°C durante temporadas secas del año (enero, marzo, agosto y septiembre) la media es del orden de los 26,6°C y para los períodos de invierno se tiene un promedio de 25,9°C. La temperatura térmica hallada es de 26°C con máximas de 39,8°C y mínimas de 15.5°C. (Alcaldía municipal, 2016, p. 27).

Este municipio posee llanuras con alturas muy cercanas al nivel del mar y con existencia de manglares en la Ciénaga de la Caimanera, al sur Ciénaga de la Leche y Trementino al norte del municipio, hacia el oriente se encuentran ondulaciones, propias de la serranía de los Montes de María.

El principal cuerpo de agua es el arroyo Pichilín, el cual no se seca completamente durante la época de verano, desemboca en el Golfo de Morrosquillo al sur de la zona urbana de Santiago de Tolú, conformando en su boca un conjunto con predominancia de las características de estuarios en las cuales se desarrolla la vegetación de manglar de parte baja asociada a la presencia de helechos como Matandria, que en cierto modo son evidencia de aportes permanentes de agua dulce al sistema. Hidrografía marítima está determinada por la parte de mar Caribe que comprende el Golfo de Morrosquillo. (Alcaldía municipal, 2016, p. 27)

lora

El territorio de Santiago de Tolú presenta una vegetación de bosque seco tropical, características determinadas por la influencia directa del clima; en la zona litoral se encuentran establecidos ecosistemas de manglar, que encierran extensas cuencas cubiertas por manglar, entre los que se pueden mencionar, mangle blanco (*Laguncularia racemosa*), mangle rojo (*Rhizophora mangle*), que se hallan en vía de extinción (Alcaldía municipal, 2016). Su presencia está condicionada a niveles freáticos altos e intercambio de agua dulce y salina. (Alcaldía municipal, 2016, p. 28).

En el municipio se encuentran otras especies tales como: Zaragoza (*Conocarpus erecta*), Mangle de humo (*Avicennia germinans*), en la zona con menos influencia de salinidad, se encuentran especies arbóreas como Ceiba Tolúa (*Bombacopsis quinatum*), Matarratón (*Gliricidia sepium*),

Cedro (*Cedrela* sp), Totumo (*Crescentia* cujete), Caracolí (*Anacardium* excelsum), Guayacán (*Tabebuia* spp), Campano (*Samanea* saman), Roble (*Tabebuia* rosea), gran parte de los árboles mencionados se hallan cerca de caños o arroyos donde los niveles freáticos son altos y zonas protegidas de los vientos alisios que soplan a finales y comienzos de año. (Alcaldía municipal, 2016, p. 28)

Fauna

En cuanto a la fauna es bastante rica en especies de mamíferos, reptiles, aves y peces; la avifauna está formada por Pelicanos (*Pelicanus* occidentalis), Tijeretas (*Fragata* magnificens), Gallito de ciénaga (*Jacana* jacana), Garrapateros (*Crotophaga* spp), Martín pescador (*Ceryle* tarquata), Patos (*Anhinga* sp), Garza ganadera (*Bubulcus* ibis), Garza real (*Casmerodius* albus), Pisingo (*Dendrocyna* autumnalis), Gallinazo (*Coragyps* atratus), Gavilán (*Rostrhamus* sp), Gaviota (*Sterna* sp), Flamenco (*Pohenicopterus* ruber), María mulata (*Quiscalus* mexicanus), Barraquete (*Anas* sp), Chavarria (*Chauna* chavarria), Azulejo Común (*Thraupis* episcopus) (Alcaldía municipal, 2016, p.28).

Caracterización poblacional

La población del municipio de Santiago de Tolú presenta las mismas características étnicas de los habitantes de la región Caribe. Entre la población del municipio predomina el mulato, pero en la actualidad el desplazamiento de la población en otras zonas del país atraídos por el negocio del turismo y otras actividades económicas desarrolladas alrededor del Golfo del Morrosquillo, han configurado un grupo étnico que aleja un poco del patrón de la zona.

La población proyectada por el DANE al año 2015, para el municipio de Santiago de Tolú es de 33.296 habitantes. De esta población 16.579 son hombres (49,79%) 16.717 son mujeres (50,21%). Así mismo la población se encuentra en un alto número localizada en la zona urbana, alrededor de 27.290 habitantes (81,96%) y en la zona rural aproximadamente 6.006 habitantes (18,04%).

En cuanto al tema étnico está representado en su mayoría por afrocolombianos e indígenas. Este municipio es el segundo de la subregión

Golfo del Morrosquillo con mayor población afrocolombiana, de acuerdo a lo planteado en el plan de desarrollo 2016-2021,” la población afro Toludeña al igual que la población afro colombiana en su mayoría se encuentra en estado de pobreza presentando una baja capacidad de auto gestión fundamentada en la falta de identidad cultural y étnica” (Alcaldía municipal, 2016, p. 36). La siguiente tabla muestra la población étnica del municipio de Santiago de Tolú.

Tabla 8.
Distribución de la Población de Santiago de Tolú

Población	
Total población indígena	1350
Total población negro, mulato	20306
Población Rom	0
Población Raizal	3
Población Palenquera o de Basilio	0

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal de Santiago de Tolú “El plan de todos por el cambio” 2016-2019

Aspectos socioeconómicos

La dinámica social y económica del municipio de Santiago de Tolú está fundamentada inicialmente en las condiciones de vida del nativo toludeño, resaltando esto en su ocupación, educación, salud, infraestructura, necesidades básicas satisfechas, entre otros aspectos que permiten lograr un panorama sobre la calidad de vida de la población.

De acuerdo con lo señalado en el Plan de Desarrollo Municipal 2016-2021, la economía del municipio está representada por la agricultura, destacando el cultivo de maíz, arroz, ñame, plátano, coco entre otros productos. La actividad pesquera también es una importante fuente de ocupación, donde se registra en el censo del DANE 2015 una población de pescadores artesanales de 336 personas agrupadas en distintas agremiaciones de pescadores legalmente constituidas, ésta forma de pesca artesanal es efectuada con anzuelo y con trasmallo. Lo anterior, indica que la actividad turística también se convierte en fuente generadora de ingreso para las familias Toludeñas, así como la ganadería y el comercio.

En el área de salud según lo señalado en el Plan de Desarrollo citado en líneas anteriores, el municipio presenta falencias en la prestación de estos servicios, estos son insuficientes para suplir las necesidades de la población local ya que la ESE hospital local carece de personal operativo, infraestructura y tiene deficientes insumos de medicamentos para brindar una atención de calidad. En la actualidad los habitantes tienen que acudir a Instituciones prestadoras de salud (IPS) privadas para recibir atención médica.

En lo relacionado a la infraestructura el municipio cuenta con excelentes vías de acceso vía terrestre, aérea y marítima.

En cuanto a la dimensión económica -según el plan de desarrollo municipal-, la población económicamente activa es de 19.706 toludeños, más del 30% de esta cifra pertenecen a los hogares más pobres 9.387 personas y el 24,3% es la población que ésta vinculada de manera formal a un empleo. En lo que respecta a la educación, en el municipio se registran 22 establecimientos entre instituciones educativas y centros educativos oficiales y 9 establecimientos educativos no oficiales.

Debido a las características naturales del municipio se abre la posibilidad de pensar rutas turísticas en la zona, con ello el municipio puede desarrollar alternativas que promueven la generación de empleo a la población con el ánimo de mejorar su calidad de vida.

Semana Santa

La Semana Santa es la conmemoración anual en el calendario cristiano en la cual se rememora la pasión, muerte y resurrección de Jesús de Nazaret. En Tolú es un período de intensa actividad litúrgica: comienza con el domingo de Ramos y culmina con el domingo de Resurrección. La tradición por los rituales santos empezó en Tolú desde la década octava del siglo XVII, cuando Don Bartolomé de Herazo fundó la famosa Hermandad Nazarena -según algunos hacia 1.687-. Hoy en día suman aproximadamente 600 integrantes de esta hermandad, algunos se encuentran en países como Venezuela, Panamá y ciudades capitales en Colombia como Cali, Medellín, Cartagena, Bogotá y otras.

Semana Santa en Tolú



Figura 2. Procesión de Semana Santa - Santiago de Tolú

Regatas de Veleros

Las regatas de velero es un evento tradicional de los pescadores del municipio de Santiago de Tolú, el cual sale desde el sector de Alegría hasta la playa que ésta al frente del hotel Montecarlos; durante su recorrido se observa cómo los pescadores utilizan sus implementos de pesca: bote, una vela, canaleta y un pequeño recipiente plástico para sacar el agua; en este interesante recorrido los botes se van dejando llevar por la brisa mientras que tres hombres a bordo de la embarcación van guindando -como bien lo dicen ellos- para que la vela pueda seguir siendo impulsada por la brisa, mientras que los otros están achicando el bote para que este no sea doblado por las fuertes olas hasta llegar a la meta final.

Este evento es realizado para los primeros días del mes de enero, época en que existe mucha más brisa para esta zona del departamento de Sucre.

Cultura culinaria

La cultura culinaria toludeña es sorprendentemente amplia y muy variada, por las influencias aportadas por las culturas negra, blanca e indígena. Cada una de ellas con sus particularidades y evolución conforman la cocina toludeña. Entre los platos típicos se encuentran el arroz de guandú, mote de guandú, arroz de cangrejo, arroz de ahuyama, arroz de camarón, sancocho de pescado, sancocho de sábalo y el más apetecido en sus tiempos el famoso arroz de caraotas o frijoles negros famosos en tierra colombiana han sido por generación parte de la dieta diaria de los

toludeños. La preparación de este arroz de caraotas consiste en dejar cocinar estos frijoles, luego echarle leche de coco, seguido del arroz y sal al gusto y dejar secar hasta que esté bien cocido.

Los orígenes de esta manifestación están influidos también por la cultura paisa, proveniente de Antioquia, de donde se han traído sabores andinos que se han combinado con los sabores típicos de la costa Caribe. Así, es común encontrar preparaciones a base de caraotas uno de los cultivos más antiguas plantas americanas. La caraota es una de las once especies que alimentan al mundo. Se utiliza como alimento básico suministrando proteínas, calorías, vitaminas y sales minerales.



Figura 3. Platos Típicos de la Gastronomía de Santiago de Tolú

Celebración fiestas patronales de Santiago el Mayor

Teniendo presente que el municipio de Santiago de Tolú fue fundado el 25 de Julio de 1535 por Don Alonso de Heredia, año tras año se ha venido conmemorando este importante acontecimiento para los toludeños en honor a su fundación y patrono Santiago el Mayor, donde se desarrollan diferentes actividades tales como: reinados, desfiles de comparsas, alboradas musicales con la banda de los Morelos llamada Banda 25 de Julio, procesiones, muestras culturales, entre otros importantes eventos, que se efectúan durante una semana es decir desde el 18 al 25 de Julio.

Santo Patrono de Tolú



Figura 4. Imagen del Patrono de Santiago de Tolú

Potencial Turístico en el Municipio de Santiago de Tolú.

El municipio de Santiago de Tolú, caracterizado por su privilegiada ubicación estratégica, el cual hace parte del pequeño grupo de municipios que componen el Golfo del Morrosquillo subregión del departamento de Sucre, posición que le genera excelentes ventajas competitivas en cuanto al desarrollo de la actividad turística.

Es por ello que, analizando la oferta turística del destino, donde principalmente se ha aprovechado el atractivo de sol y playa, se hace necesario potencializar otros elementos que este territorio ofrece, como es el caso de su riqueza cultural, la cual es muy amplia de acuerdo con lo estudiado tanto en la revisión bibliográfica como en el diálogo con actores culturales e historiadores del municipio. Así por ejemplo, la diversidad cultural en cuanto a su cocina tradicional, destacando alimentos como el

guate de cangrejo, bollos del pez raya, fricache de pez raya, arroz de ahuyama, entre otros platos tradicionales; por otra parte en el Parque Principal están ubicadas construcciones de casas republicanas y la Parroquia Santiago el Mayor que evidencian el paso de los españoles por tierras toludeñas, dejando con ello creencias como el catolicismo y la celebración de la Semana Santa, momento en el que se vive la pasión, muerte y resurrección de Jesús, y que año tras año atrae visitantes de otras ciudades, para conocer esta tradición religiosa.

Otro aspecto a destacar en la cultura de este municipio con 481 años de fundación, es su patrimonio inmaterial, en el cual se encuentran tradiciones orales, rituales, medicina tradicional, las danzas, entre otras.

Para efectos de este proyecto de investigación el cual ésta enmarcado en la tradición oral como un componente de la cultura que permita aportar un elemento diferenciador en la oferta turística del municipio de Santiago de Tolú, se lograron identificar los activos culturales existentes con la finalidad de crear valor a este destino turístico y potencializar estos importantes elementos patrimoniales para incorporarlo al programa de promoción turística de este territorio, permitiendo que el visitante viva experiencias únicas y conozca los valores patrimoniales que caracterizan al nativo toludeño, el cual se ha transmitido de generación en generación; el turismo cultural, según Mallor & Elodie (2013), se ha convertido en un reto para los destinos, no solo dinamiza zonas de interior sino que es una manera para que muchos destinos puedan salvar su patrimonio y crear empleos, ya que este tipo de turismo se apoya en la experiencia y la autenticidad.

Apoyado en lo anterior, se pretende para el destino de Santiago de Tolú que el visitante viva una experiencia única, exclusiva a través de la identificación de la historia y todos los acontecimientos que se han desarrollado a partir de su fundación; donde el patrimonio construido por nativos y fundadores se convierten en un elemento estratégico para el posicionamiento del destino, permitiendo crear nuevos productos turísticos a través de lo cultural generando sostenibilidad en el destino, así como un mayor aprovechamiento de los recursos naturales y culturales.

Conclusiones

Durante el desarrollo de este estudio se logró apreciar la enorme riqueza cultural con que cuenta el municipio de Santiago de Tolú, lo cual se convierte en parte de un potencial cultural e histórico amplio que ofrece toda una serie de oportunidades en materia turística. El patrimonio inmaterial consta de un legado generacional que, aunque ha permanecido con el tiempo está cautivo si no se rescata y se le da el valor que merece. Por otra parte, el rescate de todas las formas del patrimonio material e inmaterial se concreta con la creación de rutas que enlacen con productos turísticos de carácter cultural e histórico que ofrezcan una imagen del municipio que vaya más allá del producto turístico tradicional.

Este legado cultural el cual hoy está plasmado en este documento se reconstruyó interactuando con historiadores, estudiantes y población en general para finalmente proponer una ruta turística de interpretación cultural, como un importante aporte a la preservación de la identidad toludeña y de esta manera lograr un reconocimiento a nivel nacional e internacional no solo por su cálido mar, su olor a pueblo, la sonrisa y calidad humana de su gente, sino también por el alto valor patrimonial que este territorio posee.

Las rutas turísticas de carácter cultural e histórico propuestas en este documento son un importante aporte en pro de preservar las costumbres autóctonas y mostrar a los visitantes el gran legado que el municipio tiene, las generaciones presentes y futuras tendrán la responsabilidad de apreciarlo y valorarlo, así como de desarrollar acciones encaminadas a fortalecer estas como parte de las potencialidades de este territorio.

La intención de construir rutas turísticas a través de los elementos patrimoniales para el municipio de Santiago de Tolú, es una importante estrategia la cual permitirá:

- Mayor reconocimiento del destino turístico a nivel nacional e internacional
- Un importante aporte a la preservación del patrimonio material e inmaterial
- Mejoramiento de la calidad de vida para los habitantes del sitio donde se desarrollan las rutas.

- Una estrategia que contribuye al desarrollo sostenible del destino ya que a partir de ella se le está dando vida a las tradiciones culturales las cuales ha sido construidas a lo largo de la historia por fundadores y habitantes.

Finalmente, la construcción de rutas turísticas de interpretación cultural en el municipio es una oportunidad de crear emprendimiento comunitario y social ya que en este tipo de iniciativas y la manera como están propuesta las rutas, permite la interacción de la comunidad generando una apropiación del patrimonio y de este modo un mejoramiento de la calidad de vida del toludeño, ya que éste se puede generar otra fuente de ingreso participando en los recorridos.

Referencias

- Alcaldía Municipal de Santiago de Tolú. (2012). *Plan de Desarrollo “La Oportunidad para Todos 2012-2015”*. Tolú .
- Barragán, N. (10 de Mayo de 2016). Vivencias del nativo toludeño. (M. Tafur, Entrevistador)
- Bonilla, J. (2013). Nuevas tendencias del turismo y las tecnologías de información y las comunicaciones . *Turismo y sociedad* , 10.
- De la Hoz, Navarro. (Mayo de 2001). Indicidencia en la aplicación de la danza folclórica del caribe Colombiano en el fomento de los valores culturales en los niños del quinto grado del gimnasio moderno las margaritas Tolú-Sucre. Tolú, Sucre, Colombia: Tesis de grado.
- Eligio, C. (11 de Mayo de 2016). Vivencias del nativo toludeño . (M. Tafur Campo, Entrevistador)
- El Meridiano. (19 de 03 de 2017). <http://elmeridiano.co/iii-festival-cultural-de-sucre/69100>. Obtenido de <http://elmeridiano.co/iii-festival-cultural-de-sucre/69100>: <http://elmeridiano.co>
- Garrido, A., & Fernández, E. (2015). Rutas turísticas culturales e itinerarios culturales como producto turísticos: reflexiones sobre una metodología para su diseño y evaluación. *Análisis espacial y representación geográfica: Innovación y Aplicación* , 463-471

- Gobernación de Sucre. (28 de febrero de 2016). Plan de desarrollo 2016-2019. “*Sucre progresa en paz*”. Sincelejo , Colombia .
- Herazo, B. (11 de Mayo de 2016). Vivencias del nativo toludeño . (M. Tafur Campo, Entrevistador)
- Mallor, G. F., & Elodie, M. T. (2013). ¿Que es y como se mide el Turismo Cultural? Un estudio Longitudinal con series temporales para el caso Español. *Revista Pasos*, 269-284.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT). (2013). *Turismo y patrimonio cultural inmaterial*. Madrid (España): OMT.
- Plan de Desarrollo Municipal de Santiago de Tolú “El plan de todos por el cambio”2016-2019
- Rodríguez, M. (2010). *Tesis de grado*”Diseño de una ruta turistica de interpretación cultural para la promocion y desarrollo local de la etnia aborigen warao en el estado delta Amacuro, Venezuela”. Caracas .
- Secretaria de Turismo, SECTUR. (16 de 04 de 2008). <http://www.datatur.sectur.gob.mx/>. Recuperado el 09 de 2016, de http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario_T
- Sotomayor, A. (11 de Mayo de 2016). Vivencias del nativo toludeño . (M. Tafur Campo, Entrevistador)
- UNESCO. (2003). <http://www.unesco.org/>. Recuperado el 09 de 2016, de Los ámbitos del patrimonio cultural inmaterial: <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/01857-ES.pdf>
- Viloria, J. (2002). *Documento de trabajo sobre economia regional* . Cartagena de Indias: Banco de la República .

CAPÍTULO 7

CENTRO DE INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO DE SANTIAGO DE TOLÚ

*Gloria María Arsanios Troncoso*²²

*Emérita Isabel Gil Barreto*²³

22 Administradora de Empresas Hoteleras y Turísticas. Magíster en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas. Servicio Nacional de Aprendizaje Sena-Regional Sucre. garsanios@misena.edu.co, garsanios@gmail.com

23 Magíster en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas. Servicio Nacional de Aprendizaje Sena-Regional Sucre. egil@sena.edu.co, emerygil@hotmail.com

Resumen

La investigación objeto de este artículo, parte de la realización de un análisis a través de fuentes primarias y secundarias de los principales hechos que marcan la historia del municipio de Santiago de Tolú, con el objeto de proponer la creación de un centro de interpretación del patrimonio histórico de la Villa de Santiago de Tolú, epicentro del Golfo de Morrosquillo en el departamento de Sucre, realizando un estudio previo que permitió la identificación de su patrimonio, la documentación de los principales sucesos históricos y manifestaciones culturales del municipio en referencia. La metodología se aplicó en el municipio de Santiago de Tolú, en año y medio. Para llevarla a cabo se tuvo como punto de partida a los principales teóricos de los conceptos de patrimonio como Molano, Massó, Piñol y a la UNESCO como referente mundial en el patrimonio cultural; además de las consideraciones de la normatividad legal vigente acerca de Turismo y cultura. Los resultados obtenidos permiten concluir que el municipio de Santiago de Tolú tiene una gran importancia en la historia de Colombia, al destacarse como un importante centro de abastecimiento de los españoles en la colonia, sumado a su principal rol como uno de los principales puertos marítimos de la época, característica que conserva hasta el día de hoy, por su posición estratégica en la gran cuenca del Caribe Colombiano. Se espera que el Centro de Interpretación sea un instrumento para rescatar la memoria histórica del municipio de Santiago de Tolú, así como la diversificación de la oferta turística del mismo.

Palabras clave: turismo, cultura, patrimonio, Centro de Interpretación, experiencias únicas, historia.

Abstract

The research object of this article, part of the realization of an analysis through primary and secondary sources of the main facts that mark the history of the municipality of Santiago de Tolú, in order to propose the creation of a center for the interpretation of the historical heritage of the Villa de Santiago de Tolú, epicenter of the Gulf of Morrosquillo in the department of Sucre, carrying out a previous study that allowed the identification of its heritage, the documentation of the main historical events and cultural manifestations of the municipality in reference. The methodology was applied in the municipality of Santiago de Tolú, in a year and a half. In order to carry it out, the main theorists of heritage concepts such as Molano, Massó, Piñol and UNESCO as a world leader in cultural heritage were taken as a starting point; besides the considerations of the current legal regulations about Tourism and culture. The results obtained allow us to conclude that the municipality of Santiago de Tolú has a great importance in the history of Colombia, as it stands out as an important supply center of the Spaniards in the colony, added to its main role as one of the main maritime ports of the time, a feature that it has retained to this day, due to its strategic position in the great basin of the Colombian Caribbean. It is expected that the Interpretation Center will be an instrument to rescue the historical memory of the municipality of Santiago de Tolú, as well as the diversification of its tourist offer.

Keywords: tourism, culture, heritage, Interpretation Center, unique experiences, history.

Introducción

La subregión Golfo de Morrosquillo en el departamento de Sucre a orillas del mar caribe cuenta con un inmejorable escenario para el desarrollo turístico por sus bellas playas y su cercanía al Archipiélago de San Bernardo, el cual pertenece al parque nacional natural Islas del Rosario y Corales de San Bernardo. Posee una rica historia, en muchos casos desconocida por sus pobladores; siendo factible aprovechar este acervo cultural como una narrativa estratégica definida para construir valor alrededor de un producto que nos diferencie de otros destinos, a la vez que se crea una excelente

oferta, complementaria a los servicios existentes y ofrezca a los raizales opciones de desarrollo sociocultural. Partiendo de esta realidad es que nace la idea de hacer una propuesta para crear un Centro de Interpretación del Patrimonio de Santiago de Tolú.

Existen destinos turísticos con características similares a las del Golfo de Morrosquillo, con atractivos turísticos, culturales, históricos, arqueológicos; ricos en expresiones artísticas autóctonas, donde los raizales poseen poco conocimiento y apropiación de su patrimonio material e inmaterial, lo cual deriva en el desaprovechamiento de la oportunidad de utilizar el potencial cultural de la región en actividades turísticas y culturales que permitan a sus visitantes vivir experiencias diferenciadas, auténticas, sostenibles e incluyentes. En Santiago de Tolú no hay museos, fototecas o un archivo que guarde los principales hitos históricos del municipio y la región.

Según la priorización regional para el desarrollo del turismo en el departamento de Sucre, realizada por la Comisión Regional de Competitividad, uno de sus objetivos es “generar un nuevo discurso de posicionamiento del territorio”, actividad ésta, que debe ser integrada con visión de cadena de valor, (Competitividad, 2015, p. 4).

El problema radica, entonces, en que la oferta turística del Golfo de Morrosquillo es poco atractiva y adolece de falta de encadenamiento productivo con visión integral, por lo que este proyecto se justifica por la real importancia para suplir la ignorancia de la historia, avanzar en el desarrollo sociocultural del pueblo y contribuir a la apropiación de una nueva narrativa del territorio, que actualmente no existe, es inexplorada, repercutiendo en la deficiente calidad de vida de sus habitantes, ya que su mayor fuente de ingresos, el turismo, no genera desarrollo para estos municipios, es de anotar que el municipio de Santiago de Tolú es reconocido como la capital del Golfo de Morrosquillo y puerta de entrada a la región en la época de la conquista, sin embargo, a pesar de ser identificado así en la memoria colectiva del pueblo, su historia, patrimonio material e inmaterial no han sido valoradas y tienen el riesgo de perderse por completo, ya que no hay acciones de los entes territoriales para su conservación y difusión, sumado a la poca literatura y documentación al respecto.

Durante el proceso de la investigación se establecieron estadísticas que evidencian la falta de información en la mayor parte de la población

del Golfo de Morrosquillo acerca de su propia historia. Según investigación realizada por las autoras, solo el 38 % de los entrevistados dijeron conocer algo de los acontecimientos históricos, frente a un 62% que dice que la desconoce, razón por la cual existe la imperiosa necesidad de hacer algo al respecto. En el mismo estudio se reflejó la aceptación del proyecto por considerarlo necesario, en un 100% de los entrevistados.

Metodología

Esta investigación se realizó siguiendo el método exploratorio y descriptivo, por medio del análisis documental de crónicas, revisión de textos, libros sobre el tema, entrevistas con investigadores, tertulias con historiadores, portadores de la tradición oral, empresarios del turismo y otras fuentes primarias relacionadas con el objetivo de estudio. Por otra parte, se realizó un estudio descriptivo que permitió la sistematización del patrimonio histórico existente en la villa de Santiago de Tolú, estado, ubicación y cantidad de los mismos, de igual forma se determinó la fecha en que ocurrieron los episodios históricos, se clasificaron e identificaron los bienes muebles e inmuebles y las manifestaciones orales del patrimonio material e inmaterial de Santiago de Tolú. Se elaboró una lista representativa del patrimonio, la cual fue puesta en consideración de los vigías de la cultura y la alcaldía municipal para su refrendación.

Para el levantamiento del inventario se utilizó como referente el formato único para la elaboración de inventarios turísticos (<http://www.mincit.gov.co>, 2017), el cual reúne en detalle los diferentes sitios y monumentos históricos de la ciudad de Tolú.

Con el fin de conocer la percepción de habitantes locales, líderes comunales, autoridades y portadores de la tradición oral respecto al conocimiento de la historia de la Villa de Santiago de Tolú y la creación de un centro de interpretación, se hizo un muestreo aleatorio simple y se determinó un tamaño de muestra basados en la proporción de personas que consideran la existencia de patrimonio material e inmaterial en el golfo de Morrosquillo. Además, se llevó a cabo la tertulia “Pasado y presente de Santiago de Tolú”, en la cual participaron miembros de la Hermandad Nazarena, escritores, periodistas, historiadores y portadores de la tradición.

Se realizaron entrevistas y se aplicaron instrumentos de recolección de información a líderes comunales de los diferentes barrios del municipio para investigar acerca del desarrollo barrial y la percepción acerca del proyecto y su beneficio a la comunidad. (Pabilo, 2016).

La metodología aplicada se llevó a cabo en el municipio de Santiago de Tolú, por espacio de 18 meses y estuvo enmarcada por un total de cuatro grandes actividades:

1. Introducción al campo de la investigación, selección del tema y planteamiento del problema. En esta etapa se buscó, revisó y seleccionó el material bibliográfico, haciendo un primer acercamiento al tema a desarrollar, redactando el marco teórico de la investigación y la primera versión del trabajo de investigación
2. Trabajo de campo. En esta etapa se realizó la planeación colectiva del trabajo y la primera indagación acerca del tema objeto de esta investigación, según cronograma de las actividades propuestas, obteniendo el registro y la redacción sobre la indagación efectuada.
3. Análisis y discusión de los resultados para el trabajo final. Consenso sobre todas las etapas de la indagación y recolección de la información.
4. La redacción final del material recolectado y en consenso.

Resultados

Durante la investigación se estudiaron los conceptos generales de Patrimonio, el cual ha evolucionado generando un sinnúmero de definiciones, que han dado origen a múltiples interpretaciones acerca de su importancia, sus componentes, el manejo que se le debe dar; los beneficios que otorga a un lugar y su población, a través de diferentes perspectivas y cosmovisiones (historia, conservación, culturas). Al ser el origen del patrimonio de índole humana es susceptible a cambios permanentes y por consiguiente a ser reinterpretado y adaptado constantemente otorgándole un carácter dinámico. (Molano, 2007).

Se hace referencia en este documento a la definición de patrimonio planteada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), por ser esta una organización referente a

nivel mundial, marcando la pauta a seguir en este tema; a la vez que trabaja por “crear condiciones propicias para un diálogo entre las civilizaciones, las culturas y los pueblos, fundado en el respeto de los valores comunes” (UNESCO, 2017) .

Por consiguiente, se parte de un primer concepto clásico de patrimonio: *“El término de patrimonio suele definirse como nuestro legado del pasado, nuestro equipaje en el presente y la herencia que les dejaremos a las futuras generaciones para que ellas puedan aprender, maravillarse y disfrutar de él”* (UNESCO, 1998).

Es fácil llegar a la conclusión que los pobladores actuales de Santiago de Tolú se les ha extraviado su “equipaje” y por eso los jóvenes están perdiendo su identidad cultural al desconocer su historia y el gusto de “maravillarse” con sus saberes ancestrales.

En el desarrollo de esta investigación se pudo verificar el Patrimonio Cultural existente en el municipio de Santiago de Tolú tanto el Material o intangible inmueble y mueble, así como el Patrimonio inmaterial o intangible considerado como el conjunto de conocimientos, costumbres, tradiciones, mitos, lenguaje, formas de comunicación no verbal y gestualidad, que le aportan su carácter genuino, dando como resultado el identificar fácilmente la cultura con un grupo social determinado, constituyéndose de esta manera una identidad cultural. (Massó, 2009).

Podemos decir que cada pueblo tiene sus manifestaciones orales, sus saberes ancestrales, sus cuentos, mitos y leyendas; sus dichos, dimes y diretes (expresiones populares arraigadas), que les imprime un modo de ser único.

A continuación, se relacionan los principales resultados obtenidos en esta investigación:

El Inventario del Patrimonio Material tanto mueble como inmueble, existente hoy en día en Santiago de Tolú, siendo de mayor importancia: Iglesia Santiago El Mayor; el Palacio municipal, la Escuela de gastronomía y turismo del golfo de Morrosquillo-SENA (antigua casa de Balcón), Edificaciones y establecimientos de alojamiento y hospedaje tales como: el hotel Narza, Hotel Morrosquillo, Hotel Playa Mar, Hotel Alcira, cañones, Vasijas, La cola del pez, La Gaviota, Piedra del señor de Camarín.

De igual forma, se realizó la respectiva relación del patrimonio inmaterial de Santiago de Tolú, siendo representativos:

Las Faenas de Pesca Artesanal, su gastronomía (Guate de cangrejo, Revoltillo de Raya, Frito de Maíz y Raya, Dulce de Icacó; Bollito de coco, Arroz con Cangrejo), los juegos y deportes tradicionales tales como: Correr Tabla de Madera en Mar de Leva, El Chicle o Caucho, El Chischás; la producción tradicional como tejido de Atarrayas, las casas de palma y quioscos. No se puede dejar de mencionar las fiestas patronales religiosas de Santiago el mayor, La Semana Santa y la Hermandad Nazarena. También cabe mencionar las leyendas, la tradición oral y La medicina Tradicional tales como: El Gritón, La Vaca Brumadora, Los difuntos en Misa, Los

Muertos, Congresos Brujeriles, Historia del mangle rojo, los rezaderos para quitar el mal de ojo; Canto de Vaquería: Catalina tiene un Gallo, Me voy de mañanita, Si no fuera por los hombres, Cuentos de Juancho Villalobos, entre otros. (Tafur & Palacios, 2017)

De igual forma el patrimonio natural conformado por un majestuoso golfo que atrajo a los españoles por sus aguas tranquilas ideales para reparar sus embarcaciones; innumerables espejos de agua dulce, manglares y bosque seco tropical, evidenciándose “las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies animales y vegetales amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia o de la conservación, así como también, los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural. (UNESCO, 2017, p. 4).

Con base en el concepto anterior podemos decir que el patrimonio natural en Colombia en su mayoría está conformado por el conjunto de todas las áreas naturales que hacen parte del sistema nacional de parques naturales y las reservas protegidas por la sociedad civil

Turismo y cultura

A través de la historia, la cultura se ha definido de dos formas:

1. La formación de la personalidad, llamada por los griegos *paideia* y por los latinos *cultus ánima* (cultivar el alma).

2. Todo lo que los seres humanos realizan para dominar la naturaleza y adaptarla a sus necesidades, fines, intereses y valores. (Cueto, 2012).

La importancia del turismo consiste en que es uno de los motores para aproximar las sociedades del siglo XXI, con la reducción de las distancias y los avances tecnológicos. Ante la situación anterior, es necesario establecer mecanismos de preservación de la cultura y la tradición cultural de los pueblos. La cultura es dinámica y por lo tanto, debe tratar de comprender y controlar los aspectos de los bienes culturales de las poblaciones a través del factor cultural de las sociedades. El turismo tiende a ser uno de los mecanismos para ayudar a la continuación de singularidades culturales en los espacios. Este espacio global ha generado que la cultura pase por diversos procesos sociales que implican la aceptación, el conocimiento, o el sometimiento de otras culturas; un espacio social que se puede entender como globalización o mundialización. (Jiménez & Regó, 2014).

Patrimonio cultural en Colombia.

Dentro de los objetivos de la política estatal en relación con el patrimonio cultural de la nación se pueden mencionar “la salvaguardia, protección, recuperación, conservación, sostenibilidad y divulgación del mismo, con el propósito de que sirva de testimonio de la identidad cultural nacional, tanto en el presente como en el futuro”. (Ley 1185, 2008, p. 1).

Es apremiante diseñar e implementar una política de salvaguarda del patrimonio cultural del municipio de Santiago de Tolú que posibilite su preservación para las generaciones futuras y aporte al carácter identitario del destino turístico.

Una de las formas o estrategias actuales para preservar el patrimonio y dar a conocer la identidad cultural, es por medio de los centros de interpretación. A través de estos espacios se aprecia y vive la historia de un pueblo, sus costumbres, su relación con el entorno, para mostrar y enseñar al visitante su modo de ser, sus particularidades, transformándose en una actividad vivencial, experiencial directa, proporcionadas por un guía local certificado, generalmente realizado mediante guiones históricos, que adicionalmente dan a conocer los bienes naturales y culturales que se conservan o preservan.

Es de anotar que todo pueblo o región es factible de ser interpretado, pues todos cuentan con recursos patrimoniales, bien sean naturales o culturales. Es usual encontrarnos con algunos centros que pueden confundirnos, pero su concepto o función difiere totalmente de los centros de interpretación. Veamos algunos ejemplos: centros de visitantes, centro de recepción, oficina de información o centro de recursos educativos, para identificar y diferenciar cada uno de ellos es necesario tener claro conceptos como: Informar, difundir, interpretar y educar. En los centros de interpretación los visitantes tienen oportunidad de conocer información autóctona de forma demostrativa y vivencial, con relación al acervo local.

Con el Centro de Interpretación del patrimonio en Santiago de Tolú se espera generar conocimientos, no solo en la población, sino, que inspire a conocer la narrativa del territorio, la historia alrededor de sus paisajes maravillosos, que debe ser conocida por los lugareños y turistas para dejar una impronta que diferencie al Golfo de Morrosquillo y Tolú, potencializando el turismo y la visita de huéspedes y visitantes, beneficiando a la población alrededor de este proyecto.

El Plan de Desarrollo Municipal de Santiago de Tolú 2016-2019 “El Plan de Todos por el Cambio” consigna retos para generar nuevos productos complementarios, proyectando acciones tendientes al mejoramiento de la infraestructura cultural y su sostenibilidad, priorizando el posicionamiento cultural del municipio por medio del impulso del emprendimiento cultural, la diversificación de la oferta en turismo cultural, contando para ello con la riqueza patrimonial representada en sus manifestaciones religiosas, artísticas, gastronómicas, mitos y leyendas, bienes materiales históricos (cañones y arquitectura) y en su estratégica posición geográfica como punto de intercambio de culturas (indígena, afro, europea, Sirio-libanesa). (Plan de Desarrollo municipal de Santiago de Tolú: El plan de todos por el cambio, 2016)

La principal dificultad en esta investigación fue la poca literatura existente referente a la historia de Santiago de Tolú, sin embargo, se realizó una intensa búsqueda de textos escritos en bibliotecas del país, aún insuficiente, se recurrió a las fuentes primarias de la información, para lo cual se decidió realizar una tertulia en la escuela de gastronomía y turismo del Golfo de Morrosquillo, donde se reunieron reconocidos portadores de la tradición oral y gestores culturales, para conversar sobre el pasado, presente

y futuro de Santiago de Tolú; se evidenció que existe consenso en cuanto a que, a pesar de ser Tolú una de las poblaciones más antiguas de Colombia, el patrimonio del municipio se encuentra en el baúl del olvido y que se hace urgente la necesidad de desempolvarlo, documentarlo, difundirlo, y que exista un lugar adecuado para ello.

Leer a escritores Sucreños como Manuel Huertas y Luis Arturo del Risco, es entender por qué Santiago de Tolú a través de su historia pasó de ser un pueblo clave en el desarrollo de la región a ser hoy día un municipio sin mayores pretensiones, con habitantes sin arraigos. Así mismo, con la contribución de los portadores de la tradición, jóvenes toludeños investigadores de su historia, gestores culturales y sobre todo la interrelación con la comunidad, se ratifica la importancia de enseñar en las aulas la historia del municipio y su área de influencia y de contar con centros para interpretarla.

Adquiere gran relevancia la relación cronológica de los principales hechos históricos del municipio de Santiago de Tolú desde 1534 hasta nuestros días, así como haber definido que Santiago de Tolú es la tercera población en antigüedad de Colombia y la Hermandad Nazarena la más antigua de Latinoamérica. A continuación, se presenta la relación de los principales hechos históricos:

ÉPOCA	PRINCIPALES HECHOS HISTÓRICOS	FUENTE
PRECOLOMBINA	Existieron en la cuenca del Zenú tres centros poblacionales claramente organizados, con sistemas de Gobierno, que garantizaban la cohesión y distribución social de tareas hasta el punto que les permitió conservar una cultura por más de 2000 años	(Ambiente_ BID)
SIGLO V y X	Siglos V y X Máximo auge de la cultura Zenú, con la más grande modificación del paisaje llevada a cabo por el hombre en esta zona	(Plazas & Falchetti, 1990)
1500	La población de indígenas caribeños de la actual Colombia, contaba con una población de 2.500.000 habitantes	(Tovar & al, 1994)

1534	El primer nombre que adquirió Tolú fue Balsillas impuesto por el conquistador español Francisco César. La razón es que en sus ciénagas y terrenos anegados abundaban estos árboles.	(República, 2017)
1535	En la segunda incursión al Zenú del conquistador Alonso de Heredia, penetró por el Golfo de Morrosquillo más allá de Ayapel extravióse viéndose abocado a regresar al mencionado golfo, donde habían ancladas varias naves. Según crónicas de Juan Castellano, decide fundar el 25 de julio de 1535 la Villa de Santiago de Tolú, haciendo el reparto de solares a 45 vecinos escogidos para poblar y la construcción inmediata en las primeras casas embaharecadas.	(Castellano)
1541-1548	Reagrupación de 42 pueblos dispersos en el partido de Tolú, a través de su ayuntamiento capitular, pues en ese momento era el de mayor territorialidad, que iba desde el monte de Ayapel hasta el Curato de Remedios en Antioquia.	(Vergara, Cabil- do y Merced de Tierra Régimen para poblar el partido de Tolú Sabanas y Sinú, 1992)
1542	Trasladan a Tolú a la zona costera, pues al principio se ubica donde hoy es Toluvejo.	(Vergara, Cabil- do y Merced de Tierra Régimen para poblar el partido de Tolú Sabanas y Sinú, 1992)
1549	Adquiere el título de Villa	(Tolú A. d., 2017)
1560	Con el primer contacto entre indígenas caribeños de la actual Colombia y los españoles se desencadenaron vertiginosos procesos de transformación social y política de la población nativa, que ya para la década de 1560, había desaparecido casi en su totalidad en extensos territorios costeros.	(Vergara, Cabil- do y Merced de Tierra Régimen para poblar el partido de Tolú Sabanas y Sinú, 1992)
1570	Bartolomé de Herazo, funda la Santa Hermandad de los Nazarenos	(El universal, 2016)

1609	Tolú era ya conocido universalmente por una alusión a nuestra América que hiciera en 1609 el escritor Luis de Góngora y Argote en su soneto titulado: “Son de Tolú o son de Puerto Rico ilustre y hermosísima María o son de las montañas de Bujía la fiera mona y el deforme mico”.	(Argote, 1609)
1610	Llega el vasco Don Domingo Herazo, quien celebra las primeras procesiones de Semana Santa.	(Vergara, Cabil-do y Merced de Tierra Regímen para poblar el partido de Tolú Sabanas y Sinú, 1992)
1620	El partido de Tolú, se convierte en el gran abastecedor de Cartagena, esta prosperidad costanera atrajo muchos españoles y criollos, que fueron adentrándose hasta más allá de Pileta, que fue por entonces el primer poblamiento blanco de Sabanas. El cronista Fray Pedro Simón dice que de Tolú partían semanalmente más de 14 barcos largos, con más de 40.000 plátanos cada uno”	(Simón, 1981, págs. 483-486)
1630	Ante las constantes amenazas de la piratería inglesa llevó al puerto de Tolú, a un periodo de estancamiento, que culminó en 1658 con el incendio de los dos conventos franciscanos y dominicos.	(Herazo, 1985)
1636	La española doña Elena De la Cruz Ruíz, esposa del capitán Don Francisco Barraza y su cómplice Ana de Ávila de calidad mestiza y vecina de la Villa de Tolú son procesadas por la santa Inquisición por brujas, herejes y apóstatas, dando a Tolú el liderazgo de la brujería en América	(biblioteca. icanh.gov.co, 2017)
1643	Buques franceses ayudan a los ingleses a bombardear, asaltar e incendiar a Tolú. Construcción de los baluartes de la Villa del Rosario y de Santiago, desde la calle 15, hasta la 17, con avenida primera	(Mathieu, 1997)

1658	Segundo asalto de los ingleses, los cuales ingresan hasta San José de la Pileta, lo que es hoy el municipio de Corozal, incendiando a su regreso los conventos de Santo Domingo y San Francisco y la iglesia.	(Mathieu, 1997)
1676	Plano de la Villa de Santiago de Tolú, remitido por el gobernador de Cartagena de Indias D Joseph Daza, con carta de 5 de Julio de 1676	(Balboa, 2008)
1721-1730	Tolú como base de operaciones navales para defender la heredad hispánica fortifica en 1721, su puerto con una gran estacada, pie de fuerza de 100 hombres y nutrida artillería que, para 1730 contaba con 11 cañones.	(Lemaitre, 2011)
1724	Ataque Holandés; Tolú se defiende y logró hundir 1 de 3 barcos con 22 cañones algunos de los cuales se exhiben olvidados en el tiempo en la avenida de la playa de Tolú.	(Mathieu, 1997)
1772	Ante el florecimiento de las poblaciones reorganizadas, repobladas o trasladadas a espaldas del puerto de Tolú, este comenzó su decadencia.	(Hoz, 2003)
1810	Crisóstomo Patrón llama a uno de sus predios Ciénaga De la Leche, posee 84 km, 16 islas, 364 especies de aves, reptiles y mamíferos.	(Toscano, 2016)
1814	Incendio de la capilla del “Señor de Camarín”. Cuenta la tradición oral, que el cristo salió huyendo de las llamas y más tarde fue encontrado clavado en una piedra, en una finca vía al corregimiento de Pita.	(“Pabilo”, 2016)
1811-1815	Tolú, apoya la gesta independentista liberándose de los españoles en 1819	(Universal, 2010)
1840	El general Rafael Mendoza Paz y de Guillen, buscando reclutas, se toma a Tolú, incendian el templo, quedándose ahí los archivos de la colonia, por esto solo existen archivos parroquiales desde 1859	(“Yinya”, 2016)

1908-1913	El primer gobernador del inicialmente departamento de Sincelejo José Torralbo en 1908, y el primer automóvil en 1913, llegan vía marítima por Tolú.	(Osorio, 2016)
1919	Inicia la hotelería con el hotel Núñez en la calle 15 ave. 1° esquina. Le siguieron el hotel Narza, Morrosquillo y Playamar en 1946.	(Indias, 1990)
1919-1923	Los ganaderos del entonces gran departamento de Bolívar se fusionaron con la empresa norteamericana de la internacional products Co, para crear la empresa Product Co y construir en la hacienda Santa Bárbara De Coveñas el primer frigorífico de Colombia La Packing House	(L a c o m b e , 2016)
1938-1974	Fue sede de la South AMERICAN Gulf oil Company (SAGOC), que instaló el primer oleoducto para exportar petróleo desde el Catatumbo hasta el Golfo de Morrosquillo	(Sierra, 2017)
1942	Se crea el primer colegio de hermanas franciscanas “Santa Teresita” en la antigua casa conocida “casa de la viuda Canabal” calle 14 carrera 2 esquina.	(Moreno, 2016)
1974 hasta hoy	Funciona la empresa colombiana de petróleo ECOPETROL y la escuela de entrenamiento de infantería de marina de la Armada Colombiana, se instalaron en los antiguos predios de la Hacienda Santa Bárbara	(C o l o m b i a , 2017) (ECOPETROL, 2017)
2002	Se crea el municipio de Coveñas, segregado del municipio de Santiago de Tolú	(C o v e ñ a s , 2017)
2006	El SENA apuesta al desarrollo turístico de la región con la Escuela de Gastronomía y Turismo del Golfo de Morrosquillo.	Apunte de las autoras.
2003 a 2017	Entre años de desadministración municipal e influencias nefastas de grupos al margen de la ley y el esfuerzo del sector gremial hotelero y turístico, Tolú resiste esperando volver a sus mejores tiempos con más infraestructura y frecuencia aérea desde el aeropuerto Golfo de Morrosquillo, el nuevo puerto “COMPAS” y el recién lanzado corredor turístico del golfo de Morrosquillo y Sabanas,	Apunte de las autoras.

Fuente: Elaboración propia.

Recomendaciones

- Se debe aprovechar el potencial cultural que hay en la región, darlo a conocer para poder valorar el patrimonio y que este se vuelva visible.
- Efectuar alianzas estratégicas con los Ministerios de Cultura y de Industria Comercio y Turismo; con Secretarías de Educación departamentales y municipales (para asegurar asistencia diaria de estudiantes); instituciones educativas y los gremios del sector hotelero y turístico.
- El Centro de Interpretación al ser un proyecto innovador en el municipio y la región debe procurar que cumpla con las expectativas de los visitantes en cuanto a tecnología y servicios.

Conclusiones

- Se contextualizaron los principales sucesos históricos del municipio de Santiago de Tolú; evidenciándose 34 acontecimientos relevantes que marcaron su historia.
- Se caracterizó el patrimonio material e inmaterial de Santiago de Tolú.
- El estudio arrojó que los recursos históricos son poco conocidos por la población local y visitantes.
- Se valora la oralidad, los mitos y leyendas, saberes y tradiciones como recurso cultural de la cadena de valor del destino turístico Golfo de Morrosquillo,
- Esta investigación será la base para el diseño y ejecución de un Centro de Interpretación que contribuya a la obtención de equilibrio social en Santiago de Tolú; con lo cual se incrementará la interacción, convivencia e integración cultural.
- Un Centro de Interpretación fortalecerá el corredor turístico del Sinú, Golfo de Morrosquillo y Sabanas, presentado por el Viceministerio de Turismo el 13 de enero de 2017.
- El proyecto es novedoso para la región, por lo tanto, se espera sirva de referente para otros municipios.

Referencias

- Balboa, P. y. (10 de 01 de 2008). *Leyenda Negra y leyendas doradas en la conquista de América*. Madrid: Ediciones de historia, S.A.
- Banco de La República. (23 de 01 de 2017). Obtenido de <http://www.banrepcultural.org>: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/historia/ilustre/ilus20.htm>
- biblioteca.icanh.gov.co. (20 de 01 de 2017). Obtenido de <http://biblioteca.icanh.gov.co>
- Castellano, J. d. (s.f.). *Historia de Cartagena*. Bogotá.
- Colombia, A. N. (23 de 01 de 2017). <https://www.armada.mil.co>. Obtenido de <https://www.armada.mil.co/es/content/base-de-entrenamiento-infanteria-de-marina>
- Competitividad, C. R. (2015). Fortalecimiento institucional de la Comisión Regional de Competitividad del Departamento de Sucre. *Plan de acción*. Sincelejo, Sucre, Colombia.
- Cueto, M. P. (2012). *El patrimonio: Conceptos básicos*. Zaragoza: Prensa de la universidad de Zaragoza.
- ECOPETROL. (23 de 01 de 2017). www.ecopetrol.com.co. Obtenido de www.ecopetrol.com.co/wps/portal/es/ecopetrol-web/nuestra-empresa/quienes-somos/acerca-de-ecopetrol/nuestra-historia
- El universal*. (26 de 12 de 2016). Obtenido de <http://www.eluniversal.com.co/regional/sucre>
- <http://www.mincit.gov.co>. (2017). <http://www.mincit.gov.co>. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co>, 2017
- Jimenez, C. N., & Regó, I. (2014). Reflexiones acerca del turismo, sostenibilidad, cultura e identidad en la sociedad. *Turismo y desarrollo Local*.
- Ley 1185. (12 de 03 de 2008). Colombia.
- Massó, E. (2009). *La identidad cultural como patrimonio inmaterial: relaciones dialécticas con el desarrollo*. Red Theoria.
- Mathieu, N. d. (1997). La piratería a fines del siglo XVII: Asedio de Cartagena por el Barón de Pointis. *Credencial Historia* N° 89.
- Molano, O. L. (2007). Identidad Cultural un concepto que evoluciona. *OPERA* No 7.

- Osorio, G. E. (05 de 2016). www.scielo.org.co/. Obtenido de www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1794-88862016000200003
- Pabilo, J. Z. (02 de 07 de 2016). (G. M. Arsanios, Entrevistador)
“Pabilo”, J. Z. (7 de 08 de 2016). (G. Arsanios, Entrevistador)
- Plan de Desarrollo municipal de Santiago de Tolú: El plan de todos por el cambio.* (2016). Santiago de Tolú.
- Tafur, M., & Palacios, W. (02 de 09 de 2017). Proyecto de Investigación. Santiago de Tolú, Colombia.
- Tolú, A. d. (15 de 02 de 2017). www.santiagodetolú-sucre.gov.co. Obtenido de www.santiagodetolú-sucre.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Pasado-Presente-y-Futuro.aspx
- UNESCO. (1998).
- UNESCO. (02 de Mayo de 2017). Obtenido de www.unesco.org/new/unesco/about-us/who-we-are/introducing-unesco/
- UNESCO. (03 de Junio de 2017). Obtenido de <http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>
- “Yinya”, A. R. (07 de 2016). Entre Mares y Tradiciones. (G. Arsanios, Entrevistador)
- Vergara, M. H. (1992). *Cabildo y Merced de Tierra Regimen para poblar el partido de Tolú Sabanas y Sinú*. Sincelejo: Gráficas Lealtad.

CAPÍTULO 8

PRODUCTO TURÍSTICO CULTURAL DESDE LAS ASOCIACIONES ARTESANALES EN SINCELEJO ²⁴

*Netty Consuelo Huertas Cardozo*²⁵

*Martha Elena González Vergara*²⁶

*Andrea Paola Baquero Tobías*²⁷

24 Este capítulo está basado en los resultados de investigaciones de tesis de maestría en turismo “Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas

25 Universidad Tecnológica de Bolívar. Correo electrónico: nhuertas@unitecnologica.edu.co

26 Universidad Tecnológica de Bolívar. Correo electrónico: maegove@yahoo.es

27 Universidad Tecnológica de Bolívar. Correo electrónico: apbt_03@hotmail.com

Resumen

El diseño de productos turísticos que acompañen la preservación de las diferentes formas de manifestaciones culturales, son significativos. En el sector artesanal, existe desatención atribuida a la ausencia de identificación para los “artesanos” y “artesanías” desde una perspectiva protagónica. Este capítulo resalta la importancia de presentar sus oficios en interacción con los turistas, como una forma de integrar vínculos socioculturales y turismo para fomento y contribución al desarrollo económico de comunidades. Con una metodología descriptiva analítica, se recolectó información mediante observación directa, encuestas estructuradas para asociaciones artesanales y talleres con los diferentes actores del sector turístico, éste estudio presenta las artesanías, la valoración de atractivos desde el inventario turístico, caracterización de las asociaciones artesanales en Sincelejo y el diseño de un producto turístico cultural con su descripción de itinerario. Los resultados evidencian en las asociaciones artesanales, concentración de madres cabeza de familia, población desplazada e indígena Zenú; la técnica artesanal y su dominio basada en su capacidad creativa e inspiradora, la tradición de la enseñanza de actividad artesanal a los miembros jóvenes es notoria; con limitantes de capital, problemática de servicios básicos, de materia prima y capacidad de comercialización.

Palabras clave: producto turístico cultural, asociaciones, artesanías, artesanos, turismo

Abstract

The design of tourist products that includes the preservation of the different forms of cultural manifestations, are significant. In the artisanal sector, there is a lack of attention attributed to the absence of identification for the “artisans” and “handicrafts” from a protagonist perspective. This

chapter highlights the importance of presenting their trades in interaction with tourists, as a way to integrate socio-cultural links and tourism to promote and contribute to the economic development of communities. With an analytical descriptive methodology, information was collected through direct observation, structured surveys for handicraft makers associations and workshops with the different actors of the tourism sector, this study presents handicrafts, the valuation of attractions from the tourist inventory, characterization of artisan associations in Sincelejo and the design of a cultural tourism product with its itinerary description. The results show in the handicraft associations, concentration of mothers head of family, displaced population and indigenous Zenú; artisanal technique and its domain based on its creative and inspiring capacity, the tradition of teaching artisan activity to young members is notorious; with capital limitations, problems of basic services, raw materials and marketing capacity.

Keywords: cultural tourism product, associations, crafts, craftsmen, tourism

Introducción

Un sinnúmero de manifestaciones culturales existen en Colombia, dando a conocer la variedad étnica, religiosa, de costumbres, tradiciones y formas de vida de sus habitantes, así como su riqueza natural y diversidad de climas, geografías y paisajes, entre otros (SINIC, 2018). El departamento de Sucre y su capital Sincelejo, se caracterizan por ser una región de vocación artesanal donde el turismo como actividad, no ha alcanzado un grado de aprovechamiento que le permita participar en el desarrollo económico sucreño como una de las principales fuentes generadoras de recursos (Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Sucre, 2011).

Así mismo, es preciso destacar la inexistencia de propuestas turísticas en las cuales se acentúen y se den a conocer los sitios artesanales como parte de la identidad cultural de los sincelejanos, esta es una de las razones que ha limitado el aprovechamiento de las riquezas y como resultado no se ha conseguido el desarrollo social esperado de la población; se requiere la “capacidad creativa relacionada con la imaginación, la cual devela la potencia creativa del ser humano identificando los imaginarios de lo que

somos y lo que queremos, para abrir el mundo” (Cancillería de la República de Colombia, 2014).

Por otro lado, existen innumerables personas que su medio de supervivencia se basa en el aprovechamiento e ingenio por transformar los recursos que la naturaleza le proporciona (Fierro & Lopez, 2011), como es el caso de los productores artesanales. Las diferentes artesanías elaboradas, brindan una gran oportunidad de poder entrar a competir en distintos países del mundo y la falta de promoción, ha dado lugar a que éstas únicamente se comercialicen en el mercado local en volúmenes reducidos (Querembás Hernández & Rivera Paspuel, 2013). Uno de los problemas con que se enfrenta el artesano es el desconocimiento de lo que el mercado requiere o necesita. Por lo que éste produce sin enfocar sus esfuerzos a nichos específicos que le permitan tener una mayor rentabilidad y aceptación por parte de los clientes (Fierro & López, 2011).

Ahora bien la Política de “turismo y artesanías” promueve la creación de estímulos para la comercialización del producto artesanal y pretende también fomentar la incorporación del componente artesanal en las campañas de promoción de los destinos y productos turísticos, promover alianzas estratégicas para la inversión en el desarrollo de productos turísticos, en los cuales se privilegie su vocación artesanal. Los ejes temáticos de la misma, apuntan hacia la salvaguardia del patrimonio cultural, la competitividad, productividad, la pertinencia étnica, desarrollo comunitario (Política de Turismo y Artesanías, 2009).

En el departamento de Sucre, el sector artesanal presenta baja capacidad empresarial, inexistencia de gestión comercial y financiera, debilidad asociativa y poca innovación. Por lo tanto es fundamental la propuesta de ruta o productos turísticos en el municipio de Sincelejo, esto podría tener una connotación de incidencia nacional, toda vez que Colombia en todas sus regiones posee expresiones artesanales en algunas municipalidades.

Metodología

El presente estudio es de carácter descriptivo analítico. La información recolectada de las asociaciones artesanales existentes se realizó con base en

la encuesta estructurada, utilizada por el Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal (SIEAA), que utiliza artesanías de Colombia. La población estuvo compuesta por asociaciones artesanales, según número de integrantes, en el municipio de Sincelejo en zona urbana y rural.

Por otra parte, el sector hotelero en la zona de estudio, según registros de la Cámara de Comercio para el 2015, estaba conformado por 146 establecimientos en los municipios objeto de estudio, para el caso de Sincelejo 51, en Corozal 5 ciudad cercana a Morroa), Sampués 7 y en Coveñas 83. Para la investigación se tomaron de forma representativa, previas visitas de campo directo, los hoteles que manifestaron un alto nivel de interés en la investigación.

Otro aspecto tenido en cuenta fueron las condiciones de formalización y adecuada presentación hotelera para éste tipo de estudio, ese mismo criterio fue utilizado para los restaurantes, operadores, agencias de viaje, guianza y medios de transporte. La interacción con las comunidades mediante talleres incluyó también representantes del sector público gubernamental.

La valoración de atractivos en Sincelejo y de los productos artesanales para el diseño de producto, según lo establecido por el Viceministerio de Industria y Turismo, Fases del estudio: fundamentación referencial, caracterización del sector asociativo artesanal y diseño de producto.

La investigación se llevó a cabo desde julio de 2015, hasta septiembre de 2016, en los municipios de Sincelejo al cual se refiere este capítulo y otros municipios de Sucre Morroa, Sampués y Coveñas.

Marco teórico

Para describir el “turismo cultural”, podría iniciarse una definición separada para cada uno de los términos “Turismo”, por la “Organización Mundial de Turismo” (O.M.T) y “Cultura” conceptualizado por las diferentes disciplinas del conocimiento, a saber, la psicología social, antropología y sociología, entre otras, lo cual implicaría un debate de opiniones posiblemente no concertadas.

Sin embargo, en este caso, se trata de contextualizar una tipología de turismo que a su vez ha sido interpretada según la perspectiva de

cada país, éstos le han empezado a dar mayor importancia, en algunos casos potencializados por la Organización de las Naciones Unidas, para la Educación, la Ciencia y la Cultura “Unesco”, quien tiene previsiones efectuadas desde la Convención de 2003, a partir de una definición inicial de la puesta en valor de “el Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) como el patrimonio vivo - como el crisol de diversidad cultural y su conservación, una garantía de creatividad permanente”. (Organización de las Naciones Unidas, para la educación, la ciencia y la cultura-UNESCO, 2003).

El turismo cultural, para el caso colombiano, toma relevancia ante la Convención sobre el Patrimonio Mundial en mayo 24 de 1983, surge interés por la cultura inmaterial, razón que conduce hacia medidas legales orientadas para su protección y fomento. Es así como la Ley 397 de 1997, o Ley General de Cultura, incluyó como parte del patrimonio cultural las manifestaciones de cultura inmaterial (Ley Número 397, 1997). En consecuencia hay mayores posibilidades para el diseño de “rutas de turismo cultural”.

Sánchez (2010) expresa que la identidad cultural juega un papel muy importante en el desarrollo de los pueblos, hombres conscientes de su raíz tendrán también metas mucho más claras sobre el papel a cumplir frente a los nuevos retos de la sociedad.

En consonancia, hay perspectivas sobre los contenidos culturales y sus relaciones con el turismo como el de la Agencia Española de Cooperación Internacional, aborda algunos elementos sobre la definición de “La European Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS): «el movimiento de personas hacia las atracciones culturales fuera de su lugar de residencia habitual, con la intención de acumular nuevas informaciones y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales». (Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación-AECI, 2007) Más aún, el autor define:

En resumen, crear rutas e itinerarios con contenidos culturales no es hacer turismo cultural, sino tan solo la primera parte de un proyecto que debería culminar en estrategias serias, profesionales y rigurosas de comercialización turística que garanticen que los productos diseñados son viables en el mercado turístico y que van a contribuir al crecimiento económico de la zona en que se crearon.

Seguidamente, es importante acotar algunos elementos a favor y otros no tanto, para ésta combinación de turismo y cultura en rutas o producto turístico. En primera instancia el artículo, “*los caminos del patrimonio, Rutas turísticas e itinerarios culturales*”, analiza las causas que explican la proliferación de rutas turísticas e itinerarios culturales como un fenómeno global y las consecuencias que pueden tener en los territorios donde se implantan.

Las tipologías de rutas y el controvertido concepto de itinerario cultural conforme a las propuestas del Consejo de Europa e ICOMOS, conlleva la definición de éste último por el Comité Científico Internacional de Itinerarios Culturales (CIIC) (ratificada por la asamblea general del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios ICOMOS en 2008) con la siguiente precisión:

Toda vía de comunicación terrestre, acuática o de otro tipo, físicamente determinada y caracterizada por poseer su propia y específica dinámica y funcionalidad histórica al servicio de un fin concreto y determinado (2008:2). Esta vía debe, según ICOMOS, ser un espacio de intercambios multidimensionales, continuos y recíprocos capaz de generar una gran riqueza patrimonial y fecundas relaciones históricas entre distintos pueblos (Hernández Ramírez, 2011, p.p. 225-236).

En ese mismo sentido, se puede abordar lo concerniente al tema “artesanal” y sus conexiones con rutas culturales desde la perspectiva de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura:

La UNESCO apoya a las artesanías a través de la publicación de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, donde menciona que es necesario proteger la diversidad cultural, fomentando la creatividad y el desarrollo y que parte del patrimonio cultural inmaterial, se manifiesta en técnicas artesanales tradicionales, entre otras (Baquero & González, 2018) (UNESCO, 2003).

Por su parte, (Huertas, 2015) afirma “el turismo cultural es una forma de turismo en la que los turistas buscan conocer, comprender y experimentar las distintas manifestaciones culturales que caracterizan a una

población local (costumbres, monumentos, sitios históricos, arte, artesanía, gastronomía, danza, arquitectura, festividades y folklore) reflejando la identidad, unicidad y autenticidad del destino.

En virtud de la amplitud de manifestaciones culturales el turismo cultural abarca diversos subtipos de turismo (patrimonial, de artes, urbano, rural, étnico, gastronómico, religioso, creativo), que en la práctica se mezclan, obediendo a los atractivos culturales propios del destino y a los intereses de los turistas.

Si bien, las rutas turísticas son consideradas como un producto turístico, basadas en un itinerario o recorrido temático propio de una comunidad o área geográfica, que permite el conocimiento de sus valores, cultura y atractivos más particulares, capaz de atraer visitantes y motivar e impulsar su desplazamiento a lo largo de ella, visitando los atractivos, realizando actividades y utilizando los servicios que han sido habilitados con ese objeto (Consultores desarrollo turístico sostenible, 2007).

Implican dada la oferta variada existente, ofrecer al turista una experiencia inolvidable durante su viaje o permanencia en un lugar determinado, crear productos turísticos únicos, planeados de tal manera que aporten una experiencia significativa y positiva (Baquero & González, 2018).

La creación de una ruta turística realizada a partir de una localidad es precedida por otras etapas que pueden ser motivadas por varias razones. Idealmente, se espera la existencia de debates anteriores y cierto nivel de consenso entre los líderes administrativos, empresariales y comunitarios en el uso del turismo como un medio de desarrollo local. Pero, en la práctica son raros los casos en los cuales las aspiraciones pueden ser satisfechas plenamente. En una de las experiencias documentadas se observó la importancia de la participación activa del visitante. (Egrijas, Bursztyn, & Bartholo, 2013).

Otro aporte significativo, para la región caribe colombiana, es “El estudio del Corredor Caribe CC”, que analiza las posibilidades de desarrollo turístico integrado de un área que se extiende a lo largo de más de 400 km de la costa caribe colombiana, entre las ciudades de Cartagena y Santa Marta y que incluye, además, a la ciudad de Barranquilla y 19 municipios adyacentes. De estos 10 son costeros y los demás se ubican a menos de 50

km del mar. (Observatorio del Caribe Colombiano, Departamento Nacional de Planeación, Banco Mundial, 2015)

En continuidad a esa iniciativa y con un mayor radio de acción, en el año 2017, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MINCIT), colocó en marcha doce (12) corredores turísticos con los que pretende llegar a millones de turistas nacionales y extranjeros a sitios que nunca antes habían recorrido, integrando de esta manera 311 municipios de los 32 departamentos del país, estos lugares se han priorizado en conjunto con autoridades locales, hacia el turismo de naturaleza, *cultura*, gastronomía, avistamiento de aves, salud, bienestar y reuniones; en la segunda fase están los corredores del Golfo de Morrosquillo y Sabana (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2017).

Huertas (2015), como contribución práctica para el ejercicio turístico en un antecedente en el departamento de Bolívar hacia una propuesta de turismo cultural con afinidad a la temática artesanal para la región sucreña, describe una ruta de la red montemariana de la siguiente forma:

La ruta por la vida nos está reclamando una comunidad de artesanos por la vida que desde sus diversas prácticas y artes, busca la reconstrucción vital de aquellas personas y comunidades que han sido golpeadas por la violencia. Queremos en este esfuerzo reconciliador construir alternativas que ayuden a corregir el mapa montemariano de la guerra, reconstruyendo el mapa de la vida con cuatro exigencias muy concretas: Inteligencia, Sensibilidad, Profesionalismo y Eficacia. (Red Montemariana).

Es por tanto adecuado demarcar como apreciación, que las artesanías y los artesanos pueden estar referenciados junto al tema de interpretación del patrimonio natural, histórico, artístico y sociocultural, toda vez que para el imaginario colectivo, los valores culturales ya forman parte del denominado tejido urbano y rural, junto a la arquitectura industrial, los ambientes urbanos, paisajes y patrimonio monumental y etnológico (Baquero & González, 2018) (Planells & M., 2011).

Para Huertas, Baquero & González, una ruta turística artesanal, también es concebida como la búsqueda de una conexión del viajero con los oficios artesanales, prevista en éste capítulo de libro, desde las actividades

Artesanía Tejeduría en telar: hamacas, mochilas, bolsos y caminos de mesa, Artesanía en Tejeduría en caña flecha: Sombrerería, “Sombrero Vueltaio” en sus diferentes presentaciones, bolsos y billeteras, Artesanía tradicional popular en curtiembre o tenería: abarca tradicional, Artesanía indígena: técnica artesanal en semilla, cuadros con semillas. Pretende, un turismo vivencial en el cual la persona se sumerge en el contexto para ser parte de este y poder entenderlo, valorarlo más allá de la proyección objetual de la artesanía, como una estrategia sociocultural, que vinculada al turismo promueva las posibilidades de desarrollo local en la región sucreña, en varios municipios del departamento (Baquero & González, 2018).

En este caso, abordaremos solo el municipio de Sincelejo como ciudad capital y porque es quien dentro del departamento, junto a la región del Golfo de Morrosquillo, posee la infraestructura turística mayormente apropiada para visitantes y turistas.

Análisis de resultados.

Artesanías en una “ruta” en municipios de Sucre, que incluya a Sincelejo

La descripción de un recorrido, turístico artesanal debe partir de una *valoración*, de la misma, de acuerdo a lo establecido por el Ministerio de Industria Comercio y Turismo; esta validación permite determinar, bajo unos parámetros, la puntuación de su calificación.

Consideramos, que la artesanía tejeduría en caña flecha: sombrerería, “sombrero vueltaio”, es la que posee reconocimiento internacional, con una calificación de 88, por ser ícono para identificación del país colombiano y también son realizados por comunidades asociativas artesanales pertenecientes a Sincelejo; seguidamente en la escala nacional la técnica de tejeduría en telar, con valoración de 84, hamacas morroanas; posteriormente la artesanía tradicional popular, en curtiembre o tenería que identifica las “abarcas, tres puntá”, con cierta relevancia regional y nacional, puntuación de 76; por ser de uso ancestral y formar parte de atuendos representativos que identifican la cultura sabanera. Finalmente, una técnica en semillas autóctonas, puntuación de 76, realizada por miembros de una comunidad indígena Zenú (altamente reconocida, con puntuación de 100), en éste

caso localizada, en el corregimiento de “El Mamey” municipio de Coveñas (Sucre).

Producto turístico cultural

Tabla 1.
Inventario turístico del departamento de Sucre de los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas

INVENTARIO TURISTICO DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE													
CUADRO DE RESUMEN													
ACTUALIZACIÓN ARTESANÍAS 2016													
Artesanías	Nombre	Código	Colectiva	Tradicional	Anónima	Espontánea	Popular	Calif. Parcial	Local	Regional	Nacional	Internacional	Calif Total
	Artesanías Tejeduría en caña flecha : sombreroña, "sombrero vuelliao"	1.6.10.	14	14	10	14	14	66				22	88
	Artesanías Tejeduría en caña flecha : "bolsos, billetteras"	1.6.10	14	14	10	14	12	64			12		
	Técnica Tejeduría en Telar, Hamacas, Bolsos, Caminos de Mesa	1.6.10.	14	14	10	14	14	66			18		84
	Artesanía tradicional popular:Técnica Artesanal en Totumo	1.6.10	8	14	10	14	14	60			12		72
	Artesanía tradicional popular, en curtiembre, "lenería", "bbarcas"	1.6.10	14	14	10	14	10	62			14		76
	Artesanía indígena : Técnica artesanal "cuadros en semilla"	1.6.10	10	14	10	14	14	62	6				68
Grupos Especiales	Nombre	Código	Respeto por las costumbres					Calif. Parcial	Loc	Reg	Nal	Int	Calif Total
	Indígenas Zenu	1.8.1	70					70				30	100
	Comunidad negra	1.8.2	40					40				30	70





Fuente: Cálculos propios tomado de (Baquero & González, 2018)

Dando continuidad, es necesario describir los atractivos identificados y validados, como resultado del trabajo de expertos y en consonancia con talleres, que permitieron a la comunidad y actores del turismo participar en éste diseño. Resaltando la importancia de la identidad cultural en la visita a los posibles siguientes sitios, de valor para la ciudad de Sincelejo: pozo y plaza de majagual, museo Zenú, parque Santander, involucrando también el folclor y la gastronomía como notables y transversales para el producto turístico cultural artesanal.

Tabla 2.

Pareto de identificación y valoración de atractivos para Inventario turístico del departamento de Sucre de los municipios de Sincelejo

PARETO DE PRIORIZACIÓN			
IMAGEN	ATRACTIVO IDENTIFICADO	TOTAL CALIFICACIÓN	NIVEL DE PRIORIZACIÓN DEL ATRACTIVO
	Museo Zenú	14	10
	Monumento a la Cayena: Flor del Bonche	20	9
	La Iguana	18	8
	Eventos culturales temporales	28	5

	Monumento a Pola Becté	36	3
	Pozo y plaza de Majagual	38	3
	Parque Santan- der	26	6
	Teatro Munici- pal	18	10

Fuente: Cálculos propios con base en consultor Jorge Gómez, en talleres comunitarios para formulación “Producto cultura sabanera” según proyecto FNT-288-2014.

En el caso de Sincelejo, tomó importancia por parte de los mismos turistas, visitantes y la población en general dos monumentos, que hacen parte de la ciudad, y se constituyen en lugares a visitar por el turista a saber: “Monumento a la Cayena: flor de bonche” típica de la región y “La Iguana”,

nombre popular con la que se le conoce especie de singular importancia, por la necesidad de cuidarla y constituirse como típica de la región. La escultura Elsa Marina Lozada “Elmar”, explicó que la Iguana, tiene 2.40 metros de alto, 6.80 de largo y 6 mil piezas en mosaico y la Flor de Bonche tiene una altura de 6 metros hasta los pétalos y dos metros más si se incluye el pistilo y tiene 7.800 piezas (El Heraldo, 2015).

Descripción de la caracterización de las asociaciones en Sincelejo

La edad donde se concentra el mayor número de artesanos es entre los 21 - 50 años y la tradición de la enseñanza de la actividad artesanal a los miembros jóvenes es notoria con 37,5%. La población es mayormente no casada. Con una alta concentración de indígenas Zenú y madres cabeza de familia y la representatividad de población desplazada con 16%. El ingreso esta debajo del salario mínimo, deben complementarlo con otros oficios en su mayoría no formales. Las poblaciones rurales adyacentes a Sincelejo donde se realizan las prácticas artesanales, adolecen del agua, utilizar incluso pozos de agua lluvia, carecen del sistema de recolección de basuras y alcantarillado, solo algunos tienen gas domiciliario en lo rural y los que están en la zona urbana de Sincelejo poseen todos los servicios, aunque con la limitante de que el suministro es racionado algunos días.

En la actividad artesanal de las asociaciones se elabora la trenza de la caña flecha por metro, luego con ésta se cose, según el diseño del producto, y posteriormente se plancha. En ésta zona se hacen bolsos, monederos, billeteras, sombreros, cosmetiqueras en caña flecha y materia adicional de yute y cuerina, mochilas mixtas (tela, mola y caña flecha), cucharas y jarras en coco, en totumo y otras artesanías en croché, sombreros de palma de vino, sandalias decoradas, muñecas de trapo y en menor escala bordado en telas (Figura 1).



Figura 1. Tejido de caña flecha por metro.

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Los aspectos se han tenido en cuenta para el conocimiento por su habilidad en el oficio, en este sentido la técnica y su dominio proviene de la experiencia en mayor grado acompañada de la conservación cultural que desean tener y la calidad de su trabajo.

La mayor parte de su labor se concentra en la elaboración de productos artesanales, solo el 15% también los comercializa. Se inspiran en sus propios diseños y por sugerencias de los clientes en esta medida

Sus actividades artesanales son realizadas en cualquier lugar de la vivienda. Existe una asociación artesanal rural que tiene un espacio de trabajo comunitario fuera del hogar con paredes y techos (quiosco). El tamaño aproximado del área de trabajo es entre 10m² y 50m². A su vez la consecución de la materia prima es mediante un comerciante intermediario, seguidamente en forma directa al que la produce.

El lugar de compra de la materia prima es realizado en mayor porcentaje localmente, le sigue el municipio más cercano Buenavista, Córdoba. En el año 2015, la materia prima fue adquirida en un 94% al detal en pequeña cantidades y el otro 6% es al por mayor. Sin embargo, cuando se hace la recolección de la materia prima, para los pocos que la producen, es frecuente hacerlo por temporadas; otros artesanos no tienen un tiempo definido y solo los que compran al por mayor, mantienen la

materia prima de manera permanente en sus casas y compran de contado, el transporte utilizado a su sitio de trabajo es a pie o la envían y la lleva el proveedor en moto taxi.

Por las condiciones en que se realiza el oficio, el porcentaje de materias primas sobrantes es menos de 5% para los productos en caña flecha. Los que son realizados en otro material, se desecha entre el 6% y el 20%.

Las principales dificultades para lograr los desarrollos o cambios en el producto han sido falta de dinero y limitantes para comercializarlo. Otros en menor proporción por falta de conocimiento.

Habitualmente, la venta de los productos en forma directa al consumidor final, es el más representativo y le siguen los puntos de ventas de sus talleres a donde se acercan los compradores por el reconocimiento voz a voz.

Los principales destinos de ventas son en orden de volumen de mayor a menor, el mercado local municipal, otros municipios del departamento y la capital del departamento “Sincelejo”. Algunos artesanos venden de manera ambulante en la calle, en la plaza de mercado y las ferias regulares a los que son invitados.

Los medio de promoción y difusión utilizadas en orden de importancia, son voz a voz, los catálogos, el internet y las ferias. Algunos utilizan WhatsApp y Facebook.

Los tres principales aspectos para fijar los precios de sus productos son costos de materia prima, mano de obra y transporte. En algunos casos es de mucha importancia los precios que fija la competencia en la región.

Las principales dificultades para transportar sus productos al lugar de venta, son los altos costos, el mal estado de las vías de los corregimientos de Sincelejo y la escasez de medios de transporte. Se utiliza moto taxi y transporte expreso.

Los cambios, se incorporaron para mejorar el producto, las ventas y en consecuencia los ingresos. Estas mejoras provienen de cambios en el conocimiento y creación individual del artesano, variedad de nuevos diseños y el proceso de elaboración del producto incorporando nuevas materias primas (este último solo para las combinaciones de caña flecha) y las formas de hacerlo.

Algunos artesanos para la presentación comercial, utilizan empaques especiales para el sombrero vueltiao, otros tienen tarjetas de presentación, algunos con un logo de la entidad, realzando la identidad de marca en productos con caña flecha.

Los principales problemas que enfrentan en la comercialización de sus productos son, limitaciones en el transporte, la competencia, el desconocimiento y la distancia hacia los mercados.

De los pocos artesanos que han participado en ferias, si es notorio que han sido varias localidades a saber: feria colonia Bogotá, ganadera Montería, expo ferias Manizales y ferias generales en Barranquilla, Popayán, Cali, Bucaramanga, Sincelejo, Bolívar, Valledupar y Bogotá.

Durante el año 2015, las limitantes en las ferias fueron los costos del stand para exhibición de producto, competencia por precios, mala organización del evento, falta de recursos y apoyo y la comercialización de los productos fuera del país, se ha realizado ocasionalmente a Brasil y Ecuador por contacto personales de dos de los artesanos.

El 63% de los artesanos encuestados tiene conocimiento de la existencia de crédito o préstamos especiales para su actividad artesanal, han solicitado y le han sido otorgados créditos y préstamos al 22% y han recibido apoyo financiero a través de un proyecto estatal el 13% de los artesanos para el desarrollo de su actividad artesanal.

En lo ambiental, se observa la ausencia de capacitación en alto grado y la ya mencionada escasez de material que va en aumento y en peligro de extinción. Así como ausencia de capacitación y prácticas sostenibles nuevas de producción.

Descripción general del servicio e itinerario del producto turístico para Sincelejo

La conformación participativa está determinada por el mercado proveedor, en primera instancia, las Asociaciones artesanales en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas, es decir artesanos agremiados de organizaciones sociales y sus asociados directos.

Otros actores del sector turístico en la región Sucreña, participaron activamente para la construcción del itinerario, representantes del sector cultural y empresarial tales como agencias de viajes, tour operadores, empresas de transporte, restaurantes localizados en la zona adecuados representantes de la gastronomía Sucreña y algunos proveedores de amasijos y por supuesto el sector hotelero, en primera instancia agremiados a Cotelco y algunos que manifestaron interés por la participación en el producto turístico cultural. Sin duda alguna, la identificación de grupos musicales y muestras culturales autóctonas, consolidan la posible cadena de valor de mayor representatividad.

Este producto, es concebido desde la caracterización de las asociaciones, toda vez que éstas en su composición, poseen en su gran mayoría integrantes de la etnia Zenú, madres cabeza de familia, desplazados y víctimas de la violencia; con la particularidad de tener escasa capacitación académica; la básica primaria, seguida por la media de undécimo grado, la básica secundaria incompleta y en menor escala los niveles técnico y profesional.

Los años de experiencia, la calidad y el dominio de la técnica son los aspectos cruciales hacia la continuidad de esta labor y en términos culturales esto toma relevancia pues, se debe preservar la transmisión artesanal del conocimiento, la protección, conservación y desarrollo cultural generacional e identidad en la tradición del territorio Sucreño. Por esto, es importante establecer vínculos entre artesanías y turismo.

Un recorrido para los turistas que llegan a la capital de Sucre por las diferentes motivaciones, ocio, negocios u otros, se enmarca en el *itinerario que constituye la programación de las actividades y visitas a los atractivos con los tiempos correspondientes, con elementos diferenciadores y particulares, que incluyen una actividad prescrita en el estudio inicial como “ruta”, que podría vincular dos días si se incluyese a Coveñas en el Golfo de Morrosquillo, en éste capítulo solo se describe la actividad prescrita en un día, y que puede tener vinculación Sincelejo-Morroa o Sincelejo-Sampués, a continuación se detalla la primera de estas opciones :*

- *Promesa de valor comercial, de construcción colectiva:* con semillas, tejiendo, trenzando, ancestralidad cultural, mar, alegría y comunidad, “acompañanos en esta travesía, donde artesanos con semillas, trenzas

y telares en medio de sabanas y un hermoso mar contribuyen con la paz”.

- **Normas de comportamiento:** no arrojar basuras, ni destruir la infraestructura o materiales de la zona, no recolectar especies vegetales o animales y accesibilidad a los sitios en todos los tramos del recorrido.
- **Recorrido Sincelejo- Morroa- Sincelejo.** Las etapas de la visita inician desde la recogida en hoteles ubicados en el sector avenida Los Mariscales a partir de las 7 de la mañana e incluye desayuno típico acorde con la gastronomía Sucreña, recorrido histórico en el municipio de Morroa, con estaciones en el monumento Pablo Domínguez, la Devanadora, Parque San Francisco, Iglesia San Blas y Casa de la Cultura. Visita a casa de una artesana representativa. Refrigerio típico, observación e interacción del proceso de tejido e hamacas, mochilas, caminos de mesa (uso de módulos diseñados especialmente para ello), presentación de “piteros”, que interpretan la música típica, explicación de los instrumentos y la tradición musical, interacción con el turista. En la tarde la opción de recorrido a Sampués o tarde en Sincelejo.
- La tarde en Sincelejo empieza con almuerzo típico, acompañado de interpretación musical autóctona, visita al teatro municipal de Sincelejo, explicación fotográfica e histórica del municipio, recorridos en la plaza de Majagual, el parque Santander, fotografías en la Flor de bonche, visita e interacción con los artesanos de las asociaciones de Sincelejo y sus corregimientos en el museo Zenú, u otro de los espacios habilitados para ello (según la adaptación de módulos, que se diseñarían para la interacción turistas y artesanos con elementos bioclimáticos que se integren con el medio ambiente, permitiendo confort y adaptabilidad. (Baquero & González, 2018).

En los recorridos se harán interpretaciones musicales autóctonas e interacción cultural a cargo de conjuntos y bandas musicales de la región.

• **Diseño de Marca para el producto turístico cultural**

El diseño de marca fue concebido para una ruta artesanal, de varios de los municipios de Sucre, permite evidenciar cada uno de los componentes relevantes de la visita en la interacción con los artesanos, es decir las técnicas para el aprendizaje dentro del recorrido, tiene otros componentes que harían parte de varios municipios; pero, para el caso de Sincelejo se evidencian con:

Flor de Bonche o cayena: Hibiscus rosa-sinensis, flor originaria del continente asiático, característica de la región Caribe Colombiana, con variedad de colores, entre los cuales se destacan naranja, rojo y amarillo. Es tomado el color verde para representar el respeto por el medio ambiente de la región.

Caña flecha: Gynerium Sagitatum, gramínea tropical empleada dese hace siglos por los aborígenes de la costa atlántica colombiana, para elaborar utensilios y diversidad de artesanías, con singular importancia del “sombbrero vueltaio”.

Conclusiones

Estructurar un producto turístico cultural conlleva a la necesidad de valorizar el patrimonio cultural e inmaterial, en éste caso al artesano y su técnica. Implica también el fortalecimiento gremial, que desde la perspectiva comunitaria artesanal puede realizarse mediante asociaciones, pero si éstas cumplen su objetivo real como mecanismo de participación activa, en búsqueda de sus intereses reales y compartidos.

La artesanía mayormente valorizada para Sincelejo, es la de “tejeduría en caña flecha” con la particularidad de tener comercialización, en una de las asociaciones de la zona rural, que realiza variedad de productos como bolsos, monederos, billeteras y cosmetiqueras con componentes adicionales a la caña flecha. En la zona urbana, las artesanías como cucharas, jarras en coco, totumo y accesorios varios en croché, tienen visibilidad.

La población artesanal para esta zona, está compuesta por desplazados, madres cabeza de familia, con limitantes por falta de educación formal; por otra parte en las zonas rurales, adolecen de recursos básicos de agua y saneamiento ambiental, como dificultades en los lugar de vivienda, que también son sitios de producción de los artesanos.

La caracterización de las asociaciones en Sincelejo (corregimientos aledaños) presenta una población joven, por lo que es importante estimularles hacia la continuidad de la labor artesanal, a fin de preservar el relevo generacional.

El producto turístico cultural y su itinerario requieren habilitación de señalética y técnica mediante módulos que permitan interactuar de manera experiencial al turista y el artesano; el consenso del sector público-

privado existe para el diseño de productos, pero falta cohesión para el estímulo y el ejercicio práctico del mismo. Esta investigación crea bases para seguir estudiando el sector artesanal y en general a las comunidades en el departamento de Sucre, para afianzar las relaciones de valor entre cultura y turismo.

En Sucre, como en la Red Montemariana, las rutas o productos turísticos artesanales también deben cumplir un papel conciliador con: inteligencia, sensibilidad, profesionalismo y eficacia.

Referencias

- Banco de Comercio Exterior de Colombia S.A. (Marzo de 2013). <https://www.ptp.com.co>. Obtenido de <https://www.ptp.com.co/documentos/Presentaci%C3%B3n%20Final.pdf>
- Baquero, A., & González, M. (1 de 2018). *Producto Turístico Cultural Artesanal en Morroa y Sampedra Sucre-Colombia*. Obtenido de <http://www.ijosmt.com/index.php/ijosmt/article/view/312/331>
- Cancillería de la República de Colombia. (21 de 05 de 2014). *Colombia reafirma el vínculo entre la cultura y el desarrollo. 22 de mayo día internacional de la diversidad cultural*. Obtenido de <http://www.cancilleria.gov.co/newsroom/news/colombia-reafirma-vinculo-entre-la-cultura-y-desarrollo-22-mayo-dia-internacional-la>
- Cardona, Y., & Jarava, M. (Diciembre de 2016). *Diseño de un Modelo Asociativo que articule la Cadena de Valor Turística en las Micro y Pequeñas Empresas de los municipios de Santiago de Tolú y Coveñas, departamento de Sucre*.
- Consultores desarrollo turístico sostenible. (Marzo de 2007). *Identificación y puesta en valor de rutas turísticas para la región de Coquimbo*. Obtenido de Chile: <http://astroturismochile.cl/wp-content/uploads/2015/01/Identificaci%C3%B3n-y-puesta-en-valor-de-rutas-tur%C3%ADsticas-para-la-Regi%C3%B3n-de-Coquimbo-2007-DTS-Consultores.pdf>
- Egrejas, M., Bursztyn, I., & Bartholo, R. (2013). *La valoración del diálogo en la construcción e implementación de rutas turísticas: Proyectos Palacios de Rio y Central de Turismo Comunitario de la Amazonia - Brasil*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1851-17322013000600008&lng=es&nrm=iso&tlng=es

- El Heraldo. (28 de 12 de 2015). *Una iguana y un bonche decoran avenidas de Sincelejo*. Obtenido de <https://www.elheraldo.co/sucre/una-iguana-y-un-bonche-decoran-avenidas-de-sincelejo-235884>
- Fierro, C. A., & Lopez, O. J. (2011). *Plan de Marketing en Pequeños Artesanos de Madera en el Pasaje “Galeria Artesanal de Colombia” del Centro de Bogotá*. Obtenido de Universidad de la Salle: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/5455/T12.11%20F463p.pdf?sequence=1>
- Hernández Ramírez, J. (2011). *Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios Culturales*. Obtenido de Redalyc: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88117284001>
- Huertas, N. y. (2015). Turismo Cultural como una salida al conflicto.Caso Montes de María - Colombia . *International Journal of Scientific Management and Tourism* , Vol.4 pp 49-74.
- Ley Número 397. (7 de Agosto de 1997). Obtenido de https://www.cultura-recreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/ley_397_de_1997_ley_general_de_cultura.pdf
- Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación-AECI. (2007). <http://www.desarrolloycultura.net>. Obtenido de Cultura. Estrategia para el desarrollo local : <http://www.desarrolloycultura.net/sites/default/files/Cultura%20estrategia%20para%20el%20desarrollo%20local.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Diciembre de 2009). *Politica de competitividad: El desafio para alcanzar un turismo de clase mundial*. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=67&name=CompetitividadDesafio2009.pdf&prefijo=file>
- Ministerio de Cultura de Colombia. (s.f.). <http://www.mincultura.gov.co>. Obtenido de http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/gestion-proteccion-salvaguardia/Documents/02_politica_gestion_proteccion_salvaguardia_patrimonio_cultural.pdf
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (13 de 01 de 2017). <http://www.mincit.gov.co>. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=37730>
- Observatorio del Caribe Colombiano, Departamento Nacional de Planeación, Banco Mundial. (04 de 2015). *Lineamientos para una estrategia de*

integración a partir del desarrollo turístico. Obtenido de <http://occ.dspace.escire.net>: <http://hdl.handle.net/11223/280>

Organización de las Naciones Unidas, para la educación, la ciencia y la cultura-UNESCO. (2003). <http://portal.unesco.org/culture/es>. Obtenido de http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=29911&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Sucre. (2011).

Plan Nacional de Desarrollo Colombia. (2010-2014). *Prosperidad para Todos*. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/Plan-Nacional-de-Desarrollo/PND-2010-2014/Paginas/Plan-Nacional-De-2010-2014.aspx>

Planells, M., & M., C. (2011). *RECURSOS TURÍSTICOS*. SINTESIS.

Pólítica de Turismo y Artesanías. (Noviembre de 2009). *Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano*. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <http://www.citur.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=bbyHI5ulnQ-c%3D&tabid=75>

Polo, M. (07 de 2016). Análisis del potencial Turístico Cultural del Municipio de Galeras Sucre. Sincelejo, Sucre, Colombia.

Querembás Hernández , D. G., & Rivera Paspuel , L. E. (2013). *La Comercialización de artesanías producidas en las Provincia de Carchi e Imbabura y la demanda existente en Canadá, Francia e Italia*. Obtenido de <http://181.198.77.140:8080/bitstream/123456789/59/1/037%20LA%20COMERCIALIZACI%3%93N%20DE%20ARTE-SAN%3%8DAS%20PRODUCIDAS%20EN%20LAS%20PROVINCIAS%20DE%20CARCHI%20E%20IMBABURA%20Y%20LA%20DEMANDA%20EXISTENTE%20EN%20CANAD%3%81,%20FRANCIA%20E%20ITALIA%20-%20Q>

Rosales, M., & Urriola, R. (2012). *Hacia un modelo integrado de desarrollo económico local y cohesión social*. Obtenido de <https://www1.diba.cat/uliep/pdf/52258.pdf>

Ruíz, E. (06 de 2016). DISEÑO DE UNA RUTA ECOTURISTICA EN EL CORREDOR: TOLÚ-COVEÑAS EN EL DEPARTAMENTO DE SUCRE. Sincelejo, Sucre, Colombia.

Sánchez. (2010). HERITAGE TOURISM: Emotional Journeys into Nationhood. *Annals of Tourism Research*.

- SINIC. (05 de 07 de 2018). *Colombia Cultural*. Obtenido de <http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDep=70&COLTEM=217>
- Toselli, C. (2009). Programa de Fortalecimiento a Destinos Turísticos Emergentes: Un Análisis desde la Visión del Desarrollo Endógeno. *Gestión Turística*. N° 12, 109-124.
- UNESCO. (2003). *Ámbitos del patrimonio inmaterial en la Convención de 2003*. Obtenido de <http://www.unesco.org/culture/ich/es/ICOM>

Agradecimientos

Agradecemos al departamento de Sucre en el marco del convenio especial de cooperación 039-2013 celebrado entre el Departamento, a la Corporación Universitaria del Caribe, la Universidad Tecnológica de Bolívar - por la financiación y ejecución del Proyecto denominado “Programa de Formación de Capacidades en Ciencia, Tecnología e Innovación en el Departamento de Sucre, Caribe” aprobado por el Fondo de C-Tel del Sistema General de Regalías.

CAPÍTULO 9

POTENCIAL TURÍSTICO CULTURAL: PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MUNICIPIO DE GALERAS, TIERRA DE COLORES

*Mónica Andrea Polo Tovar*²⁸

28 Joven Investigador Innovador Mariscal Sucre, Colombia. Economista, Maestrante en Estudios Sociales y Culturales Universidad de Guanajuato – México. e-mail: mapolo17@gmail.com

Resumen

Esta investigación, tuvo como objetivo principal analizar el potencial turístico cultural en el municipio de Galeras en el departamento de Sucre, identificando los atributos, atractivos, infraestructura y componentes institucionales que permitieran generar un plan estratégico para aprovechar, posicionar y desarrollar productos turísticos culturales en el departamento de Sucre. Para lograrlo, fue indispensable, caracterizar el municipio, analizar su oferta e infraestructura turística; con el fin de establecer una línea base de la situación turística actual que contribuya en la gestión de estrategias de planificación turística en la localidad. Se identificaron en el municipio de Galeras 20 potencialidades que muestran el arraigo de la población Galerana a su cultura y tradiciones. Con esos atractivos el municipio tiene las bases para gestar procesos entorno a la planeación turística y así visionar a Galeras como destino turístico cultural de la Sabana Sucreña.

Palabras clave: turismo cultural, desarrollo, destino, potencialidades, patrimonio.

Abstract

The following investigation had like main objective, to analyze the cultural tourist potential in the municipality of Galeras belonging to the department of Sucre, identifying the attributes, attractions, infrastructure and institutional components that allowed to generate a strategic plan to take advantage of, position and develop cultural tourism products in the department of Sucre. To achieve this, it was essential to characterize the municipality, analyze its offer and tourism infrastructure; in order to establish a baseline of the current tourism situation that contributes to the management of tourism planning strategies in the locality. 20 potentialities were identified in the municipality of Galeras that show the roots of the

Galerana population to their culture and traditions. With these attractions the municipality has the bases to create processes around tourism planning and thus view Galeras as a cultural tourist destination of Sabana Sucreña.

Keywords: cultural tourism, development, destination, potentials, heritage.

Introducción

La llegada de viajeros extranjeros al departamento de Sucre se ha mantenido cercano a los dos mil turistas entre 2010 y 2014. A cierre de 2013, Estados Unidos, España y Ecuador presentaron incrementos en la emisión de viajeros hacia Sucre, alcanzando tasas de crecimiento de 40,0%, 9,2% y 6,8% respectivamente en comparación a 2012 (Proexport Colombia, 2014); siendo una de las principales motivaciones de los turistas provenientes de estos países llevar a cabo en sus viajes experiencias de tipo cultural, el turismo sucreño presenta atractivos y recursos naturales y socioculturales que bien orientados podrían convertirse en productos para este mercado y así impulsar el desarrollo local de los municipios a través del turismo como alternativa de diversificación (Krieger, Cammarata, & Esquivel, 2003).

Un gran ejemplo de las expresiones culturales del departamento se encuentra en el municipio de Galeras, ubicado en la subregión Sabanas de Sucre. Su patrimonio, es reconocido a nivel regional por su alto valor cultural, gracias a que una de sus manifestaciones escénicas es reconocida como Patrimonio Nacional Inmaterial de Colombia - Cuadros Vivos en Galeras, Sucre - (Sistema Nacional de Información Cultural SiNIC, 2016). Adicional a esto, gracias a la trascendencia de esta expresión, antropólogos se han interesado en el municipio, hasta tal punto que han empezado a estudiar a fondo el origen de sus tradiciones con alta influencia indígena.

A pesar de esto, no se evidencia un proceso de desarrollo turístico que permita su reconocimiento a nivel nacional e internacional como destino. Hasta el momento, el proceso de promoción turística se da de manera espontánea y desde la comunidad, donde todos aportan al desarrollo de las distintas expresiones, pero a pesar de ello, el proceso de planificación turística es insuficiente. Para mejorarlo, en primer lugar, es

importante inventariar los atractivos turísticos de Galeras; además, realizar un diagnóstico general del municipio y su situación turística, que permita ser un elemento para la gestión y el mejoramiento continuo en la toma de decisiones en el sector por parte de los entes públicos y privados (Ministerio de Comercio, Industria y turismo - MinTur, 2010)

Así mismo, la planificación de la actividad turística en esta localidad deberá traducirse como una parte fundamental de la estrategia de desarrollo local que se geste allí, integrándose en el sistema productivo y no constituir en ningún caso un elemento aislado y autónomo en el territorio y sus planes de desarrollo (Pardellas & Padín, 2004). A través de esa planificación, según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – UNESCO (2016), se incrementan los efectos potencialmente positivos de la cultura en el desarrollo económico y social del municipio apoyando el desarrollo local sostenible a través de su impacto económico como industrias culturales y su contribución a la revitalización social y cultural.

Por tanto, generar una investigación previa acerca de las condiciones del contexto actual del sector turístico cultural del municipio de Galeras, ofrece la oportunidad a las comunidades y a los generadores de políticas de tomar mejores decisiones sobre el desarrollo turístico de la región identificando las potencialidades culturales del territorio, gracias a la obtención de más y mejor información, la cual favorezca el crecimiento del sector en el departamento (Organización Mundial de Turismo - OMT, 2013). Además de esto, facilitaría la identificación del mercado potencial del turismo cultural buscando conocer las perspectivas y expectativas que se tiene para el turismo en el municipio de estudio. Sin embargo, para lograrlo de una manera eficiente es fundamental responder a la pregunta, ¿Cómo está conformado el potencial turístico cultural del municipio de Galeras en el departamento de Sucre?

Metodología

Tipo de Investigación

La siguiente investigación es de tipo exploratoria, descriptiva analítica, utilizando fuentes primarias y secundarias de información, identificando y analizando la problemática de turismo existente, con grado de abstracción aplicada a través de la elaboración del plan estratégico de turismo cultural en el municipio de estudio.

Población y muestra

Para el análisis, se utilizó un método para el muestreo no probabilístico. A través del método bola de nieve, se identificaron las potencialidades culturales para tener en cuenta, la infraestructura básica y los líderes culturales a entrevistar. En esta parte, se realizó una valoración de la oferta de potencialidades turísticas del municipio de Galeras Sucre, identificado 20 potencialidades de tipo patrimonial, material e inmaterial. A las que posteriormente, se les realizó una evaluación, teniendo en cuenta el formato de valoración de inventario turístico del Ministerio de comercio Industria y Turismo.

Por otra parte, por no tener el municipio una infraestructura de servicios formal, de igual manera a través del método bola de nieve, se incluyeron dentro del estudio, los sitios de mayor relevancia. Adicional a esto, se realizaron ocho entrevistas semiestructuradas a líderes culturales, lo que fue fuente fundamental para la investigación.

Técnicas para la recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos escogidas para este estudio fueron:

Observación de campo: visitas periódicas al municipio de Galeras, Sucre, durante las festividades (Festival de la Algarroba, Cuadros vivos y Concurso de Gaita Corta, Fiestas de Toros) y también en época ordinaria. Las visitas en época ordinaria fueron realizadas días hábiles desde las 8:00 am hasta las 6:00 pm. Revisión de documentos, en los cuales se recurrió a libros, manuales, metodologías para la realización de inventarios,

libros de historia Zenú y archivos web oficiales. También se emplearon entrevistas a los habitantes del municipio de Galeras, líderes culturales, personal del sector público y privado, entrevistando al señor Rodrigo Banquet: Presidente de la Corporación Festival de la Algarroba; Sra. Rita Mendoza: Periodista aficionada, hija de Alberto Mendoza Candelo, Médico e historiador del municipio; a los licenciados Ever Ucros (Delegado en asuntos culturales de la secretaría de educación); Javier Castro Hernández (Líder cultural, Gaitero); al señor José Luis Galé (Artesano, decimero y compositor del municipio); a la señora Ana Galván Severiche (Artesana); señor Domingo Ramos (Líder Cultural, emprendedor) y a la señora Katia Anaya Cortinez(Secretaria de educación, cultura y deporte de Galeras).

Para el procesamiento de los datos ofrecidos por el inventario de atractivos culturales, se utilizó la tabla de calificaciones dependiendo el tipo de atractivo, la valoración se hizo de manera manual durante el trabajo en campo, donde un grupo interdisciplinario se encargó de calificar según la metodología de ministerio de Comercio Industria y Turismo. Acto seguido, se sistematizó la información a través de la herramienta Microsoft Excel, y se analizó a través del análisis DOFA. Después de esto, se elaboró una tabla de estrategias a partir de la DOFA y con ella generar un plan estratégico. Las entrevistas fueron transcritas a través del software Express Scribe a Microsoft Word, donde se facilitó la extracción de la información.

Análisis de los resultados

Galeras Sucre, como destino cultural

Galeras, o como sus habitantes lo llaman, la Tierra de Colores, es un municipio ubicado en la subregión Sabanas del departamento de Sucre, en la costa atlántica colombiana. Dentro de las siguientes coordenadas geográficas, por el Norte 9°12'48" latitud Norte, por el Sur 9°01'24" latitud Norte, por Oriente 74°21'19" longitud Oeste, por el occidente 75°05'48" longitud Oeste del meridiano de Greenwich. Posee una altura media de 80 msnm, y temperatura aproximada de 32°C., cuenta con una extensión aproximada de 321,6 km², (32.160 ha) con características topográficas del suelo que van de relieve plano a ondulado, combinado con suelos de playones y de formación cenagosa al sur del territorio.

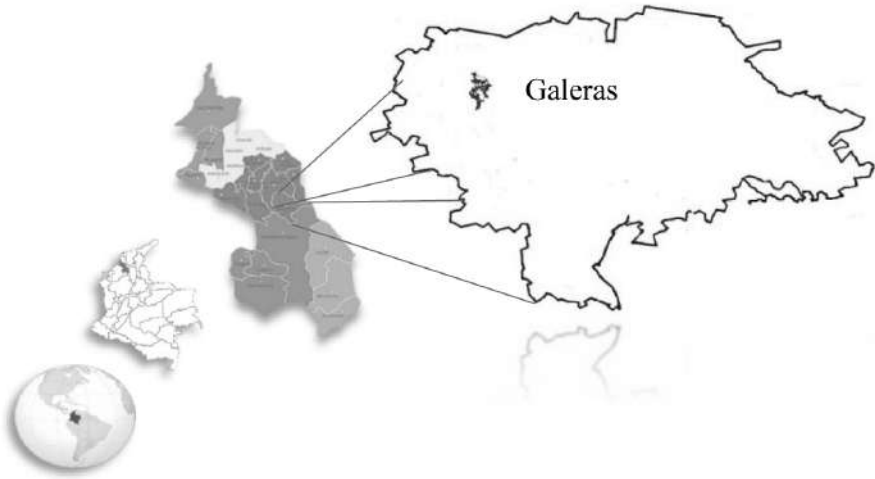


Figura 1. Ubicación en Sucre del Municipio de Galeras.

Fuente: Elaboración propia utilizando imágenes del Esquema de Ordenamiento Territorial (EOT) Galeras.

Limita al norte con el municipio de Sincé, al Sur con San Benito Abad, al oriente con Magangué (Bolívar); y al Occidente con los municipios de Sincé y el Roble. Está compuesto políticamente por 5 corregimientos y 18 veredas (Alcaldía de Galeras, 2016) En la actualidad el Municipio cuenta con una población según proyecciones del DANE (2016) de 20.515 habitantes, de los cuales el 67.6% reside en la zona urbana y el 32.4 % en el área rural.

En Galeras, es donde convergen diversas expresiones sociales, culturales y regionales de la Sabana y el Caribe colombiano, ya que la composición de la población está relacionada con diversos fenómenos migratorios que en su momento respondieron a diferentes aspectos económicos y contextos políticos. Lo que permitió una mezcla cultural. Por su posición geográfica fue de gran importancia en años anteriores para la dinámica económica de muchos sectores en el departamento. Su economía, jalonada por el sector agropecuario, en estos momentos, al igual que todo el caribe colombiano, atraviesa una difícil situación gracias al fenómeno del cambio climático. (Alcaldia de Galeras, 2012)

Nuestra tierra de colores, se caracteriza por ser un pueblo luchador, que se adapta a los cambios, rico en cultura y tradición. Un pueblo donde sus habitantes son unidos y trabajan en equipo por una causa común, donde llega cualquier forastero y se siente como en casa (Mendoza, 2016)

Patrimonio Cultural de Galeras, Sucre

Analizar el potencial turístico del territorio resulta un punto de partida para la planificación de la actividad turística, ya que no se trata de una enumeración, clasificación y catalogación de recursos, sino, conocer y discriminar determinado atractivo turístico para luego traer a colación una propuesta de planificación turística, tomando como base territorial de análisis del lugar objeto de estudio, el municipio de Galeras.

Para la identificación del patrimonio cultural existente en el municipio de Galeras se dispuso a realizar visitas de campo que tuvieron como resultado el levantamiento del inventario de patrimonio cultural del municipio de Galeras. Cabe destacar que este inventario fue basado en el realizado por la Gobernación de Sucre para el año 2009 el cual tiene por título Inventario de atractivos turísticos de la Subregión Sabana. En este inventario, la Gobernación de Sucre clasificó como patrimonio cultural material e inmaterial, 14 atractivos, entre los cuales se ubicaron algunas festividades, tradiciones artesanales, viviendas y algunas esculturas.

En el inventario realizado durante el presente estudio, se encontraron 20 atractivos entre patrimonio material e inmaterial, lo que representó 6 atractivos más que el inventario realizado por la Gobernación de Sucre. Este aumento en parte se dio gracias a la implementación de proyectos por parte de los organismos municipales que buscan la mejora y conservación de algunos atractivos existentes. En la Tabla 1 se muestra el resumen de los atractivos encontrados en el municipio.

Tabla 1.

Categorías, Grupos y componentes del potencial Turístico Cultural del municipio de Galeras, Sucre

CATEGORÍA	GRUPO	COMPONENTE	CANTIDAD	
Patrimonio Material	1.1. Patrimonio Cultural Material Inmueble	1.1.2. Arquitectura Habitacional	2	
		1.1.3. Arquitectura Religiosa	2	
		1.1.4. Arquitectura Institucional	2	
	<i>Subtotal</i>			6
	1.2. Patrimonio Cultural material Inmueble; Grupo urbano o rural	1.2.2. Elementos del Espacio público	3	
		<i>Subtotal</i>		
	1.5. Patrimonio Cultural Material Mueble	1.5.2. Obras en el Espacio Público	4	
<i>Subtotal</i>			4	
Patrimonio Inmaterial	1.6. Patrimonio Cultural Inmaterial	1.6.6. Expresiones Musicales y Sonoras	1	
		1.6.8. Artes Escénicas	1	
		1.6.10. Técnicas de Elaboración de Objetos Artesanales	2	
		1.6.14. Otro	1	
	<i>Subtotal</i>			5
	1.7. Festividades y Eventos	1.7.1. Fiestas	2	
<i>Subtotal</i>			2	
Total			20	

Fuente: Análisis del Potencial Turístico Cultural del municipio de Galeras, 2016

Dentro de lo que se denomina patrimonio cultural, se encuentran todas aquellas manifestaciones culturales sean de tipo material o inmaterial, las cuales se están en permanente construcción sobre el territorio transformado por las comunidades. Estos bienes y manifestaciones se caracterizan por formar lazos de permanencia, identidad y memoria para un grupo de personas. Este tipo de patrimonio se divide en material e inmaterial.

En lo que respecta al patrimonio material o tangible, se incluye el patrimonio arquitectónico, arqueológico y el que se encuentra inmerso dentro de las poblaciones rurales. Dentro del municipio de Galeras, Sucre, en el inventario realizado en el año 2009, por la Gobernación de Sucre, se encontraron 7 atractivos pertenecientes a esta clasificación. Para el año 2016, pasados 6 años el municipio ha tenido modificaciones en su estructura, por tanto, el inventario se amplió a 13. En los que se incluyen, arquitectura religiosa, habitacional, institucional, elementos en el espacio público y obras en el espacio público. Entre los más representativos se encuentran, la Iglesia Inmaculada concepción de María, el Monumento a la Algarroba, el parque cultural de la Algarroba, Junto con la Tarima Nacho luna. Estos poseen gran importancia en el municipio, porque son sede de los principales actos que dan lugar por parte de sus expresiones artísticas.



Figura 2. Patrimonio Material, Monumento La Algarroba, Galeras.

Fuente: Jorge Puentes 2016²⁹

Ahora bien, pasando al patrimonio cultural inmaterial, este se considera un importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural.

29 Todas las fotografías aquí presentadas son autoría de Jorge Puentes, 2016

La comprensión del patrimonio inmaterial de diferentes comunidades contribuye al diálogo entre culturas y promueve el conocimiento de vida. Está comprendido por tradiciones o expresiones vivas heredadas antepasados y transmitidas a descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2011). Para el municipio de Galeras, fueron valorados 5 atractivos culturales del grupo inmaterial, a diferencia de la valoración realizada en 2009, la cual incluyó solo a 3 elementos en este grupo.



Figura 3. Artesanía, Monedero de Totumo.

Fuente: elaborado por José Luis Galé, Galeras, 2016.

Aquí se encuentran manifestaciones artesanales, musicales y escénicas. La principal expresión cultural de tipo inmaterial que posee el municipio es el cuadro vivo, declarado patrimonio cultural inmaterial de Colombia. Los Cuadros Vivos, pertenecen al grupo patrimonio cultural inmaterial, dentro del componente artes escénicas. Esta tradición, no tiene una historia precisa, ya que lo único que se sabe de ésta se ha encontrado en la memoria oral y los trabajos de algunos investigadores de la cultura del municipio. La versión más aceptada, considera que el cuadro vivo, fue introducido durante la segunda mitad del siglo XIX, como práctica católica para evangelizar a través de la imagen, a comunidades agrarias e iletradas asentadas en estos territorios (Plan Especial de Salvaguardias , 2016).



Figura 4. Cuadro Vivo, Nombre: Vivo en las Letras, Homenaje a García Márquez. Galeras, Enero - 2016.

Hasta donde se conoce, antes tenía por nombre “Cuadros vivos de pascua” cuyos temas eran exclusivamente religiosos y se realizaban en enero en honor a la época de reyes. Hacia finales de la década de los 80, la creación de cuadros vivos había perdido vigencia, y se intentó recuperar esta tradición, con la creación del festival folclórico de la Algarroba, este, hizo del cuadro vivo una manifestación polisémica, trascendiendo de la temática religiosa costumbrista, a temas que incluyen asuntos históricos, políticos, además de relacionados con leyendas y mitos que forman parte del imaginario popular.

Los cuadros vivos, son composiciones plásticas escenificadas por personas del municipio, se considera una creación colectiva e individual a la vez, ya que una persona concibe la obra y la familia, amigos y vecinos contribuyen a su realización. Utiliza diferentes elementos audiovisuales para materializar la imaginación y tienen como escenario los espacios las calles de Galeras, abiertos a la circulación del público que asiste masivamente al evento.

En entrevista a Telecaribe, la antropóloga Gloria Triana, denominó la manifestación como “teatro a cielo abierto más grande del mundo” (Triana, 2011). Para el año 2014, los cuadros vivos fueron declarados Patrimonio Cultural e Inmaterial de la Nación por el Ministerio de Cultura. Rodrigo Banquet Noriega, presidente del Festival 2016, comenta que “Desde las instituciones están apoyando los cuadros vivos, los ponen en escena en las distintas jornadas culturales para que la semilla de esta expresión cultural

germine y continúe de generación en generación”, esto para mantener la tradición y el legado cultural de los antepasados.

En entrevista al Licenciado Ever Ucros, líder cultural del municipio, consideró a los cuadros vivos y el festival de la Algarroba como el motor de la actividad turística en la localidad. Tanto así que para 2016 tuvieron turistas a nivel nacional e internacional, pero, por la falta de un registro, no poseen datos exactos de cuantos turistas y excursionistas llegaron al municipio durante el Festival, pero consideran que sobrepasan las 3 mil personas (Ucros, 2016). La importancia del patrimonio cultural inmaterial no se encuentra en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación. El valor social y económico de esta transmisión de conocimientos es pertinente para los grupos sociales que conforman el municipio.

Los elementos considerados dentro del patrimonio cultural del municipio de Galeras recalcan su historia, tradiciones, y sus formas de vida. Estas tradiciones se han mantenido gracias a la voluntad de los pobladores del municipio, quienes participan en las actividades culturales de manera activa, logrando así el preservar la cultura Galerana. Por otra parte, las instituciones gubernamentales, realizan actividades en torno a la conservación en los colegios y diferentes corregimientos y veredas, con el fin de incentivar a los más pequeños a seguir con la tradición. Esto último muestra la visión que se tiene en el municipio se generar actividades en torno a las tradiciones culturales para identificar el municipio de Galeras como el territorio cultural de la sabana.

Infraestructura de servicios y demanda turística

La oferta turística está integrada por tres componentes básicos, el primero, atractivos turísticos, los cuales inician como potencialidades, que fueron denotadas en la sección anterior; en segundo lugar, los servicios turísticos, y por último, la infraestructura, que puede ser puesta en el mercado a través de procesos de gestión, desarrollados por los empresarios turísticos, por los órganos gubernamentales además de otros actores (Servicio Nacional de Turismo , 2008). En el municipio de Galeras se encontraron 20 potencialidades turísticas de tipo cultural. Para que el destino tenga un adecuado desarrollo turístico, no sólo requiere de sus

potencialidades sino de todo lo que comprende la oferta turística, como servicios e infraestructura.

Servicios turísticos.

Los servicios turísticos, aparecen en torno a las necesidades del turista, desde el momento que decide visitar un destino hasta cuando regresa. De no existir dichos servicios dentro del destino, deberían crearse. Los servicios que debe encontrar el turista tras su llegada al destino son principalmente, información, medios de transporte y señalización (Secretaría de Turismo, 2001). En países como México, en donde la actividad turística es la segunda en importancia en dicho país, se encuentran ocho principales servicios que jalonan el sector, los cuales son: Hotelería, Transporte, Alimentación, Guías, Receptivos, Agencias de Viajes, Operadores Turísticos y Medios de Comunicación (Miranda, 2013). Así, para el desarrollo turístico de un destino es importante contar con cada uno de estos elementos.

En cuanto a servicios turísticos, el municipio de Galeras empezó a sentir la necesidad de incursionar en ello en el año 2010, cuando se postularon para declarar una de sus manifestaciones como patrimonio Cultural de la Nación. En este poco tiempo, la llegada de personas ajenas al municipio para la época en la que se lleva a cabo el Festival de la Algarroba obligó al pueblo a adaptarse a las condiciones que el visitante requería. Por ende, empezaron a incursionar en lo que a servicios turísticos se refiere de una forma peculiar y poco ortodoxa. En este caso se mencionan los principales dos servicios con los que un turista debe contar a la llegada al destino, alojamiento y alimentación.

En el Municipio de Galeras no se encontró ningún establecimiento dentro de la base de datos, más sin embargo, en las visitas de campo y las entrevistas realizadas a las personas como el señor Rodrigo Banquet, Presidente de la Corporación Festival de la Algarroba y Ever Ucros, representante de la secretaria de educación en asuntos culturales y de turismo, se determinó que el tipo de alojamientos que se prestan en el municipio para la época de festival, se da de manera informal, y por ende no hay ningún registro oficial hasta la fecha. A pesar de esto, cuando tienen la necesidad, los habitantes ponen a disposición sus viviendas para alojar a los visitantes en la época que se lleva a cabo el Festival folclórico de la Algarroba.

El proceso desarrollado para la asignación de alojamiento en el municipio está a cargo de la Corporación Festival Folclórico de la Algarroba de manera informal. Todo inicia aproximadamente tres meses antes de iniciar la festividad, las personas que desean poner su casa a disposición de los visitantes se contactan con la Corporación, ésta toma los datos de la casa, incluyendo, la cantidad de visitantes que están dispuestos a alojar. Una vez llegado el turista, la corporación, los contacta con las viviendas registradas. Estas viviendas suelen ubicarse muy cerca de los lugares donde se desarrollan las actividades culturales.

Este servicio es muy parecido al denominado por la Norma Técnica Sectorial NTSH 007, como “Posada”. Según la norma, las posadas son viviendas familiares en la que se presta el servicio de alojamiento en habitaciones, las cuales preferiblemente poseen condiciones que coinciden con la arquitectura típica de la región (ICONTEC, 2005). Las viviendas que se ofrecen a prestar este servicio en el municipio no son las mismas todos los años, por ende no es posible realizar un estudio más exhaustivo de las condiciones actuales de las mismas.

Debido a lo anterior, se indagó por medio de entrevistas, de manera general, el proceso regular que se realiza para poder acceder a este servicio, al igual que las personas que lo ofrecen regularmente en el municipio. Para enero de 2016 en el marco del Festival Folclórico de la Algarroba, se contó con diez viviendas que facilitaron sus habitaciones disponibles para este uso, entre estas estaban la de las señoras Nacira López, Teresa Navarro, María Susana Acosta y Neilda Muñoz, en donde se alojaron aproximadamente a 30 personas. Adicionalmente se encuentra un apartamento con cuatro habitaciones y con capacidad de 2 camas sencillas por habitación, es decir 8 personas el cual tiene por nombre Hospedaje el Sabanero.

La mayoría de estas viviendas, poseen las características de la arquitectura tradicional, casas de madera amplias y con muchas habitaciones, sala, comedor, cocina y patio amplio con kiosco en la parte trasera. Adicionalmente, cuentan con la infraestructura de servicios básicos, como agua potable, energía eléctrica, alcantarillado. Por ser viviendas de uso particular no cuentan con señalización ni con programas de mantenimiento, aunque a pesar de esto, sus dueños le realizan mejoras continuas.

Continuando con los servicios turísticos, se encuentra el servicio de alimentación, los establecimientos dedicados a la prestación de este servicio, pueden ser de diferentes tipos: establecimientos con varios comedores y platos numerosos, locales y cafés de “ambiente familiar”, bares cuya actividad principal es servir con rapidez la comida en la barra; restaurantes de comida rápida en los que el público hace su pedido en la barra y en pocos minutos está lista, generalmente para llevar fuera del establecimiento, y cafeterías con autoservicio, donde los clientes eligen platos de una serie de opciones. La función principal de estos establecimientos es servir comidas y bebidas a quien lo solicite y tenga la capacidad económica para adquirirlo (Lee, 2010).

Para los turistas, es indispensable no solo una comida que haga alusión a la región y sus costumbres, sino un ambiente agradable dentro de los establecimientos. En el municipio de Galeras, Sucre, quienes ofrecen el servicio de restaurantes lo hacen de manera informal y casera, los restaurantes son pequeños, con capacidad para 40 personas máximo, y estos no poseen servicios adicionales. En el registro nacional de turismo, para el municipio de Galeras, no hay ningún establecimiento de comidas registrado como tal, pero hay tres establecimientos que ofrecen el servicio y poseen mayor capacidad, lo que facilita que se adapten a las necesidades de los visitantes. Estos, son: Restaurante donde Mingo, Centro recreacional la Argolla y Parque ecológico Pelinkú.

El restaurante Donde Mingo posee una capacidad para 40 personas, se ofrece el servicio de desayunos, almuerzos con horario de atención de lunes a domingo. Este restaurante, aunque no posea las mejores condiciones en infraestructura, se considera de gran importancia para el municipio, ya que es el lugar donde preparan la comida típica Zenú, pato, gallina, guartinaja, ponche, conejo. Por esta razón, es el lugar predilecto para la llegada de personas ajenas al municipio, que deseen conocer la gastronomía y la cultura. Este se ubica en la calle 13, vía Sincé - Galeras.

En segundo lugar, se tiene, al Centro Recreacional La Argolla, como su nombre lo indica, posee otros atractivos, y el restaurante para el establecimiento pasa a ser un servicio adicional. Por este ubicarse en la zona rural, no es fácil conseguir alimentación cerca, por ende, ellos ofrecen el servicio de restaurantes y bar. Adicionalmente, cuenta con piscina, un lugar de esparcimiento para los niños y aves, lo que le da un ambiente

no solo familiar, sino natural. Tiene capacidad en el restaurante para 20 personas, pero puede expandirse, gracias a la extensión del terreno.

Por último, el parque Pelinkú, este era el acueducto artesanal del pueblo y lo han mantenido a lo largo de los años. Hoy en día es un área construida como parque recreacional donde las familias llevan a sus hijos a la zona de recreación, o van a disfrutar de un día tranquilo escuchando las aves al lado del jagüey. En el parque se puede disfrutar de servicio de restaurante los fines de semana, con capacidad de 20 personas en promedio, el acceso es gratuito por ser un parque público. Dentro del mismo se encuentra un salón donde se realizan eventos culturales. Se encuentra ubicado a un en la calle 11 a un costado del parque de la algarroba, junto al CDI de Galeras.

En el municipio hay otros establecimientos que prestan el servicio de alimentación, pero no tienen unas condiciones en infraestructura suficiente, además se desarrollan de manera informal. Fuera de los restaurantes, se encuentran en el municipio, dos heladerías y tres discotecas, las cuales están a disposición de lunes a domingo

Infraestructura

Un país puede tener un sin número de potencialidades para desarrollar la actividad turística como una opción para el desarrollo socioeconómico de sus habitantes. Sin embargo, si el Estado no determina una política clara para lograrlo, es muy difícil el desarrollo. Por lo que, la infraestructura es un factor determinante que favorece y facilita de una manera práctica que el turismo sea una actividad exitosa y beneficiosa para la sociedad.

La dotación de infraestructura con que cuenta un país y permite que el viaje sea cómodo y agradable, se puede clasificar en Red de transportes, Terminales terrestres (aeropuertos, terminales de buses, puertos, etc.), Redes de servicios básicos (agua potable, electricidad, etc.), Redes de comunicaciones (correo, teléfonos fijos, equipos celulares, fax, Internet, etc.). Depende de las condiciones de estas redes para facilitar el desarrollo del turismo en una localidad.

A continuación, se analizará el estado de cada uno de estos elementos en el municipio de Galeras, y como afectan a la actividad turística.

Red de transportes

El municipio de Galeras está ubicado a 51 km de la capital del departamento, Sincelejo, por carretera asfaltada y a 49 km de Magangué – Bolívar por vía destapada. Para el transporte a la ciudad de Sincelejo, se encuentra la cooperativa de transporte de Galeras, estos son taxis intermunicipales que operan de 4:00 am a 5:00pm de lunes a sábado y hasta las 3:00pm los días domingos. La terminal de transportes está ubicada en la Transversal 12 con calle 13 esquina en el municipio de Galeras y en la avenida Ocala en la ciudad de Sincelejo. La cooperativa fue creada en el año, y nació por la necesidad que tenían los habitantes del municipio de un transporte permanente a la capital del departamento.

Para llegar al municipio desde Bogotá, la capital del país, no hay ningún servicio directo, por esto, el primer paso es llegar a la ciudad de Sincelejo. Para ello existen distintas empresas las cuales llegan hasta la ciudad por vía terrestre. Entre ellas están: Rápido Ochoa, Expreso Brasilia y Coopetraban; el precio oscila entre los CO\$ 110.000 y CO\$ 140.000 y el viaje tarda entre 17 y 20 horas, ya que la capital se ubica a 856 km de la ciudad de Sincelejo.

Otra opción, puede ser por aire. El aeropuerto más cercano llamado aeropuerto las Brujas, está ubicado en la ciudad de Corozal, a 40 km de Galeras. Las aerolíneas que maneja este aeropuerto son Aereolinea de Antioquía con destino a Medellín y Satena y EasyFly con destino a Bogotá. Por los pocos vuelos que ofrece diariamente y la constante demanda en aumento, para el año 2016 se han adelantado mejoras que prometen mejorar las condiciones del aeropuerto y aumentar los destinos nacionales incluyendo las ciudades de Barranquilla, y Santa Marta dentro de la oferta. Seguido de haber llegado a la ciudad de Corozal, Se puede dirigir al municipio de Galeras por carretera asfaltada vía a Sincé.

Cabe resaltar que lo descrito anteriormente es para llegar a la cabecera municipal del municipio de Galeras desde la capital del departamento y la capital del país. Ahora bien, para llegar a la cabecera municipal desde otros corregimientos y veredas de Galeras, se encuentran cinco vías, todas de tierra. Para ir a la zona rural del municipio no hay ninguna empresa de transporte dedicada a ello, es decir, no hay transporte directo. Para acceder a esta zona, por consiguiente, es necesario contar con vehículo particular,

o en su defecto contratar una moto o carro para que los transporte hasta su destino.

Otro lugar que resaltar en la zona rural es el corregimiento de Puerto Franco, toma su nombre por ser un puerto artesanal ubicado a la orilla de la ciénaga. Éste pequeño puerto, el cual constituye una pieza importante en las actividades de comercialización de maíz, plátano y yuca que se dan entre Puerto Franco y corregimientos como El Zorro, Santa Rosa y Santa Cruz, pertenecientes al departamento del Magdalena. El puerto es también utilizado para el transporte de pasajeros entre el corregimiento de San Antonio y el municipio de Sucre por la vía fluvial conocida como caño Mojana.

Dentro del municipio de Galeras no hay un transporte formal que facilite la movilidad interna, por esta razón, los mototaxis, se han convertido en una alternativa al problema de movilidad. Cada “carrera” tiene un precio promedio de CO\$ 1.000 dentro de la cabecera municipal y el costo para el transporte a las zonas rurales depende de la distancia de cada uno, pero puede estar entre los CO\$ 2.000 y CO\$ 10.000.

Demanda turística

La demanda la constituyen los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística. La demanda turística, puede ser potencial o real, en esta última se incluyen a aquellas personas que consumen o compran un servicio o producto turístico. De las potencialidades turísticas mencionadas en la sección anterior, hay dos las cuales demandan una gran cantidad de visitantes para la época en que se lleva a cabo. Estas son las dos festividades principales del municipio de Galeras; el festival de la algarroba en enero y la fiesta de toros que se dan en julio.

Para poder analizar la demanda real de estas dos festividades como productos culturales del municipio, fue necesario realizar una encuesta que constó de 10 preguntas entre las cuales estaba edad, nivel educativo y motivaciones por ambas festividades. Por no darse en el desino una demanda turística constante, se realizó la encuesta en las fechas que considera con Las fiestas de Toros del municipio. Se consideró al personal que transitaba a los alrededores de la corraleja y las artesanías del centro.

La muestra fue de 123 personas, tomando como población la afluencia de personal durante las fiestas, que, según las estimaciones de los delegados culturales ante la secretaría de educación, era cercana a 5 mil personas. Dentro de la población encuestada se encontraron personas entre los 15 y los 85 años, el rango de edad más representativo, ubicado en los alrededores de la zona de influencia de la festividad cultural, fue personas entre 23 y 38 años, representadas en un 35.8% de las personas encuestadas. Es decir, la población que hace parte de este tipo de eventos, en su mayoría son personas de edad madura, se podría decir que con la capacidad para consumir los servicios que brinda este tipo de actividades.

Como se evidencia, el municipio de Galeras ha incursionado en la actividad turística de manera espontánea, gracias a sus festividades culturales. Por la cantidad de visitantes que son jalonados por las festividades, el municipio no cuenta con la capacidad en infraestructura y servicios que les permita, hasta el momento, desarrollarse como destino turístico cultural del departamento. Aunque cuentan con servicio de alojamiento y algunos restaurantes, estos, no se encuentran relacionados en el registro Nacional de turismo, lo que reafirma su condición de informalidad. Lo anterior, no facilita la estancia de visitantes a la zona, lo cual disminuye los beneficios que podrían tener por este concepto.

Desde la administración han ideado algunas estrategias para darle solución a estos problemas, intentan programas para dar una alternativa al servicio de alojamiento a través de viviendas familiares. Para que estos procesos se lleven a cabo de una manera efectiva, es necesario contar con la disposición de la comunidad de Galeras, la institucionalidad, el ente gubernamental y empresa privada.

Actualmente, quienes disfrutan plenamente de las actividades culturales del municipio, son los mismos habitantes, lo que podría ser diferente y percibir muchos más beneficios de visitantes foráneos o turistas. La principal actividad cultural que llama a atraer al público en el municipio de Galeras, son los Cuadros Vivos, por su condición de patrimonio Cultural de la Nación, debido a esto, el destino debe especializar la oferta en buscar atraer a personas que se sientan identificadas con las actividades culturales, ya sea, artesanías, historia, música, danzas. Actividades que complementarían de manera positiva a los Cuadros Vivos.

Análisis

Ya realizado el diagnóstico general del municipio de Galeras, y conociendo su situación actual en cuanto a los elementos que integran la oferta y la demanda turística, se continúa con análisis FODA, donde, como sus siglas lo indican, se expone una lista de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas con las que cuenta el destino, y partir desde ahí para la formulación de las estrategias.

En esta matriz, se exponen las principales, Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas con las que cuenta el municipio de Galeras, Sucre para desarrollar el destino en el sector turístico cultural. Adicional a la lista de cada categoría, se realizan estrategias que apunten a cruzar FO (Usar las fuerzas internas para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas), DO (Pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas), FA (Aprovechar las fuerzas internas para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas) y DA (tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno).

Tabla 2.
Matriz FODA, para la formulación del plan estratégico de turismo cultural del municipio de Galeras. 2016

Fortalezas	Debilidades
1) Presencia de una manifestación con declaratoria de patrimonio cultural inmaterial de la nación.	1) Escasa infraestructura de servicios turísticos en el municipio
2) Existencia de un inventario turístico cultural del municipio	2) Ausencia de procesos de investigación de historia y conocimientos culturales.
3) Disposición y participación activa de la comunidad y el ente gubernamental en eventos culturales.	3) Poco uso estratégico de los medios de comunicación.
4) Preservación de las actividades culturales a través de maestros y escuelas.	4) Débil organización gremial entre la escasa infraestructura turística disponible
5) Existencia de escenarios para realizar distintas actividades culturales.	5) Falta de interés de los jóvenes por la conservación de tradiciones culturales
6) Existencia de viviendas de la época moderna que guardan su estructura original	6) Informalidad en la oferta de servicios turísticos.

7) Interés de los pobladores y empresarios de servicios en formarse en temas a fines a turismo.	7) deterioro de Viviendas antiguas de tipo patrimonial sin declaratoria.
Oportunidades	Amenazas
<p>1) Tendencia aumento de la demanda turismo cultural</p> <p>2) Existencia de programas del estado para proyectos de inversión en el sector</p> <p>3) Localización Estratégica en la región Caribe.</p> <p>4) Variedad en expresiones culturales con reconocimiento nacional e internacional en el departamento.</p> <p>5) Instituciones en busca de formar personas en carreras afines al sector</p> <p>6) Apoyo del ministerio de las TIC's a promover proyectos para la maximización de este servicio en el departamento.</p> <p>7) Estructura de una cadena productiva del sector elaborada y apropiada por la comisión de Competitividad Departamental, Cámara de comercio, empresarios y comunidad.</p>	<p>1) El no aprovechamiento de recursos económicos de orden nacional y departamental.</p> <p>2) Falta de cohesión entre los diferentes destinos turísticos en el departamento</p> <p>3) La no implementación del clúster en el departamento el cual impide ser competitivos.</p> <p>4) El alto nivel de informalidad en el empleo para el sector.</p> <p>5) Pérdida de patrimonio Cultural (Arquitetónico e imaterial)</p> <p>6) La no creación de una dependencia para el sector turístico en el Departamento y en los municipios que poseen este potencial.</p> <p>7) Infraestructura básica inadecuada o insuficiente</p>

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis previo.

Tabla 3.

Matriz de estrategias, para la formulación del plan estratégico de turismo cultural del municipio de Galeras. 2016

Estrategias FO	Estrategias DO
<p>1) Formar a los habitantes de Galeras en temas relacionados con el turismo (Guianza, Hotelería, Bilingüismo) (F3, F7, O2, O5)</p> <p>2) Promocionar el municipio de Galeras como destino cultural, a través de otros destinos en el departamento. (F1, O3, O4, O6)</p>	<p>1) Creación de canales efectivos de comunicación a través de las TIC's, que permitan promocionar el destino (D2, O3, O6)</p> <p>2) Crear programas que busquen utilizar las viviendas con características de la región como posadas. (D1, D4, D6, D7, O2, O7)</p>

Potencial Turístico Cultural: Plan Estratégico para el Municipio de Galeras, Tierra de Colores

<p>3) Crear programas y proyectos dirigidos a la formación de niños y jóvenes en cultura tradicional (Artesanías, Música, Danzas) (F3, F4, O2)</p> <p>4) Promoción de Galeras como destino cultural en los puntos de información turística del departamento (F2, O4, O7)</p> <p>5) Crear Rutas Turísticas desde el municipio de Sincelejo que muestren las potencialidades que posee el municipio (F2, F5, F6, O1, O3, O4, O7)</p>	<p>3) Incentivar la investigación a través de las universidades con acciones como pasantías y proyectos de Tesis.</p> <p>4) Realizar proyectos que busquen la recuperación y conservación del patrimonio material del destino (D7, O2)</p> <p>5) Formar a los habitantes dentro del mismo municipio a través de instituciones como el SENA, en programas a fines al conocimiento de la cultura (D2, D5, O5)</p>
Estrategias FA	Estrategias DA
<p>1) Desde el ente gubernamental, encargar a un comité para la realización de proyectos que permitan acceder a los recursos de orden nacional y departamental (F2, A1)</p> <p>2) Realizar alianzas entre los entes gubernamentales de los municipios aledaños, para así, proponer una ruta que interrelacione varios municipios con similares condiciones (F1, F2, F3, F5, A2, A3)</p> <p>3) A través de cámara de comercio y otras institucionalidades, incentivar a la formalización de la actividad turística y formación (F7, A4)</p> <p>4) Otorgar las facultades suficientes para que la secretaría de educación, cultura y deporte de Galeras y su ente de cultura independiente trabajen en pro de incentivar el turismo cultural en el municipio (F3, A6)</p> <p>5) Desde las escuelas, incentivar a los estudiantes a la conservación del patrimonio material e inmaterial (F3, F4, A5)</p>	<p>1) Sensibilizar a la población de Galeras, y así visionen el turismo como una posibilidad de desarrollo (D5, A5)</p> <p>2) Desarrollo de ruedas de socialización permanente con los gremios donde se expongan las necesidades de cada uno (D1 D4, D6, A2, A3, A4, A7)</p> <p>3) Plan de prevención del deterioro de las viviendas antiguas y obras en el espacio público (D5, D7, A1, A5)</p> <p>4) Orientar a los líderes y lideresas culturales y empresas de servicios, en la implementación de los medios de comunicación a través de las TIC's (D3, A3)</p> <p>5) Recuperación y sistematización de archivos documentales referentes a la historia del municipio y saberes ancestrales (D2, D5, A5)</p>

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis previo.

Organización de estrategias del destino.

En primera instancia, se tomarán las estrategias planteadas en la matriz anterior, organizadas por categorías, así de esta manera, se facilitará el proceso para escoger las estrategias que se implementarán a futuro. Las categorías que plantear son las siguientes: Gestión turística, Territorio, Producto y Promoción, Comunicación y Comercialización.

Gestión Turística

1. Formar a los habitantes de Galeras en temas relacionados con el turismo (Guianza, Hotelería, Bilingüismo) (F3, F7, O2, O5)
2. Formar a los habitantes dentro del mismo municipio a través de instituciones como el SENA, en programas a fines al conocimiento de la cultura (D2, D5, O5)
3. A través de cámara de comercio y otras institucionalidades, incentivar a la formalización de la actividad turística y formación (F7, A4)
4. Otorgar las facultades suficientes para que la secretaría de educación, cultura y deporte de Galeras y su ente de cultura independiente trabajen en pro de incentivar el turismo cultural en el municipio (F3, A6)

Territorio

1. Crear programas y proyectos dirigidos a la formación de niños y jóvenes en cultura tradicional (Artesanías, Música, Danzas) (F3, F4, O2)
2. Incentivar la investigación a través de las universidades con acciones como pasantías y proyectos de Tesis.
3. Realizar proyectos que busquen la recuperación y conservación del patrimonio material del destino (D7, O2)
4. Desde el ente gubernamental, encargar a un comité para la realización de proyectos que permitan acceder a los recursos de orden nacional y departamental (F2, A1)
5. Desde las escuelas, incentivar a los estudiantes a la conservación del

patrimonio material e inmaterial (F3, F4, A5)

6. Sensibilizar a la población de Galeras, y así visionen el turismo como una posibilidad de desarrollo (D5, A5)
7. Plan de prevención del deterioro de las viviendas antiguas y obras en el espacio público (D5, D7, A1, A5)
8. Recuperación y sistematización de archivos documentales referentes a la historia del municipio y saberes ancestrales (D2, D5, A5)

Producto y Promoción

1. Crear programas que busquen utilizar las viviendas con características de la región como posadas. (D1, D4, D6, D7, O2, O7)
2. Promocionar el municipio de Galeras como destino cultural, a través de otros destinos en el departamento. (F1, O3, O4, O6)
3. Crear Rutas Turísticas desde el municipio de Sincelejo que muestren las potencialidades que posee el municipio (F2, F5, F6, O1, O3, O4, O7)
4. Desarrollo de ruedas de socialización permanente con los gremios donde se expongas las necesidades de cada uno (D1 D4, D6, A2, A3, A4, A7)

Comunicación y Comercialización

1. Promoción de Galeras como destino cultural en los puntos de información turística del departamento (F2, O4, O7)
2. Creación de canales efectivos de comunicación a través de las TIC's, que permitan promocionar el destino (D2, O3, O6)
3. Realizar alianzas entre los entes gubernamentales de los municipios aledaños, para así, proponer una ruta que interrelacione varios municipios con similares condiciones (F1, F2, F3, F5, A2, A3)
4. Orientar a los líderes y lideresas culturales y empresas de servicios, en la implementación de los medios de comunicación a través de las TIC's (D3, A3)

Formulación de la estrategia

Ya establecidas las categorías a las que apunta cada una de las estrategias planteadas, se pasará a realizar la formulación del plan estratégico según el modelo de Fred David. A continuación, se presenta lineamientos turísticos, objetivos, estrategias y líneas de acción para el desarrollo, en un horizonte de diez años, y la definición de un Comité de Gestión que asume la gestión y ejecución de las acciones identificadas y propuestas por sus principales actores.

Principios

Los principios en los cuales se debe sostener el plan estratégico de turismo cultural, basados en los establecidos por la Política de Turismo Cultural de Colombia (MinCIT & MinCultura, 2011).

1. **Participación:** buscando promover prácticas con la participación permanente de la comunidad en la toma de decisiones en lo que concierne al desarrollo turístico del municipio de Galeras.
2. **Identidad:** aportando desde el turismo y la cultura una visión positiva de la comunidad Galerana hacia sí misma, a sus tradiciones y costumbres ancestrales todo en un contexto de desarrollo humano, económico y social.
3. **Sostenibilidad:** orientado a la formulación de procesos sociales, económicos, políticos, y ambientales que respeten la integración-identidad cultural y la biodiversidad del entorno.
4. **Equidad:** orientado a crear, a partir de las relaciones entre el turismo y la cultura, un círculo positivo entre la riqueza de la región y el desarrollo humano de sus habitantes, como contribución a la reducción de la desigualdad.
5. **Coordinación:** en virtud del cual las entidades públicas que integran los sectores de turismo y cultura actuarán en forma coordinada en el ejercicio de sus funciones.
6. **Concertación:** las decisiones y actividades de los sectores turístico y cultural, se fundamentarán en acuerdos, esfuerzos y recursos entre los diferentes agentes comprometidos, tanto el sector público como

privado, para el logro de los objetivos comunes que beneficien el turismo cultural en el municipio.

Ejes estratégicos

- Galeras como destino turístico cultural del departamento de Sucre
- Producto turístico cultural de calidad
- Proceso de promoción turística eficiente
- Cohesión entre los diferentes actores.

Visión

Ser el destino de turismo cultural de la subregión sabana reconocido a nivel departamental y nacional, con una diversa oferta de productos culturales que representen nuestra identidad y tradiciones ancestrales, con participación de la comunidad y atractivo para visitantes en busca de experiencias.

Misión

Ofrecer una experiencia turística de calidad en el ámbito del turismo cultural, incluyendo de manera activa a la población galerana, con una gestión eficiente y planificada, promoviendo el desarrollo turístico cultural en beneficio del visitante y de la comunidad residente.

Objetivos estratégicos

Luego de haber analizado la situación actual del municipio de Galeras, se procede a formular los objetivos estratégicos, los cuales llamarán a visionar el destino a largo plazo (10 años).

Objetivo general

Posicionar el municipio de Galeras como destino turístico cultural del departamento de Sucre, con una variedad de productos y planes que generen una demanda efectiva de visitantes a departamental y nacional.

Objetivos específicos

- Desarrollar productos turísticos culturales de calidad en el municipio de Galeras.
- Promocionar el destino de manera eficiente, utilizando las tecnologías de comunicación y a su vez, creando vínculos otros municipios que apunten al mismo segmento de mercado.
- Crear la cadena productiva turística cultural de Galeras, donde el sector público, privado y los diferentes gremios, participen de forma activa e integral.

Actividades

Objetivo específico 1

- Levantamiento de información turística (Oferta y demanda turística) en cada actividad que genere la visita de foráneos al municipio
- Generar programas para la sostenibilidad en el tiempo del patrimonio material e inmaterial que posee el municipio
- Incentivar la investigación de las tradiciones históricas de los primeros pobladores del municipio.
- Capacitar a la población en servicios complementarios de turismo (Guianza, Bilingüismo, Servicio al cliente)
- Mejorar la infraestructura de servicios turísticos en el municipio
- Diseñar productos que cubran las necesidades de la demanda

Objetivo específico 2

- Creación de una identidad del destino
- Diseñar estrategias de comunicación dentro del destino.
- Desarrollo de un plan de marketing territorial

Objetivo específico 3

- Establecer los canales de distribución de los productos turísticos

- Generar vínculos con los operadores turísticos a nivel departamental y nacional
- Fomentar alianzas estratégicas con otros destinos que apunten al mismo segmento de mercado.
- Utilizar eficientemente las tecnologías de comunicación para la comunicación del destino
- Evaluar constantemente el estado de los productos turísticos

Resultados esperados

Con la implementación de las actividades presentadas en este documento se espera posicionar al municipio de Galeras como destino turístico cultural de la subregión Sabanas para que sea reconocido a nivel departamental y nacional, con una diversa oferta de productos culturales que representan su identidad y tradiciones ancestrales, con participación activa de la comunidad y atractivo para visitantes en busca de experiencias.

Plazo de ejecución

El plazo de ejecución de las actividades que se espera de las actividades es de ciento veinte meses (10 años).

Planeamiento de la estructura organizacional

El plan estratégico de turismo cultural constituye una alternativa para a través del potencial existente en el municipio de Galeras, se genere desarrollo económico, social y cultural, donde todos los actores se integren de manera sistémica por la búsqueda en conjunto de un objetivo común.

Para la ejecución óptima del plan, es indispensable que un organismo en particular adquiriera la responsabilidad, por consiguiente, es preciso proponer la creación de un ente que se haga cargo de la adecuada realización de las actividades. Este ente puede ser propuesto por parte del ente gubernamental del municipio, donde haya participación de representantes por cada uno de los gremios y adicionalmente consultores y orientadores profesionales en turismo.

- **Alcaldía de Galeras:** integrada por representantes de la alcaldía, como la Secretaría de educación, deporte y cultura, quienes serían

responsables de la gestión efectiva del Plan Estratégico, al igual que de la cohesión entre las entidades integrantes de este comité y de brindar directrices generales para el desarrollo turístico responsable.

- **Consultores:** encargados de desarrollar los estudios técnicos de cada actividad a ejecutar. Este trabajo debe ser coordinado en conjunto con la alcaldía buscando una mejora continua en los procesos (Puede ser desarrollado por pasantes o practicantes).
- **Líderes Culturales:** encargados de coordinar y convocar a la comunidad en la participación de las acciones de desarrollo turístico cultural a efectos de lograr los objetivos del Plan.
- **Emprendedores:** como el sector privado local, quienes serían los encargados de implementar en sus negocios los lineamientos y principios establecidos por el plan Estratégico, con enfoque cultural y proyección social.

Este organismo estaría obligado a cumplir con los principios establecidos en el plan y buscará la eficiente implementación de cada estrategia.



Figura 5. Propuesta estructura organizacional, organismo de turismo. 2016.

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis previo.

Evaluación y control.

La evaluación y el control de los lineamientos propuestos en el plan, estará a cargo del comité y de ser posible por representantes de los entes gubernamentales de orden departamental y nacional. Se evaluarán los objetivos propuestos y cada una de las estrategias planteadas hasta tener una pasiva finalización de cada proceso.

Conclusiones

El municipio de Galeras posee una historia marcada por la cultura Zenú, aunque en esta localidad se establecieron pobladores de distintas zonas del departamento y la nación cada uno con características diferentes, esto, no evitó que se mantuvieran en el tiempo las tradiciones indígenas. Actualmente el municipio, cuenta con unas condiciones de infraestructura básica favorables en el casco urbano, lo que ha facilitado desde hace algunos años, al aumento de los visitantes para las actividades culturales realizadas en el municipio.

Galeras cuenta con aproximadamente 20 elementos patrimoniales que pueden convertirse en potencialidades turísticas culturales, las cuales se dividen en patrimonio material e inmaterial. Dentro del patrimonio material, se encuentran las viviendas no declaradas, estas son casas familiares con características propias de la región, las cuales, necesitan un constante mantenimiento y restauración. Por otro lado, el 23% de las potencialidades pasan a ser manifestaciones de tipo inmaterial que se han mantenido en el tiempo, con alto riesgo de desaparecer (como la elaboración de esteras).

La actividad cultural que atrae mayor número de turistas a la zona es el Festival de La Algarroba, Cuadros Vivos y Concurso de Gaita Corta, realizado durante el mes de enero, atrayendo a más de 3 mil visitantes a nivel departamental y nacional. Esta gran acogida del Festival se debe a que la actividad que más llama la atención del público son los Cuadros vivos. Estos, son la única manifestación escénica del departamento declarada patrimonio inmaterial de la nación. En los que actúa la comunidad en general representando sus creencias, tradiciones, la cotidianidad y hasta problemas sociales. A pesar de la gran acogida que ha tenido los cuadros vivos, el municipio no está listo para la recepción de gran cantidad de turistas en el marco del Festival.

Las únicas épocas en las cuales el municipio de Galeras recibe gran cantidad de visitantes son en el mes de enero durante el festival de la Algarroba, y en Julio para las fiestas patronales (corralejás). En el resto de las épocas del año, al municipio no llega personal externo, por lo que los empresarios no se ven incentivados a realizar inversiones en la oferta permanente de servicios turísticos como el alojamiento. Una alternativa clara para esta problemática, puede ser la utilización de las casas antiguas como posadas, esta es una de las estrategias que se pretende implementar desde la alcaldía municipal.

La implementación de un plan que coadyuve de manera organizada a la realización de estrategias en pro de potencializar la actividad turística en el municipio de Galeras, puede ser una opción para su desarrollo, donde la población en general, las instituciones gubernamentales y el sector privado, sean los pilares para el logro de los objetivos planteados. Esto, a través de la promoción eficiente del destino con el diseño de productos que amplíen la demanda turística del municipio y logren generar beneficios económicos, y sociales para el destino.

Referencias

- Alcaldía de Galeras. (2012). *Plan de acción 2012-2015 para la asistencia, atención y reparación integral a las víctimas de la violencia*. Galeras, Sucre.
- Alcaldía de Galeras. (2016). *Alcaldía de Galeras - Sucre*. Obtenido de Alcaldía de GALERAS – SUCRE el 5 de mayo de 2016: <http://www.galeras-sucre.gov.co/index.shtml#3>
- Bermejo, G. R. (2016). *Del desarrollo sostenible según Bundtland a la sostenibilidad como biomimesis*. España: Henoa.
- Consejo Nacional de Competitividad. (2009). *Estrategia Nacional de Cultura y Turismo para el Desarrollo Sostenible*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (2016). Obtenido de DANE: <http://www.dane.gov.co/index.php/poblacion-y-demografia/proyecciones-de-poblacion>
- Fellner, L. (17 de 11 de 2016). *Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación la Ciencia y la Cultura - OEI*. Obtenido de Participación comunitaria y desarrollo. El Caso de la Quebrada de Humahuaca: un

itinerario cultural de 10.000 años: <http://www.oei.es/decada/index.php>

- Garafoli, G., & Barquero, V. (1995). *Desarrollo Económico, Organización de la Producción y Territorio*. Madrid: Colección Colegio de Economistas.
- Hall, M., & Page, S. (2002). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space*. London: Routledge.
- Hunziker, W., & Krapf, K. (2000). *La consumición turística*. Berna: Universidad de Berna.
- ICONTEC. (2005). *Norma Técnica Sectorial NTSH 007*. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Krieger, D., Cammarata, E., & Esquivel, R. (2003). Desarrollo de destinos turístico-recreativos. Obara y área de influencia. *Aportes y Transferencias*, 1(7). Recuperado el 25 de October de 2015, de ProQuest ebrary.
- Lee, P. W. (2010). Hoteles y restaurantes. En *Enciclopedia de salud y seguridad en el trabajo* (págs. 98 - 105).
- Mallor, E., González-Gallarza, G. M., & Fayos, G. T. (2013). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. *Pasos*, 11(2), 269-284.
- McKercher, B. (2002). Towards a Classification of cultural tourists. En *International Journal of Tourism Researrch* (págs. 29-38).
- Mendoza, S. R. (03 de 03 de 2016). ¿Como vé a Galeras Sucre, Su pueblo Natal? (M. A. Tovar, Entrevistador)
- Miguelsanz, A. (1983). *Turisme a Catalunya. Generalitat de Catalunya*. Barcelona: Dep. de Presidencia, Barcelona.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo & Ministerio de Cultura. (2011). *Politica de Turismo Cultural*. Bogotá: Compendio de Políticas Culturales.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo - MinCIT. (2007). *Política de Turismo Cultural*. Bogotá: MinCIT.
- Ministerio de Comercio, Industria y turismo - MinCIT. (2010). *Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos*. Bogotá: MinCIT.
- Miranda, J. G. (2013). 8 Servicios que mueven a la industria turística en México. *Reporte Lobby*.

- Organización de Estados Americanos - OEA. (1978). *Metodología de Inventario Turístico*. Washington: mimeografiado.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura - UNESCO. (2016). *Cultura: Futuro Urbano*. París, Francia: UNESCO.
- Organizacion Mundial de Turismo - OMT. (2010). *Entender el Turismo: Glosario Básico*. Madrid: OMT.
- Organizacion Mundial de Turismo - OMT. (2013). *Manual de Desarrollo de Productos Turísticos*. Madrid: OMT.
- Pardellas, d. B., & Padín, F. C. (2004). La Planificación Turística Sostenible: Un Análisis Aplicado a el Municipio de Reis. *Galega de Economía*, 13(1-2), 1-18.
- Plan Especial de Salvaguardias . (2016). Descripción de la Manifestación . *28° Festival Folclorico de la Algarroba*, 24-25.
- Proexport Colombia. (2014). Sucre, Oportunidades de Negocio Para la Región en Inversion, Exportaciones y Turismo. *Revista de las Oportunidades*, 28-31.
- Secretaría de Turismo. (2001). *Planeacion y gestión del Desarrollo Turístico Municipal*. Ciudad de Mexico: Sectur.
- Servicio Nacional de Turismo. (2008). *Glosario de terminos técnicos relacionados con la Actividad Turística Habitualmente empleados en Chile* . Santiago: SERNATUR.
- Sistema Nacional de Información Cultural SiNIC. (20 de Mayo de 2016). *Festividades de Sucre*. Obtenido de Sistema Nacional de Información Cultural SINIC: <http://sinic.gov.co/sinic/>
- Swarbrooke, J. (2001). *The Development a Management of Visitor Attractions*. Londres: Routledge.
- Triana, G. (01 de 2011). Entrevista con Gloria Triana . (H. José, Entrevistador)
- Ucros, E. (21 de 04 de 2016). La actividad Turística en el municipio de Galeras. (M. Polo, Entrevistador)
- Valcácel-Resalt. (1997). *Cultura y Desarrollo*. Murcia : Inter-Acción.



Edición Impresa
Productos Turísticos para Sol y Playa, Naturaleza, Cultura y Patrimonio
en el departamento de Sucre, Colombia
Sincelejo, Sucre, Colombia
Septiembre de 2019



PROGRAMA DE FORMACIÓN DE CAPACIDADES EN CT+I
EN EL DEPARTAMENTO DE SUCRE, CARIBE

Núcleo

Diseño de productos turísticos para sol y playa, naturaleza, cultura y patrimonio