

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CLUSTER TURÍSTICO EN LA
PROVINCIA GUANENTÁ COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO LOCAL**

LEYDY MILENA CAMARGO CASTILLO

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN
BUCARAMANGA
2006**

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CLUSTER TURÍSTICO EN LA
PROVINCIA GUANENTÁ COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO LOCAL**

LEYDY MILENA CAMARGO CASTILLO

Trabajo de grado para optar al título de Economista

**Director
Claudia Patricia Cote Peña
Economista**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN
BUCARAMANGA
2006**

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	9
1. LA TEORÍA DEL DESARROLLO LOCAL Y LA ESTRATEGIA DE CLUSTER	11
1.1 EL DESARROLLO LOCAL Y LA IMPORTANCIA DEL TERRITORIO	11
1.2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL CLUSTER	15
1.2.1 Concepto de Cluster	15
1.2.2 Clasificación de los Clusters	17
1.2.3 El Diamante de la Competitividad y los Clusters	18
2. LA IMPORTANCIA DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y CULTURAL DEL PAÍS	22
2.1 EL CONCEPTO DE TURISMO	22
2.2 CLASES DE TURISMO	24
2.3 PANORAMA DEL TURISMO EN COLOMBIA	25
2.3.1 El Turismo en el PIB Nacional	26
2.3.2 Movilización Vehicular	26
2.3.3 Empresas de Turismo	27
2.4 PANORAMA DEL TURISMO EN SANTANDER	28
3. CARACTERIZACIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA GUANENTÁ	30
3.1 MARCO GEOPOLÍTICO	30
3.2 RESEÑA HISTÓRICA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	31
3.3 INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA	32
3.3.1 Oferta de servicios	32
3.3.2 Oferta de hoteles	35
3.3.4 Servicio de Restaurantes	37
3.3.5 Operadores Turísticos	38
3.4 OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS	40
3.4.1 Festividades Y Eventos	40
3.4.2 Obras De Arte	41
3.4.3 Recursos Culturales Folklóricos	42
3.4.4 Recursos Arquitectónicos	43
3.4.5 Recursos Históricos	44
3.4.6 Recursos Naturales	44
3.5 ENTORNO COMPETITIVO DE LA PROVINCIA GUANENTÁ	46
3.5.1 Estado Actual de los Atributos del Diamante Competitivo de la Industria Turística de la Provincia Guanentá:	47
4. PROPUESTA TEÓRICA DEL CLUSTER TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE GUANENTÁ	53
4.1 DE QUE MANERA INFLUYE EL CLUSTER EN LA COMPETITIVIDAD DE LA PROVINCIA?	57
4.2 LOS ACTORES DEL DESARROLLO LOCAL	59

5. PLAN DE ACCIÓN PARA EL SECTOR TURÍSTICO DE LA PROVINCIA GUANENTÁ	62
5.1 Principales requerimientos tecnológicos del sector	62
5.2 PLAN DE ACCIÓN DE ACTIVIDADES GENERALES Y CIENTÍFICO TECNOLÓGICAS PARA EL SECTOR TURISMO	63
CONCLUSIONES	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
ANEXOS	

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1: Participación de la Actividad Turística en el PIB (2000-2004).....	33
Gráfica 2: Reactivación de la Movilización Vehicular.....	33
Gráfica 3: Número de Empresas de Turismo por Tamaño (2004).....	34
Gráfica 4: Porcentaje de Servicios que Ofrece Cada Municipio.....	39
Gráfica 5: Cantidad de Cada Servicio Disponible en la Provincia.....	40
Gráfica 6: Cobertura de las Empresas de Telefonía.....	41
Gráfica 7: Oferta de Hoteles en la Provincia Guanentá.....	43
Gráfica 8: Oferta de Restaurantes	45
Gráfica 9: Oferta de Operadores Turísticos.....	46
Gráfica 10: Número de Festividades y Eventos en la Provincia Guanentá.....	48
Gráfica 11: Número de Obras de Arte en los Municipios de la Provincia.....	49
Gráfica 12: Porcentaje de Recursos Culturales y Folklóricos.....	50
Gráfica 13: Número de Recursos Arquitectónicos en los Municipios de la Provincia	50
Gráfica 14: Porcentaje del Tipo de Recursos Arquitectónicos.....	52
Gráfico 15: Porcentaje de Recursos Naturales.....	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Diamante de los Determinantes de la Ventaja Competitiva	23
Figura 2: Diamante Competitivo de la Provincia Guanentá	66
Figura 3: Propuesta Teórica del cluster	67
Figura 4: Cluster Turístico de la Provincia Guanentá	69

RESUMEN

TITULO: PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CLUSTER TURÍSTICO EN LA PROVINCIA GUANENTÁ COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO*

AUTORA: LEYDY MILENA CAMARGO CASTILLO**

PALABRAS CLAVES: Desarrollo local, cluster, ventajas competitivas, ventajas comparativas, innovación, articulación, sector turístico, infraestructura turística, productos turísticos.

El estímulo al turismo constituye uno de los principales propósitos del Gobierno Departamental, como parte de una estrategia diseñada para resolver las dificultades económicas de la comunidad, promocionar las bellezas naturales, la cultura regional y conseguir una integración de las comunidades que facilite la gestión administrativa el progreso colectivo y el desarrollo regional.

Asimismo, hay que tener claro que las iniciativas regionales, la construcción de consensos en las provincias, la organización social de su producción, y su articulación con otros segmentos de la economía, suelen ser elementos tan determinantes y no menos importantes que las meras variables macroeconómicas.

Además, la generación de ventajas competitivas por empresas que forman un agrupamiento o cluster provoca a su vez un estímulo para que las mismas realicen mayores inversiones en tecnología, infraestructura y recursos humanos especializados, incrementando así el interés por parte del Estado, las Universidades y demás agentes que tienen un papel importante en el desarrollo de estos modelos.

Es así que en el presente trabajo se exponen los lineamientos teóricos del desarrollo local y la conformación de clusters, junto con la importancia que trae el sector turístico en el desarrollo socioeconómico del país. Asimismo, se hace una breve caracterización de la provincia Guanentá, que muestra la infraestructura, productos y servicios turísticos con los que actualmente cuenta. Igualmente, se hace el diseño del cluster turístico de la provincia con sus respectivos actores y relaciones y, finalmente se propone un plan de acción para mejorar los aspectos negativos que frenan el desarrollo del cluster en la provincia.

* Trabajo de Grado

** Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Economía y Administración, Directora: Susana Valdivieso

INTRODUCCIÓN

Considerado como uno de los fenómenos socio-económicos más importantes en las últimas décadas a nivel mundial, el turismo se ha convertido en un indicador del nivel de vida de la sociedad y una importante fuente de ingresos de las economías. En esta actividad se ha generado una intensa competencia internacional por capturar la mayor afluencia de turistas dados los efectos positivos que el sector tiene sobre el desarrollo económico. Por ello, muchos países han adoptado estrategias de desarrollo de la actividad mediante la potencialización de sus ventajas competitivas y la generación de las condiciones institucionales y de infraestructura física necesarias para su desarrollo.

El turismo es reconocido como un motor de crecimiento regional. Es así como una vez esta actividad se consolida en una región o en una localidad, se modifican las actividades económicas, cambia la actitud frente al manejo de los recursos naturales, se transforma la visión de las actuaciones culturales y se modifican las actitudes frente a otras culturas y a otras formas de ver el mundo.

A pesar de que Colombia viene trabajando en turismo desde mediados del siglo pasado con alguna insistencia, no ha logrado posicionarse en el mercado internacional con una imagen y unos productos definidos. Diversos análisis han permitido al sector detectar serias deficiencias en la prestación del servicio, escasez de información para tomar decisiones acertadas, desconocimiento de los mercados emisores, poca coordinación entre todas las instancias involucradas en el turismo, factores del entorno nada favorables, desaprovechamiento de las tradicionales ventajas comparativas que hacen que el producto turístico colombiano, en general, no sea competitivo.

De la misma forma, la provincia Guanentá se ha venido desarrollando económicamente en torno al sector del turismo, pero las diferentes instituciones interesadas en el sector han venido trabajando sin articulación¹, lo cual ha contribuido a crear una cultura turística de corto plazo, lo que ha propiciado que en general el sector decrezca.

Es por esto, que este estudio busca explorar el potencial que tiene el turismo en la provincia Guanentá para favorecer la formación de un conglomerado de empresas y actividades denominado "cluster", capaz de generar polos locales o regionales dinámicos: económico, social, ambiental y territorialmente integrados.

¹ El término "articulación" o "articulada" en este trabajo se refiere a la construcción de consensos en las provincias, fortalecimiento de las relaciones territoriales, la organización social de su producción, vínculos más estrechos de colaboración, mejor comunicación, presiones mutuas y aprendizaje constante, que facilitan la innovación y el mejoramiento continuo dentro del cluster.

De esta manera, este estudio se realizará desde el concepto de “Desarrollo local”, el cual sustenta el desarrollo de las regiones con base en la consolidación de las empresas líderes tanto en el campo de los negocios, como en el desarrollo tecnológico y la innovación.

Para lograr lo anterior, en primer lugar se hace una conceptualización de lo que es el desarrollo local y el cluster partiendo de la teoría de varios autores que muestran la importancia del desarrollo en los territorios y la teoría de Michael Porter sobre el Diamante Competitivo; en segundo lugar se muestra la importancia del sector turístico en el desarrollo socioeconómico y cultural del país y el departamento; en tercer lugar se hace una caracterización completa de la provincia Guanentá y se hace un diagnóstico de su industria turística; en quinto lugar se hace el diseño del posible cluster turístico de la provincia y finalmente se dan las recomendaciones y las conclusiones.

1. LA TEORÍA DEL DESARROLLO LOCAL Y LA ESTRATEGIA DE CLUSTER

El desarrollo económico depende esencialmente de la posibilidad de innovar que tiene una estructura productiva, y esto no atañe solamente al progreso tecnológico, sino a una estructura social capaz de albergar el germen de la innovación.

En la creación de estos espacios, son fundamentales la característica de la estructura productiva (que empresas hay), quienes son los agentes sociales involucrados y cuales son las instituciones públicas y privadas que pueden cohesionar el esquema.

Por varios aspectos, que se explicaran a continuación, la organización de redes asociativas de empresas, los clusters, distritos productivos, tienen la capacidad de promover el círculo virtuoso de la innovación tecnológica.

Es así, que el contexto de desarrollo local, dinamiza el desarrollo económico de la zona, genera fuertes tradiciones técnicas, tradición educativa y universitaria, recursos humanos con acervo y cultura local, y además, puede generar su infraestructura acorde a sus necesidades. Estas condiciones son las que sin duda generarán polos de innovación, de alta productividad y competitividad.

Asimismo, como el fin del presente trabajo es proponer la creación de un cluster turístico como alternativa de desarrollo, se hace necesario plantear como marco conceptual la teoría del desarrollo local y la importancia del territorio expuesta por diferentes autores. Y de igual forma, se plantea la teoría del cluster a partir del diamante competitivo diseñado por Michael Porter, para así, poder explicar un poco más la creación del cluster.

1.1 EL DESARROLLO LOCAL Y LA IMPORTANCIA DEL TERRITORIO

Sin lugar a dudas el desarrollo es un tema que reviste especial importancia en estos últimos tiempos. Día a día son más notables las desigualdades económicas, sociales e incluso territoriales que existen en nuestras comunidades, sobre todo exacerbadas por las crisis económicas de los últimos años, y en las cuales los países latinoamericanos, casi en su generalidad, han sido partícipes. Es por ello que con mayor regularidad observamos a diversos grupos sociales encabezando iniciativas que buscan alcanzar niveles de mayor bienestar y calidad de vida.

Así el tema del desarrollo local viene a colación cuando se tienen en cuenta los esfuerzos locales y cuando se ponen en valor los recursos locales, reales y potenciales, o bien cuando se centra la atención en los procesos de crecimiento económico y en los cambios estructurales que conllevan un incremento en los niveles de vida de la población.

Siendo así que el análisis de lo local, lo “endógeno”, como lo plantea Boisier², sea posible referirlo y entenderlo en cuatro planos distintivos: 1) el político a partir de la capacidad de diseñar y ejecutar políticas, así como la capacidad de negociación; 2) el económico cuando hay una apropiación y reinversión “in situ” de los excedentes (de capital), con el fin de diversificar las actividades económicas del territorio; 3) el plano científico y tecnológico relativas a los impulsos tecnológicos del cambio; y 4) el de la cultura que promueve la identidad socio territorial. Todos ellos “equivale a poner los controles de mando del desarrollo territorial dentro de su propia matriz social”.

No obstante, como lo plantea Arocena³, las teorías del desarrollo local surgen en los países industrializados a raíz de la necesidad de generar empleo y movilizar recursos humanos a partir de iniciativas locales, la apertura de las economías frente a la globalización, así como la necesidad de contar con procesos de descentralización, genera diferencias significativas en la puesta en marcha de las estrategias y políticas para el desarrollo.

Es por ello que el desarrollo local, desde una visión integral, donde el territorio es un factor activo - una construcción social del espacio -, donde los actores locales son “constructores de los lugares”, de sus espacios geográficos. Como lo señala Troitiño⁴ *“El territorio (de lo local) es una construcción social, el resultante de un largo proceso de intervención del hombre sobre el medio... donde exista voluntad de levantar un proyecto común”*.

En este sentido algunos autores como Arocena⁵, Vázquez Barquero⁶, Boisier⁷, Troitiño Vinuesa⁸ y Méndez⁹ entre otros, al precisar respecto de lo que se considera como desarrollo local, ubican al territorio como una variable

² BOISIER, Sergio. “El Vuelo de Una Cometa. Una Metáfora para una Teoría del Desarrollo Territorial”. Santiago de Chile. CEPAL. 1999. Págs. 59-89

³ AROCENA, J. “Desarrollo Local: Un Desafío Contemporáneo”. Caracas. CLAEH, Editorial Nueva Sociedad. 1995.

⁴ TROITIÑO, Vinuesa, M. Á. “Territorio y Desarrollo Local” en Cardoso Andujar, J. “Formación y Empresa. Ejes del Desarrollo Integral de las Comarcas”. UNED. TALAVERA. 2000.

⁵ AROCENA, Op. cit., p.30

⁶ VÁZQUEZ, Barquero, A. “¿Crecimiento Endógeno o Desarrollo Endógeno?” en Becattini, Giacomo. Ma. Teresa Costa y Joan

Trullen. “Desarrollo Local. Teorías y Estrategias”. Madrid. Diputació Barcelona, Zarza de Municipis. Civitas. 2002

⁷ BOISIER, Op. cit., p. 76

⁸ TROITIÑO, Op. cit., p. 37

⁹ MÉNDEZ, R. “Geografía Económica. La lógica espacial del capitalismo global”. Barcelona. Editorial Ariel. 1997.

fundamental, pieza clave en el entendimiento del proceso del desarrollo. Así al definir éste como un proceso cualitativo, de cambio estructural, que evoluciona con el tiempo, la dinámica territorial adquiere una relevancia concreta y permite entender no sólo la diferenciación que el territorio causa en las actividades económicas, y los procesos sociales, que ahí podemos ubicar, sino también la transformación del espacio en la escala local.

Por otro lado, al ser planteado el desarrollo en sociedades y territorios específicos, plagados de particularidades que los diferencian, resulta entonces necesario considerar tanto a las identidades y al proceso histórico que los distinguen. Porque el desarrollo local no se concibe como una receta de cocina que genera un producto homogéneo para quien lleva a cabo determinadas acciones, sino que cada sociedad –vinculada a su territorio- se puede transformar y arribar a mejores niveles de bienestar, afirmando sus diferencias, que son producto de su identidad, su evolución histórica, con sus actores y sus iniciativas particulares.

De esta manera los procesos de desarrollo local se entienden a partir de los esfuerzos que la sociedad local realiza de cara a los procesos actuales de globalización; siendo que "son más importantes las relaciones entre los diversos agentes sociales que la mera contigüidad geográfica"¹⁰. Específicamente, las iniciativas locales que conllevan el fortalecimiento de las relaciones territoriales de tipo horizontal (redes formales e informales), la existencia de actores-gestores del desarrollo, la cooperación entre actores, las políticas de descentralización política, económica y administrativa, el aprovechamiento del patrimonio histórico, así como las políticas sociales territorializadas, entre otros, son temas que revelan la implementación de acciones de desarrollo, y que dejan observar los esfuerzos encaminados al fortalecimiento de estos espacios.

Uno de los factores importantes que favorece el logro y fomento de las iniciativas locales es el marco institucional y el apoyo que se reciba por parte de las instituciones gubernamentales y organismos del aparato político administrativo de los territorios. Hay consensos relativos al hecho de que un proyecto político y una visión de desarrollo tienen que involucrar lo que la sociedad percibe para su futuro. En este sentido, la participación social será esencial en el proceso y el proyecto de desarrollo que se elija.

Es útil puntualizar que la escala local, sujeta a una "geometría variable" puede ir desde una pequeña aldea o comarca rural, hasta una localidad, municipio o región históricamente definida. En estos niveles los actores sociales y los problemas socio-territoriales pueden ser plenamente identificados. Además las acciones y los planes que se formulen deben reflejar la participación social y en su visión una cultura democrática que los torne en realidad.

¹⁰ TROITIÑO, Op. cit., p. 40

De hecho conviene subrayar que la cultura democrática es una condición necesaria para el fomento del desarrollo local, puesto que las comunidades tradicionales han estado sujetas durante mucho tiempo a estructuras caciquéiles o de decisiones populares, que han impedido la difusión de beneficios que generan las actividades productivas.

Lo hasta aquí señalado nos lleva a hablar de un desarrollo incluyente y complejo, que involucra también las variables referidas al ambiente. En este sentido el desarrollo va más allá de la perspectiva económica y social, también considera "los límites determinados por la naturaleza". "Un "desarrollo estable", deben incluir tanto las estrategias como las políticas de desarrollo, la conciliación de los objetivos económicos con el medio ambiente. Ello solo es posible cuando partimos del territorio y adaptamos la planeación a los aspectos específicos de las diferentes zonas"¹¹.

"A escala local, es imprescindible disponer de informaciones precisas sobre el estado del medio ambiente y sus recursos, que a su vez puedan ser transmitidas a la población local y a los consumidores, de manera de que éstos puedan comprender las interrelaciones que existen entre el medio ambiente, las actividades económicas y la comunidad local, lo que es una condición sine qua non para el establecimiento de un desarrollo estable"¹²

Todo lo anterior, nos permite dar cuenta que el estudio y la práctica del desarrollo local, son un asunto complejo y que al precisar la totalidad, conllevan obstáculos y dificultades que es necesario superar; así el trabajo en el espacio local conlleva la obtención directa de la información, y las dificultades propias de utilizar metodologías que intentan recoger de los actores locales, una realidad cambiante y compleja.

Por tanto, "el desarrollo local desde la academia presenta entonces un doble reto, ser un instrumento de análisis a partir del cual poder estudiar los distintos espacios locales, intentando dar fe de los procesos de iniciativas y de desarrollo que ahí se gestan, y por otro lado brindar elementos para la adecuada gestión de los territorios y la mejora de las políticas públicas en pro de un desarrollo"¹³.

Finalmente, como señala Porter¹⁴, en todo el mundo, en un país tras otro, el centro del éxito competitivo tiene un carácter cada vez más local. Es así que un agrupamiento de empresas puede llegar a desarrollar una región, incrementando

¹¹ LEADER. "Medio Ambiente y Desarrollo Local: Hacia un Desarrollo Estable de la Zonas Rurales Menos Favorecidas". Magazine

nº 6. 1994. <http://europa.eu.int/comm/archives/leader2/rural-es/biblio/envir/art01.htm>.

¹² Ibid., p. 2

¹³ LOZANO UVARIO, K. M. y P. MÉNDEZ GUARDADO. "Una Mirada al Desarrollo Local y el Territorio: La Perspectiva de la Geografía en el Desarrollo Local". Encuentro "Una Semana de Teoría y Práctica del Desarrollo" Del 11 al 15 de octubre de 2004.

Xalapa, México. IIESES - Universidad Veracruzana. 2004

¹⁴ Porter, Michael. La Ventaja Competitiva de las Naciones. New York. Free Press. 1990

el empleo, la producción y el bienestar regional. Además la sinergia de esa agrupación lleva al aumento de la competitividad de cada empresa individualmente considerada, aumentando su posibilidad de sobrevivir e incluso de crecer.

1.2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL CLUSTER

1.2.1 Concepto de Cluster

Es importante comprender cabalmente el concepto de Cluster, en no pocas ocasiones mal tratado y mal entendido por la sabiduría convencional. De igual manera resulta necesario conocer su estrecha dependencia de las características propias de cada punto de la amplia y diversa geografía nacional en términos de factores tales como el conocimiento, las relaciones personales e institucionales, y la motivación, los cuales se comportan en la realidad como los ejes de la competencia frente a sus más distantes rivales, independientemente de las ventajas comparativas, naturales o agro-ecológicas para producir.

De este modo, algunos autores han propuesto definiciones de lo que constituye un cluster, su funcionamiento, su aporte a la productividad y la competitividad y las opciones de política de organización y desarrollo industrial que el concepto permite.

Por ejemplo, Joseph Ramos¹⁵, define el cluster como "una concentración sectorial y/o geográfica de empresas en las mismas actividades o en actividades estrechamente relacionadas, con importantes y acumulativas economías externas, de aglomeración y especialización -de productores, proveedores y mano de obra especializada, de servicios anexos específicos al sector- con la posibilidad de acción conjunta en búsqueda de eficiencia colectiva".

Por otra parte, Michael Porter¹⁶, dice que "los clusters son concentraciones geográficas de empresas e instituciones interconectadas que actúan en determinado campo". Agrupan a una amplia gama de industrias y otras entidades relacionadas que son importantes para competir. Incluyen, por ejemplo, a proveedores de insumos críticos -como componentes, maquinaria y servicios-, y a proveedores de infraestructura especializada. Con frecuencia, también se extienden hacia abajo -hasta canales y clientes- y, lateralmente, hasta fabricantes de productos complementarios y empresas que operan en industrias relacionadas por sus habilidades, tecnologías e insumos comunes.

Muchos clusters incluyen organismos gubernamentales y otras instituciones -

¹⁵ RAMOS, Joseph. "Una estrategia de desarrollo a partir de los complejos productivos en torno a los recursos naturales". Revista de la CEPAL N° 66 . 1998. p. 105-125

¹⁶ PORTER, Op. cit. p. 47

universidades, agencias encargadas de fijar normas, centros de estudio, proveedores de capacitación y asociaciones de comercio- que proveen entrenamiento, educación, información, investigación y apoyo técnico. Agrega el autor que "los integrantes del *cluster* o cadena productiva compiten para mantener sus propios clientes individuales, pero cooperan entre sí para alcanzar niveles de calidad e innovación que les permita ganar nuevos contratos de producción, con productos que demandan cumplir mayores exigencias de calidad, tamaño de pedido, mayores capitales de trabajo, capacidad de instalación, que de forma individual, no pueden alcanzar ninguno de los integrantes del conjunto productivo".

Las definiciones de Porter y Ramos, tomadas en conjunto, enumeran detalladamente los agentes de los clusters y destacan las características que los hacen importantes en términos de productividad, lo cual hace explícito la siguiente definición.

Alejandro Salazar ¹⁷ define los clusters como "agrupaciones de agentes económicos, que participan de una manera directa (cadena productiva) o indirecta (industrias relacionadas y de apoyo), en la creación de bienes finales. Los clusters son fábricas de competitividad, pues tienen tres características:

- Al estar organizadas alrededor de clientes y usos finales, enfocan mejor las necesidades de los clientes que son el corazón de la ventaja competitiva.
- Crean mercados más eficientes y menores costos transnacionales (costos de búsqueda) para todos los jugadores del cluster y por ello dinamizan la productividad.
- Son centros de innovación, simultáneamente por la extrema rivalidad que se da en algunas áreas y por la cooperación fluida que se da en otras".

Las definiciones anteriores de cluster se enfocan principalmente en las condiciones intrínsecas de interconexión y competitividad, que si bien son requisitos indispensables, también hay otros elementos esenciales para su concepción, que se explican en la siguiente definición: "se establece como un cluster el agrupamiento local de agentes, que da origen a una red interconectada con el objeto de aprender, conocer, innovar, cooperar y competir, bajo un esquema de confianza mutua"¹⁸. Así, las razones de enfoque del cluster se derivan directamente de los determinantes de la ventaja competitiva regional y es una manifestación de su carácter sistémico.

Un agrupamiento competitivo ayuda a crear otro, dentro de un proceso mutuamente reforzante, relacionándose hacia otros agentes o empresas de la localidad, prestándose apoyo mutuo; los beneficios fluyen hacia delante, hacia atrás y en todas direcciones. Las incorporaciones de otros sectores al cluster

¹⁷ SALAZAR, Alejandro. "El concepto de clusters". Ecuador. Procaña. 1999.

¹⁸ MUÑOZ, Gerardo San Román. "Estrategias para la Instrumentación y Desarrollo de Clusters". México. Espacios. Vol 25. 2004.p. 1

presiona hacia el perfeccionamiento, al estimular la diversidad de enfoque y facilitar los medios para la introducción de nuevas estrategias y tecnologías. La información fluye libremente y las innovaciones se difunden rápidamente a través de los canales de proveedores o compradores que tienen contactos con múltiples competidores.

Las interconexiones dentro del cluster, llevan a la percepción de nuevas formas de competir y de oportunidades complementarias. La escala de todo el cluster estimula mayores inversiones y especializaciones, siendo frecuentes las asociaciones comerciales integradas en proyectos conjuntos flexibles. El gobierno y las universidades se van interrelacionando fuertemente con el cluster, a efecto de que sea cada vez más fuerte el tamaño y el prestigio del mismo, así como el prestigio de la región, transformándose así en un cluster o agrupamiento del aprendizaje, conocimiento, cooperación y confianza.

De acuerdo con lo anterior, se puede ver la importancia de la confianza y colaboración entre los agentes económicos, ya que mediante estos mecanismos podría desarrollarse en el cluster hechos como la división del trabajo y especialización entre las empresas con modalidades como la subcontratación, provisión de productos especializados, aumento de proveedores de materias primas y componentes, aumento de proveedores de maquinaria nueva o de segunda, el surgimiento de agentes comerciales que venden en mercados distantes ya sean nacionales o externos, el aumento de productores especializados de servicios técnicos, financieros y contables, la formación de asociaciones para proveer servicios y representar a los miembros, surgimientos de medios para compartir información tales como boletines o pequeños periódicos, cofinanciación de institutos técnicos y de capacitación, organización de eventos como ferias, etc.

Las posibles relaciones internas que acaban de describirse constituyen alianzas estratégicas entre los actores del cluster que pueden ser de naturaleza formal o informal. Como consecuencia de estos desarrollos se aumenta la eficiencia de las empresas, pues a la eficiencia interna de cada empresa se suma la eficiencia colectiva del cluster. La eficiencia colectiva puede ser pasiva y activa. La pasiva es el resultado de las economías externas propias de la concentración geográfica y sectorial de las empresas y la activa de las alianzas estratégicas, formales e informales, producto de la voluntad manifiesta de los jugadores pertenecientes al cluster.

1.2.2 Clasificación de los Clusters

Asimismo, siguiendo con la conceptualización teórica del cluster, encontramos que así como existen diferentes definiciones de cluster, también existen diversas clasificaciones de éstos hechas por diferentes autores que señalan las formas posibles de dividirlos, una de éstas es la propuesta por Jacobs, D. y A. P. De

Man¹⁹. Estos autores señalan que existen tres tipos de clusters atendiendo a su concepto y, dos atendiendo a su enfoque, dando origen a cinco tipos diferentes de estructura de clusters; que requerirán, a su vez, estrategias diferentes para su clusterización según sea el caso.

Respecto a su concepto, los clusters se pueden clasificar, en:

- Cluster regional: de industrias o empresas espacialmente concentradas.
- Cluster sectorial: de sectores o grupos de sectores, concentración de empresas pertenecientes a ramas industriales similares.
- Cluster de cadenas o redes de cadenas de valor en la producción.

En cuanto a su enfoque se pueden clasificar, en:

- Enfoque de cluster basado en similitud, que parte del supuesto de que las actividades económicas se agrupan por la necesidad de tener condiciones similares, tales como (mercados laborales, proveedores especializados, centros de investigación, etc.).
- Enfoque de cluster basado en interdependencias, supone que las actividades económicas se agrupan como resultado de su necesidad recíproca y de generar innovaciones.

De acuerdo con lo anterior, para los objetivos de sentar las bases de un sistema económico regional integrado, que permita un desarrollo sustentable, se considera más adecuado el enfoque de interdependencia, ya que se trata de crear un tejido productivo regional. Es decir, desde el punto de vista de desarrollo endógeno y de la búsqueda de consolidación de sistemas productivos locales, el aspecto de interdependencia que implica complementariedad de los integrantes del cluster es superior a su simple similitud.

Asimismo, además de identificar el tipo de cluster, debe considerarse que la instrumentación de éstos es una política productiva, por lo que se debe apoyar o potenciar las cadenas, redes de valor o aglutinamiento empresarial y su entorno. Además, debe considerarse que no existe el mejor u óptimo enfoque para aplicarse en forma indiscriminada; por lo cual se debe ser muy cuidadoso en la elección del modelo.

1.2.3 El Diamante de la Competitividad y los Clusters

Según el marco conceptual propuesto por Michael E. Porter²⁰ para la creación de clusters, la competitividad de una empresa o grupo de éstas está determinada por cuatro atributos fundamentales de su base local. Estos atributos y la interacción entre ellos explican por qué innovan y se mantienen competitivas las compañías

¹⁹ Jacobs, D. y A. de Man. "Clusters, política industrial y estrategia firme", documento presentado al taller de la OCDE sobre análisis y políticas de cluster, Amsterdam. 1997

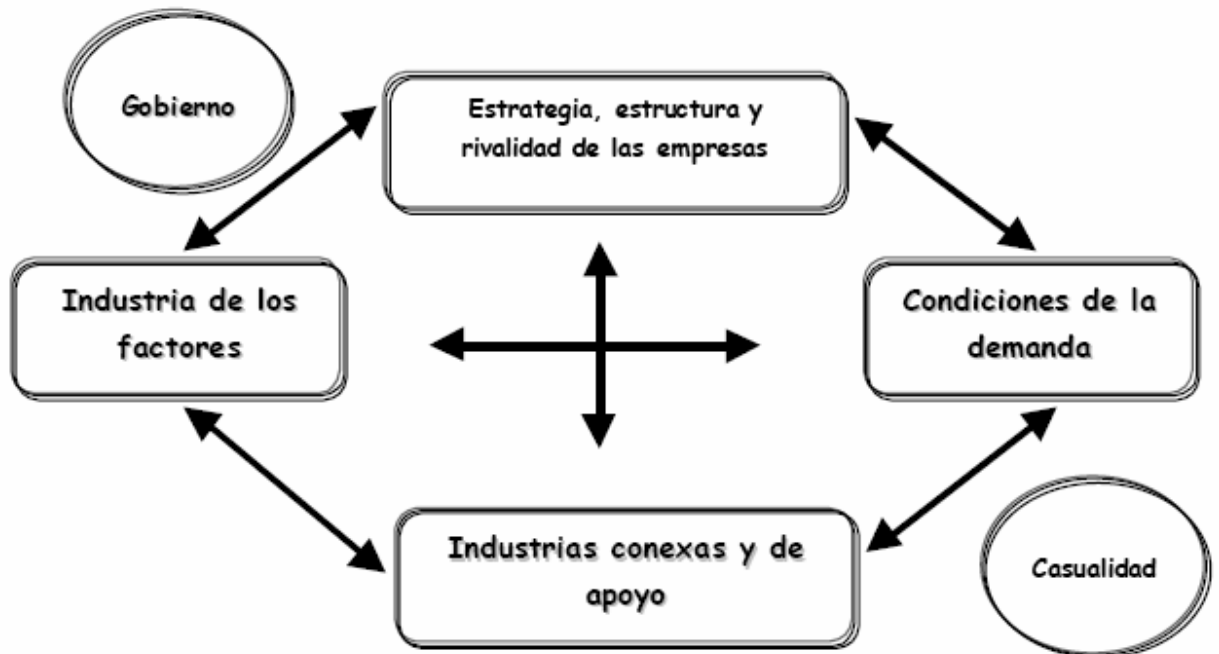
²⁰ PORTER, M. Op. cit., 142

ubicadas en regiones determinadas. Al operar de forma simultánea en el tiempo y en el espacio, estos aspectos crean las condiciones para la formación y el desarrollo de los *clusters* en determinados lugares.

Una vez que un cluster se forma, todo el grupo de industrias se refuerza mutuamente. Los beneficios fluyen de clientes a proveedores y entre las empresas que compiten. Los clusters crecen en la dirección de nuevas industrias que aparecen como resultado de la integración vertical u horizontal de las empresas.

Estos atributos o elementos se presentan en la siguiente figura:

Figura 1: Diamante de los Determinantes de la Ventaja Competitiva



Fuente: Michael E. Porter (1990): "La Ventaja Competitiva de la Naciones".

➤ **Condiciones de los factores:** el autor se refiere en este punto a lo conocido en la economía clásica como factores de producción –mano de obra, capital, trabajo, tierra, recursos naturales, infraestructuras- pero con una revisión profunda, no en sus conceptos sino en su dimensión. La competitividad de una nación no se basa en los índices cuantitativos de dichas variables, sino en la capacidad de crearlos y fomentarlos, además de adaptarlos a las situaciones cambiantes que se sucedan, a unos niveles notables de velocidad y eficacia. En turismo, los factores básicos que permiten el desarrollo de un país son su legado patrimonial de riquezas naturales, arqueológicas y culturales. Sin embargo, la competitividad de un país o región reside, más bien, en la calidad de los

factores especializados que permiten valorar su herencia patrimonial por encima de países con un legado similar. Recursos humanos con capacitación turística, infraestructura diseñada para hacer accesibles los atractivos naturales, mercados de capitales adecuados para financiar proyectos turísticos de largo plazo, niveles de seguridad personal adecuados y alta cobertura de servicios públicos de apoyo son ejemplos de ese tipo de factores especializados.

➤ **Condiciones de la demanda:** en un mundo dirigido hacia la globalización podría parecer que la demanda local es de menor importancia, sin embargo la evidencia demuestra lo contrario. Las empresas más competitivas invariablemente cuentan con una demanda local que se encuentra entre las más desarrolladas y exigentes del mundo.

En la industria turística, la demanda está formada tanto por los turistas nacionales como los extranjeros que visitan el país. En esta industria, en vez de exportar productos, son los consumidores los que se movilizan hacia los atractivos turísticos. Lo relevante de la calidad de la demanda, en el modelo conceptual propuesto, es el nivel de exigencia a que esté sometida una industria de parte de los clientes que atiende en forma directa.

➤ **Industrias relacionadas y de apoyo:** la existencia de industrias de apoyo especializadas y eficientes crea ventajas competitivas para un país. Las industrias relacionadas y de apoyo entregan a las empresas pertenecientes al cluster insumos, componentes y servicios hechos a la medida, a menores costos, con calidad superior y suministrados de manera rápida y preferente. Esto es consecuencia de vínculos más estrechos de colaboración, mejor comunicación, presiones mutuas y aprendizaje constante, que facilitan la innovación y el mejoramiento continuo dentro del cluster.

Para que un *cluster* turístico sea competitivo, es imprescindible un sector de apoyo vigoroso e innovador. Esto significa buenos proveedores de alimentos y suministros para la hotelería y los restaurantes; buenas escuelas de formación de personal, tanto a nivel operativo, técnico como gerencial; ingenieros y arquitectos especializados en diseño de obras de turismo y otras empresas de servicio afines a la actividad.

➤ **Estrategia, estructura y competencia de la empresa:** la creación de destrezas competitivas requiere un ambiente que motive la innovación. Una competencia local vigorosa e intensa es una de las presiones más efectivas para que una compañía mejore continuamente. Esta situación obliga a las empresas a buscar maneras de reducir sus costos, mejorar la calidad, buscar nuevos mercados o clientes, entre otros.

En turismo, el nivel de competencia local, las empresas compiten en cada sector de la industria, generalmente no solo por participación de mercado, sino también por empleados, excelencia en servicio y por prestigio. Cuanto mayor sea el grado de rivalidad en un sector (hotelería, restaurantes o "tour" operadores), tanto mayor será la presión e incentivos por mejorar estándares e introducir nuevos productos.

➤ **El azar y papel del gobierno:** los cuatro atributos del diamante son, a su vez, influenciados por otras variables: el azar y el papel del gobierno. El azar surge de eventos repentinos que influyen en la posición competitiva de ciertas empresas que saben moverse ante los cambios. El gobierno puede influenciar y ser influenciado por cualquiera de los elementos del diamante, tanto positiva como negativamente. Por ejemplo, el gobierno define las políticas y asignación de recursos a infraestructura y educación. Por medio de la fijación de regulaciones y estándares, afectan la rentabilidad de las diferentes actividades económicas. Claramente, las políticas tributarias pueden estimular o desestimular la inversión en industrias turísticas o el desarrollo de industrias relacionadas dentro de un país. El gobierno también puede ser influenciado por los elementos del diamante, tal es el caso cuando decide invertir en educación en áreas específicas necesarias para el mejoramiento de un cluster, motivado por el ritmo de crecimiento de la demanda turística y su influencia en la generación de divisas para el país.

➤ **La Dinámica Dentro del Diamante:** la interacción o refuerzo mutuo de los cuatro atributos de la ventaja nacional es, a menudo, más importante que los atributos en sí. El grado de impacto de un atributo sobre las ventajas competitivas depende, en gran parte, del estado en que se encuentren los otros determinantes. En el sector turístico, la dinámica de las relaciones entre los atributos del diamante puede darse de diversas maneras. Por ejemplo, la presencia de numerosas empresas hoteleras que compiten vigorosamente en un mercado turístico, justifica realizar nuevas inversiones para crear y desarrollar mejor infraestructura en su zona de influencia. También, crea un mercado atractivo para el surgimiento de industrias de apoyo. La demanda turística se vuelve más exigente, gracias a que las empresas se ven obligadas a ofrecer mejores productos y servicios para ganar la preferencia de los consumidores ante la competencia.

Es así que los determinantes de la ventaja competitiva de un país constituyen por sí mismos un sistema bastante complejo. Sus elementos se refuerzan entre sí y se multiplican con el transcurso del tiempo. Así, las ventajas crecen y se van expandiendo hacia otras industrias relacionadas. De esta manera se va creando un entorno de relaciones e interacciones complicadas, difíciles de imitar por parte de los otros países o clusters turísticos potencialmente competidores.

2. LA IMPORTANCIA DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y CULTURAL DEL PAÍS

Para poder hablar de la creación de un cluster turístico como estrategia de desarrollo, en primer lugar hay que aclarar el concepto que se tiene sobre “turismo”, las clases de turismo que existen, y su influencia en la economía del país; para así poder entender la dinámica que este sector genera en su entorno, y la importancia que tiene en el desarrollo de la provincia Guanentá.

2.1 EL CONCEPTO DE TURISMO

Para comprender plenamente el dinamismo del turismo es importante dar una mirada a los conceptos de ocio y tiempo libre. "El concepto popular del ocio, se asocia con actividades inocuas, e improductivas, sin embargo, en la medida en que el ser humano ha incorporado a su vida cotidiana el derecho al descanso y al esparcimiento como una necesidad biológica que permite recuperar fuerzas para el trabajo, el estudio y en general aquellas actividades que se consideran productivas, y como una necesidad espiritual, este concepto ha ido adquiriendo vastas dimensiones. El turismo es hoy en día una de las formas predominantes del ocio"²¹.

Como concepto económico “se puede definir como un acto que supone desplazamiento, que conlleva el gasto de renta, cuyo objetivo es conseguir la satisfacción y servicios que se ofrecen a través de una actividad productiva generada mediante una inversión previa. También se puede definir como una actividad económica que, como tal, produce ingresos, genera puestos de trabajo y funciona con base en empresas dedicadas a la producción y comercialización de servicios turísticos”²².

Desde el punto de vista productivo, “el turismo como fenómeno social y de masas, se halla inserto dentro del sistema de capitales. De hecho, el desenvolvimiento del turismo gira alrededor de tres componentes básicos: origen, desplazamiento y destino, este último visto en toda su dimensión, es decir, en su interacción con el entorno físico, sociocultural y demográfico, además de los sistemas políticos y económicos que en él intervienen”²³.

²¹ SALVAT, Ocio y Turismo. Biblioteca Salvat de Grandes Temas. Salvat Editores. Barcelona, 1973.

²² Valencia, Jorge. Diccionario –léxico de términos turísticos. www.boletinturistico.com

²³ Ibid., p. 4

Igualmente cabe considerar que según el origen de los viajeros aparecen en escena los denominados “turismo doméstico” (aquel que se realiza dentro del mismo territorio), “turismo receptivo” (aquel que implica la llegada de extranjeros a un destino), y “turismo emisor” (aquel que exporta viajeros a otros países).

La acepción económica del turismo conlleva la aparición el término industria del turismo, llamada “la industria sin chimeneas”, que se define como "el conjunto de industrias y actividades comerciales que producen bienes y servicios total o principalmente para el consumo turístico como: alojamiento, transporte, alimentos y bebidas, agencias de viaje, operadores de turismo, atracciones comerciales, merchandising y artesanías, que suceden en el origen y en el destino, convirtiéndose estos elementos en integrantes esenciales de los cluster y las cadenas productivas, los que dado su gran potencial, adquieren significativa importancia para su diversificación y expansión"²⁴.

Dentro de este contexto, el turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socio-económico y cultural de un país, dada la diversidad de actividades favorables que traen bonanzas económicas:

Es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera así mismo un mercado de empleos diversificados con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; genera una balanza de pagos favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.

El turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más actividad se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad.

En cuanto a la cultura, ésta es realmente el radio dentro del campo de acción de la empresa turística. Cultura es el término que determina el imán que poseen las regiones para el turismo comprendiendo su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía.

Cabría comentar que, aunque no se refiera a un índice macroeconómico como tal, el desarrollo infraestructural que el Turismo propicia en los países receptores, trae como consecuencia un aumento de la calidad de vida de los habitantes, lo cual contribuye al desarrollo de la región. Además de ello, las propias exigencias del usuario turístico obligan a estos países a evolucionar de modo paralelo en cuanto al avance tecnológico, para dar respuesta a las expectativas del usuario.

²⁴ GONZÁLEZ, Hernando Bottía. "El turismo como alternativa de desarrollo para Villavicencio y el departamento del Meta". Ensayos sobre economía regional. 2004. p. 32

Entonces generalizando, el turismo es visto como la industria del futuro de todos los países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos.

2.2 CLASES DE TURISMO

Dependiendo de las motivaciones, necesidades y deseos de cada persona, se conforman distintos tipos de productos turísticos, formas o prácticas de entender el Turismo, implicando ello que cada elemento del producto se ajuste a las exigencias de los diferentes segmentos de la demanda, para garantizar la plena satisfacción y una continuada repetición en la compra de dicho producto.

La clasificación más común de los diferentes tipos de turismo es:

➤ TURISMO DE AVENTURA



Es el tipo de turismo constituido por programas y actividades con connotaciones de desafío, expediciones accidentadas, la mayoría de las veces para adultos, que incluyen viajes valientes e imprevistos. Ejemplos: escaladas, espeleología, canotaje, cabalgatas en rutas a campo abierto, entre otros.

➤ AGROTURISMO O TURISMO RURAL



Se comprende por esta actividad la que se desarrolla en el campo estableciendo un contacto e interacción con la naturaleza. A su vez, se incluye la familiarización con actividades como el ordeño y el cultivo. Sin embargo en Colombia, se manifiesta más de una manera recreativa y de observación.

➤ TURISMO CULTURAL



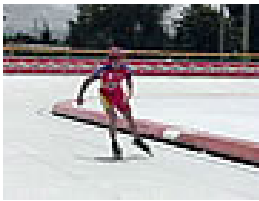
Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.

➤ TURISMO HISTÓRICO



Es aquel que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico.

➤ TURISMO DEPORTIVO



Se da de dos formas. Por un lado, está el pasivo que consiste en la asistencia a juegos olímpicos, campeonatos mundiales. En cuanto, al segundo, el activo, es el que se da cuando se viaja con el fin de practicar un deporte.

➤ TURISMO DE CONGRESOS Y CONVENCIONES



Es el tipo de turismo para cuando se quiere participar en ferias, seminarios, congresos, o realizar negocios.

➤ TURISMO RELIGIOSO



En Colombia, uno de los aspectos que hacen parte del arraigo es su tradición religiosa. Por ello, son varias los lugares que acostumbran visitar los turistas motivados por este motor.

De acuerdo con lo anterior, se puede ver que el Turismo es una actividad multisectorial en cuanto al área cultural, folklórica y tradicional, y que además, cada día se va diversificando y acoplado más a los gustos de los consumidores.

2.3 PANORAMA DEL TURISMO EN COLOMBIA

Colombia posee una gran diversidad de atractivos naturales y culturales. No obstante, no se ha posicionado en el extranjero como un destino turístico. Se espera que esta actividad cobre la importancia que se merece y sea uno de los

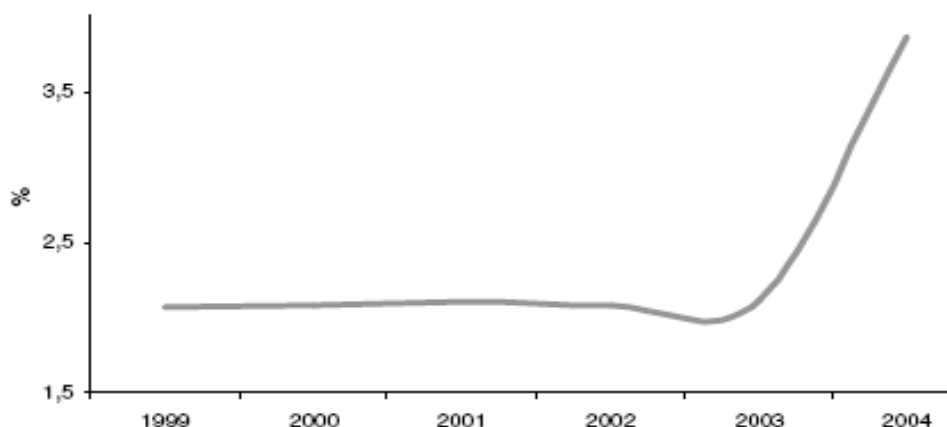
principales sectores de la actividad económica nacional. Para lograr este objetivo, se requiere de la actuación de los sectores privado y público, nacional y regional.

2.3.1 El Turismo en el PIB Nacional²⁵

Conocer el comportamiento y evolución del turismo nacional es una necesidad para los administradores de los destinos en su labor de facilitación y construcción de un entorno competitivo, así como para la toma de decisiones de los empresarios turísticos.

En Colombia, la actividad turística* contribuyó en promedio entre 1999-2004 con 2,3% del PIB, presentando en 2004 el mayor crecimiento en la última década. Esta tendencia positiva puede ser explicada por la política de Seguridad Democrática y la política de las Caravanas Turísticas, que generaron la confianza necesaria para lograr una movilización masiva del turista colombiano. Lo anterior aumentó la ocupación hotelera de 40% promedio anual en 2000 a 49,3% en 2004.

Gráfica 1: Participación de la Actividad Turística en el PIB (2000-2004)



Fuente: Registro Nacional de Turismo

2.3.2 Movilización Vehicular

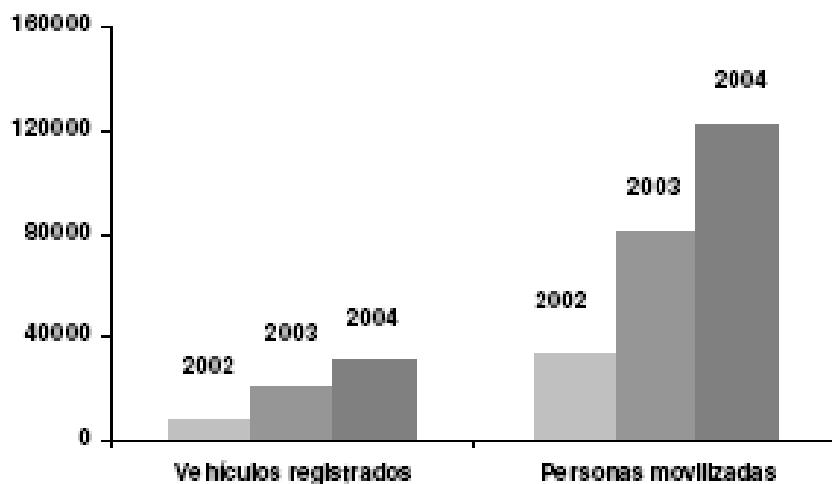
Entre octubre de 2002, año en el cual se dio inicio al programa de caravanas turísticas “Vive Colombia y Viaja por ella”, y enero de 2005 se realizaron 455 caravanas y se establecieron 347 rutas seguras. La ocupación hotelera en los destinos finales de las caravanas ha oscilado entre el 80% y el 100%. El paso de vehículos por peajes pasó de 8'378.281 en 2002 a 30'527.091 en 2004, lo que

²⁵ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Bogotá. 2005

* Incluye las actividades de restaurantes, hoteles y agencias de viaje

supone un crecimiento de 264%. Además, la salida de pasajeros desde terminales terrestres pasó de 4,88 millones de pasajeros en 2002 a 11,10 millones en 2004.

Gráfica 2: Reactivación de la Movilización Vehicular



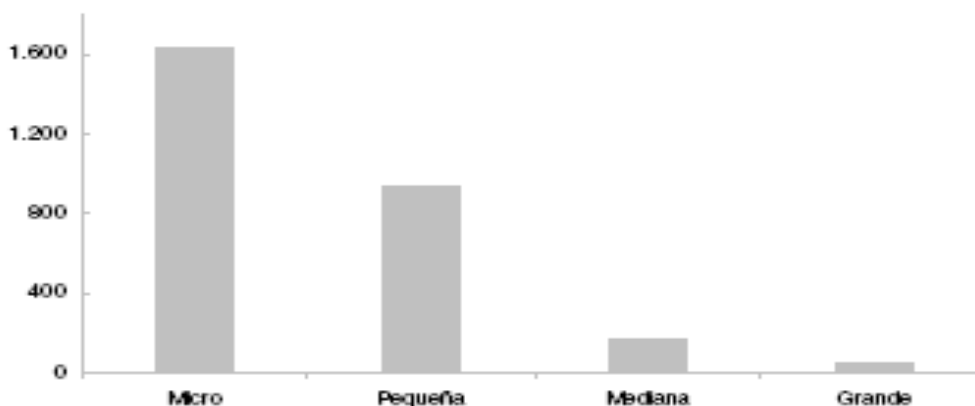
Fuente: Centro de Información Estadísticas Vial- CIEV

El transporte aéreo nacional también experimentó crecimiento en el número de pasajeros en diciembre de 2004 – 3,4% en vuelos domésticos y 13,06% en vuelos internacionales – frente a lo ocurrido en diciembre de 2003. Las principales rutas de pasajeros fueron Bogota–Cali-Bogotá 13,32%, Bogota – Medellín (Rionegro) - Bogotá 13,31%, Bogota – Cartagena - Bogotá 7,25%, Bogota – Barranquilla - Bogotá 6,19%, Bogota – San Andrés - Bogota 3,79%.

2.3.3 Empresas de Turismo

Una característica importante de la industria del turismo en Colombia es la prevalencia de las mipymes como principales prestadoras de los servicios del sector. En 2004, 59% de las empresas inscritas en el Registro Nacional de Turismo, eran microempresas, seguidas por las pequeñas empresas que constituyeron 33%, las medianas 6% y las grandes 2%.

Gráfica 3: Número de Empresas de Turismo por Tamaño (2004)



Fuente: Registro Nacional de Turismo

Colombia posee una gran diversidad turística. De acuerdo con el Ministerio de Cultura, han sido declarados como bienes de interés cultural de carácter nacional 1.131 lugares del país, los cuales se encuentran repartidos en 294 municipios y 30 departamentos. La categoría de bien más común en el país es el patrimonio arquitectónico, seguido por el patrimonio urbano y el patrimonio natural.

Finalmente, a nivel mundial la actividad turística ha presentado un dinamismo igual o superior al que tuvo lugar en el país y el futuro augura un crecimiento aún mayor del cual Colombia debe participar activamente. El País, por sus múltiples escenarios naturales y culturales presenta importantes ventajas comparativas frente otros a destinos turísticos de la región. Sin embargo, se ha demostrado que no basta con tener esas ventajas si no se aprovechan y explotan adecuadamente a través de la generación de paquetes atractivos, el mejoramiento de los servicios prestados y una promoción adecuada.

2.4 PANORAMA DEL TURISMO EN SANTANDER

Los cambios que ha habido durante estos últimos años han transformado la economía del Departamento, ya que, de ser históricamente agrícola, pasó a ocupar un papel destacado en el sector servicios, especialmente en el sector del transporte y de las comunicaciones.

El departamento de Santander es uno de los escenarios colombianos más hermosos por su variada topografía, muy apropiados para hacer turismo de aventura. La región posee una inmensa variedad de atractivos naturales, arquitectónicos y culturales. Al recorrerlo de un extremo a otro se pueden observar

como mínimo tres panoramas bien distintos: el árido y erosionado del Cañón del Chicamocha, cuyos puntos de referencia corresponden al eje de Bucaramanga-San Gil; el ardiente y tropical de su zona ribereña, que gira en torno a la ciudad de Barrancabermeja; y el bucólico y pintoresco de las despensas campesinas, cuyo más bello exponente es la rica provincia de García Rovira.

El departamento de Santander esta conformado por seis provincias ricas en turismo y cultura estas son: Soto, García Rovira, Comunera, Vélez, Mares y la provincia Guanentina.

La región centro – oriente de la cual forma parte el Departamento de Santander, cuenta con el 40% del total nacional de los atractivos turísticos; dispone de 750.000 hectáreas de parques naturales y 15 de los 35 centros históricos declarados en el país.

3. CARACTERIZACIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA GUANENTÁ

De acuerdo con la teoría del desarrollo local, al ser planteado éste en sociedades y territorios específicos, resulta necesario conocer las particularidades que los diferencian, al igual que las identidades y el proceso histórico que los distinguen, pues, el desarrollo local no se concibe como una receta de cocina que genera un producto homogéneo para quien lleva a cabo determinadas acciones, sino que cada sociedad –vinculada a su territorio- se puede transformar y arribar a mejores niveles de bienestar, afirmando sus diferencias, que son producto de su identidad, su evolución histórica, con sus actores y sus iniciativas particulares.

Con el objetivo de conocer las particularidades que diferencian la provincia Guanentá y determinar que actores y factores pueden contribuir al desarrollo del cluster turístico, se llevaron a cabo una serie de encuestas* hechas en los 18 municipios de la provincia, en donde se entrevistaron a todas las empresas pertenecientes al sector turístico, y en donde se hizo el levantamiento del inventario de todos los productos naturales, culturales, arquitectónicos, folclóricos, etc. que la provincia tiene para ofrecer al turista.

A continuación se hace una breve descripción de los aspectos generales de la provincia Guanentá y se muestra la información obtenida de las encuestas

3.1 MARCO GEOPOLÍTICO

La Provincia de Guanentá está ubicada en la parte sur oriental del Departamento de Santander, hacia el oriente del País; limita por el norte con la Provincia de Soto, por el occidente con la Provincia Comunera, por el sur con Boyacá y la provincia comunera y por el occidente con la Provincia de García Rovira y el Departamento de Boyacá.

A su vez, la provincia de Guanentá comparte con la provincia comunera dos regiones naturales: El Valle de los ríos Chicamocha, Suárez y Fonce con 191.880 has y la Región Andina (Montaña Santandereana) con 374.589.1 has.

Tiene una extensión total aproximada de 3.800 km² (380.000has) y está conformada por 18 municipios a saber: San Gil (Capital), Aratocha, Barichara, Cabrera, Cepita, Coromoro, Curiti, Charalá, Encino, Jordan Sube, Mogotes,

* Ver formato de encuestas en el Anexo 1

Ocamonte, Onzaga, Páramo, Pinchote, San Joaquín, Valle De San José, Villanueva. Cuatro de los cuales poseen un corregimiento. En el siguiente mapa podemos ver su división política:

División Política de la Provincia Guanentá



3.2 RESEÑA HISTÓRICA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

El surgimiento del turismo en la provincia Guanentá viene desde mediados de los años 50, con la construcción del hotel de turismo Bella Isla en 1954 aprox., famoso por sus atractivos naturales, gastronómicos, históricos, entre otros. Sin embargo, es en 1996 que se da un gran impulso al turismo de la provincia con la incorporación del canotaje (rafting), espeleología y demás productos de aventura.

Es por esto que desde mediados de los años 90' la provincia de Guantán se ha venido desarrollando económicamente en torno al sector del turismo, gracias a ello ha surgido una serie de micro y pequeñas empresas que prestan diversos servicios con relación a esta industria. Este auge se ha debido en gran medida al aprovechamiento de ventajas comparativas en la provincia tales como: la riqueza en recursos naturales, históricos y culturales de los municipios de la zona.

3.3 INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA*

Es importante conocer con que infraestructura turística cuenta la provincia y el estado actual de la misma, para saber si la región tiene o no las condiciones necesarias para atender al turista, y además para poder conocer las falencias que en este punto frenan el desarrollo del sector turístico, y asimismo, proponer estrategias de solución.

3.3.1 Oferta de servicios

Para la provincia Guantán es importante determinar que servicios son claves para el éxito en la atención de sus visitantes, es así, que después de un análisis consolidado*, se determinaron algunos de ellos para poder evaluarlos, estos son: bombas de gasolina, montallantas, talleres mecánicos, grúas, lavadero de carros, parqueaderos, droguerías, cajeros automáticos, supermercados, plazas de mercado, discotecas y piscinas, entre otros.

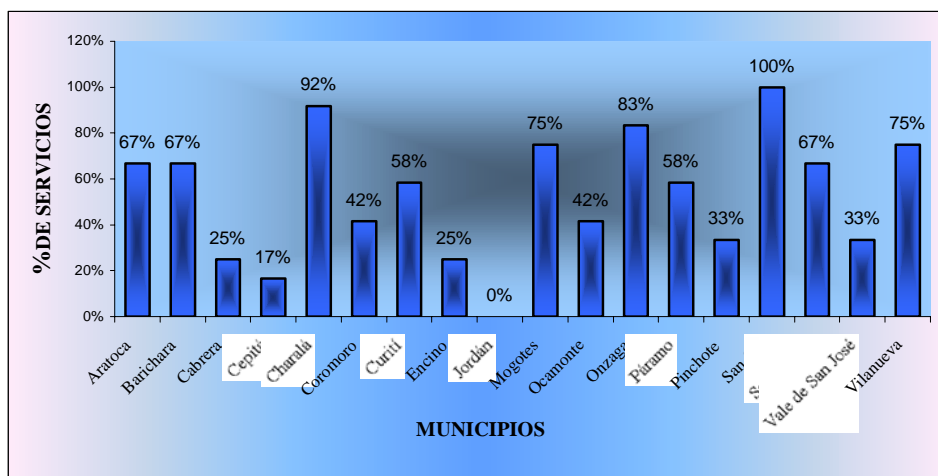
Por medio de las encuestas realizadas en los diferentes municipios, se encontró que 8 de los 18 municipios de la provincia ofrecen menos del 50% de los servicios mencionados anteriormente, 5 municipios ofrecen entre el 50 y 65% , y los 5 restantes ofrecen entre el 75 y 95% de éstos, San Gil como capital turística de la provincia ofrece el 100% de estos servicios, como se puede observar en la gráfica 4.

Estas cifras reflejan que la provincia de Guantán comienza a presentar falencias en la prestación de servicios para la atención de los turistas, en cuanto a infraestructura, sin embargo esto puede convertirse en una oportunidad de negocio para los habitantes de cada municipio, si se proyectan en crear empresas que ofrezcan los servicios faltantes y al mismo tiempo satisfagan las necesidades básicas que esperan los visitantes.

* Ver inventario de Hoteles, restaurantes y operadores turísticos en el Anexo 2

* Se determinaron cuales son los servicios que más utiliza el turista, y en los cuales la provincia debe fortalecerse.

Gráfica 4: Porcentaje de Servicios que Ofrece Cada Municipio

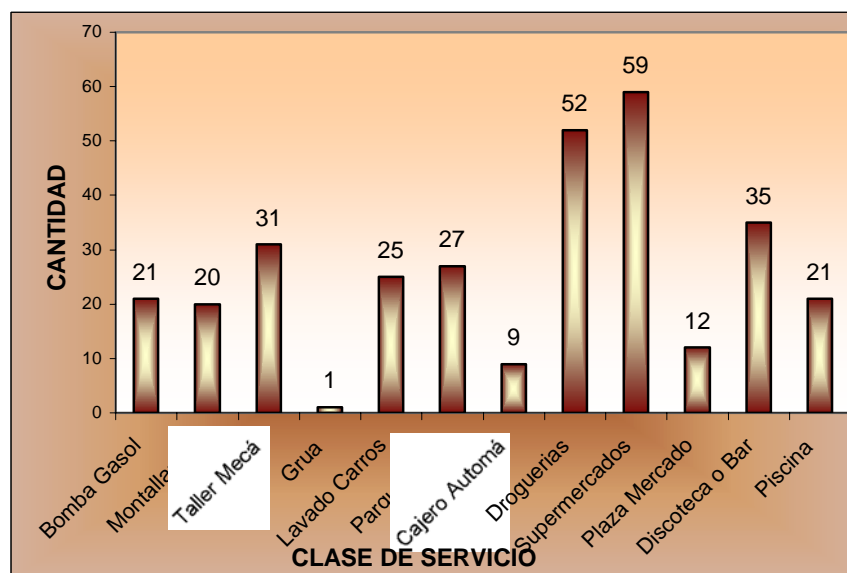


Fuente: Elaboración propia

Es preocupante que uno de los municipios que cuenta con una gran calidad de recursos naturales, como lo es Jordán, no posea ninguno de los servicios establecidos para una buena atención; esto demuestra claramente que existe un problema grave en la iniciativa de negocio de los guanentinos para fortalecer el sector turismo.

De igual forma, la gráfica 5 muestra la cantidad de cada uno de los servicios mencionados anteriormente en toda la provincia Guantánamo.

Gráfica 5: Cantidad de Cada Servicio Disponible en la Provincia



Fuente: Elaboración propia

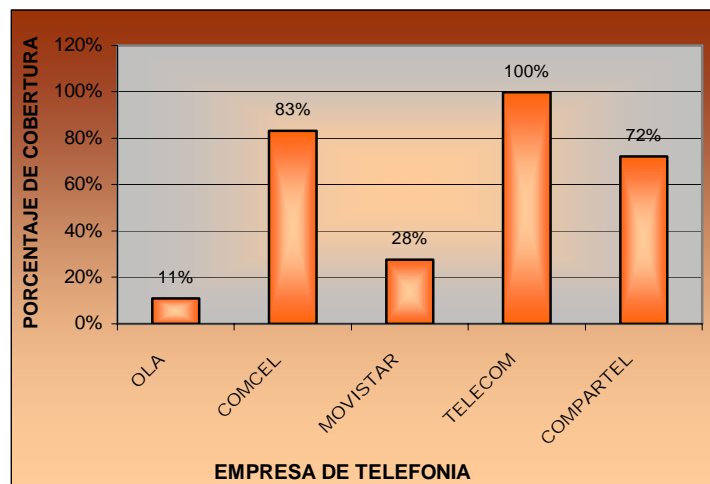
Como se puede observar, la deficiencia más sobresaliente en servicios es la falta de grúa, ya que existe una sola para toda la provincia, al igual que los productos automotrices complementarios.

Otro problema grave en los servicios, es la falta de cajeros automáticos en los diferentes municipios de la provincia, ya que siete de los nueve cajeros que hay en toda la provincia, se encuentran en San Gil, los otros dos en Barichara y Charalá. Lo anterior representa un obstáculo muy grande para la adquisición de productos y servicios en los demás municipios de la región, ya que la mayoría de los turistas manejan el dinero plástico en lugar del efectivo. Y a pesar de este problema, las entidades financieras no se han unido para fortalecer este servicio tan indispensable para el desarrollo de cada región.

Algo similar ocurre con los servicios para la recreación del turista, ya que estos se encuentran concentrados en su gran mayoría en el día, y en la noche sólo quedan los bares y discotecas para el esparcimiento, por otra parte se nota que hay un déficit en la prestación del servicio de piscinas, ya que son pocos los hoteles que cuentan con este servicio, tan apetecido por el turista, sin embargo este déficit de piscinas no es muy relevante, ya que la provincia cuenta con una gran cantidad de pozos naturales al servicio de los turistas, el problema está en facilitar el acceso a estos lugares naturales.

Otro servicio importante para el desarrollo del turismo es el servicio de comunicación telefónica, el cual se divide en telefonía móvil y telefonía fija. En el siguiente gráfico se muestra un poco como está ese servicio en la provincia en cuanto a cobertura de las diferentes empresas que prestan este servicio.

Gráfica 6: Cobertura de las Empresas de Telefonía



Fuente: Elaboración propia

El servicio de telefonía que se ofrece en la provincia tiene un cubrimiento del 100% gracias a la existencia de Telecom en cada uno de los municipios. En cuanto a telefonía móvil, Comcel es la empresa con más cubrimiento en la provincia, ya que ofrece una cobertura en más del 80% de los municipios.

3.3.2 Oferta de hoteles

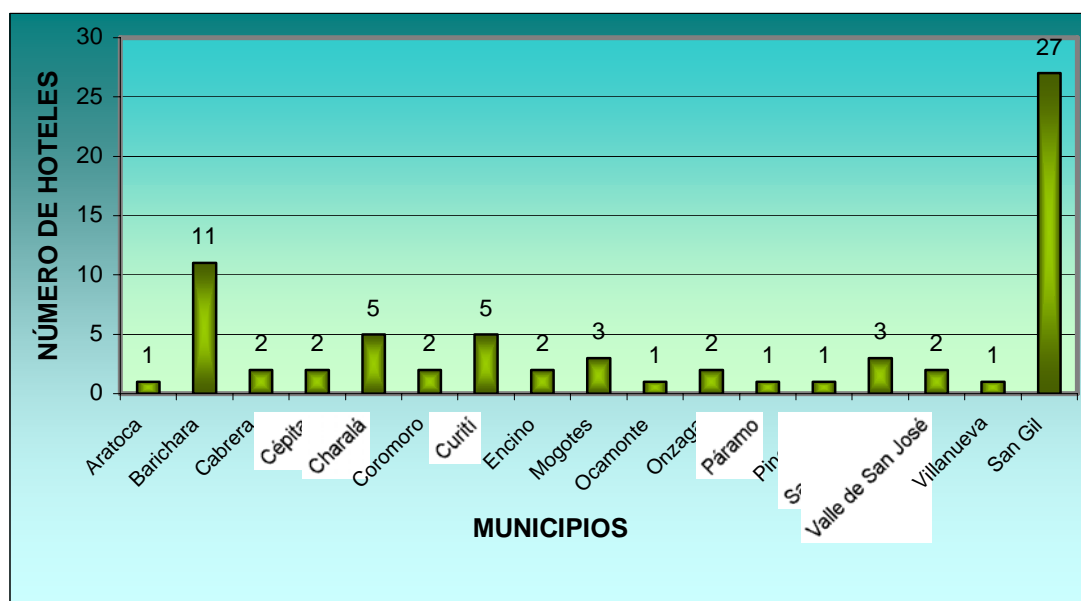
En la provincia Guanentá se encuentran establecidos legalmente 71 hoteles, 27 de los cuales están ubicados en San Gil, y el 50% del total tienen menos de 5 años de funcionamiento, lo que indica que el sector hotelero ha tenido un crecimiento acelerado en los últimos 5 años, lo cual repercute favorablemente en la generación de empleo y en la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la provincia Guanentá.

De acuerdo con la teoría del desarrollo local, estas iniciativas de la comunidad por generar empresa contribuyen al desarrollo de la región y a la construcción social del territorio. Actualmente, el gremio hotelero genera 187 empleos fijos y 185 empleos temporales en la provincia.

Por otra parte, la infraestructura hotelera cuenta con una capacidad de 892 habitaciones con una disponibilidad para 2.591 personas. Esta cantidad es suficiente para las temporadas bajas del año, pero si se tiene en cuenta que en temporadas como semana santa, vacaciones de junio, diciembre y puentes o festivos, aumenta considerablemente la cantidad de turistas, se convierte en un verdadero problema encontrar hospedaje en algún lugar de la provincia, dando paso a la desorganización en la prestación de este servicio ya que en municipios como San Gil o Barichara, que son los más visitados, se dedican a adecuar las casas de familia para prestar el servicio de alojamiento a los visitantes y no se logra ofrecer un servicio con calidad, proporcionando descontento en los turistas. Por lo tanto, a pesar que se han venido creando empresas hoteleras en los últimos 5 años, aún no es suficiente la disponibilidad de hospedaje en la provincia, para cubrir la demanda de turistas que aumenta año tras año.

Sin embargo, se conoció que este problema ya está siendo resuelto (por lo menos en la capital de la provincia SanGil), ya que los inversionistas del sector turístico han visto que existe un problema con la poca infraestructura hotelera y están llevando a cabo varias inversiones para la creación de hoteles.

Gráfica 7: Oferta de Hoteles en la Provincia Guantán



Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, en cuanto a los servicios complementarios que prestan los hoteles (restaurante, Bar, teléfono, televisión, piscina, parqueadero, etc), el servicio de piscina es el menos ofrecido, ya que la provincia cuenta como se había mencionado anteriormente con suficientes pozos naturales a disposición de los turistas. Asimismo, en general los hoteles cuentan con los servicios indispensables para ofrecer una buena atención.

Sin embargo, el servicio de parqueadero es otro de los problemas que presentan los hoteles, pues, la gran mayoría no presta este servicio indispensable para los turistas que se movilizan en carro propio.

Por otra parte, se encuentra una gran deficiencia en cuanto a la tecnología financiera a la hora de pagar, esto se ve reflejado no sólo en los hoteles, sino en la mayoría de las empresas que prestan algún servicio al turismo, ya que sólo el 11% de los hoteles cuentan con un medio de pago diferente al pago en efectivo, esto pone en aprietos a los turistas ya que estos están acostumbrados a utilizar las tarjetas debito o crédito y se ven obligados a prescindir de la utilización de algunos servicios por la ausencia de este factor tecnológico.

A pesar de lo anterior, es notorio que los propietarios de los hoteles de la provincia han estado trabajando por el mejoramiento de este factor, ya que existen pioneros en la hotelería que han podido generar este desarrollo, mostrando al gremio que

se debe ofrecer comodidad ya que el nivel de los visitantes es alto y son ellos los que cada vez exigen mayor calidad.

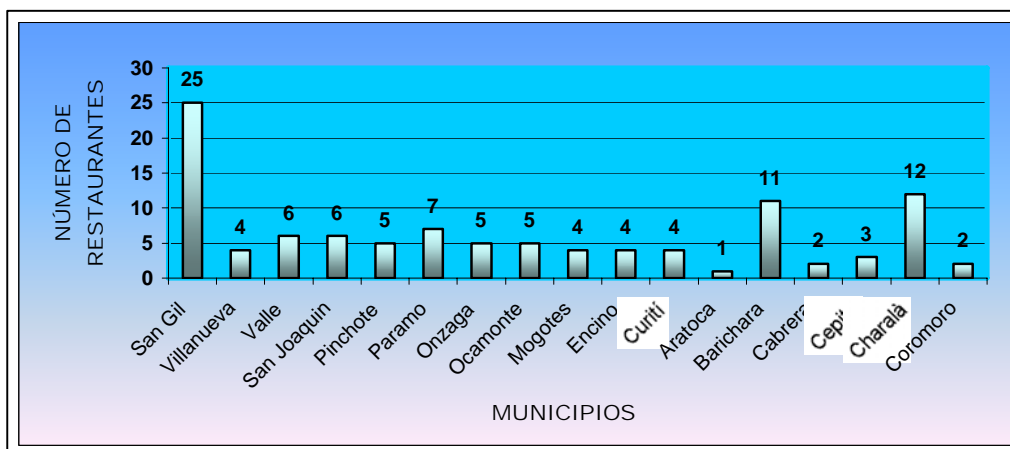
3.3.4 Servicio de Restaurantes

Los 18 municipios de la provincia de Guanentá cuenta por lo menos con un restaurante al servicio de los visitantes, siendo la mayor afición de los Guanentinos el poder brindar un buen plato de comida típica a la persona que visite sus municipios, los platos más típicos en la región Guanentina son el cabro y la pepitoria, acompañado con las diferentes formas de servir las carnes; cada municipio ofrece sus platos propios, los chorizos del Valle de San José, la cazuela de pisco de Cabrera, los arequipes de Barichara, la chicha de Villanueva y de esta manera se encuentran estos manjares santandereanos en toda la provincia. Lo realmente difícil es encontrar restaurantes que ofrezcan otros tipos de platos, como la comida internacional, sólo en San Gil existen restaurantes de comida china y un restaurante que ofrece comida internacional llamado carnes y carnes.

Asimismo, en la provincia de Guanentá hay un total de 105 restaurantes, 34% de los cuales tienen menos de 5 años de funcionamiento, lo cual deja ver que al igual que los hoteles el gremio de restaurantes ha tenido un crecimiento favorable en estos últimos 5 años gracias al auge del turismo en la provincia. Asimismo, se conoció que por parte de los restaurantes se generan 272 empleos fijos y 206 empleos temporales, lo cual es muy favorable para el desarrollo de la provincia.

Por otra parte, la mayoría de los restaurantes tienen la infraestructura adecuada para prestar el servicio a un número elevado de clientes. Un 32% están acondicionados con una capacidad promedio de 15 personas, y están ubicados en los municipios donde la afluencia de turistas es pequeña. En municipios como San Gil o Barichara se cuenta con restaurantes con capacidad de más de 100 personas; sin embargo, en Barichara existe alta deficiencia en el número de restaurantes constituidos con relación a la gran afluencia de turistas que la visitan.

Gráfica 8: Oferta de Restaurantes



Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, en cuanto a precios se pudo conocer que los platos están al alcance de cualquier persona ya que se pueden conseguir platos por un valor menor de \$ 5.000, y de ahí en adelante hasta \$18.000 de acuerdo al gusto de cada persona y lo que desee degustar.

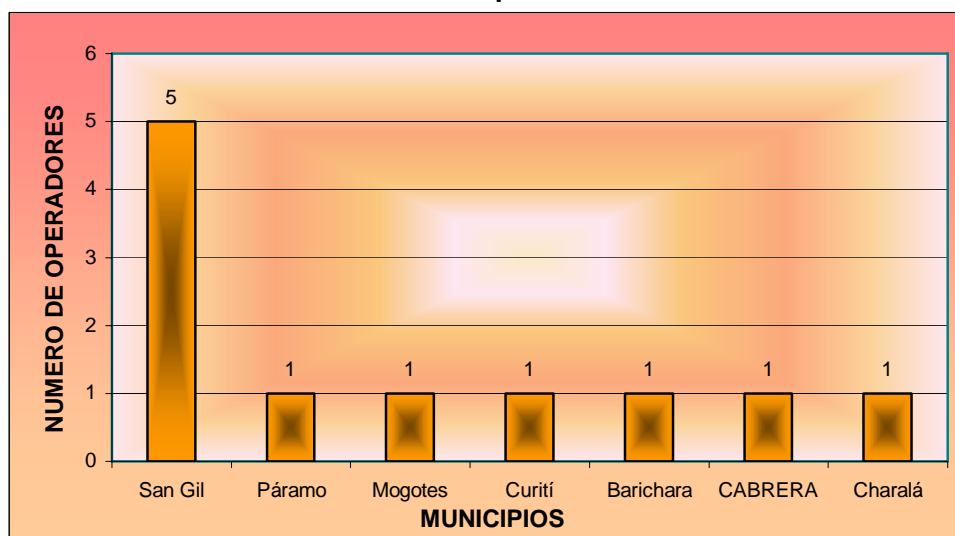
Finalmente, la mayoría de los restaurantes de la provincia cuentan con una infraestructura en buenas condiciones, hay un 12% de estos restaurantes que poseen condiciones excelentes, y una mínima parte de estos tienen condiciones regular o mala.

3.3.5 Operadores Turísticos

No en todos los municipios de la provincia de Guantánamo se encuentran operadores turísticos, ya que aun no se ha manifestado el desarrollo del turismo en estos y no ha existido la capacitación necesaria para la creación de empresas que promuevan este proceso, aunque cuenten con los suficientes recursos naturales. Los municipios que proporcionan este servicio de operadores son Páramo, Pinchote, Cabrera, Barichara y San Gil ya que son estos los que han mostrado un acelerado crecimiento en este sector. Asimismo, se debe tener en cuenta que este tipo de empresa nace especialmente con el turismo y crece de acuerdo a él. Es así que 10 de las 11 empresas que existen actualmente se han creado en el transcurso de los últimos 4 años con el desarrollo de los diversos deportes de aventura.

Igualmente, las empresas de operadores turísticos aportan al empleo de la región 81 empleos fijos y 92 empleos temporales.

Gráfica 9: Oferta de Operadores Turísticos



Fuente: Elaboración propia

Los operadores turísticos son las empresas encargadas de revelar a los visitantes la variedad de atractivos, con los que cuenta cada municipio, y prestar el servicio de guianza a cada uno de estos, entre ellos están, los lugares históricos, culturales, naturales, y deportes extremos como canotaje, rappel, parapente, espeleología y otros.

Cinco de estas empresas llevan menos de un año funcionando y han surgido debido al auge turístico que ha tenido la provincia, son estas mismas empresas las encargadas de promocionar y dar a conocer la provincia a nivel nacional e internacional, ya que de la demanda de turistas depende el futuro de estas.

De las once empresas que existen en la provincia cinco de éstas se encuentran en San Gil y una de ellas es la pionera en toda la provincia, esto demuestra el adelanto que tiene el municipio, con respecto a los demás; aunque entre cada una de las empresas no existe la integración necesaria para que este desarrollo continúe y se han presentado obstáculos como la competencia desleal.

Siendo el centro del turismo de la provincia de Guanentá el municipio de San Gil, este cuenta con el mayor número de empresas de operadores turísticos, por lo tanto con mayor cobertura en cuanto a oferta, a diferencia de los demás municipios que apenas están iniciando en este campo, como son los casos de Cabrera, Mogotes, Páramo, Pinchote, Charalá, que optaron por dar a conocer sus sitios naturales y explotarlos, y de esta forma a traer el turismo a estos municipios que estaban un poco olvidados.

3.4 OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

Por medio de las encuestas realizadas se pudo conocer que la provincia Guantán poses una gran variedad de recursos, naturales, históricos, arquitectónicos, obras de arte, festividades, entre otros; que corresponden a los atractivos más importantes de esta región y a su vez, juegan un papel muy significativo ya que son los anzuelos que atraen al turista a visitar esta provincia.

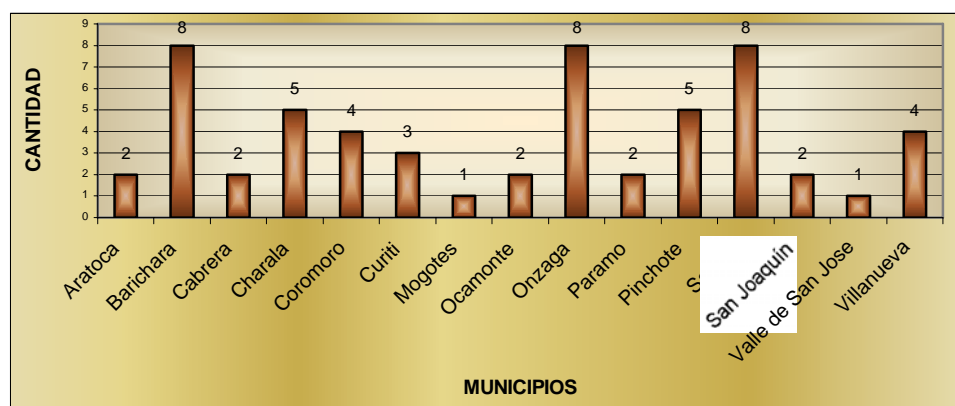
También es cierto, que la comunidad de la provincia debe ser conciente de la importancia y la conservación de estos recursos dados por la naturaleza para el desarrollo de la misma, ya que de acuerdo con la teoría del desarrollo planteada, al hablar de un desarrollo incluyente y complejo, que involucra las variables referidas al ambiente se va más allá de la perspectiva económica y social, donde también se considera “los límites determinados por la naturaleza”²⁶.

3.4.1 Festividades Y Eventos

Las festividades y eventos son uno de los factores que más atrae a los turistas, ya que en la provincia Guantán se presenta una gran variedad en diferentes épocas del año y para todos los gustos.

En la totalidad de los municipios de la provincia se presentan 57 festividades y eventos, que en su mayoría se realizan siempre en la misma fecha, estos eventos se clasifican en diferentes tipos, hay fiesta religiosa, ferias, celebración del día patronal, carnavales, y otros. Los municipios que más fiestas celebran son: San Gil, Onzaga y Barichara, y por el contrario, hay tres municipios que no tienen ningún tipo de celebración en el año, estos son Cepitá, Encino y Jordan.

Gráfica 10: Número de Festividades y Eventos en la Provincia Guantán



Fuente: Elaboración propia

²⁶ LEADER. Op.cit

Del total de las festividades que se realizan, más del 70% corresponde a fiestas religiosas y a ferias; además, gracias a la gran variedad de eventos, en todos los meses del año hay alguna celebración en algún municipio de la provincia Guanentá, a excepción del mes del marzo que no se realiza ningún evento.

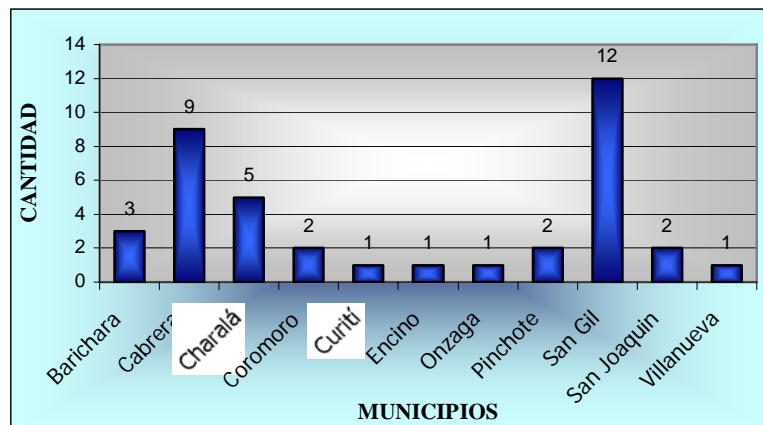
Por otra parte, es importante resaltar que las festividades y eventos de los municipios son un factor muy significativo a la hora de atraer turistas, ya que muchos de éstos buscan vivir experiencias nuevas y agradables. Por esto se hace necesario que los eventos que se realizan en los municipios de la provincia de Guanentá mantengan su importancia e interés y además se promuevan y se den a conocer mucho más por parte de los agentes organizadores de dichos actos; ya que, la gran mayoría de estas festividades sólo son conocidas a nivel local o regional, no existe ninguna fiesta conocida a nivel internacional y sólo un 22% de los eventos son conocidos a nivel nacional.

3.4.2 Obras De Arte

Al igual que las festividades y eventos, las obras de arte representan un componente muy importante a la hora de mostrar los municipios de la provincia al turista que viene en busca de experiencias nuevas.

Entre los municipios que conforman la provincia de Guanentá se encuentran un total de 39 obras de arte, las cuales están conformadas en su mayoría por esculturas, pinturas, retratos y cuadros en fique. Estas obras son hechas, en su mayoría, en piedra que es el material autóctono de la región, aunque también existen obras hechas en otros materiales como el hierro, la madera, el óleo sobre lienzo, el bronce y material reciclable como el plástico, cartón y chatarra.

Gráfica 11: Número de Obras de Arte en los Municipios de la Provincia



Fuente: Elaboración propia

Estas obras se encuentran ubicadas en su mayoría en la Alcaldía, vías y parques naturales de los diferentes municipios, otras se encuentran en los templos, parques principales y casas de la cultura respectivamente.

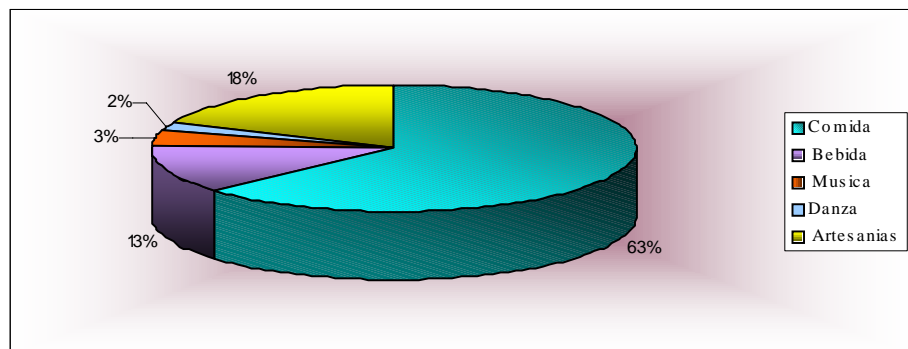
De esta manera, como la mayoría de las obras de arte se encuentran en un lugar público no tiene ningún costo visitarlas, sólo un pequeño porcentaje de estas tiene un costo mínimo por su visita. Asimismo, las obras de arte que se encuentran en lugares públicos o al aire libre se pueden visitar todos los días y a cualquier hora, sólo las obras que están en alguna institución o templo tienen un horario para su visita, el cual también es muy amplio.

Adicional a lo anterior, se logró conocer que existe un 79% de las obras que si posee información histórica disponible para el público, lo que significa que el turista puede llevarse una idea de la razón de ser de la mayoría de las obras más sobresalientes que se encuentran en los municipios.

3.4.3 Recursos Culturales Folklóricos

En la provincia Guanentá existen diferentes tipos de recursos culturales folklóricos, tales como, las comidas autóctonas, la variedad de artesanías, las bebidas típicas, la música y la danza. La mayoría de estos recursos culturales y folklóricos se concentran en la comida, la cual es muy variada y conocida, seguida de las artesanías y las bebidas, y una mínima parte hace referencia a la música y la danza.

Gráfica 12: Porcentaje de Recursos Culturales y Folklóricos



Fuente: Elaboración propia

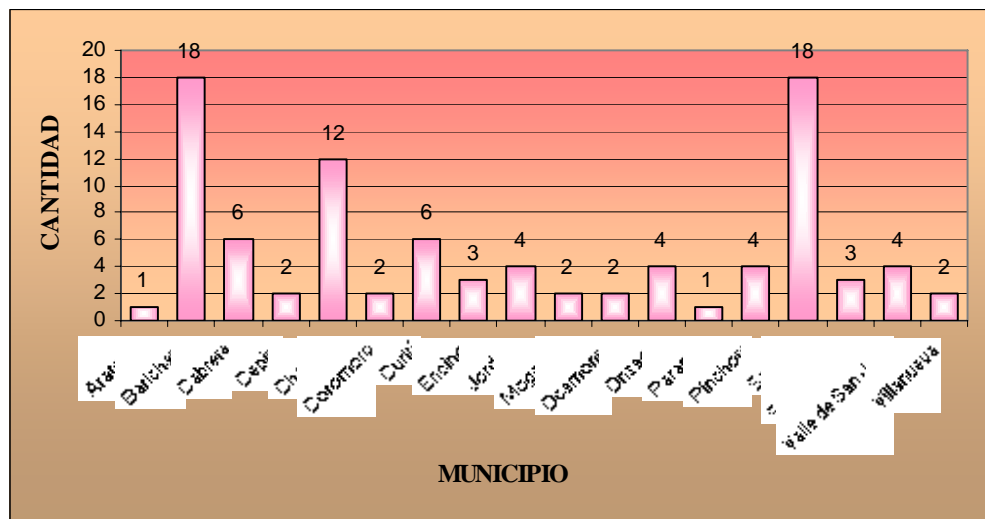
Asimismo, la mayoría de los recursos culturales y folklóricos son reconocidos sólo a nivel local, el 33% de estos recursos son conocidos a nivel regional, un 5% es conocido a nivel nacional. Y existe un 10% que son conocidos a nivel internacional como la comida y algunas artesanías.

3.4.4 Recursos Arquitectónicos

La provincia Guanentá cuenta con 94 recursos arquitectónicos, Aratoca y el Páramo son los municipios que menos recursos tienen y por el contrario San Gil, Barichara y Charalá están dotados de una gran variedad de recursos culturales, es por esto que el auge de turistas en estos municipios es mucho mayor que en el resto de la provincia.

En el siguiente gráfico podemos ver el número de recurso arquitectónicos en los diferentes municipios de la provincia:

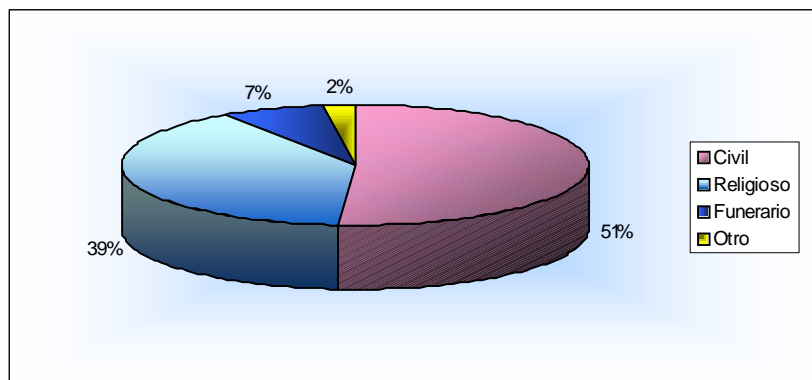
Gráfica 13: Número de Recursos Arquitectónicos en los Municipios de la Provincia



Fuente: Elaboración propia

Asimismo, éstos recursos se diferencian según su naturaleza, ya que pueden ser de naturaleza civil, religiosa, funerario u otro tipo como resguardo o colegios. La mayoría de estos son de naturaleza civil y religiosa.

Gráfica 14: Porcentaje del Tipo de Recursos Arquitectónicos



Fuente: Elaboración propia

El 90% de estos recursos arquitectónicos se encuentran localizados en el perímetro urbano de los municipios de la provincia de Guanentá, y el 10% restante se encuentran localizados en el perímetro rural de los municipios de la provincia. La gran mayoría de estos recursos se pueden visitar en cualquier día de la semana, sólo una minoría está disponible en fechas especiales, por tanto el horario es muy cómodo para que el público pueda tener acceso a visitar estos recursos arquitectónicos.

Además, hay que tener en cuenta que casi la totalidad de estos recursos arquitectónicos pueden ser visitados sin ningún costo, ya que se encuentran en sitios al aire libre y públicos; sólo una minoría del 4% cobra por su visita.

Adicional a lo anterior, se pudo calcular que más del 50% de los sitios arquitectónicos no tienen información disponible para las personas que los visitan, el 19% de estos sitios tienen otra forma de información como relatos contados por personas que trabajan en el lugar, el 18% de los sitios tienen información disponible para los visitantes en placas y el 10% tienen para los visitantes información impresa.

Asimismo, se puede conocer que en la mayoría de estos sitios no se presta ningún servicio de guía, sólo en el 16% de los sitios hay presencia de operadores turísticos, y en el 6% de los sitios restantes el servicio de guía lo presta una persona particular que conoce la historia del sitio.

3.4.5 Recursos Históricos

Los recursos históricos se refieren a sitios, sectores o lugares donde han ocurrido hechos importantes de la historia y que son conservados por su valor cultural.

La mayoría de los recursos se pueden visitar todos los días y a cualquier hora, ya que son espacios abiertos para la comunidad como plazas, parques, etc. Además, los sitios históricos no tienen ningún costo por su visita.

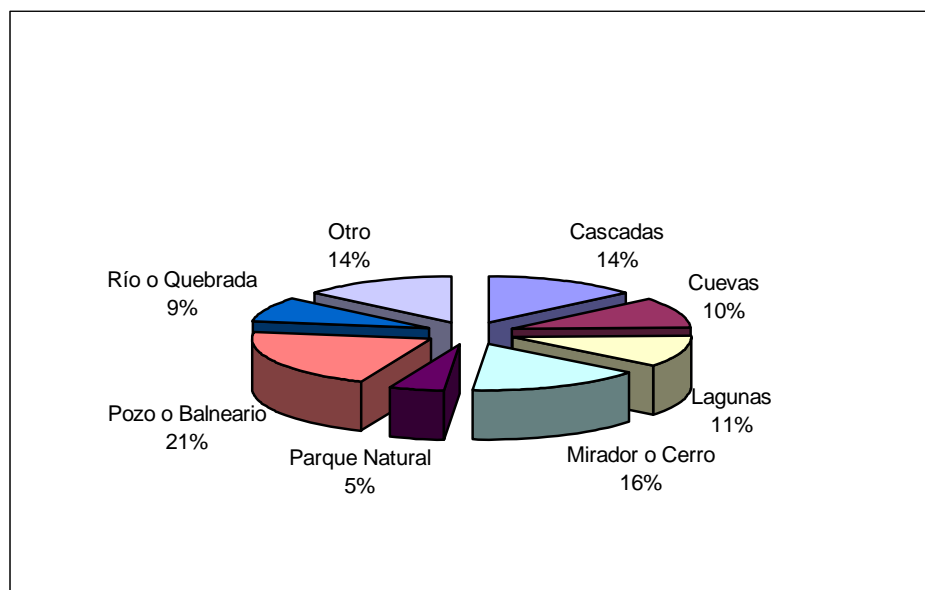
Por otra parte, se conoce que el 86% de los recursos tienen información histórica en sus municipios respectivos, pero también existe un 14% de estos recursos que no poseen ninguna clase de información.

Igualmente, por la falta de empresas dedicadas al servicio del turismo, más del 50% de estos recursos históricos no poseen servicio de guía, sólo en unos pocos municipios existen empresas dedicadas al turismo que prestan el servicio de guías a estos sitios.

3.4.6 Recursos Naturales

En la provincia Guanentá existe una gran variedad de recursos naturales, aproximadamente 115 sitios distribuidos de la siguiente manera:

Gráfico 15: Porcentaje de Recursos Naturales



Fuente: Elaboración propia

Los recursos naturales de la provincia de Guantánamo se encuentran ubicados en veredas y fincas de los diferentes municipios de la provincia. La mayoría de estos se encuentran aproximadamente a una distancia de 1 a 10 Km. del casco urbano de su respectivo municipio, y sólo una pequeña parte de estos recursos naturales se encuentran a más de 40 Km. del casco urbano.

Además, en más del 90% de los sitios se puede entrar en auto, y en la mayoría de los municipios tienen disponible alguna clase de transporte para poder llegar al recurso natural, ya sea, automóvil, bus, caballo, etc. Pero también existen recursos naturales en los cuales no se ofrece ninguna clase de transporte, lo que impide su fácil acceso.

Una dificultad que se presenta es que más del 60% de las vías de los municipios hasta los lugares naturales que existen están sin pavimentar, el 21% de las vías son pavimentadas parcialmente y el 14% de las vías son pavimentadas totalmente. Además, en más del 90% de los sitios naturales de la provincia no existe ninguna forma de señalización sobre el sitio, y donde si existe señalización, ésta se encuentra en muy mal estado.

Del mismo modo, existe un gran problema con los servicios complementarios que se deberían ofrecer en los sitios naturales, ya que en más del 75% de estos sitios no existe ningún servicio adicional para las personas que lo visitan, ni siquiera servicios básicos como baños.

Las personas que visitan estos recursos naturales no está exentas de peligros como caídas, vértigo, insolación y ahogamiento, por eso es importante el profesionalismo y las recomendaciones de los guías presentes.

Por otra parte, se puede estar tranquilo con el tema de la seguridad ya que en casi la totalidad de los sitios naturales se presenta un alto porcentaje de seguridad de orden público.

Finalmente, una vez hecho el inventario de la infraestructura y oferta turística de la provincia se aplicará el diamante competitivo planteado por Porter para determinar el entorno competitivo del sector turístico y conocer los aspectos que frenan o dinamizan su desarrollo.

3.5 ENTORNO COMPETITIVO DE LA PROVINCIA GUANENTÁ

La metodología del “diamante competitivo” utilizada por Michael Porter²⁷ en el “Análisis Competitivo de las Naciones”, permite que se tenga una visión más clara del entorno competitivo de un sector económico. Cuando el entorno es positivo y favorable, el sector presenta fácilmente ventajas competitivas respecto a otros sectores geográficos.

En el diamante de Porter se evalúan los principales elementos del entorno que da lugar a la posición competitiva del sector y al operar de forma simultánea en el tiempo y en el espacio, estos aspectos crean las condiciones para la formación y el desarrollo de los clusters en determinados lugares.

De esta manera, para poder evaluar los elementos del entorno competitivo de la provincia Guanentá se hicieron varios recorridos por todos los municipios, en el segundo semestre de 2005, donde se tuvo la oportunidad de entrevistar a un gran número de micro, pequeño y medianos empresarios turísticos de forma tal de obtener su apreciación de lo que había sido y debiera ser el desarrollo del sector. Asimismo, se conversó con todas las instituciones públicas, directa o indirectamente, involucradas en el desarrollo y/o en la regulación de esta actividad.

La recopilación de información y antecedentes permitió una primera aproximación a lo que podría interpretarse como un diagnóstico conversado del estado de desarrollo y necesidades de las empresas turísticas y del respectivo sector en la

²⁷ PORTER., Op. cit. p.142

región, el cual fue posteriormente convalidado a través de talleres participativos* con los actores regionales relevantes asociados a esta problemática.

Este proceso de discusión también permitió identificar algunas de las principales medidas y líneas de acción necesarias para impulsar el desarrollo del cluster turístico en la provincia Guanentá.

A efectos de tener una visión más sistémica del diagnóstico y de las acciones recomendadas se utilizará el diamante competitivo, explicado en el primer capítulo, que permite apreciar el entorno y las relaciones existentes entre los actores del sector turístico de la provincia Guanentá y determinar cuales son los factores que podrían estar frenando el desarrollo del cluster turístico.

3.5.1 Estado Actual de los Atributos del Diamante Competitivo de la Industria Turística de la Provincia Guanentá:

- **Condición de los Factores en la Provincia Guanentá:** bajo este aspecto se agrupan los factores de producción tales como los recursos naturales, humanos físicos, de conocimiento, de capital y de infraestructura y que constituyen *inputs* básicos de competitividad.

Factores positivos: respecto a este primer conjunto de factores se consideró que la región disponía de muchas fortalezas referidas, en primer lugar, en lo que a recursos naturales se refiere, a un patrimonio natural y cultural sobresaliente, con un gran atractivo y diversidad de paisajes, en un contexto de una región prácticamente incontaminada ambientalmente, y en que uno de sus grandes potenciales se refiere al desarrollo de los deportes de aventura que son una pieza clave a la hora de atraer al turista.

Adicional a estas características naturales, por parte de infraestructura, se tiene la reapertura del aeropuerto "los pozos" ubicado a las afueras de San Gil, y una oferta aceptable de hoteles y restaurantes en toda la provincia. Asimismo, la provincia cuenta con una universidad y varios centros de educación los cuales ofrecen capacitaciones en las áreas de turismo.

Además, se mencionó como una condición muy positiva los buenos niveles de seguridad ciudadana que presenta la región y que también implican una condición positiva para su visita.

Factores negativos: los factores especializados, que es donde recae la competitividad de la provincia, están un poco atrasados, pues, de acuerdo a las encuestas realizadas en la provincia se comprobó que la mayoría de empresarios

* Talleres participativos realizados en San Gil por UNISANGIL y el CPC-ORIENTE, donde participaron los empresarios del sector turístico, los gremios, un representante del gobierno, y los coordinadores del proyecto de construcción del cluster turístico en la provincia Guanentá.

y empleados dedicados al sector turístico no poseen la educación necesaria, ni la capacitación suficiente para ofrecer un servicio de alta calidad, es así que el empresariado de los negocios dedicados al turismo esta compuesto por gente que puede calificarse simplemente como comerciantes. Solamente el 10 % son administradores de empresas, y el 1,2% administradores hoteleros. Esto denota la baja especialización y capacitación de los dirigentes de estas microempresas.

Por otra parte, la falta de operadores turísticos y el mal estado de las vías en algunos municipios de la provincia dificulta la orientación del turista y el conocimiento de algunos atractivos naturales. Además, se notó la falta de servicios complementarios en la mayoría de los sitios turísticos y la falta de adecuación de los lugares para la visita de los turistas.

Asimismo, el tema de la contaminación del río Fonce es un factor clave que está frenando el desarrollo de los deportes de aventura, ya que varios de estos deportes, como el canotaje, utilizan el río para su ejecución.

Del mismo modo, se presenta un problema con la prestación de los servicios financieros, ya que en más del 80% de los municipios de la provincia no existe un cajero automático ni datafonos par pagos con tarjeta.

- **Condiciones de la demanda:** En términos de turismo se puede decir que la demanda local o interna juega un papel muy importante en la calidad y mejoramiento del cluster, ya que, si los consumidores domésticos son conocedores y exigentes de las ofertas de turismo, el cluster se ve obligado a mejorar e innovar cada día más para satisfacer mejor sus consumidores inmediatos.

Aspectos positivos: lo más positivo en términos de la demanda ha sido el sostenido crecimiento de la entrada de turistas a la región y, en particular, el incremento de la participación de estos últimos. Existe un creciente interés por los deportes de aventura, que es justamente la especialidad y ventaja comparativa de la región, y se presume que las cuotas de mercado que se dirigen a este sector se seguirán incrementando. A su vez resaltan cada vez más la entrada de clientes sofisticados y exigentes, que buscan actividades de intereses especiales que la región puede ofrecer, el canotaje, el turismo aventura y la observación de la naturaleza en general. Esta es una demanda muy exigente y que necesita del desarrollo de servicios muy especializados, que poco a poco, se han comenzado a generar en la región. Por ejemplo, mano de obra calificada que sirva como guías de los diferentes deporte de alto riesgo.

Aspectos negativos: Como aspectos negativos en la demanda se tiene que la demanda interna es un poco pasiva, ya que los habitantes de los municipios se interesan poco por explorar o conocer los productos turísticos que puede ofrecer la provincia. Además la mayoría de la demanda externa proviene solamente de

Bucaramanga y Bogotá, lo cual deja ver que los atractivos de la provincia son desconocidos por la mayoría las ciudades del país.

▪ **Industrias de apoyo especializado y eficiente:** Para que un cluster sea competitivo es indispensable un sector de apoyo vigoroso e innovador.

Aspectos positivos: como punto a favor se encuentran las escuelas de formación en las áreas de turismo; en la provincia existen varios centros educativos y de muy buena calidad que ofrecen diferentes clases de capacitaciones y formaciones a nivel operativo, administrativo y gerencial, especialmente para el personal dedicado al servicio del turismo. Esto es un aspecto muy importante porque posibilita el mejoramiento en el servicio al cliente que se ofrece en las empresas.

Aspectos negativos: en la provincia Guantáná existen proveedores de insumos a la medida y a bajos costo, pero algunos son limitados y su calidad es deficiente; es el caso del transporte y la gastronomía que aún cuando es de muy buen gusto tiene deficiencias en el servicio, el porcionamiento y presentación de los platos. Asimismo, se encuentra un problema con los proveedores de las empresas dedicadas a los deportes de aventura, ya que los fabricantes de los implementos que se utilizan para desarrollar los diversos deportes, son extranjeros y sus costos son elevados.

• **Estrategia, estructura y competencia de la empresa:** en este punto se piensa que un entorno que motive a sus empresarios y directivos hacia la innovación, hace más factibles el fomento y el desarrollo de la competitividad. Asimismo, si hay rivalidad entre un grupo de empresas de base local se anima la innovación y se mejora la competitividad de todo el sistema.

En la provincia Guantáná, en su mayoría, el universo productivo esta compuesto por Mipymes lo que hace que la competencia sea reñida, formulando una oferta de servicios similares en estructura. Es así que la competencia de las empresas dedicadas al turismo se presenta un poco desleal, sobre todo entre los operadores turísticos, ya que algunos empresarios no poseen una visión de empresa ni de cooperativismo, la lealtad queda en un segundo plano y la rivalidad conlleva al desmejoramiento de la calidad, la inseguridad y el desprestigio de los empresarios.

Asimismo, no hay insistencia en la búsqueda de nuevos mercados ni hay innovación apreciable en los productos, ya que la percepción que tienen los empresarios del sector con respectos al componente tecnológico es muy limitada y solo se enfoca a la adquisición o reemplazo de equipos nuevos o que se deterioran respectivamente y de ninguna manera lo asocian con la necesidad de capacitarse técnicamente, ni con el mejoramiento continuo del servicio al cliente u otro aspecto administrativo. Solamente se refieren a los muebles, a los equipos y al computador. Todo esto da por entender que no existe claridad en cuanto a la necesidad de capacitarse ser competitivos en la industria turística.

- **Azar y papel del gobierno:** en el diamante competitivo de Porter, se le asigna un rol menor al sector público, aun cuando, y particularmente en regiones como la provincia Guanentá, el Gobierno, particularmente regional, puede influir determinadamente en los cuatro determinantes de competitividad, diseñando instrumentos de política, asignando recursos para infraestructura y educación, fiscalizando el cumplimiento de las normativas existentes, incentivando la inversión turística, promoviendo la asociatividad, haciendo converger a las fuerzas públicas y privadas detrás de objetivos comunes y consensuados, que apunten, en última instancia, a elevar la calidad de vida de la población.

Es preocupante ver que los municipios de la provincia Guanentá no tienen un plan de desarrollo turístico y un plan de mercadeo; Además, en ninguno de ellos existe una oficina especializada en turismo con personal idóneo al frente, con presupuesto para ejecutar proyectos y con estabilidad laboral de sus funcionarios para hacerlo.

Se echan de menos las regulaciones urbanísticas necesarias de los POT's o EOT's, que contemplen el desarrollo turístico y decisiones de los Concejos Municipales que utilicen mecanismos legales de estímulo y preservación como las Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario de que tratan los artículos 18 y siguientes de la Ley 300 de 1996*.

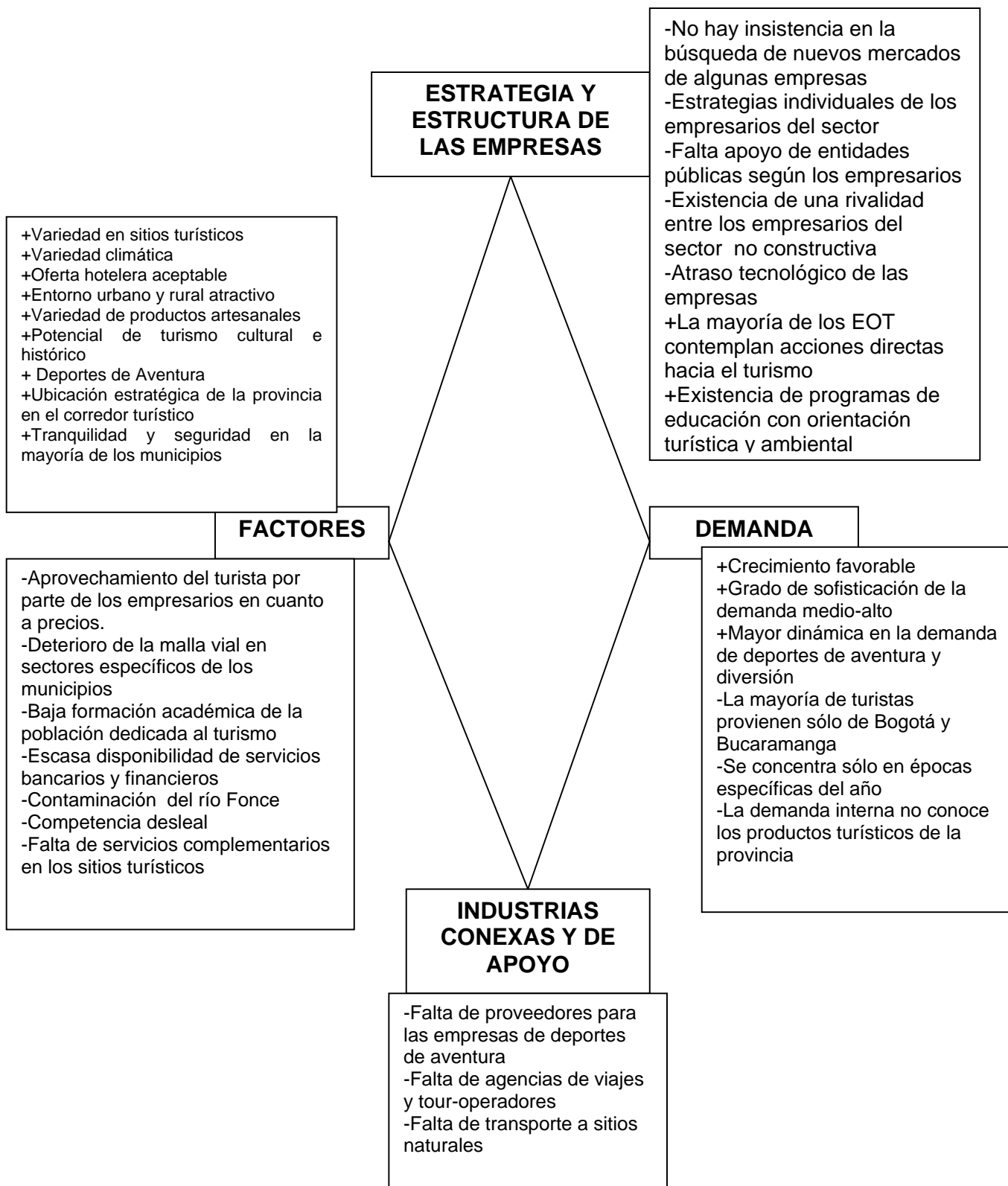
- **El “diamante” como sistema:** los primeros cuatro elementos que se han enumerado —condición de los factores; estrategia, estructura y rivalidad; condiciones de la demanda; sectores de soporte y de apoyo— configuran, esencialmente, lo que se ha denominado el “diamante” de competitividad, que funciona como un sistema interconectado, que se dinamiza mutuamente, lo que encamina a la mejora y al cambio permanente de todo el sistema. Por la interconexión que se establece, se estima que es improbable que una única empresa o industria pueda desarrollarse competitivamente. Más bien, se generaliza un ambiente que conduce a la creación de grupos de empresas, los clusters, que se apoyan entre sí. Los clusters, en este contexto, se ligan entre ellos través de una compleja red de relaciones horizontales (clientes, tecnología, canales de distribución) y relaciones verticales (comprador y vendedor). La debilidad de cualquier factor dificulta el potencial competitivo de la región.

A este sistema, y particularmente a una región como la provincia Guanentá, es fundamental agregarle el papel del gobierno. Lo que debe quedar claro, en todo caso, es que las mejoras en la competitividad territorial y, particularmente del turismo, deben conseguirse por la interacción y dinamización de todos los factores, situación que de producirse también se transformará en un elemento adicional de atracción de inversiones.

* Ver marco legal del turismo anexo 3

En la figura 2, se resume toda la explicación que se daba anteriormente respecto a los diferentes factores de competitividad. La ventaja de presentar la información en un cuadro como éste, es que permite tener una visión de los aspectos positivos que hoy día ya existen, así como los aspectos negativos que habría que superar para mejorar las condiciones competitivas del turismo en la región. Lo importante es que en este esquema se condensan las deliberaciones que los distintos actores, públicos y privados de la región, realizaron en los talleres antes citados. Por lo tanto, de aquí habría que extraer las acciones de políticas y de proyectos, de corto y mediano plazo, que se deben implementar para avanzar en el objetivo de conseguir que el turismo se transforme en una actividad que dinamice el desarrollo de la provincia Guantánamo.

Figura 2: Diamante Competitivo de la Provincia Guanentá

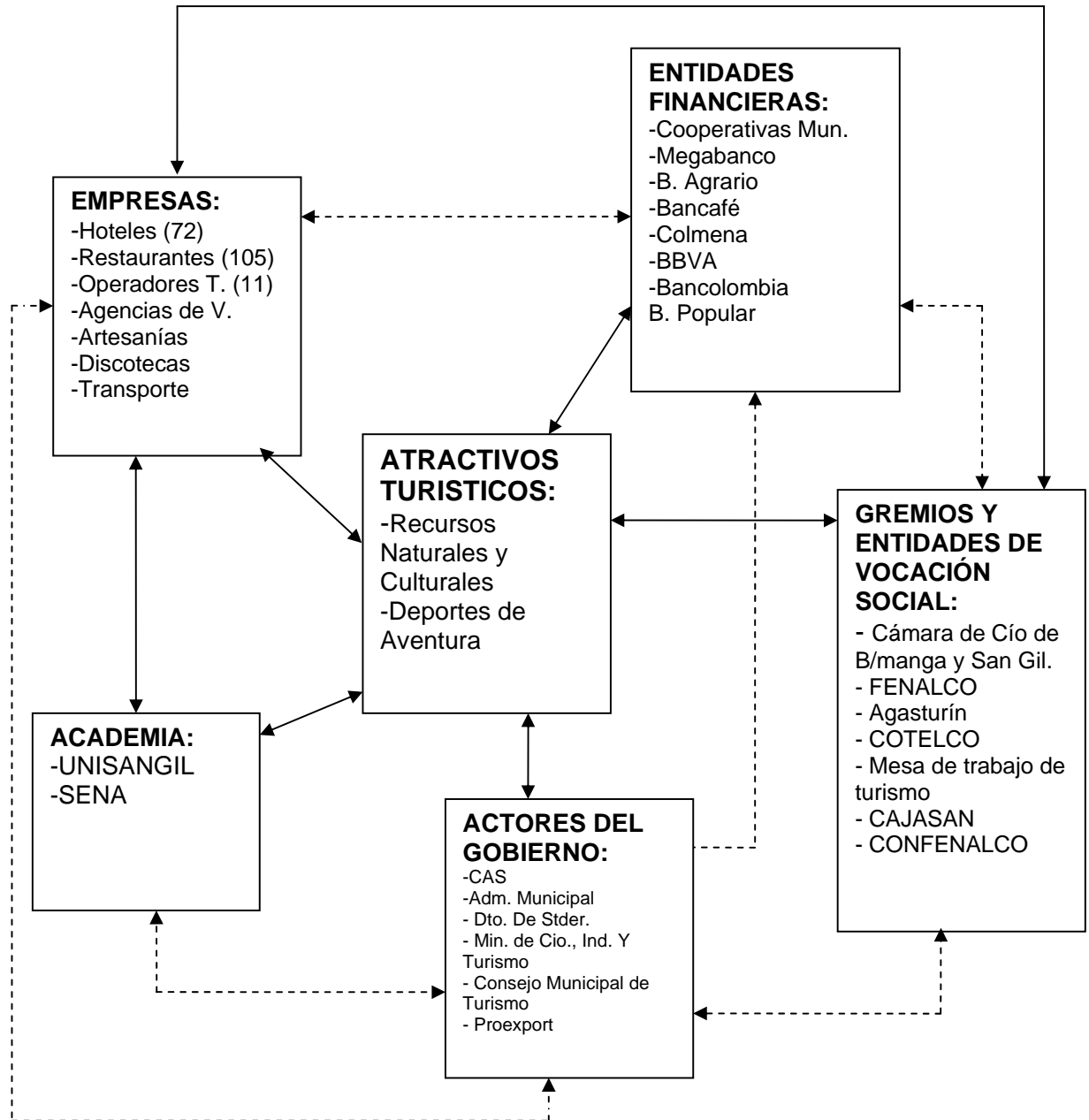


Para el caso de la provincia Guantán una forma de visualizar el cluster turístico es el que se presenta en la Figura 4 donde se indica que siendo los atractivos naturales, culturales, históricos y los deportes de aventura, el centro del negocio, es necesario articular a los distintos actores locales y regionales, para potenciar esa visión común en la cual la asociatividad juega un papel central tanto al interior de las empresas como entre los distintos actores que deben participar de este proceso.

En términos del cluster turístico en sí mismo, se trata de que a través de esta aglomeración de empresas organizadas sobre el territorio de la provincia se pueda producir más riqueza y empleo o, lo que se puede asociar con la idea de incrementar la cadena de valor del turismo lo que, en una de sus formas, se puede visualizar como la retención de los turistas o ampliación de su estadía en la región con el propósito de que gasten más y, por tanto, se generen mayores ingresos.

En términos técnicos más precisos, incrementar la cadena de valor del turismo en la región, tiene que ver en cómo se van articulando las distintas actividades productivas y de servicios al crecimiento del sector. Así, además de las actividades más propias del turismo, aparecen nuevas empresas que se preocupan de la provisión de alimentos, de la infraestructura básica, de la capacitación del personal, entre otros, que es lo que va dando complejidad al tejido productivo regional.

Figura 4: Cluster Turístico de la Provincia Guantán



Del mismo modo, la anterior figura muestra las respectivas relaciones entre los actores que intervienen en el sector del turismo. Se puede ver que el eje principal del posible cluster está conformado por los atractivos turísticos, entre los cuales la modalidad de turismo de aventura, histórico y cultural constituyen el vector más importante.

Asimismo, Se puede ver que alrededor del núcleo del cluster se encuentra todo lo que corresponde a la cadena de negocios relacionada con la explotación del turismo, abarca la infraestructura básica —hoteles, restaurantes, agencias de viajes, operadores turísticos, discotecas, y tiendas de artesanías— dedicadas al sector. De igual forma, se incluye a los actores sociales de apoyo ligados directa y permanentemente a la actividad turística, se sitúan los actores de gobierno, los gremios y las asociaciones. Y por último, las entidades que prestan un servicio complementario, entre estos se encuentran los bancos, que prestan el servicio financiero tanto a los turistas como a los empresarios; y la academia, que presta un servicio de capacitación empresarial y calificación de los trabajadores.

Igualmente, además mirar los componentes del cluster es importante conocer en que estado se encuentran las relaciones entre los mismos actores, ya que como lo plantea la teoría del desarrollo local, "son más importantes las relaciones entre los diversos agentes sociales que la mera cercanía geográfica"²⁸. Es así que por medio de uno de los talleres realizados en noviembre del año 2005 por Unisangil y el CPC Oriente, con los empresarios, gremios y gobierno, se detecto que las relaciones existentes en este momento entre los componentes del clusters no son muy fluidas, ya que falta mayor comunicación y cooperación entre los mismos. Es así que las empresas turísticas no sienten el respaldo decidido del gobierno local y proponen crear mecanismos eficaces para el mejoramiento de la comunicación entre ellos y la administración municipal, así como gestionar propuestas a otros niveles (gobierno departamental y nacional). Otra observación de ese mismo taller es que las relaciones entre los empresarios y los Gremios hasta el momento han sido buenas, pues ha habido una comunicación muy cercana y han desarrollado proyectos, propuestas e iniciativas encaminadas al fortalecimiento del sector y de hecho los empresarios son parte activa dentro de estas instituciones. Con las entidades financieras los empresarios no pasan de tener una relación comercial y en ocasiones sienten que los requisitos exigidos para ser elegibles para un crédito son excesivos. Por último con la academia se han realizado acercamientos de algunas empresas que han visto en las Universidades y en los entes educativos la oportunidad de empezar a solucionar algunas de las falencias detectadas de su sector, ya sea capacitando sus empleados o los mismos dueños. Sin embargo aún quedan una gran cantidad de empresarios que no tienen esta concepción y habrá que seguir trabajando en mejorar la confianza entre estos actores.

De esta manera, la mesa de trabajo de turismo* de la Provincia de Guanentá ha propiciado el acercamiento entre los diferentes componentes del mapa del Cluster

²⁸ TROITIÑO., Op. cit. p. 37

* En los talleres hechos se ha propiciado por parte de Unisangil y el CPC Oriente la creación de un espacio el cual se ha denominado "Mesa de Turismo Provincia de Guanentá" en el cual se ha empezado a analizar la problemática del sector y sus posibles soluciones. Este equipo de personas viene trabajando hace aproximadamente un año y ha contado con la participación de más de 25 actores representando empresas, administraciones municipales, gremios, academia y comunidad en general. La mesa opera con 5 comités temáticos a saber normatización, asuntos emergentes, proyectos estratégicos, acciones conjuntas y educación.

y han demostrado que cuando estos se unen se logra crear una sinergia que da muy buenos resultados.

4.1 DE QUE MANERA INFLUYE EL CLUSTER EN LA COMPETITIVIDAD DE LA PROVINCIA?

Los cluster constituyen una potente herramienta para el desarrollo de políticas económicas a escala regional ya que representan por un lado, una nueva forma de pensar sobre la economía y la organización del desarrollo económico en un determinado campo de actividad y, por otro lado, potencian la creación de importantes interrelaciones entre empresas y sectores en cuanto a tecnología, calificaciones, información, marketing y necesidades de los clientes lo que representa un aspecto fundamental para dirigir y dinamizar el ritmo de la innovación.

Es así, que el cluster tiene un rasgo especial: la confianza. Es imprescindible que entre los empresarios y demás actores de la provincia se genere un clima de confianza para que se dé una cooperación intensa entre ellos, sin la cual, éste sólo sería una mera concentración geográfica de empresas, sin mayores beneficios.

Dentro de un cluster se verifican características como la división del trabajo y la especialización entre las empresas con modalidades específicas, tales como subcontratación, provisión de productos y servicios especializados, aumento de proveedores de maquinaria nueva o de segunda y aumento de proveedores de partes.

Toda decisión dentro de un cluster debe efectuarse como parte de un proceso de planificación estratégica, que permite coordinar esfuerzos mediante la participación de todos los sectores de la sociedad. De esta forma se trabaja en una posición más cercana a la frontera de posibilidades máximas de producción. Y así se baja el nivel de incertidumbre. En simultáneo, se incrementa la rentabilidad, con mayores rendimientos unitarios, y se profundiza la capacidad de respuesta de los factores de producción involucrados. Para el cluster, la mejora de competitividad va de la mano del aumento de la capacidad conjunta de las empresas de crear valor económico sostenible. Para una ciudad, una región o un país, una mejora de la competitividad implica el incremento de su capacidad de atraer inversiones, industrias y turismo para que las empresas involucradas puedan crear valor económico sostenible y para que la ciudad (o región) pueda crear valor social y público sostenible y así maximizar la prosperidad de su población.

Cuando se establece un cluster, inmediatamente se generan distintos disparadores para el aumento de la competitividad regional. Por una parte, se establece una infraestructura que origina círculos virtuosos de crecimiento y desarrollo. De esta forma se atraen inversiones extranjeras, recursos humanos de calidad y nuevas tecnologías. Además se crean oportunidades para establecer alianzas entre diferentes niveles de clusters, ya sea entre el gobierno y el sector privado, o entre empresas de diferentes complejos productivos.

De esta forma, los clusters podrán influir principalmente sobre la competitividad de la provincia en tres aspectos:

1º aspecto: Incrementan la productividad y la eficacia de las empresas o sectores que las integran a través de los siguientes factores:

- Acceso a recursos materiales y humanos especializados.
- Acceso a la información: facilita y abarata el flujo de información en el interior del cluster.
- Acceso a las instituciones y bienes públicos. Constituye un acceso eficaz a inputs especializados, servicios, empleados, información, instituciones y “bienes públicos” (por ejemplo, programas de formación).
- Complementariedad entre productos y servicios.
- Marketing conjunto y acciones que refuerzan la imagen.
- Mejora de la función de compras.
- Mejor coordinación de las actividades de los integrantes del cluster.
- Facilita la coordinación y las transacciones entre empresas.
- Favorece la difusión de las mejores prácticas, con mayor rapidez.
- Permite realizar comparaciones de rendimiento continuadas y visibles, además de fuertes incentivos que sirven para la mejora respecto a rivales locales.

2º aspecto: Incrementan su capacidad de innovar y, con ello, la capacidad de aumentar la productividad y por consiguiente se genera un desarrollo regional, el cual es capaz de albergar el germen de la innovación. El cluster ofrece una serie de ventajas a la hora de innovar, como pueden ser:

- Mayor rapidez y capacidades para percibir las necesidades de los clientes así como nuevas posibilidades en tecnología, producción o comercialización.
- Acceso rápido a los recursos (materiales y humanos) necesarios para llevar a cabo la innovación o experimentación a un coste inferior (Economías de Escala y de aprendizaje) Amplían la capacidad de percibir las oportunidades para la innovación
- Surgen más suministradores e instituciones que ayudan a la creación del conocimiento

- Potencia la experimentación dados los recursos locales disponibles

3º aspecto: Estimulan la creación de nuevas empresas y la comercialización, lo cual apoya la innovación, la generación de empleo y expande el cluster. Las causas más destacadas suelen ser las siguientes:

- Mejor información sobre las oportunidades en el interior del cluster.
- Se reduce el riesgo percibido de entrada: menores barreras de entrada, mercado local significativo, relaciones establecidas o presencia de otras empresas que ya tuvieron éxito. Las oportunidades para nuevas empresas y nuevas líneas de negocios establecidos son más visibles
- La Comercialización de nuevos productos y el establecimiento de nuevas empresas es más fácil debido a las cualificaciones, suministradores y otros factores disponibles.

4.2 LOS ACTORES DEL DESARROLLO LOCAL

Los actores del desarrollo económico no son diferentes en el plano local y en el nacional. Sin embargo, es en el ámbito local en el que se expresa el capital social de cada comunidad y se materializa la formación de clusters de empresas e instituciones de diverso tipo, que forman un tejido social y productivo, en el que la presencia de la confianza mutua y la colaboración afecta a la competitividad del entorno reduciendo los costos de transacción de la actividad empresarial.

Los agentes del desarrollo local son el conjunto de actores sociales involucrados en la actividad productiva. En ese sentido son también los beneficiarios del desarrollo de los sistemas productivos locales y de los aumentos en la generación de rentas a nivel local. Las expectativas de los empresarios de obtener beneficios mayores y más estables; de los empleados de salarios más altos e igualmente estables; de los ciudadanos de unas mayores rentas familiares; y los gobiernos, de una mayor base imponible para la recaudación de impuestos, todos son actores interesados en la mejora de la productividad y el crecimiento económico territorial.

A continuación se comenta el papel que cada uno de los actores puede tener en el desarrollo productivo.

❖ **Las empresas micro, pequeñas, medianas y grandes:** Actualmente, el actor principal del desarrollo económico local en la provincia es el conglomerado de empresas del sector turístico que forman parte del sistema productivo local y que está integrado por empresas de todos los tamaños. Mientras las micro, pequeñas

y medianas empresas son las que invariablemente proporcionan una mayor parte del empleo, son las empresas mayores las que con más probabilidad alcanzarán mercados nacional.

Es así, que la integración de la producción de bienes y servicios en cadenas de valor, en las que las empresas de cada tamaño juega un papel diferente y especializado, es lo que permite la consolidación del clusters, el cual es uno de los actores fundamentales del desarrollo económico local.

❖ **Sector privado organizado:** Las organizaciones del sector privado empresarial, como las cámaras, gremios y asociaciones locales, son uno de los genuinos actores de la interlocución privada en el diálogo de políticas. Este tipo de organizaciones suele ser mucho más pragmática en el plano local que en el nacional ya que están menos expuestas a presiones de tipo político al tiempo que deben responder frente a sus miembros, mucho más cercanos. Es importante considerar la inclusión del sector financiero en el conjunto de intereses del sector privado a pesar de que con mucha frecuencia los bancos locales no sean sino sucursales o agencias de entidades nacionales. Pero ello no evita que la intermediación financiera, la transformación del ahorro en inversión, siga siendo una función básica para el desarrollo de las economías locales.

❖ **Gobiernos nacional, provincial y/o municipal:** Paradójicamente el gobierno nacional es un primer actor público a considerar. Si no hay una posición y una política activa de descentralización, compensación de desequilibrios territoriales e impulso de redes locales de instituciones de apoyo, va a ser difícil lograr avances por parte de los actores locales. La participación del gobierno puede ser muy positiva como facilitador de procesos, en la creación de reglas del juego y en el traslado de experiencias positivas de unas zonas a otras.

La descentralización y el desarrollo local se basan en una mayor posibilidad de ejercer las funciones de gobierno de forma más participativa y de lograr con más facilidad la colaboración del sector privado y la sociedad civil. La participación de la ciudadanía y de las diferentes instituciones de cada ámbito territorial es clave para el éxito de los procesos de desarrollo económico. En concreto, la activa participación de las Universidades y centros de estudio de la economía local es un factor importante para la movilización de las capacidades endógenas de cada sistema local.

De esta manera, la idea fundamental detrás de la metodología que se propone para la integración de las empresas del sector turístico de la provincia es formar el cluster a través de los empresarios y agentes relacionados y conexos que formen el núcleo de expansión, a los que se irán agregando otros empresarios y agentes relacionados y conexos en la medida en que contribuyan a mejorar su

competitividad y la del mismo cluster, realizando convocatorias y reuniones con personal expresamente contratado para convencer y luego agregar miembros al cluster, procurando agregar en las primeras etapas de conformación del cluster a los que muestren mayor entusiasmo, líderes morales y los que mayor contribución marginal aporten a la competitividad y/o amalgamamiento del cluster.

5. PLAN DE ACCIÓN PARA EL SECTOR TURÍSTICO DE LA PROVINCIA GUANENTÁ

La interacción o refuerzo mutuo de los cuatro atributos de la ventaja competitiva es, a menudo, más importante que los atributos en sí. El grado de impacto de un atributo sobre las ventajas competitivas depende, en gran parte, del estado en que se encuentren los otros determinantes. Por ejemplo, si las empresas no cuentan con suficientes recursos humanos capacitados, la sola presencia de compradores locales exigentes no garantizará el surgimiento de mejores productos.

Es por esto que es indispensable plantear estrategias de solución para los aspectos negativos que contempla el entorno competitivo de la provincia, para que se genere el clima adecuado y el entorno indispensable para la creación del cluster turístico.

A continuación se presentan los principales requerimientos del sector turístico de la provincia Guanentá y, seguidamente se presenta un plan de acción científico tecnológico para el sector turismo, hecho de acuerdo a los requerimientos del sector y de acuerdo a los factores negativos que contempla el diamante competitivo de la provincia Guanentá, como es claro, las principales demandas del sector se refieren de manera inicial a la tecnología y capacitación.

5.1 Principales requerimientos tecnológicos del sector

- Necesidades de formación académica de la población dedicada al turismo, en áreas específicas como organización empresarial, calidad, trabajo en equipo y mercadeo.
- Se requieren planes de largo plazo para la articulación con los demás sectores estratégicos.
- Apropiación de conocimientos y tecnologías blandas para la prestación adecuada de servicios turísticos.
- Impulso a los programas de investigación y desarrollo del sector.
- Creación de un plan de desarrollo para el corredor turístico de Santander, tomando como insumo la ciencia y la tecnología.
- Innovación tecnológica para la elaboración de paquetes turísticos y sus formas de mercadeo.

5.2 PLAN DE ACCIÓN DE ACTIVIDADES GENERALES Y CIENTÍFICO TECNOLÓGICAS PARA EL SECTOR TURISMO

Objetivos	Estrategias
<p>1. Integrar los Municipios a través de corredores o circuitos para generar una mayor cobertura territorial y ofrecer diversidad de servicios turísticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ E1.1: Fortalecer los sistemas organizativos turísticos interregionales existentes. ➤ E1.2: Construir y/o mejorar vías para el fácil acceso. ➤ E1.3: Elaboración de Políticas y leyes que impulsen la integración y el turismo interregional
<p>2. Crear una cultura turística orientada hacia la planeación y la constante capacitación y adquisición de tecnología, basada en el conocimiento como herramienta para ser un sector competitivo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ E2.1: Realización de estudios diagnósticos, para determinar las necesidades de capacitación y formación. ➤ E2.2: Crear programas de asesoría en diversas actividades que se relacionan con los subsectores turísticos. ➤ E2.3: Incentivar la formación académica a través de la continuidad de planes y programas que muestren beneficios a corto, mediano y largo plazo ➤ E2.4: Sensibilizar a toda la población acerca de los beneficios que ofrece el sector cuando refuerza sus ventajas competitivas ➤ E2.5: Fomento del uso de tecnologías blandas y duras para mejorar la competitividad del sector
<p>3. Desarrollar un clima de liderazgo y trabajo en equipo en el sector para mejorar los resultados obtenidos y generar un ambiente agradable en el entorno competitivo local.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ E3.1: Investigaciones para el análisis de los conflictos internos del sector ➤ E3.2: Desarrollo de alternativas que minimicen los problemas determinados relacionados con el individualismo y generen un clima de trabajo en equipo. ➤ E3.3: Creación de escenarios formadores de empresarios líderes en servicio turístico.
<p>4. Convertir al turismo en sector líder y motor de desarrollo de la provincia y los demás sectores productivos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ E4.1: Establecer mecanismos de articulación del sector turístico con los sectores económicos estratégicos para propiciar la integración y la planeación organizada de los mismos. ➤ E4.2: Localización de recursos económicos externos y locales que apoyen la ejecución de macroproyectos de desarrollo turístico. ➤ E4.3: Generar sistemas de realimentación para mantener un seguimiento a la evolución del sector y un constante mejoramiento de su efectividad. ➤ E4.5: Aprovechar al máximo el reconocimiento político y económico del sector, para que este sea apoyado desde las esferas gubernamentales.

Estrategias	Líneas de acción (programas y proyectos)
<ul style="list-style-type: none"> ❖ E11: Fortalecer los sistemas organizativos turísticos inter regionales existentes. ❖ E12: Construir y/o mejorar vías para el fácil acceso. ❖ E13: Elaboración de Políticas y leyes que impulsen la integración y el turismo inter regional 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Formalizar ante las autoridades correspondientes la implementación de los circuitos turísticos planteados en el Plan de Desarrollo Departamental. ♦ Desarrollar proyectos de carácter intermunicipal dirigidos al desarrollo del turismo regional. ♦ Poner en funcionamiento el corredor turístico conformado por los Municipios de San Gil, Socorro y Duitama ♦ Fortalecer la representación de diferentes municipios de la zona al reinado del turismo ♦ Organización y promoción de eventos y actividades para la atracción de turistas a nivel regional ♦ Organización, sistematización y divulgación de la información de sitios, lugares, eventos, en el ámbito provincial. ♦ Presentar al gobierno Departamental y nacional proyectos de desarrollo vial Intermunicipal, soportados en el desarrollo del corredor turístico ♦ Dirigir parte del presupuesto Municipal y provincial a la reconstrucción de vías de uso turístico. ♦ Acuerdos provinciales para el fortalecimiento de la red vial. ♦ Incrementar los programas gubernamentales turísticos hacia la zona Santandereana, especialmente las acciones de “Vive Colombia, Viaja por ella”. ♦ Incentivar la creación de paquetes turísticos por parte de las empresas que desarrollen programas de turismo regionales. ♦ Disminuir las tasas impositivas a las organizaciones que pertenezcan al sector
<ul style="list-style-type: none"> ➤ E21: Realización de estudios diagnósticos, para determinar las necesidades de capacitación y formación. ➤ E22: Crear programas de asesoría en diversas actividades que se relacionan con los subsectores turísticos. ➤ E23: Incentivar la formación académica a través de la continuidad de planes y programas que muestren beneficios a corto, mediano y 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Realizar estudios en las empresas del sector para determinar las necesidades de formación de su talento humano. ♦ Realización de estudios comparativos con otras regiones y el mundo, para determinar la brecha tecnológica existente en el sector. ♦ Diseño y elaboración de planes de capacitación que respondan a las necesidades que requieren las personas del sector. ♦ Desarrollar procesos de capacitación, entrenamiento y adiestramiento tanto a directivos como a empleados de las organizaciones con base en las necesidades encontradas ♦ Crear incentivos para las organizaciones que muestren procesos evolutivos de capacitación y aprendizaje de su personal ♦ Establecer en períodos no prolongados, talleres de formación y simulación de situaciones mostrando las

<p>largo plazo</p> <p>➤ E24: Sensibilizar a toda la población acerca de los beneficios que ofrece el sector cuando refuerza sus ventajas competitivas</p> <p>➤ E25: Fomento del uso de tecnologías blandas y duras para mejorar la competitividad del sector</p>	<p>ventajas de mantener un personal capacitado en atención al turista y aspectos administrativos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Generar programas educativos en los diferentes medios publicitarios dirigidos a la formación de una cultura de servicio y excelente trato al turista. ♦ Desarrollar actividades que reflejen la importancia del sector y el papel relevante que tiene el poblador al momento de hacer contacto con el turista. ♦ Organizar talleres que muestren económicamente a la comunidad en general, las posibilidades de desarrollar el sector turístico en forma competitiva. ♦ Recibir asesoría continua de empresarios nacionales que han tenido éxito en el sector ♦ Fortalecimiento e institucionalización de fiestas municipales resaltando festivales típicos característicos de cada pueblo ♦ Incentivar las muestras artesanales y de manualidades a nivel provincial <ul style="list-style-type: none"> ▪ Realización de diagnósticos que determinen la necesidad de implementar tecnologías en las empresas del sector. ▪ Diseñar programas de capacitación y actualización tecnológica que potencialicen la competitividad empresarial. ♦ Diseñar mecanismos a través de los cuales se pueda transferir y adquirir tecnología para optimizar procesos y actividades que redunden en beneficio del cliente final.
<p>➤ E31: Investigaciones para el análisis de los conflictos internos del sector</p> <p>➤ E32: Desarrollo de alternativas que minimicen los problemas determinados relacionados con el individualismo y generen un clima de trabajo en equipo.</p> <p>➤ E33: Creación de escenarios formadores de empresarios líderes en servicio turístico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Realizar estudios e investigaciones que determinen la problemática que subyace en las relaciones personales y empresariales de la actividad turística. ♦ Identificar e implementar metodologías que disminuyan la existencia de problemas internos y eliminen los conflictos arrojando resultados benéficos para todos ♦ Participación activa de los actores del sector en procesos de desarrollo y capacitación de relaciones empresariales. ♦ Realización de programas enfocados a la creación y sostenimiento de una cultura de trabajo en equipo como base para el crecimiento continuo de las empresas ♦ Incentivar la creación de empresas dedicadas a la actividad turística con enfoque cooperativo. ♦ Desarrollo de políticas de protección a los empresarios y personas relacionadas directamente con el sector turístico. ♦ Diseño, implementación y evaluación de planes de asesoría en gestión empresarial a los directores de

	<p>negocio, con base en las debilidades determinadas</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Organización de entidades pertenecientes a cada uno de los componentes del sector turismo, para elaborar planes de largo plazo, proyectos y paquetes con servicios innovadores
<ul style="list-style-type: none"> ➤ E41: Establecer mecanismos de articulación del sector turístico con los sectores económicos estratégicos para propiciar la integración y la planeación organizada de los mismos. ➤ E42: Localización de recursos económicos externos y locales que apoyen la ejecución de macroproyectos de desarrollo turístico. ➤ E43: Generar sistemas de realimentación para mantener un seguimiento a la evolución del sector y un constante mejoramiento de su efectividad. ➤ E45: Aprovechar al máximo el reconocimiento político y económico del sector, para que este sea apoyado desde las esferas gubernamentales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participación activa de los actores en la planeación y toma de decisiones relacionadas con el sector. ▪ Diseñar mecanismos y políticas que beneficien la generación de empresas turísticas basadas en economía ▪ Establecimiento de empresas altamente competitivas y de carácter expansionista ▪ Resaltar la importancia del sector a través de programas de apoyo a la industria a nivel departamental y nacional. ▪ Incluir la región dentro de la planificación del desarrollo turístico del departamento ▪ Creación de la corporación de turismo provincial ▪ Desarrollo nuevas líneas y servicios de carácter innovador ▪ Formulación y desarrollo de proyectos de gran envergadura que atraigan recursos para la economía turística y muevan la economía local. ▪ Constante inversión y apoyo gubernamental en la búsqueda de recursos financieros. ▪ Constante dinamismo con los programas nacionales que incentivan el turismo regional. ▪ Creación de un sistema de información turístico provincial, con dos grandes frentes: el acercamiento a los turistas y la información y coordinación de las empresas turísticas. ▪ Definición conjunta de parámetros mínimos de calidad para cumplir en cada empresa de los subsectores del turismo. ▪ Constante actualización a empresas y el sector estatal sobre la evolución del sector turístico en otras regiones destacadas a nivel nacional y mundial. ▪ Reforzar la inclusión del sector turismo en los POTs y los PDMs, mediante la incorporación de planes y programas de largo plazo formulados desde el mismo sector. ▪ Búsqueda de recursos en el ámbito gubernamental para inversión fuerte en el sector en infraestructura y tecnología.

Hay que tener en cuenta que ningún plan de acción estará completo sin considerar la aportación de la población local, poniendo énfasis en ofrecer oportunidades a

emprendedores locales, y en fomentar la movilidad de los profesionales a través de programas de formación.

De esta manera, para generar el desarrollo turístico es necesario unir a todos los actores del sistema turísticos para que participen en la planificación de este.

"Es así que el cluster empieza a serlo sólo cuando los actores se ponen de acuerdo para desarrollar estrategias de calidad, operatividad y mercadeo"

CONCLUSIONES

El crecimiento global del sector de los servicios, la necesidad de dinamizar la economía y de diversificar las oportunidades de redistribución de recursos, la respuesta multicultural y ecologista a la globalización, son algunos de los factores que han convertido al turismo, hoy por hoy, en una importante alternativa de desarrollo para los países y para las regiones. De hecho, se presenta como la industria de mayor crecimiento económico en el mundo en los últimos años.

En este sentido, y sin duda alguna, la creación y adecuación de un cluster turístico en la provincia Guanentá, puede significar el salto definitivo de la región hacia los grandes mercados y la consolidación del desarrollo económico y turístico de la provincia.

Los resultados arrojados por esta investigación son consistentes con la idea de que si los empresarios del sector turístico realizan esfuerzos para ser más organizados y competitivos se puede lograr un mejor desempeño del mismo. En el caso del sector turístico de la provincia, la relación existente entre las empresas presenta problemas que, en algunos casos, son comunes a otros sectores económicos de la provincia.

En este orden de ideas, el sector turístico se ha venido desarrollando de manera espontánea durante los últimos 15 años a partir del aprovechamiento de las bondades que ofrecen los recursos naturales, históricos y culturales. El desarrollo económico y social que ha venido generando esta actividad en la región no obedece a una planeación, ni acciones concertadas entre los actores, pero aun así es de vital importancia para el mejoramiento de la calidad de vida y el progreso de sus habitantes de la provincia.

El sector turístico es visto en la actualidad como un sector económico importante de desarrollo de la provincia Guanentá; de hecho la hotelería y los restaurantes participan con el 1.44% del PIB departamental. Otro indicador de relevancia para el sector en estas provincias son las cifras con que cuenta el Departamento de Investigación de UNISANGIL (para Julio de 2005), que establecen que la industria turística es un gran generador de empleo en la región, dando ocupación a más de 1.000 personas de forma directa y 10.000 personas de forma indirecta. Se estima que con la creación y desarrollo del cluster se beneficiarán directamente los empresarios y empleados de las 256 empresas registradas legalmente como pertenecientes al sector y en forma indirecta se beneficiarán otras tantas micro y pequeñas empresas que no están legalizadas, a partir de la dinamización de la economía local, regional y generación de nuevos empleos en sectores asociados al turismo.

Asimismo, a lo largo de estos 15 años la actividad turística, en el territorio de la provincia Guanentá, se ha centrado en la oferta de servicios alrededor de deportes de aventura tales como el Rafting (canotaje), el Rapell, la espeleología y el parapentismo los cuales se practican en escenarios naturales. Esto a su vez genera una dinámica de consumo que también beneficia a otras empresas que se relacionan directamente con el sector tales como los hoteles, los restaurantes, agencias de viaje, transporte e inclusive beneficia también a empresas relacionadas indirectamente tales como las dedicadas a la actividad artesanal y comercial. Por citar algunas cifras en la pasada semana santa (periodo comprendido entre el 9 y el 17 de Abril del presente año) se registraron índices de ocupación del 100% de la capacidad hotelera de los municipios de San Gil, Barichara y Charalá, que son los municipios más visitados de la provincia Guanentá, y se calcula extraoficialmente que llegaron a la región en este mismo periodo de tiempo aproximadamente \$2.000'000.000 de pesos que pagaron productos relacionados directa e indirectamente con la actividad turística. Visto de esta manera el sector turístico se convierte en el nuevo eje de desarrollo económico interprovincial desplazando las vocaciones históricas del territorio que estaban enfocadas a producción agrícola y pecuaria que generan productos con un valor agregado bajo lo que a su vez lleva a que generen volúmenes de riqueza igualmente pequeños a diferencia de los que ocurre con los productos turísticos.

Es importante tener en cuenta que el sector presenta una oportunidad de crecimiento con el aprovechamiento competitivo de otros potenciales como son el agroturismo y el ecoturismo que han sido abordados tímidamente hasta el momento y que son dos subsectores de gran crecimiento a nivel mundial liderados por países como España y Francia.

Por otra parte, las unidades empresariales que conforman el sector, en su gran mayoría son pequeños negocios de tipo familiar o sociedad individual. Han nacido muchos negocios de estas características en los últimos años como consecuencia del rápido crecimiento de algunos municipios de la provincia y a las tendencias de los mismos habitantes como los cambios en las costumbres, principalmente las relacionadas con la necesidad de tomar alimentos fuera del hogar, mayor recreación en los fines de semana por parte de muchos trabajadores y habitantes en todos los niveles sociales.

El empresariado de estos negocios esta compuesto por gente que puede calificarse simplemente como comerciantes. Solamente el 10 % son administradores de empresas y el 1,2% administradores hoteleros. Esto denota la baja especialización y capacitación de los dirigentes de estas microempresas.

El sector hotelero es el segundo sector después del de restaurantes, con mayor número de empresas que en su mayoría son pequeñas. Es un sector que ha

realizado esfuerzos por organizarse, y muestra de ello es el gremio Agasturín pero ha tenido algunas crisis que han impedido que un mayor número de empresarios estén asociados a ella. Es un sector de gran crecimiento sobre todo en lo que a hoteles campestres o alojamiento rural se refiere.

El sector restaurantes es el sector que más empresarios concentra. En su totalidad está compuesto por pequeñas empresas como ya se ha dicho de tipo familiar. En su gran mayoría su especialidad es la comida típica Santandereana y solo unos pocos se dedican a comida internacional.

El sector de operadores turísticos son, junto con las agencias de viaje, los empresarios más nuevos en el mercado con menos de 15 años de existencia. Estos operadores empezaron ofertando el deporte de aventura de canotaje (internacionalmente llamado Rafting) y alrededor de este desarrollaron otros productos en esta misma línea tales como Rapell, Espeleología y el más reciente Parapentismo. En este sector han incursionado algunos empresarios del sector hotelero lo que ha generado roces entre unos y otros. En épocas de temporada alta se ha detectado competencia desleal entre empresas con la estrategia de bajar de precio los productos, lo que ha generado deterioro de las condiciones de prestación del servicio sobre todo en lo que a seguridad se refiere.

Asimismo, la rivalidad entre las empresas se determina por el grado de competencia al que se enfrentan las empresas del sector, en su mayoría el universo productivo está compuesto por Mipymes lo que hace que la competencia sea reñida, formulando una oferta de servicios similares en estructura. En las acciones desarrolladas en la mesa de trabajo de turismo, mencionada en el capítulo anterior, se ha generado conciencia sobre el valor de la competencia leal en cuestión de precios, principalmente para los operadores turísticos y se han concertado espacios para establecer reglas internas de juego en el comportamiento comercial, lo que favorece una competencia que induce al establecimiento de otro tipo de ventajas competitivas diferentes al precio, este tema debe continuar sobre la mesa de trabajo dada la dificultad de los actores para entender que la ventaja que proporciona un precio bajo no es duradera y va en detrimento del sector, adicionalmente urge hacer explícito que la competencia no es con las empresas de la misma provincia sino con otros destinos. Este aspecto debe manejarse de forma tal que se avance en la generación de ventajas diferenciadoras y en la posición general del sector como un todo que pretende ganarle espacios a otros territorios.

De igual forma, en el análisis se detectó una debilidad en el contacto directo entre los prestadores de servicio y el turista, lo cual se puede contrarrestar mediante la concientización de los actores en torno a la recolección de información, como fuente confiable para la toma acertada de decisiones, tanto para la implementación de innovaciones a los productos/servicios existentes

como para la generación de nuevas ideas, que llenen las expectativas y satisfagan a plenitud los deseos del turista

Finalmente, este trabajo es el resultado de la visión interprovincial que se ha venido construyendo desde ejercicios anteriores que han posicionado al sector turístico como base del desarrollo social y económico del territorio. Se destaca la intención de lograr una mayor articulación con otros sectores estratégicos como el agroindustrial, el comercial, el educativo y el artesanal. También se vislumbra la intención de organizar e integrar el sector de tal forma que permita construir una oferta conjunta que posicione al territorio como el tercer destino turístico del país para lo cual es clave la innovación en los procesos y en los productos que permitirán la competitividad de esta actividad teniendo como eje fundamental la satisfacción de las necesidades y expectativas de los visitantes

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AROCENA, J. "Desarrollo Local:, Un Desafío Contemporáneo". Caracas. CLAEH, Editorial Nueva Sociedad.1995

BEGAZO, José Domingo. La Competitividad Y Los Clusters Como Elemento De Desarrollo Del País. 2004

BOISIER, Sergio. "El Vuelo de Una Cometa. Una Metáfora para una Teoría del Desarrollo Territorial" en Boisier, Sergio. "Teorías y Metáforas sobre Desarrollo Territorial". Santiago de Chile. CEPAL. 1999. P. 59-89

BUITELAAR, Rudolf. El Cluster Ecoturístico De Monteverde/Costa Rica. División de Desarrollo Productivo y Empresarial, CEPAL

GARCÍA, Begoña Betancort. Manchado, Héctor Fernández. Determinantes De La Competitividad De Un Destino Turístico: Los Casos De Puerto Del Carmen, Costa Teguisse Y Playa Blanca. Julio de 2002.

GONZÁLEZ, Hernando Bottía. "El turismo como alternativa de desarrollo para Villavicencio y el departamento del Meta". Ensayos sobre economía regional. 2004. p. 32

JACOBS, D. y A. de Man. "Clusters, política industrial y estrategia firme", documento presentado al taller de la OCDE sobre análisis y políticas de cluster, Amsterdam. 1997

LEADER. "Medio Ambiente y Desarrollo Local: Hacia un Desarrollo Estable de la Zonas Rurales Menos Favorecidas". Magazinenº 6. 1994.
<http://europa.eu.int/comm/archives/leader2/rural-es/biblio/envir/art01.htm>.

LOZANO UVARIO, K. M. y P. MÉNDEZ GUARDADO. "Una Mirada al Desarrollo Local y el Territorio: La Perspectiva de la Geografía en el Desarrollo Local". Encuentro "Una Semana de Teoría y Práctica del Desarrollo" Del 11 al 15 de octubre de 2004. Xalapa, México. IIESES - Universidad Veracruzana. 2004

MÉNDEZ, R. "Geografía Económica. La lógica espacial del capitalismo global". Barcelona. Editorial Ariel. 1997.

MENDOZA Tiberino, Nicole. El Ejemplo De San Juan Del Sur. Instituto Centroamericano de Relaciones Internacionales y Ambientales (ICRA)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Bogotá. 2005

MUÑOZ, Gerardo San Román. "Estrategias para la Instrumentación y Desarrollo de Clusters". México. Espacios. Vol 25. 2004.p. 1

Porter, Michael. La Ventaja Competitiva de las Naciones. New York. Libre prensa. 1990

RAMOS, Joseph. "Una estrategia de desarrollo a partir de los complejos productivos en torno a los recursos naturales". Revista de la CEPAL N° 66 . 1998. p. 105-125

SALAZAR, Alejandro. "El concepto de clusters". Ecuador. Procaña. 1999.

SALVAT, Ocio y Turismo. Biblioteca Salvat de Grandes Temas. Salvat Editores. Barcelona, 1973.

TROITIÑO VINUESA, M. Á. "Territorio y Desarrollo Local" en Cardoso Andujar, J. "Formación y Empresa. Ejes del Desarrollo Integral de las Comarcas". UNED. TALAVERA. 2000

VALENCIA, Jorge. Diccionario -léxico de términos turísticos. www.boletinturistico.com

VÁZQUEZ, Barquero, A. "¿Crecimiento Endógeno o Desarrollo Endógeno?" en Becattini, Giacomo. Ma. Teresa Costa y Joan Trullen. "Desarrollo Local. Teorías y Estrategias". Madrid. Diputació Barcelona, Zarza de Municipis. Civitas. 2002

ANEXO 1
FORMATO DE ENCUESTAS

INFORMACIÓN HOTELERA

1. Municipio: _____
2. Nombre: _____
3. Ubicación: _____
4. E-mail: _____
5. Teléfono: _____
6. Tipo de sociedad: _____
7. Cobertura: _____
8. Tiempo de funcionamiento del negocio: _____
9. Tienen registro de turismo?: a. Si ____ b. No ____ Por qué? _____
10. Capacidad hotelera: a. Número de habitaciones: _____
b. Capacidad de personas: _____
11. Se registran los turistas? : a. Si ____ b. No ____ Por qué? _____
12. Servicios adicionales que prestan:
- a. Restaurante ____ b. Bar ____ c. Teléfono ____ d. Televisión ____ e. Piscina ____
- d. Otros _____
13. Horarios de Atención: _____
14. Condiciones de la planta física:
- a. Excelente ____ b. Buena ____ c. Regular ____ d. Mala ____
15. Número de empleados: a. Fijos _____ b. Temporales _____
16. Formas de pago: a. Efectivo ____ b. Tarjeta de crédito ____ c. Tarjeta débito ____
17. ¿El personal que labora esta capacitado? a. Si ____ b. No ____
18. ¿Posee tarifas a la vista? a. Si ____ b. No ____ Por qué? _____
19. Observaciones: _____

INFORMACIÓN DE LOS RESTAURANTES

1. Municipio: _____
2. Nombre: _____
3. Ubicación: _____
4. E-mail: _____
5. Teléfono: _____
6. Tipo de sociedad: _____
7. Cobertura: _____
8. Tiempo de funcionamiento del negocio: _____
9. Horarios de Atención: _____
10. Condiciones de la planta física:
- a. Excelente ____ b. Buena ____ c. Regular ____ d. Mala ____
11. Número de empleados: a. Fijos ____ b. Temporales ____
12. Formas de pago: a. Efectivo ____ b. Tarjeta de crédito ____ c. Tarjeta débito ____
13. ¿El personal que labora esta capacitado? a. Si ____ b. No ____
14. ¿Posee tarifas a la vista? a. Si ____ b. No ____ Por qué?

15. Observaciones: _____

INFORMACIÓN DE LOS OPERADORES TURÍSTICOS

1. Municipio: _____
2. Nombre: _____ 3. Ubicación: _____
4. E-mail: _____ 5. Teléfono: _____
6. Tipo de sociedad: _____
8. Tiempo de funcionamiento del negocio: _____
9. Horarios de Atención:

10. Servicios que prestan:
- a. Guianza turística ____ b. Canotaje ____ c. Espeología ____ d. Rappel ____
- e. Otros _____
11. Número de empleados: a. Fijos _____ b. Temporales _____
13. ¿El personal que labora esta capacitado? a. Si ____ b. No ____
14. ¿Posee tarifas a la vista? a. Si ____ b. No ____ Por qué?

15. Observaciones: _____

INVENTARIO DE RECURSOS CULTURALES OBRAS DE ARTE

1. Tipo: a. Pintura ____ b. Escultura ____ c. Otra _____
2. Nombre: _____ 3. Municipio: _____
4. Ubicación de la obra? _____
5. Se tiene un valor estipulado por la visita de la obra? a. Si ____ b. No ____
6. Descripción de la Obra: _____

7. Existe información de la obra disponible para el visitante: a. Si ____ b. No ____
8. Observaciones: _____

INVENTARIO DE RECURSOS CULTURALES HISTÓRICOS

1. Tipo: a. Ciudad ____ b. Sector ____ c. Sitio ____ d. Otro _____
2. Nombre: _____ 3. Municipio: _____
4. Ubicación _____
5. Se tiene un valor estipulado por la visita del recurso? a. Si ____ b. No ____
6. Reseña histórica del recurso: _____
7. Existe información de la obra disponible para el visitante: a. Si ____ b. No ____
8. Se ofrece el servicio de guianza en el sitio: a. Si ____ b. No ____
9. Observaciones: _____

INVENTARIO DE RECURSOS CULTURALES FOLKLÓRICOS

1. Tipo: a. Comida ___ b. Bebida ___ c. Música ___ d. Artesanía ___ e. Otro _
2. Nombre: _____ 3. Municipio: _____ . Ubicación _____
5. Reseña histórica del recurso: _____

6. Existe información de la obra disponible para el visitante: a. Si ___ b. No ___
7. Grado de reconocimiento del recurso: a. Local ___ b. Regional ___ c. Nacional ___ d. Internacional _____
8. Observaciones: _____

INVENTARIO DE RECURSOS CULTURALES ARQUITECTÓNICOS

1. Tipo: a. Civil ___ b. Religioso ___ c. Militar ___ e. Otro _____
2. Nombre: _____ 3. Municipio: _____ 4. Ubicación _____
5. Se tiene un valor estipulado por visitar el recurso? a. Si ___ b. No ___
6. Reseña histórica del recurso: _____

7. Existe información de la obra disponible para el visitante: a. Si ___ b. No ___
8. Se ofrece el servicio de guianza? a. Si ___ b. No _____
9. Observaciones: _____

INVENTARIO DE RECURSOS NATURALES

1. Tipo: a. Cascada___ b. Cueva___ c. Laguna___ d. Mirador o cerro___
e. Parque Natural___ f. Pozo o balneario___ g. Río o quebrada___ h. Otro___
2. Nombre: _____ 3. Municipio _____
4. Localización: a. Vereda_____ b. Finca_____ c. Otro_____
5. Distancia del casco urbano (Km) _____
6. Tiempo de desplazamiento del sitio al casco urbano en auto (min) _____
7. Medios de transporte disponibles (cabecera municipal):
a. Auto___ b. Bus___ c. Caballo___ d. Otro_____
8. Condición de la vía del casco urbano al sitio: a. Pavimentada totalmente ___
b. Pavimentada parcialmente_____ c. Sin pavimentar_____
9. Existe señalización de la presencia del sitio? a. Si___ b. No___
10. Existen servicios complementarios? a. Tienda___ b. Baños___ c. Vestier___
d. Ninguno_____ e. Otro_____
11. El sitio es seguro (orden público): a. Si___ b. No___ Por qué? _____
12. En el municipios hay operadores turísticos que presten el servicio de guianza al sitio? a. Si_____ b. No___ Nombre del operador:_____
13. Descripción y reseña del sitio:

14. Observaciones: _____

INVENTARIO DE FESTIVIDADES Y EVENTOS

1. Tipo: a. Día patronal__ b. Ferias __ c. Fest. religiosa__ d. Carnaval__ e. Otro__
2. Nombre: _____ 3. Municipio _____
3. ¿En qué época del año se celebra? _____
4. ¿Siempre se celebra en la misma fecha? a. Si_____ b. No_____
5. ¿Cuáles son los principales componentes de la festividad? :

6. Reseña o historia de la festividad: _____
7. Grado de reconocimiento de la festividad: a. Local__ b. Regional__ c. Nacional__ d. Internacional__
8. Observaciones: _____

ANEXO 2
INVENTARIO DE
INFRAESTRUCTURA Y OFERTA
TURÍSTICA

INVENTARIO DE HOTELES EN LA PROVINCIA GUANENTÁ

MUNICIPIO	HOTEL	# Habitaciones	Cap. Personas
ARATOCA	Maria Estela Rojas	4	4
BARICHARA	Hotel Campestre El Santuario	12	26
	Hostal Bella Isla	10	30
	Casa Campesina	3	10
	La Nube	8	21
	Maria Martinez	3	9
	Hospedaje Ofelia	2	9
	Hostal Santa Lucia de Mucuruva	11	54
	Hostal Mision Santa Brabara	22	85
	El Campanario	7	24
La Posada de Pablo	18	40	
CABRERA	Corata	10	35
	Eduardo Vargas	3	11
	Leonor Franco	2	6
CÉPITA	Dubi Carreño	6	15
	Hostal Cepita	7	25
CHARALÁ	Cacique Chalalá	18	35
	Florian	10	35
	Charalá Real	20	20
	Centro Social Turistico	8	20
	El Mirador	8	20
COROMORO	Jota	7	14
	Guillermina	3	6
CURITÍ	Santa Monica	10	25
	Vegas de San Diego	13	50
	Villa Leticia	9	40
	Señora	12	30
	Colonial Vizcaya	20	70
ENCINO	El Tronco	15	20
	Yolimar	10	30
MOGOTES	Santa Barbara	8	20
	Hogar de Nazareth	8	50
	El Paraiso Mogotano	15	35
OCAMONTE	Tienda La Rosita	5	8

ONZAGA	Onzaga	13	16
	Edilberto Silva	12	32
PÁRAMO	Don Serapio	14	50
PINCHOTE	La Cascada	6	30
SAN JUAQUÍN	Adelaida	5	5
	El Tony	7	14
	Luz Mila	2	3
VALLE DE SAN JOSÉ	Central	4	15
	Casona del Valle	10	30
VILLANUEVA	Villanueva	3	3
SAN GIL	Agua Luna	4	16
	Capri	28	70
	Mi Hogar	4	9
	Madrigal	10	40
	Villa del Fonce	14	40
	Centro Real	25	50
	Santa Cruz del Puente	9	20
	Alcantuz	17	60
	Villa del Oriente	18	30
	El Portón de San Gil	21	60
	Victoria	18	35
	El Viajero	36	110
	San Carlos	26	50
	Posada Campestre	30	120
	Bella Isla Aventura	80	250
	Casa Loma Real	10	25
	Mansión Santa Maria	5	13
	Verona	8	25
	Posada del Conde	16	57
	Mansión del Parque	12	30
	La Posada Familiar	6	20
	San Marcos Campestre	7	40
	Chicamocha Country	14	36
	Dos Quebradas Afrodita	25	100
Hotel del Rio Campestre	13	65	
Hostal Foro del Fonce	4	20	

	Cacique Guanenta	29	70
TOTAL		892	2591

INVENTARIO DE RESTAURANTES EN LA PROVINCIA GUANENTÁ

MUNICIPIO	RESTAURANTE
ARATOCA	Restaurante Maria Estela Rojas
BARICHARA	Restaurante Misión Santa Barbara
	Restaurante La Nube
	Restaurante Hostal Santa Lucia de Mucuruva
	Restaurante El Cacique
	Restaurante La Casona
	Restaurante Barichara
	Restaurante Pati Amarillo
	Restaurante Bella Isla
	Restaurante Rica Chicha
	Restaurante Hotel Campanario
	Restaurante La Esquina
CABRERA	Restaurante El Corral del Chivo
	Restaurante Doña Chela
CEPITÁ	Restaurante Dubi Carreño
	Restaurante Isolina
	Restaurante Hostal Cepitá
CHARALÁ	Restaurante La Plazuela
	Restaurante Mi Ranchito
	Restaurante Asadero Las Delicias Santi
	Restaurante Maranta
	Restaurante Asadero y Piqueteadero Santa Clara
	Restaurante Parador Turistico La Colina
	Restaurante El Turista
	Restaurante La Colina # 2
	Restaurante Yarima
	Restaurante La Palma
	Restaurante Donde Zuly
	Restaurante El Turista # 2
COROMORO	Restaurante Guillermina
	Restaurante Jota
	Restaurante Curiti

CURITÍ	Restaurante Hotel Villa Leticia
	Restaurante Vegas de San Diego
	Restaurante Vizcaya
	Restaurante Dimaos
	Restaurante La Unión
	Restaurante Concheros Camargo
	Restaurante MI Ranchito
OCAMONTE	Restaurante La Jabonera
	Restaurante La Bahía
	Restaurante Ocamonte
	Restaurante Pavo Real
	Restaurante El Aguacate
ONZAGA	Restaurante Piqueteadero Onzagueño Doña Mary
	Restaurante El Fogón Onzagueño
	Restaurante Casa Familiar
	Restaurante Asadero El Gran Banano
PÁRAMO	Restaurante Brisas del Río
	Restaurante Balconcito
	Restaurante El Santuario
	Restaurante Piqueteadero Los Troncos
	Restaurante Balneario Callejuelas
	Restaurante La Rancho
	Restaurante Q A P Ricuras
Restaurante Hotel Don Serapio	
PINCHOTE	Restaurante Los Helechos
	Restaurante Moravia
	Restaurante El Rodeo
	Restaurante Merardo Ruiz
	Restaurante Sede Recreacional La Cascada
SAN JOAQUÍN	Restaurante Eugenia Rodríguez
	Restaurante Piqueteadero La Libertad
	Restaurante Beatriz Peña
	Restaurante Piqueteadero Elisa Castro
	Restaurante Carmen Edilia
Restaurante Doña Marta	

ENCINO	Restaurante Yolimar
	Restaurante Ana Delia
	Restaurante El Tronco
	Restaurante Los Loros

VALLE DE SAN JOSÉ	Restaurante Piqueteadero Doña Eustaquia
	Restaurante Piqueteadero Doña Eustaquia # 2
	Restaurante El Fogón
	Restaurante Piqueteadero Santo Domingo
	Restaurante El Crío
	Restaurante Piqueteadero Mi Placita
VILLANUEVA	Restaurante Danubio Azul
	Restaurante Villa Sur
	Restaurante Villa Chala
	Restaurante La Casona
SAN GIL	Restaurante Monte Carlo
	Restaurante Pizzería Pierrot
	Restaurante La Casona China
	Restaurante Kowloon 9 Dragones
	Restaurante Sankara
	Restaurante El Maná
	Restaurante TONY # 2
	Restaurante Carne Brava
	Restaurante Carnes y Carnes
	Restaurante Donde Abeneto
	Restaurante Cenadero mi Viejo Tony
	Restaurante Tony Sangileño # 1
	Restaurante Cafetería Nueva Ola
	Restaurante Mandarina
	Restaurante Carbonera
	Restaurante El Mejor
	Restaurante Las Esteras # 1
	Restaurante Grill Pozo Azul
	Restaurante Mi Viejo Pozo Azul
	Restaurante Mansión del Parque
	Restaurante Tamarindo
	Restaurante Aires del Fonce
	Restaurante Guaini
	Restaurante El Trapiche
Restaurante Don Alipio	

INVENTARIO DE OPERADORES TURÍSTICOS

MUNICIPIO	OPERADOR TURÍSTICO	SERVICIOS QUE PRESTAN LOS OPERADORES				
		Guianza turística	Canotaje	Espeología	Rappel	Otros
CURITÍ	EL GUANESITO	si	si	si	si	si
CABRERA	PUEBLO AVENTURA	si	no	no	no	si
CHARALÁ	CHARALÁ SIN LIMITE	si	si	si	si	si
PÁRAMO	CUZONA	si	si	si	si	si
MOGOTES	MONGUATE	si	no	si	no	si
BARICHARA	TOTAL AVENTURA	si	si	si	si	si
SAN GIL	RIOS Y CANOAS	si	si	si	si	si
SAN GIL	BRÚJULA	si	si	si	si	si
SAN GIL	PLANETA AZUL	si	si	si	si	si
SAN GIL	AVENTURA TOTAL	si	si	si	si	si
SAN GIL	COLOMBIA TRAVEL EXTREME	si	si	si	si	si

INVENTARIO DE FESTIVIDADES Y EVENTOS

MUNICIPIO	FESTIVIDAD	TIPO	MES CELEBRACIÓN
Áratoca	Festival cultural	Feria	Octubre
Áratoca	Nuestra Señora de las Nieves y Santiago apóstol	Día Patronal	Agosto
Barichara	Ferias y Fiestas	Feria	Octubre
Barichara	Día de las Luces	Fiesta Religiosa	Diciembre
Barichara	Patrimonio Cultural Patiamarillo	Fiesta Cultural	Enero
Barichara	Semana Santa	Fiesta Religiosa	Abril
Barichara	Virgen de la Piedra	Fiesta Religiosa	Febrero
Barichara	Virgen del carmen	Fiesta Religiosa	Julio
Barichara	Romería de Santa Lucio	Fiesta Religiosa	Diciembre
Barichara	Presentaciones- novena de aguinaldos	Fiesta Navidad	Diciembre
Cabrera	Fiesta de San Pedro y san Pablo	Día Patronal	Junio
Cabrera	Fiesta de la Inmaculada Concepción	Fiesta Religiosa	Diciembre
Charalá	Festival del Tiple	Ferias	Octubre
Charalá	Fiesta de la Virgen del Carmen	Fiesta Religiosa	Julio
Charalá	Nuestra señora de Mongui	Día Patronal	Diciembre
Charalá	Feria y Fiestas	Ferias	Junio
Charalá	Fiestas del Retorno	Ferias	Enero
Coromoro	Fiesta de Nuestra señora de las Mercedes	Día Patronal	Octubre
Coromoro	Verbena del 24 y 31 de Diciembre	Ferias	Diciembre
Coromoro	Ferias del corpus Cristi	Fiesta Religiosa	Junio
Coromoro	Fiesta de Nuestra Señora de las Mercedes	Fiesta Religiosa	Septiembre
Curtí	Festival Artesanal y Turístico	Ferias	Enero
Curtí	Fiesta de la Virgen del Carmen	Fiesta Religiosa	Julio
Curtí	Nacimiento del niño Jesús	Fiesta Religiosa	Diciembre
Mogotes	fiesta del corpus cristi	Fiesta Religiosa	Junio
Ocamonte	Fiesta de la Virgen del carmen	Fiesta Religiosa	Julio
Ocamonte	Fiesta de la Panela	Ferias	Diciembre
Onzaga	Teatro Navideño	Ferias	Diciembre
Onzaga	Onazaga a la títere fue	Ferias	Junio
Onzaga	Fiesta de la Milagrosa	Fiesta Religiosa	Noviembre
Onzaga	Festividad del Retorno	Ferias	Diciembre
Onzaga	Festival del Maíz	Ferias	Agosto
Onzaga	Fiesta de la Inmaculada Patrona de Onzaga	Fiesta Religiosa	Diciembre
Onzaga	Encuentro cultural Cacique Hunzaa	Ferias	Julio
Onzaga	Fiesta de Nuestro señor de los Milagros	Fiesta Religiosa	Enero
Páramo	Fiesta de la Virgen de la Salud	Fiesta Religiosa	Febrero
Páramo	Ferias y fiestas del retorno	Ferias	Noviembre

Pinchote	Fiesta del campesino	Ferias	Agosto
Pinchote	Reinado Veredal	Ferias	Octubre
Pinchote	Mercasueño campesino	Fiesta Campesina	todo el año
Pinchote	Encuentro de bandas	Fiesta Cultural	cada 2 años
Pinchote	Corpus Cristi	Fiesta Religiosa	Mayo
San Gil	Ferias y fiestas del retorno	Ferias	Noviembre
San Gil	Guane de oro	Fiesta Cultural	Octubre
San Gil	Festival de Verano	Carnaval	Junio
San Gil	Comparsas del Colegio San José de Guanentá	Carnaval	Noviembre
San Gil	Semana Santa	Fiesta Religiosa	Abril
San Gil	fiesta de la Virgen del Carmen	Fiesta Religiosa	Julio
San Gil	Festival de Cometas	Festival	Agosto
San Gil	Fiestas de Pablo VI	Ferias	Diciembre
San Joaquín	Fiestas Navideñas	Fiesta Religiosa	Diciembre
San Joaquín	Festival del Fique y la Moda	Día Patronal	Julio
Valle de San José	Ferias y fiestas del retorno	Ferias	Diciembre
Villanueva	Ferias y fiestas del retorno	Ferias	Agosto
Villanueva	Maria Madre de Dios	Fiesta Religiosa	Enero
Villanueva	Semana Santa	Fiesta Religiosa	Abril
Villanueva	Día de la Patronal	Día Patronal	Mayo

INVENTARIO DE OBRAS DE ARTE EN LA PROVINCIA GUANENTÁ

MUNICIPIO	NOMBRE DE LA OBRA DE ARTE	TIPO	UBICACIÓN
Barichara	Hormiga Culona	Escultura	Entrada al Pueblo
Barichara	Monumento al Buey	Escultura	Plaza
Barichara	Monumento a los talladores	Escultura	Parque
Cabrera	Altar mayor	Escultura	Templo
Cabrera	Escultura a San Jose	Escultura	Templo
Cabrera	Cuadro del Purgatorio	Escultura	Templo
Cabrera	Retablo de San Roque	Escultura	Templo
Cabrera	Retablo de San Antonio	Escultura	Templo
Cabrera	Altar Lateral	Escultura	Templo
Cabrera	Retablo virgen del Carmen	Escultura	Templo
Cabrera	Ave Fenix	Escultura	Templo
Cabrera	Cuadro de los 12 Apostoles	Pintura	Templo
Charala	Cuadros relacionados con la Batalla 1819	Pintura	Casa de Cultura
Charala	Retratos Hablados de personajes ilustres	Otro	Casa de Cultura
Charala	Retratos	Otro	Casa de Cultura
Charala	Escultura Jose Antonio Galán	Escultura	Parque Principal
Charala	Monumento o antorcha de la Mujer Charaleña	Escultura	Casa de Cultura
Coromoro	Monumento antonia Santos	Escultura	Parque Principal
Coromoro	Turbina Electrica	Otro	Parque Principal
Curiti	A Ismael Enrique Arciniegas	Otro	Parque Principal
Encino	Homenaje a Felix Cardenas Ravelo	Otro	Parque Principal
Onzaga	Placa al campesino	Escultura	Parque Principal
Pinchote	Antonia Santos plata	Escultura	Parque Principal
Pinchote	Busto de Antonia Santos	Escultura	Otro
San Gil	Busto Carlos Martinez Silva	Escultura	Parque Principal
San Gil	Monumento al Cacique Guanentá	Escultura	Plaza
San Gil	Portada del Cementerio	Escultura	Cementerio Central
San Gil	monumento Antonio Pereira	Escultura	Plaza
San Gil	Clave de Sol (ganadores Guane de oro	Escultura	Parque Gallineral
San Gil	Pergamino Abierto (homenaje a Musico Fallecidos	Escultura	Gallineral Plazoleta
San Gil	Monumento al conde de Cuchicute	Escultura	Gallineral Plazoleta
San Gil	Monumento a Jorge Veloza (musica Carranguera	Escultura	Parque
San Gil	Monumento a los Hnos Martinez	Escultura	Parque
San Gil	Libro abierto Homenaje a Jorge Villamil	Escultura	Parque
San Gil	Monumento a los Hnos Monrroy	Escultura	Parque
San Gil	Monumento a la hoja de Tabaco	Escultura	Carretera
San Joaquin	El Municipio de San Joaquin	Pintura	Casa de Cultura
San Joaquin	Iglesia en Fique	Otro	Otro
Villanueva	La Ceiba	Otro	Parque

INVENTARIO DE RECURSOS CULTURALES FOLKLÓRICOS

MUNICIPIO	RECURSO FOLKLÓRICO	TIPO
Áratoca	Chicha de Coroso y Maíz	bebida
Áratoca	Pan	comida
Áratoca	Tamal	comida
Áratoca	Artesanías en fique	artesanías
Áratoca	Cocadas y Arequipes	comida
Barichara	Pepitoria	comida
Barichara	Chicha	bebida
Barichara	Cabro	comida
Barichara	La Piedra de Labor	artesanías
Barichara	Arequipe	comida
Barichara	Sabajón	bebida
Cabrera	Cazuela de Pisco	comida
Cabrera	Artesanías en cabuya	artesanías
Cepitá	Cabro	comida
Cepitá	Pepitoria	comida
Charalá	Dulces Charaleños	comida
Charalá	Envueltos de Mantecado	comida
Charalá	Cerdo a la Llanera	comida
Charalá	Dulces en Miel	comida
Charalá	Bocadillo de Guayaba y Jaleas	comida
Charalá	Cazuela de Pavo	comida
Charalá	Fritos Cormet	comida
Charalá	Artesanías con Lienzo	artesanías
Charalá	Guadua	artesanías
Charalá	Vinos de Café Naranja mandarina	bebida
Charalá	Danza El Chulo	danza
Coromoro	Artesanías en Palmiche y cascaron de plátano	artesanías
Curití	Carne oreada	comida
Curití	Música Carranguera	música
Curití	Hormigas Culonas	comida
Curití	Cabro y Pepitoria	comida
Curití	Tamales	comida
Curití	El Guarapo	bebida
Curití	La Carranguera	danza
Curití	Artesanías en Fibra de fique	artesanías
Mogotes	Piquete de Pata	comida
Mogotes	Envuelto de Mazorca	comida
Mogotes	Arepas Carisecas	comida
Mogotes	Bocadillo de Guayaba	comida
Mogotes	Dulce de Pastilla	comida
Mogotes	Gelatina de Pata	comida

Ocamonte	Caña de Azúcar panela	comida
Ocamonte	Trabajo con Lienzo	artesanías
Onzaga	Gallina con chorotas	comida
Onzaga	Mute de Mazorca	comida
Onzaga	Queso Onzagueño	comida
Onzaga	Ovejo	comida
Onzaga	Chicha de Cebada	bebida
Onzaga	Tejidos en Fique	artesanías
Páramo	Artesanías en Fique	artesanías
Páramo	Guadua	artesanías
Pinchote	Reyes de Santander	música
Pinchote	Los Buataqueros	música
Pinchote	Guarapo	bebida
Pinchote	Cabrito	comida
Pinchote	Ajiaco	comida
Pinchote	Empanadas de Yuca	comida
Pinchote	Chicha con Queso	bebida
San Gil	Carne Oreada	comida
San Gil	Arepa de Maíz Pelado	comida
San Gil	Cabro con pepitoria	comida
San Gil	Sancocho de gallina criolla	comida
San Gil	Mute Santandereano	comida
San Gil	Bollos de lunes	comida
San Gil	Alpargatas en Fique	artesanías
San Gil	Sacos de Fique	artesanías
San Gil	Arroz con Pollo	comida
San Gil	Sopa de pichón	comida
San Gil	Sopa de Venas	comida
San Gil	Sancocho	comida
San Gil	Llanera	comida
San Gil	Hormigas Culonas	comida
San Gil	Empanadas	comida
San Gil	Arepas del Zaguán	comida
San Gil	Arepas Pedro arepas	comida
San Joaquín	Chorizos y morcillas	comida
San Joaquín	Vino de Frutas	bebida
San Joaquín	Artesanías en fique	artesanías
Valle de San José	Chorizos de doña Eustaquia	comida
Valle de San José	Rellenas o morcillas	comida
Valle de San José	Artesanías en capote de Maíz	artesanías
Valle de San José	Artesanías en fique	artesanías
Valle de San José	Chicha de maíz	bebida
Valle de San José	Guarapo	bebida
Villanueva	Morcillas	comida
Villanueva	Helados	comida

Villanueva	bollos de Maíz	comida
------------	----------------	--------

INVENTARIO DE RECURSOS ARQUITECTÓNICOS

MUNICIPIO	RECURSO ARQUITECTÓNICO	UBICACIÓN
Áratoca	Biblioteca Publica de Áratoca	Urbano
Barichara	Iglesia de Guane	Urbano
Barichara	Casa Natal del presidente Aquileo Parra	Urbano
Barichara	Puente Grande	Urbano
Barichara	La Inmaculada concepción y san Lorenzo Mártir	Urbano
Barichara	Capilla de Jesús Nazareno	Urbano
Barichara	Capilla Santa Bárbara	Urbano
Barichara	Capilla de San Antonio	Urbano
Barichara	Capilla San Juan de Dios	Urbano
Barichara	Oratorio virgen de la Piedra	Urbano
Barichara	Monumento inmaculada concepción (Patrona)	Urbano
Barichara	Cementerio Católico	Urbano
Barichara	Casa de la alcaldía	Urbano
Barichara	Casa de la Cultura	Urbano
Barichara	Camino real a Guane	Rural
Barichara	Centro Poblado de Guane	Urbano
Barichara	Parque recreativo Infantil	Urbano
Barichara	Parque Plaza Principal	Urbano
Barichara	Casa Colegio Aquileo Parra	Urbano
Cabrera	Nuestra Señora del Carmen	Rural
Cabrera	Camino Lenguerque	Urbano
Cabrera	Puente Lenguerque colgante	Urbano
Cabrera	Museo Muestra de antigüedades	Urbano
Cabrera	Iglesia LA Inmaculada concepción	Urbano
Cabrera	Casa Cural	Urbano
Cepita	La Inmaculada concepción	Urbano
Cepita	Cementerio	Urbano
Charalá	Hospital San Roque	Urbano
Charalá	Colegio José Antonio Galán	Urbano
Charalá	casa Edificio Bancafé	Urbano
Charalá	Plaza de toros	Urbano
Charalá	La Sagrada Familia o Santa filomena	Urbano
Charalá	Capilla del cementerio	Urbano
Charalá	Antiguo Charalá	Rural
Charalá	Palacio Municipal	Urbano
Charalá	Parroquia Nuestra señora de Mongui	Urbano
Charalá	Capilla Jesús Nazareno	Urbano

Charalá	Casa de la Cultura	Urbano
Charalá	La Piscina Municipal	Rural
Coromoro	Parroquia Nuestra Señora de las Mercedes	Urbano
Coromoro	Cementerio	Urbano
Curití	Casa Ismael E. Arciniegas	Urbano
Curití	Hacienda del Conde de Cuchicute	Rural
Curití	Cementerio Laico	Urbano
Curití	Hacienda la Vegas	Urbano
Curití	Camino de Lenguerque	Urbano
Curití	Casa de la Cultura	Urbano
Encino	La Inmaculada	Urbano
Encino	Colegio técnico Agropecuario	Urbano
Encino	Biblioteca Municipal	Urbano
Jordán	Puente Colgante	Urbano
Jordán	Casas en tapia	Urbano
Jordán	Capilla Principal	Urbano
Jordán	Caminos de Lenguerque	Urbano
Mogotes	Templo	Urbano
Mogotes	Capilla indígena	Rural
Ocamonte	Casa Rodrigo Mancilla	Urbano
Ocamonte	San Vicente Ferrer	Urbano
Onzaga	Padua	Rural
Onzaga	Susa	Rural
Onzaga	Parroquia la Inmaculada Concepción	Urbano
Onzaga	Capilla del Cementerio	Urbano
Páramo	Parroquia Nuestra Señora de la Salud	Urbano
Pinchote	San Antonio de Padua	Urbano
Pinchote	Ermita San Antonio	Urbano
Pinchote	Cementerio municipal	Urbano
Pinchote	Palacio Municipal	Urbano
San Gil	Parroquia Maria Auxiliadora	Urbano
San Gil	Parroquia Sagrada Familia	Urbano
San Gil	Capilla dEl Cementerio	Urbano
San Gil	Nuestra Señora del Carmen	Urbano
San Gil	catedral la Inmaculada concepción	Urbano
San Gil	capilla de san Francisco	Urbano
San Gil	Capilla de San Juan de Dios	Urbano
San Gil	Capilla Pablo VI	Urbano
San Gil	Puente Rojas Pinilla sobre el río Fonce	Urbano
San Gil	Plaza de Ferias	Urbano
San Gil	Casa de la Actual Alcaldía	Urbano
San Gil	Parque Leonidas medina	Urbano
San Gil	Parque La Libertad	Urbano
San Gil	Casa de la Cultura	Urbano

San Gil	colegio San José de Guanentá	Urbano
San Gil	capilla San Antonio	Urbano
San Gil	Casa de Mercado	Urbano
San Gil	Hospital San Juan de Dios	Urbano
San Joaquín	Casa del Anciano	Urbano
San Joaquín	Palacio Municipal	Urbano
San Joaquín	Templo	Urbano
Valle de San José	Templo de la Purificación	Urbano
Valle de San José	Capilla de San Roque	Urbano
Valle de San José	Capilla de Chiquinquirá	Urbano
Valle de San José	Camino el caporal	Urbano
Villanueva	Represa el Común	Rural
Villanueva	Parroquia	Urbano

INVENTARIO DE RECURSOS HISTÓRICOS

MUNICIPIO	RECURSO HISTÓRICO	UBICACIÓN
Cabrera	Noche del libertador Batalla de Boyacá	Vereda
Charalá	El Antiguo charalá	Vereda
Charalá	Alto del Mercado	Vereda
Charalá	Casa Finca Antonia Santos	Vereda
Charalá	Puente Batalla 4 de Agosto de 1819	Vereda
Charalá	Casa de Galán	Sitio
Curití	Paso del Libertador	Sitio
Curití	Casa del conde de Cuchicute	Vereda
Encino	Paso del Libertador	Sitio
Mogotes	Capilla Indígena	Vereda
Mogotes	Cementerio Indígena	Vereda
Onzaga	El Boquerón	Vereda
Pinchote	Plazoleta Municipal	Parque
San Gil	Paso del Libertador	Plaza

INVENTARIO DE RECURSOS NATURALES

MUNICIPIO	RECURSO NATURAL	TIPO
Áratoca	Gruta Nuestra Señora de las Nieves	Mirador
Áratoca	Pozo manchego	Pozo Balneario
Áratoca	Puente del Indio	Puente
Barichara	Las Chorreras	Pozo Balneario
Barichara	Mirador de Suárez I etapa	Mirador
Cabrera	Camino de Lenguerque	Sendero
Cabrera	Microcuenca la Palma	Cuenca
Cabrera	La Trinidad	Mirador
Cabrera	La Charca	Río o Quebrada
Cabrera	La Paramera	Pozo Balneario
Cepitá	Quebrada Perchiques	Río o Quebrada
Cepitá	Cerro Salida San Miguel	Mirador
Cepitá	Cerro de Cepitá	Mirador
Charalá	El Saman de Arabia	Piedra
Charalá	El Cáliz	Cascada
Charalá	Pozo Gallo	Pozo Balneario
Charalá	Pozo Negro	Pozo Balneario
Charalá	Pozo la ronda	Pozo Balneario
Charalá	Pozo las Lajas	Pozo Balneario
Charalá	Salto del Macho	Cascada
Charalá	El Azufrado	Pozo Balneario
Charalá	Pozo el Cajón	Pozo Balneario
Charalá	La Juntas	Unión
Charalá	Parque El santuario Virofín	Parque Natural
Coromoro	Caída de agua las maravillas	Cascada
Coromoro	Quebrada la olla	Río o Quebrada
Coromoro	puente de paja	Puente
Coromoro	pozo el Nereo	Pozo Balneario
Curití	El cajón	Puente
Curití	honduras	Cascada
Curití	El santuario	Parque Natural
Curití	Pescaderito	Pozo Balneario
Curití	Cueva de la vaca	Cueva
Curití	Cueva del yeso	Cueva
Curití	Cueva del carmen	Cueva
Curití	Cueva del nitro	Cueva
Curití	Loma el maral	Cueva
Curití	Cañón monos aulladores	Cañón
Encino	Laguna de cachalú	Laguna
Encino	laguna negra	Laguna
Encino	Cueva los Pichones	Cueva

Encino	Los cuadros	Cueva
Encino	El Charco	Laguna
Encino	El Morro del perro	Mirador
Encino	Aguas claras	Laguna
Encino	Reserva cachalú	Otro
Encino	Santuario de Flora y fauna	Otro
Encino	El casadero	Laguna
Encino	El alcohol	Laguna
Mogotes	Laguna larga	Laguna
Mogotes	hoyo de los pájaros	Cueva
Mogotes	el pino	Pozo Balneario
Mogotes	Los arrayanales	Parque Natural
Mogotes	El resumidero	Otro
Mogotes	El resumidero II	Cueva
Mogotes	cascada de la virgen	Cascada
Mogotes	cascada del diablo	Cascada
Mogotes	cascada de las brujas	Cascada
Mogotes	El pozo del oso	Pozo Balneario
Mogotes	Pozo negro	Pozo Balneario
Mogotes	cañón Mogoticos	Otro
Mogotes	Alto del cardonal	Mirador
Mogotes	El rosal	Cascada
Mogotes	El Corintio	Cascada
Mogotes	El Alto de los Cacaos	Laguna
Mogotes	la esmeralda	Pozo Balneario
Mogotes	Pozo Canoas	Pozo Balneario
Mogotes	Parque del Diablo	Parque Natural
Ocamonte	Cueva de la Iglesia	Cueva
Ocamonte	Laguna de los anteojos	Laguna
Ocamonte	El patio de las brujas - descuidada	Otro
Ocamonte	El Guayabal -descuidada	Laguna
Onzaga	Río Susa Altura Tinavita	Río o Quebrada
Onzaga	El Carmen	Mirador
Onzaga	El chorreron de Ciachia	Cascada
Onzaga	Bálsamos molino rang	Parque Natural
Onzaga	Cerro del Mojón	Mirador
Onzaga	Cerro los pinos	Mirador
Onzaga	Laguna la Boba	Laguna
Onzaga	Cebadero	Río o Quebrada
Páramo	La Cueva del indio	Cueva
Páramo	Cascadas de Juan curí	Río o Quebrada
Pinchote	Cascada laja	Cascada
San Gil	Parque Natural El Gallineral	Parque Natural
San Gil	pozo Azul	Pozo Balneario
San Gil	La Milagrosa	Pozo Balneario

San Gil	El hoyo	Pozo Balneario
San Gil	Cascada	Cascada
San Gil	Piedra del pato	Cascada
San Gil	Gallinerito	Pozo Balneario
San Gil	la culebra	Pozo Balneario
San Gil	cerro de la Cruz	Mirador
San Gil	la gruta	Mirador
San Gil	mirador el jovito	Mirador
San Gil	dos quebradas	Cascada
San Gil	Laguna vía Cajasan	Laguna
San Gil	Cueva la Antigua	Cueva
San Gil	cerro de la virgen	Mirador
San Joaquín	Las Río o Quebrada Cascadas	Río o Quebrada
San Joaquín	Quebrada Cobaría	Río o Quebrada
San Joaquín	El salado	Pozo Balneario
Valle de San José	Monas	Otro
Valle de San José	Bosque Nativo	Otro
Valle de San José	El resumidero	Cascada
Valle de San José	Cascada de Aguaco	Cascada
Valle de San José	Picacho	Mirador
Valle de San José	El Alto de la Cruz	Mirador
Valle de San José	Pozo de los deseos	Pozo Balneario
Valle de San José	Balneario monas	Río o Quebrada
Villanueva	Mirador el espinal	Mirador
Villanueva	Las Juntas	Río o Quebrada
Villanueva	Pavinondas	Mirador
Villanueva	Laguna de Martha	Laguna
Villanueva	Pozo Azul Macaregua	Pozo Balneario
Villanueva	Cueva del Nitro	Cueva

ANEXO 3
MARCO LEGAL DEL TURISMO EN
COLOMBIA

MARCO LEGAL DEL TURISMO

La Constitución Política de 1991 creó el marco propicio para el turismo como una opción para los colombianos. En resumen, los postulados que en ella se consignaron y cuyo contenido se relaciona con el turismo son:

Artículos 8 y 95: Obligación del Estado y de las personas de proteger las riquezas naturales y culturales.

Artículos 44 y 52: Reconocimiento de las actividades del tiempo libre, como derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El turismo es considerado como una de las actividades del tiempo libre.

Artículo 67: Definición de la educación como función social y desde allí, el acceso a los bienes y valores de la cultura; guarda relación con la actividad turística en la medida que se debe impulsar la forma para llegar a los bienes y valores de la cultura, muchos de ellos generadores de atracción para visitantes. De ahí el significado de la promoción y el fomento de la educación como deber del Estado (artículo 70), al igual que su inclusión en los planes de desarrollo económico y social (artículo 71) de las entidades territoriales.

Artículos 63 y 72: Protección de los bienes de uso público, el patrimonio arqueológico y otros bienes culturales que conforman la identidad nacional pertenecen a la nación, son inalienables, inembargables e imprescriptibles; esto representa un aspecto que refuerza la realización de actividades turísticas en la medida que permite que los bienes enunciados puedan disfrutarse por todos - residentes y visitantes - en el mejor sentido de apreciación y uso mediante actividades permitidas y controladas para evitar su deterioro o desaparición.

Artículos 79 y 80: El concepto de desarrollo sostenible está planteado en la garantía del derecho de todas las personas de gozar de un ambiente sano y en la obligación del Estado de 'proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines' y en 'planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales...' y prevenir los factores que ocasionen riesgos a su conservación o conduzcan a su deterioro.

Artículo 82: Protección y destinación al uso común del espacio público, el cual prevalece sobre el interés particular; al tiempo que determina la participación de las entidades públicas en la plusvalía que genere su acción urbanística, apoya la calidad en los destinos turísticos.

Artículo 300: Facultad a las asambleas departamentales para expedir disposiciones para la planeación, desarrollo económico y social del turismo; constituye el marco para dirigir el desarrollo turístico con sentido económico y social, es decir en armonía con estos campos.

Adicionalmente, el sector turístico colombiano encuentra su principal reglamentación en la ley 300 de 1996 “Ley General de Turismo”, la cual ha sido reglamentada por varios decretos, entre los que se pueden destacar los siguientes:

- Decreto 502 de 1997, por el cual se definen la naturaleza y funciones de cada uno de los tipos de Agencias de Viajes de que trata el artículo 85 de la ley 300 de 1996.
 - Decreto 503 de 1997, por el cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de guía de turismo de que trata el artículo 94 de la 300 de 1996.
 - Decreto 504 de 1997, por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo de que tratan los artículos 61 y 62 de la ley 300 de 1996.
 - Decreto 505 de 1997, por el cual se reglamenta parcialmente la ley 300 de 1996 (Fondo de Promoción Turística).
 - Decreto 1075 de 1997, por el cual se señala el procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos.
 - Decreto 1076 de 1997, por el cual se reglamenta el sistema de tiempo compartido turístico.
-
- Decreto 2194 del 2000, que modifica la fecha para la actualización del Registro Nacional de Turismo. Ley 32 de 1990, relacionada con la actividad de los agentes de viajes.

Dentro de la vigencia de la Ley 300/96, los decretos reglamentarios, las sucesivas modificaciones a las que ha sido sometida y la presentación ante el Congreso de la República de proyectos que buscan modificar dicha ley, impulsados por los gremios, en los años más recientes el gobierno nacional ha venido impulsando la formulación de una serie de políticas y el diseño y puesta en marcha de estrategias con el fin de fomentar el desarrollo del sector turístico en el país.

En este punto, cabe destacar el fortalecimiento de políticas que apoyan las iniciativas del sector privado y que orientan el accionar de las instancias públicas, que propician espacios y escenarios favorables para la inserción de planes y programas de desarrollo turístico, orientados por un cúmulo de políticas acordes con los procesos nacionales, con las cuales se busca el mejoramiento de la competitividad.

Así, la actual “Política de Turismo Para un Nuevo País”, Plan sectorial de turismo 2003 – 2006, enfatiza en el mejoramiento de la competitividad del sector en sus productos y en sus destinos.

La visión sectorial plasmada en el documento de la política turística arriba mencionado, plantea entre otras cosas la definición de siete productos básicos en los que recogerá toda su oferta turística nacional. Esos productos son: sol y playa; historia y cultura; agroturismo; ecoturismo; deportes y aventura; ferias y fiestas y ciudades capitales. En este último, se conjugan subproductos como compras, salud, congresos, convenciones e incentivos.