



PLAN DE DESARROLLO EN TURISMO
SOSTENIBLE Y COMUNITARIO SOTO NORTE,
DEPARTAMENTO DE SANTANDER, COLOMBIA

Con el impulso de



Una producció de ALBA SUD para CORAMBIENTE con el apoyo de Illes Solidàries amb el Sud, Asimusanturban y el financiamiento del Fons Mallorqui de Solidaritat i Cooperació.

Texto y fotografías: Javier Tejera – Alba Sud.

Equipo Corambiente: Luís Carlos Estupiñán Aponte (Director) y Clara Esther Martínez Martínez (co-directora).

Este documento fue realizado gracias al apoyo y solidaridad de los Consejos Municipales de Turismo de Vetas, Tona, Charta, California, Suratá y Matanza ubicados en el área de influencia del Páramo Santurbán.

Diseño gráfico

Chico:mente
diseño gráfico

Alba Sud Editorial.

Barcelona, 2016.

www.albasud.org

info@albasud.org



Este documento está bajo una licencia creative commons.



01 INTRODUCCIÓN



02 DIAGNÓSTICO



03 PLAN DE ACCIÓN



ANEXOS



6	
7	1.1 Presentación y objetivos.
8	1.2 El Páramo de Santurbán: espacio protegido y delimitación.
10	1.3 Contexto y antecedentes.
11	1.4 Marco conceptual: turismo sostenible y comunitario en el contexto colombiano.
17	1.5 Metodología y proceso participativo.

18	
19	2.1 Recursos naturales.
23	2.2 Equipamientos y servicios públicos de apoyo.
25	2.3 Oferta: productos y proveedores.
31	2.4 Demanda: perfiles actuales y futuros.
36	2.5 Comunicación, promoción y comercialización.
38	2.6 Instrumentos de ordenamiento, planificación, gestión y seguimiento.
40	2.7 Marcos de colaboración y coordinación entre agentes.
41	2.8 Análisis DAFO.
44	2.9 Conclusiones.
46	2.10 Retos.

48	
49	3.1 El modelo futuro de turismo sostenible y comunitario.
53	3.2 Objetivos.
54	3.3 Ejes de acción: propuestas.

73	
74	Anexo 1. La visión del sector.
82	Anexo 2. Cuatro casos de referencia en negativo y en positivo.
87	Anexo 3. Criterios de evaluación certificación ecoturismo CdMB.
91	NOTAS, FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

AGRADECIMIENTOS

Quiero empezar con una especial muestra de afecto y reconocimiento para Luis Carlos y Clara de Corambiente, por varias razones. La primera y fundamental, por haberme acogido con tanto cariño en sus casas, ellos y sus respectivas familias, durante mis días de estancia en Bucaramanga a lo largo del trabajo de campo para la realización de este plan. Esa hospitalidad, a tantos kilómetros de tu casa, no se paga con dinero y la llevaré siempre en el corazón. En segundo lugar, es de recibo agradecer también su esfuerzo tenaz y la dedicación plena para la generación de nuevas oportunidades socioeconómicas para los habitantes de la provincia de Soto Norte, con modelos de trabajo que no pongan en riesgo la conservación de los recursos naturales de la región, como el que se quiere plantear con este documento.

Asimismo, durante mi estancia en los municipios de la provincia y a lo largo de las diferentes fases del trabajo sobre el terreno, hubo muchas personas que aportaron su granito de arena para que los objetivos marcados se pudieran alcanzar. Empezando por Adriana de la Asociación de Municipios de Santurbán y siguiendo por un largo etcétera de gente, como Fanny, Hilda, Ricardo y Rosalba de Charta, Mariluz y Laura de California, Olga y Amparo de Tona, Sonia, Luz Elena y Freddy de Vetas, Betty, Jonathan y Gustavo de Suratá, Yerson y Yurley de Matanza y muchos otros que, en algún momento, participaron del proceso. De verdad, muchas gracias a todos y espero que sigan teniendo las mismas ganas e ilusión en el futuro, porque este territorio tan bello y diverso así lo merece.

Tampoco puedo dejar pasar la oportunidad de agradecer su implicación a los diferentes cargos públicos, regionales y locales, especialmente de las alcaldías salientes y entrantes de los seis municipios (Charta, Tona, Matanza, Suratá, California y Vetas). Tanto por su predisposición a ser entrevistados personalmente en el marco del proceso de recopilación de información y testimonios, previo a la realización de los talleres, como por estar abiertos a tomar en consideración las acciones y estrategias a plantear con esta hoja de ruta para la consecución de un turismo sostenible real, de gestión comunitaria, en Soto Norte.

Para terminar, no puedo dejar de agradecer a Ernest Cañada y a Alba Sud, por la oportunidad de poder crecer personal y profesionalmente gracias a este trabajo que, ante todo, me ha permitido conocer a un lugar increíble y a gente maravillosa. Como dice Eduardo Galeano, *"muchas gente pequeña, en lugares pequeños, haciendo cosas pequeñas, puede cambiar el mundo"*. Espero, en este caso, que esta "gente pequeña" de gran corazón sea capaz, al menos, de gestionar su propio destino, para que la provincia de Soto Norte no deje de ser nunca un lugar mágico en el que vivir.



Foto de familia después de los talleres participativos. Finca La Laguna, Suratá, Noviembre 2015.

01

INTRODUCCIÓN



1.1 Presentación y objetivos

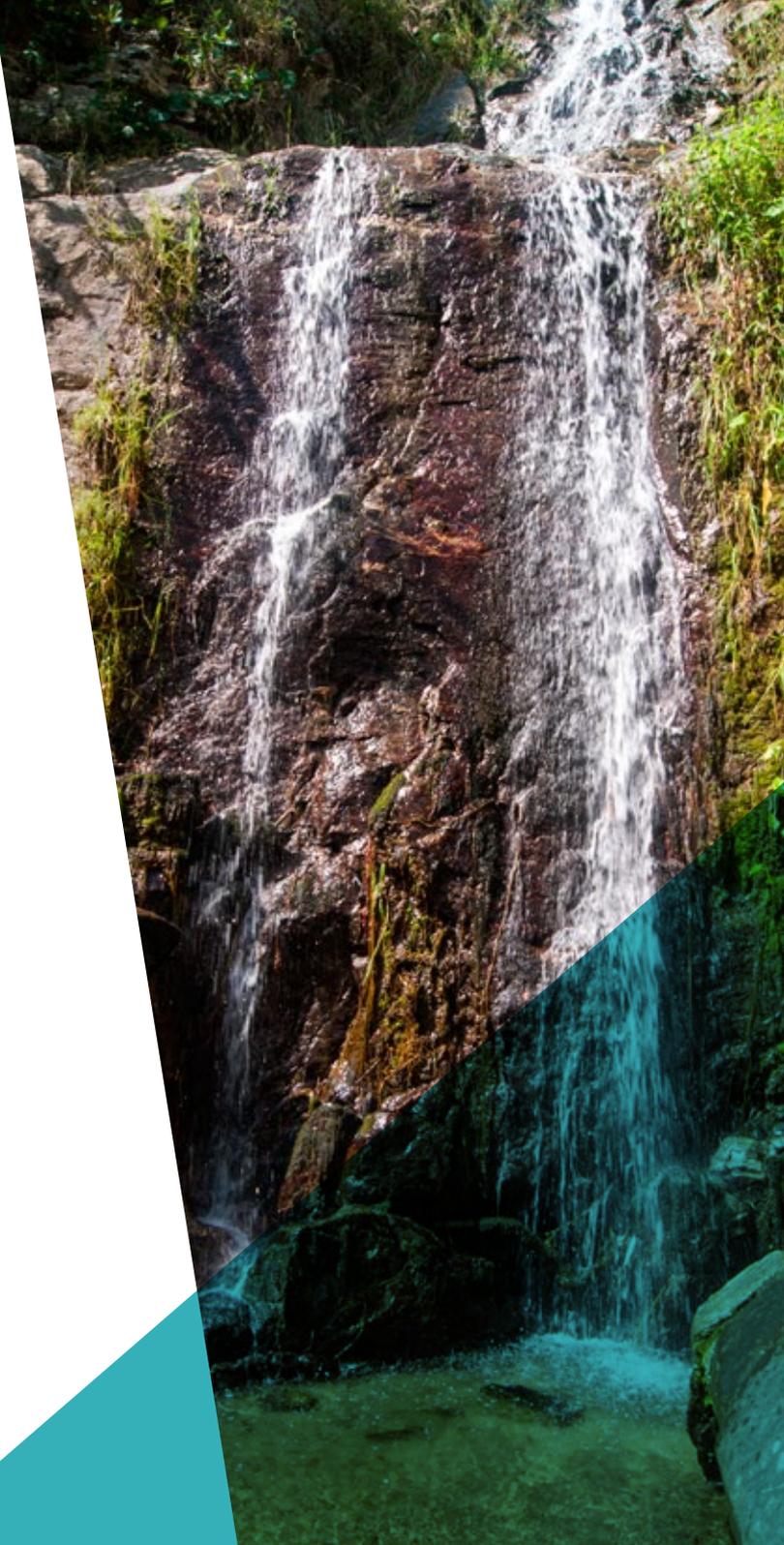
Este proyecto surge con el objetivo de consensuar y desarrollar una estrategia de desarrollo local sostenible para las comunidades rurales que habitan el entorno del Páramo de Santurbán. Fuente de recursos hídricos para todo el Noroeste colombiano y con una rica biodiversidad asociada, este ecosistema de alta montaña es el gran valor medioambiental de la región.

Este documento es el resultado final del proceso participativo coordinado por Alba Sud, centro de investigación y comunicación especializado en turismo responsable, junto con la Asociación de Municipios de Santurbán (Asomusanturbán), Corambiente y con el apoyo del Fons Mallorquí y de Illes Solidàries, durante dos semanas en el mes de noviembre de 2015. Este trabajo se centró en el Páramo de Santurbán y en su área de influencia, en los municipios de Vetas, Matanza, California, Charta, Tona y Suratá, con agentes públicos y privados, con presencia o influencia en el territorio, implicados directa o indirectamente con el sector del turismo en la provincia de Soto Norte (Santander, Colombia).

Dicho trabajo, que constó de varias fases diferenciadas, tal y como se especifica en el apartado 1.5 de este documento, se realizó con el objeto de confluir en un Plan de Desarrollo en Turismo Sostenible y Comunitario para la provincia, fruto de un consenso entre todos los actores participantes. Un plan que determine una hoja de ruta a transitar en los próximos cuatro años, basada en un modelo turístico de gobernanza comunitaria y en una visión como sector estratégico bajo parámetros de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica. Todo ello con una doble vertiente: la conservación de los recursos naturales y culturales del territorio, a la vez que se promueve el desarrollo local y el fortalecimiento comunitario a través del turismo.

Para ello se hace un diagnóstico estructurado de la situación actual, exponiendo las potencialidades de la región a aprovechar, así como los retos o carencias a superar. A partir de ese diagnóstico se formula un plan de actuaciones específicas a corto, medio y largo plazo para apuntalar el desarrollo turístico. Para avanzar hacia esa visión estratégica consensuada, se ponen en valor las fortalezas y oportunidades de la provincia, además de afrontar y suplir las amenazas y debilidades, de cara a fomentar una mejora continua en el tiempo.

Este documento final ha sido revisado y aprobado por los diferentes Consejos Municipales de Vetas, Matanza, California, Charta, Tona y Suratá, así como por la recién creada Mesa Regional del Turismo Sostenible y Comunitario de Soto Norte. Un órgano de representación paritaria de los diferentes municipios de la región, que articulará las diferentes actuaciones presentadas en este plan, en coordinación directa con la Asociación de Municipios de Santurbán (Asomusanturbán) y con Corambiente.



1.2 El Páramo de Santurbán: espacio protegido y delimitación

Las 142.000 hectáreas del Páramo de Santurbán albergan recursos de gran valor ecológico, en términos de riqueza en biodiversidad y como fuente de un bien preciado y necesario: el agua. Situado entre los 2.800 y los 4.290 metros de altitud, entre los departamentos de Santander y Norte de Santander en Colombia, ha sido un pilar fundamental para muchas comunidades rurales o indígenas que han habitado la zona desde siempre. Sin ir muy lejos, la vida de los habitantes de los municipios de Vetás, Matanza, California, Charta, Tona y Surató, en la provincia de Soto Norte (Santander), difícilmente se puede disociar del páramo y así ha sido desde siempre.

Los páramos, como el de Santurbán, son un ecosistema tropical de alta montaña, con temperaturas bajas y normalmente húmedas, que constituyen un hábitat único en el mundo, sobre todo como retenedor de la humedad ambiental y generador de fuentes hídricas. Por contextualizar, sólo el Páramo de Santurbán produce en la actualidad el agua necesaria para abastecer a más de 2,2 millones de personas, residentes en las áreas metropolitanas de Bucaramanga y Cúcuta (capitales departamentales), así como en otros 20 municipios de la zona. De hecho, se estima que, sólo con este páramo, habría potencial para abastecer a más de 10 millones de seres humanos.

El caso de Colombia es, en este sentido, paradigmático. No en vano, sólo este país latinoamericano alberga casi la mitad de

los páramos del planeta, lo que supone un 1,7% de su territorio. Con 34 páramos delimitados y una superficie total que llega a las casi dos millones de hectáreas, estos ecosistemas proveen agua al 70% de la población colombiana. De hecho, aunque también existen este tipo de ecosistemas en África, Indonesia y Papúa Nueva Guinea, el 99% de los páramos del mundo se encuentra en la Cordillera de los Andes y en la Sierra Nevada de Santa Marta (ambas, al menos en parte, en Colombia), además de en Costa Rica (1).

El incalculable valor en biodiversidad asociada a estos ecosistemas está fuera de toda duda. Sólo en la región de Santurbán, tanto en el páramo como en el bosque andino adyacente, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga –CDMB– ha catalogado en 2001 más de 450 especies de plantas, 17 de anfibios, 17 de reptiles, 201 de aves y 58 de mamíferos, algunas de ellas endémicas (2). De entre todas estas especies, destaca una por emblemática y por su funcionalidad. Los frailejones son especies clave para la conservación de los páramos y su biodiversidad. De hecho, Colombia alberga la mayor diversidad de variedades de esta especie, más de 80 en total. De crecimiento lento (apenas un centímetro al año), estas plantas son grandes retenedoras de agua y, sin duda, son un elemento indicativo e indisoluble de cualquier paisaje de páramo.



-  **450** especies de plantas
-  **17** especies de anfibios
-  **17** especies de reptiles
-  **201** especies de aves
-  **58** especies de mamíferos

Amenazas crecientes de conservación

Como ecosistemas frágiles que son, los páramos son muy vulnerables y están en la actualidad seriamente amenazados por los efectos del cambio climático y de las actividades humanas descontroladas. En lo que a esto último se refiere, sobre todo debido a la introducción de la ganadería, la agricultura y la creciente actividad minera en estas áreas de alta montaña. Sumado a estos impactos, el acelerado calentamiento global retroalimenta la degradación, haciendo muy difícil distinguir unos efectos de los otros.

Según un estudio publicado en 2014 por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC) en diferentes páramos amenazados de Colombia, el 71% de las 81.000 hectáreas analizadas del Páramo de Santurbán sufren de severos impactos ambientales (3). Los mismos están producidos por precarias prácticas agrícolas, la construcción inadecuada de vías, el establecimiento indebido de lotes, la construcción de infraestructuras o la disposición de residuos. Al igual que en otros páramos de Colombia, una de las amenazas más graves es la minería. También la pérdida de biodiversidad por el aprovechamiento de la fauna o la extracción de zonas de bosque.

Este trabajo realizado por el IGAC, junto con el Instituto Alexander Von Humboldt, fue la base para la propuesta de delimitación y catalogación de 98.954 hectáreas del Páramo de Santurbán (el 76% del total) como Espacio Protegido que se hizo al Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible en diciembre de 2014 (4). Un paso necesario para seguir trabajando en la ineludible necesidad de preservar la riqueza en biodiversidad de la zona.





1.3 Contexto y antecedentes

El desarrollo económico en la provincia ha generado a lo largo del tiempo situaciones enfrentadas y conflictos de intereses. El impulso a la explotación minero energética por empresas transnacionales ha sido uno de las razones que han generado conflictos socio ambientales en la región. Esto ha requerido la búsqueda de alternativas socioeconómicas más sostenibles con los recursos naturales y culturales de la zona, que permitan generar oportunidades para la población local.

La situación ha vivido algunos puntos álgidos, como toda la movilización generada en 2011 frente al proyecto *Angostura* (5), impulsado por la minera de origen canadiense *Eco Oro Minerals Corp.*, para la extracción a cielo abierto de oro y plata en el municipio de *California*. Este hecho suscitó una amplia unidad y resistencia en *Bucaramanga*, representada por la constitución del *Comité por la Defensa del Páramo de Santurbán*, que poco a poco fue agrupando apoyos de diferentes entidades y actores. Desde ONGs, sindicatos, estudiantes, ambientalistas o profesionales, hasta la *Sociedad de Mejoras Públicas*, la *Sociedad Santandereana de Ingenieros*, *Fenalco*, comunidades religiosas, comerciantes o la *Asamblea Departamental*, entre otros.

Con una gran movilización ciudadana y con una campaña de resistencia al proyecto, bajo el lema *"Salvemos el agua y la vida"* (6), el *Comité* logró frenar el proyecto de minería a cielo abierto. La minera retiró la solicitud de permiso y, además, el *Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible* les negó la licencia. Sin duda, una pequeña victoria en el proceso abierto por la conservación del ecosistema de este páramo, con muchos frentes abiertos todavía (7).

En este sentido, una idea de crecimiento económico que parta fundamentalmente de la inversión extranjera, basado en la explotación de los recursos naturales y en modelos extractivistas, dificulta la consolidación de alternativas sociales y económicas gestionadas desde abajo hacia arriba por la comunidad local. Los costes medioambientales hipotecan la relación de sus habitantes con el territorio a futuro y los costes humanos, en forma de ruptura del tejido social y del abandono de actividades tradicionales, limitan las alternativas de generación de ingresos.

El papel de la comunidad en este tablero geopolítico y económico

En el caso concreto de la provincia de *Soto Norte*, la población local de *Matanza*, *Vetas*, *California*, *Charta*, *Tona* y *Suratá* se debate entre la necesidad de buscar un sustento económico y el hecho de poder decidir el destino de su propio territorio, sin injerencias externas. Situados dentro del *Páramo de Santurbán* o en su área de influencia, más del 90% de la población activa de *Vetas* y *California* se dedica a la minería artesanal y así ha sido desde los años 40 del siglo pasado.

En el resto de municipios (*Matanza*, *Charta*, *Tona* y *Suratá*), el porcentaje mayoritario de población activa se dedica a la agricultura y la ganadería. El 64% de las familias son pequeños propietarios de tierra (de 1 a 20 hectáreas), estando localizadas la mayoría de ellas en áreas de pastoreo y rastrojo, cuyo uso potencial del suelo es protector o para actividades forestales. Aunque algunos de estos pequeños campesinos manejan tierras en áreas dentro de ecosistemas de páramo, la mayor parte está en zonas de subpáramo, bosque altoandino e incluso en climas templados.

Los principales cultivos, con excepción del café, se relacionan con la producción de alimentos: plátano, yuca, tomate, mora, lulo, habichuela, cítricos, arracacha, maíz, fríjol, cebolla, apio y zanahoria. En la zona del *Páramo de Berlín* se produce principalmente cebolla. En la zona baja predominan cultivos de apio, zanahoria, fríjol, avena, café, pepino, pimentón, tomate y aromáticas, que son llevados diariamente a *Bucaramanga*. Generalmente los cultivos de los campesinos los dedican al autoconsumo y los pocos excedentes se destinan a la venta. Sin embargo, esta comercialización se dificulta por la deficiencia en el transporte y falta de centros de acopio (8).

En este contexto y con un sector agropecuario mayoritariamente deficitario, la situación geoestratégica y el potencial económico del *Páramo de Santurbán* abre un futuro de momento incierto para la población local. La presencia de grandes empresas extranjeras puede generar procesos que pongan a la ciudadanía al final de la cola para recibir beneficios y en primer lugar a la hora de socializar los impactos. Más allá de eso, se debe tener en cuenta que las oportunidades de desarrollo, a nivel local en la región, han estado a lo largo del tiempo muy limitadas. El aislamiento y las dificultades de comunicación por carretera, junto con la influencia del conflicto armado en la zona durante años, han lastrado mucho las opciones.



1.4 Marco conceptual: turismo sostenible y comunitario en el contexto colombiano



El turismo sostenible puede ser definido como aquél que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. (9)

El turismo sostenible es un concepto ligado a un modelo, una filosofía de trabajo y una forma de gestión y planificación que debería conllevar un procedimiento de enriquecimiento colectivo, a partir del empoderamiento y de la responsabilidad de todas las partes implicadas en la cadena de valor turística. Una fórmula en la que se pueda producir un intercambio social que sirva para acercar diferentes culturas, que además suponga un instrumento de mejora socioeconómica para los destinos y para los agentes que directa o indirectamente participan de su actividad.

Con más de 1.200 millones de desplazamientos en todo el mundo en 2015 (10), record histórico, el sector turístico es cada vez un gigante mayor y más difícil de domar. Lo que hace unos años era un concepto idílico, casi romántico, protagonizado por pequeños emprendimientos y modelos a pequeña escala por todo el mundo, con la convicción de impulsar un cambio real, hoy comienza a perder su esencia. El turismo sostenible baila al son que marcan las multinacionales del sector que, más allá de una buena apariencia, no dejan de tener un interés comercial que repercuta en su cuenta de resultados.

Al margen de campañas de *greenwashing* por parte de las grandes transnacionales turísticas, la esencia del turismo responsable y sostenible debería seguir en manos de cientos de miles de pequeños emprendedores y destinos a pequeña escala por todo el mundo. Iniciativas encaminadas, de verdad, a generar una riqueza en su entorno más directo. No tiene sentido reconocer modelos intrusivos que ponen en último lugar a la población local del destino. Como tampoco es lógico hablar de sostenibilidad con empresas que se llevan el grueso de los beneficios que generan hacia los países de origen de la inversión, porque lo único que hacen es aumentar las brechas sociales, la pobreza y las diferencias culturales.

Justo todo lo contrario que debe encarnar el modelo de turismo sostenible que se desprende de la Carta Mundial del Turismo Sostenible firmada en Lanzarote en 1995 (11). Unos principios que han sido recientemente renovados en la Cumbre Mundial del Turismo Sostenible celebrada en noviembre de 2015 en Vitoria (España) (12).

La dimensión comunitaria en la gobernanza turística

Hablar del empoderamiento local en la toma de decisiones, en el marco de un modelo de turismo sostenible, es hablar de introducir la dimensión comunitaria. El turismo comunitario destaca por unir la dificultad de proyectos modestos y pequeños, con comunidades indígenas y/o campesinas de por medio, localizadas principalmente en países del Sur, con el inconveniente añadido de que el turismo no ha sido nunca su principal ocupación.

Normalmente surge como una alternativa ante la crisis rural y las políticas contra el sector campesino. También como una reacción frente a la explotación turística foránea. La principal oferta turística de este modelo se basa en facilitar la visita de recursos naturales y entornos rurales a través de un espacio de relación y encuentro con las poblaciones locales. Posibilita un acercamiento vivencial a lo que la gente que vive y trabaja en el campo hace cotidianamente.

Uno de los principales problemas del modelo hasta ahora ha sido la falta de profesionalización de muchas iniciativas de turismo comunitario, lo que repercute en problemas a la hora de gestionar, comercializar o comunicar este tipo de proyectos. Algo entendible, ya que constituye una nueva fuente de diversificación económica y de desarrollo para estas comunidades campesinas y/o indígenas.

El turismo no debe sustituir a la principal fuente de ingresos, que suele ser la agricultura, la ganadería, la artesanía, la pesca u otras actividades tradicionales, que por otra parte son lo que estas comunidades saben hacer bien porque se han dedicado a ello toda su vida. Por el contrario, el turismo se presenta como una alternativa para aumentar dichos ingresos, convirtiéndose en un valor en alza socialmente solidario, ya que reduce las desigualdades, además de tener un enfoque culturalmente enriquecedor y ambientalmente respetuoso.

El problema de la falta de profesionalización se ha visto incrementado por otra cuestión, el hecho de que muchos proyectos se ponen en marcha con la ayuda de la cooperación al desarrollo y de ONG's. En este sentido, se ha tendido más de lo deseable a proyectar modelos que han reproducido típicos esquemas neoliberales de especialización, para alcanzar así ventajas competitivas, cayendo en una excesiva dependencia de unos pocos factores externos. En lugar de presentar al turismo como una fuente de diversificación, a muchas comunidades se les ha presentado como la única solución de desarrollo, abandonando sus actividades tradicionales y apostando todo a una carta.

Además, muchas ONGs y actores públicos a nivel local o regional han considerado que las organizaciones comunitarias pueden beneficiarse del desarrollo de megaproyectos turísticos. En realidad, esto se trata de una contradicción en sí misma, ya que supone legitimar a los mismos actores que dinamitan las posibilidades de subsistencia del sector campesino o indígena, ya que se basan en la sobreexplotación de recursos necesarios para el desarrollo rural de base campesina como el agua o la tierra, entre otros.



TURISMO COMUNITARIO

El turismo comunitario se entiende como un modelo de gestión de la actividad turística en el que la población local de un determinado territorio rural (principalmente familias campesinas y pueblos indígenas), y a través de sus distintas estructuras organizativas de carácter colectivo (como cooperativas, asambleas comunales, asociaciones o grupos de familias asociados de algún modo), ejerce un papel preponderante en el control de su diseño, ejecución, gestión y distribución de beneficios

(Cañada y Fandiño, 2009; Cañada, 2013) (13).

Otro problema muy generalizado ha sido la proliferación de certificaciones que regulan este tipo de turismo, como ocurre también de forma más general con el turismo responsable o sostenible. Esta proliferación no es buena, ya que incrementa los costes de los gestores comunitarios para hacer frente a los altos gastos que suelen conllevar. Al final, sólo unas pocas comunidades pueden acceder a costearse estas certificaciones y se terminan incrementando las desigualdades, en lugar de paliarse. Al final, el poder político, el que decide qué es comunitario y que no, no se concentra en las propias comunidades sino en los países desarrollados de origen, que deciden que es promocionable y que no, dando la certificación o negándola.

En definitiva, conviene remarcar lo que debe ser una línea roja de base para poder hablar de turismo comunitario. No se pueden lograr mercados alternativos sin construir estructuras políticas controladas por las propias organizaciones comunitarias de campesinado o grupos indígenas. Tienen que ser ellos mismos, a través de redes nacionales, agrupaciones o mesas de trabajo de turismo comunitario, las que tienen que desarrollar instrumentos de gestión con poder de decisión. Estas estructuras deben ser, además, las que tienen que dar garantías a los propios turistas sobre la autenticidad y el valor de sus proyectos, asegurando la redistribución de los beneficios y el empoderamiento de las comunidades a través de un turismo complementario a otros sectores productivos.

Productos turísticos afines a este modelo turístico

Para afianzar un modelo de turismo sostenible y comunitario transversal en un destino como la provincia de Soto Norte, es necesario trabajar en el desarrollo de propuestas de producto turístico que permitan ofrecer experiencias singulares, que generen emociones en contacto con la comunidad local y en equilibrio con los recursos medioambientales y socioculturales. En este sentido, destacan líneas de trabajo como el ecoturismo o el agroturismo, que pueden permitir una segmentación turística alejada de la estandarización de la oferta tradicional. Una circunstancia que, además, está generando un creciente interés por parte de un número considerable de operadores turísticos por todo el mundo.

Por un lado, según la Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES), el ecoturismo se describe como *"un viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente y mejoran el bienestar de la población local"* (14). Por tanto, hablamos de una modalidad turística que se basa en conocer los atractivos naturales (paisaje, biodiversidad de flora y fauna u otros) del territorio, así como las manifestaciones culturales del pasado y el presente asociadas. Se tiende a pensar que el simple hecho de estar en contacto con un entorno natural ya implica una práctica de ecoturismo, pero en realidad se le debe aplicar los mismos indicadores que rigen un modelo de turismo sostenible. Por ejemplo, el hecho de basarse en una práctica ambientalmente responsable o el procurar la participación local en la toma de decisiones.

La importancia del ecoturismo viene consolidada por la perspectiva que dan algunas cifras manejadas por organismos internacionales. La Organización Mundial del Turismo (OMT), por ejemplo, predice que el ecoturismo crecerá exponencialmente en las próximas dos décadas, en un ratio superior que la media de la industria turística en su conjunto. Según algunos informes, en el 2020 el ecoturismo será el sector turístico con más crecimiento y podría significar en torno al 20-30% del movimiento turístico mundial. Se trata del sector de crecimiento más rápido en la industria más grande del mundo (crece tres veces más deprisa que otros segmentos del sector turístico - 20% por año), con exportaciones anuales de hasta 100.000 M US\$ (OMT y TIES, 2006) (15).

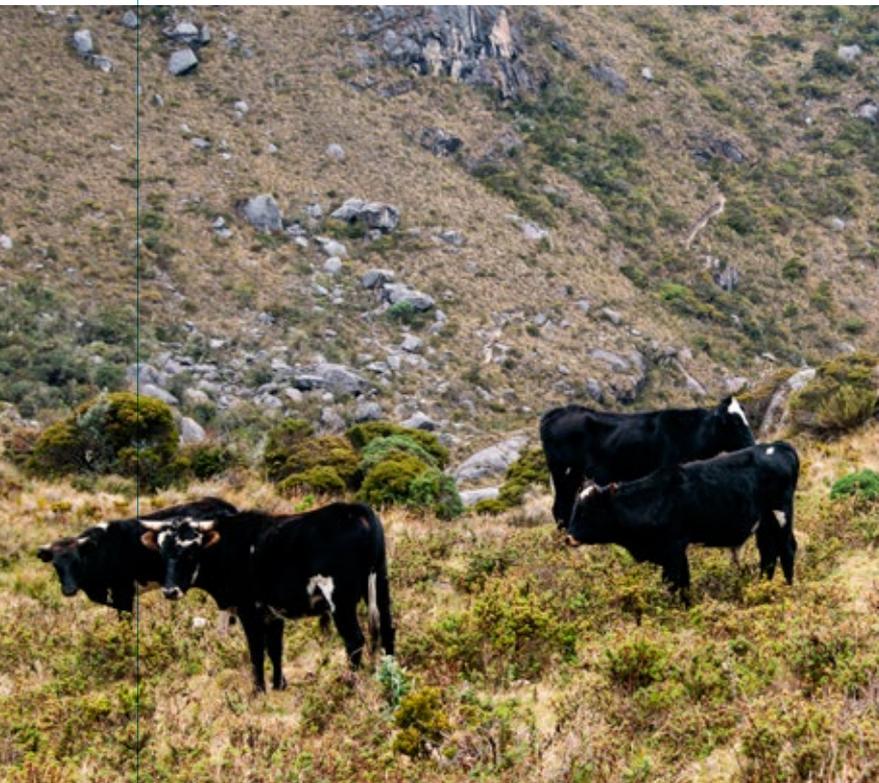
Por su parte, el agroturismo es una modalidad turística muy afín a los modelos comunitarios, en tanto en cuanto supone una oferta de iniciativas integradas en fincas agropecuarias y cuyos gestores ofrecen actividades de ocio relacionadas con el mundo agrícola-ganadero, para conocer cómo funciona el campo desde la perspectiva agraria. Incluye actividades de carácter gastronómico, basadas en variedades locales que favorezcan la biodiversidad y la soberanía alimentaria. La vertiente más cultural puede llevar a adentrarse en la historia de la región y a descubrir los porqués de determinados cultivos.

Un contexto que encaja con la complementariedad de actividades tradicionales que se presupone en el marco de un turismo comunitario, ya que el agroturismo se basa en recibir al viajero en la casa del campesino, que le muestra su actividad cotidiana y le hace partícipe de las experiencias del mundo rural. Así, los protagonistas deben ser actores implicados directamente en el desarrollo del medio rural, propiciando la puesta en valor de recursos agrarios con el turismo.



Para hablar de agroturismo, es importante tener en cuenta cinco grandes cuestiones:

- 1 Debe haber una gestión directa de la propuesta turística por parte de agricultores y/o ganaderos o una puesta en valor directamente de agricultores y/o ganaderos del entorno local más próximo.
- 2 Se debe propiciar la diversificación y complementariedad de rentas agrarias a través del turismo, nunca debe ser una sustitución.
- 3 Debe ser un factor de dinamización del tejido social y productivo del medio rural, fijando población con la creación directa/indirecta de empleo.
- 4 La puesta en valor de tradiciones rurales, costumbres ancestrales o recursos como razas ganaderas autóctonas o variedades vegetales antiguas deben ser el eje singular de los productos.
- 5 Debe ir aparejado a un modelo de gestión sostenible, en donde prime la protección y conservación de la biodiversidad/diversidad cultural del entorno gracias a una adecuada gestión y custodia del territorio.



Accueil Paysan (Federación de Agroturismo de base campesina, con sede en Francia, presente en 24 países de Europa, Norte de África y América del Sur) (16)

- 1 El agroturismo es parte integrante de la actividad agrícola.
- 2 El campesino que ofrece este tipo de acogida es partidario de dar a conocer su profesión y su entorno. Esa es la singularidad de su acogida.
- 3 La acogida se hace valorando el intercambio y respeto mutuo.
- 4 Esta acogida pretende ser accesible a todas las capas sociales.
- 5 El agroturismo es un factor de desarrollo local. Mantiene la vida en el medio rural.
- 6 El campesino garantiza la calidad de los productos ofrecidos.
- 7 El agroturismo propone un confort adaptado al hábitat local.
- 8 El agroturismo está pensado y organizado por los que viven de él.
- 9 La colaboración con otros actores locales permiten enriquecer la dinámica local.
- 10 Colaboración con Accueil Paysan a escala internacional por la unidad de los agricultores familiares del mundo.

El contexto colombiano

Según todos los indicadores macroeconómicos, el turismo es uno de los motores de la economía colombiana. Los ingresos de esta actividad están por debajo solo del petróleo y el carbón y el país creció por encima del promedio mundial. Durante 2014, Colombia recibió 4.192.742 de visitantes, lo que ubicó al país por encima de la media de crecimiento mundial según los informes que maneja la Organización Mundial de Turismo (OMT). La mayor proporción del total de visitantes en el país (1.967.814 personas) corresponde a extranjeros no residentes, que también registraron un importante crecimiento respecto al 2013 en un 14%. (17)

A este grupo le siguen los colombianos no residentes en Colombia, que llegaron a las 597.522 visitas, para un aumento del 6,4% respecto a 2013. Los visitantes en cruceros sumaron 314.207, 2,4% más que el año anterior y la cifra restante es de viajeros que llegaron por las zonas de integración fronteriza. En el 2015, la llegada de viajeros extranjeros ha acumulado un crecimiento del 13%, lo que ha supuesto un nuevo récord. La devaluación del peso ha servido para impulsar a Colombia como destino turístico, una circunstancia que ha provocado que la capacidad de gasto en destino de un turista extranjero haya aumentado hasta en un 56%.

Este contexto mejorará incluso a corto plazo, ya que se estima que el turismo crecerá dos dígitos en Colombia cuando se firme la paz, incrementando los ratios actuales (18). Si las negociaciones entre el gobierno de Colombia y la guerrilla de las FARC llegan a buen puerto, el turismo será el sector económico que más se verá beneficiado por esta circunstancia, logrando incluso crecimientos de más del 30% en el primer año, según vaticinó el presidente del país, Juan Manuel Santos, durante la inauguración de la asamblea general de la OMT en septiembre de 2015 en Medellín.

Cartagena, el archipiélago de San Andrés, Santa Marta, la zona cafetera, Medellín, Bogotá, Cali o Barranquilla son algunos de los destinos turísticos más conocidos de Colombia. También los principales polos de atracción de la inversión extranjera, principalmente en forma de cadenas hoteleras. De hecho, en la actualidad el país ocupa el puesto 19 en el mundo con mayor atracción de inversión extranjera (19), un dato que el gobierno nacional se apresura a poner en valor siempre que puede.

Desde el año 2010, se han construido 175 hoteles, que suman 20.000 habitaciones y hay confirmados ya otros 50 proyectos de inversiones hoteleras para los próximos años, teniendo en cuenta que son muchas las multinacionales de este sector que están poniendo sus ojos en Colombia tomando posiciones ante esta nueva coyuntura geopolítica. Sin obviar el hecho de que los proyectos hoteleros que se empiecen a construir antes de 2017 tendrán importantes exenciones fiscales durante 30 años, algo que sin duda está incentivando aún más este proceso.



2014



4.192.742
Visitantes

+14%
respecto al 2013



1.967.814
Extranjeros no residentes

+14%
respecto al 2013



597.522
Colombianos no residentes

+6,4%
respecto al 2013



314.207
Visitantes en crucerista

+2,4%
respecto al 2013



En este punto de la partida conviene hacer un análisis más somero y preguntarse cuál es el tipo de turismo que se quiere generar en Colombia. Más allá de las cifras de visitantes y de los mareantes aumentos de millones de divisas en inversiones extranjeras, las recetas para el crecimiento turístico en el país no parecen muy diferentes a las de otros contextos y otros destinos latinoamericanos, con más recorrido pero con dudosos resultados en términos de empoderamiento local y beneficio social. Una planificación basada únicamente en aumentar año a año las cifras de visitantes y su gasto turístico, obviando el perfil de turista que se está atrayendo, las motivaciones mayoritarias para viajar, la participación local en la toma de decisiones y el porcentaje de ese gasto turístico que se queda en el territorio.

Normalmente la cantidad suele estar reñida con la calidad del visitante. Y la cantidad suele conllevar masificación y saturación de muchos destinos. Se hace necesario, por tanto, un ejercicio de reflexión en torno a una visión estratégica que incida y conlleve un equilibrio medioambiental y cultural, fomentando una sensibilidad y respeto por la cultura local y la diversidad biológica de los destinos colombianos. Un sector en donde la gobernanza local esté presente, permitiendo la participación ciudadana en la toma de decisiones y sus esfuerzos de conservación de los recursos a poner en valor con el turismo. Y todo ello propiciando un equilibrio económico y social, que aporte beneficios sostenibles para las comunidades que soportan la actividad turística, directa o indirectamente.

Todo lo que no sea apostar por este camino puede generar dinámicas peligrosas en términos de desigualdad social, de abandono de actividades tradicionales, de monocultivos económicos o de impactos medioambientales o socioculturales. En este sentido, hasta el 80 por ciento de los beneficios generados por inversiones turísticas foráneas, normalmente asociados a grandes resorts y complejos hoteleros, vuelven al lugar de origen de la inversión. El porcentaje puede llegar al 90 por ciento en el caso de complejos 'todo incluido' (20). Mientras, los impactos medioambientales y socioculturales generados se quedan en el territorio.

Todo ello debe invitar a una reflexión profunda sobre el modelo turístico que se pretende desarrollar en un territorio como la provincia de **Soto Norte** y el perfil de demanda que, consecuentemente, se quiere atraer. Ante esta tesitura y frente a la necesidad de salvaguardar todas las riquezas culturales y naturales que alberga la provincia, especialmente en todo lo referente a los páramos y ecosistemas de alta montaña, se hace necesaria la opción de desarrollar una propuesta de turismo comunitario como alternativa socioeconómica y como complemento a prácticas tradicionales agropecuarias y mineras más sostenibles.

1.5 Metodología y proceso participativo

Con el objetivo precisamente de posicionar un turismo sostenible, de base comunitaria, como un sector estratégico para la provincia, Alba Sud, junto con la Asociación de Municipios de Santurbán (Asomusanturbán), Corambiente y con el apoyo del Fons Mallorquí y de Illes Solidàries ha dinamizado un proceso participativo en el que la propia comunidad está sentando las bases y tomando decisiones sobre el modelo de gestión que quieren desarrollar en el territorio en los próximos años.

Los días 6 y 7 de noviembre de 2015 tuvieron lugar en la Hacienda La Laguna, en Suratá, unos talleres que contaron con la asistencia de representantes de los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de la provincia de Soto Norte (Mañana, Vetás, California, Charta, Tona y Suratá). Estas sesiones supusieron la continuación del trabajo realizado en los días previos, con entrevistas personales y encuentros individuales con actores clave de cada uno de estos municipios, bien desde la perspectiva de la administración pública o desde la perspectiva de operadores o prestadores de servicios turísticos ya activos en la región.

Esta primera fase, como antecedente a los talleres presenciales, se completó con visitas in situ a diferentes prestadores y con la realización de algunas

de las actividades o rutas que ya se están ofreciendo en la actualidad a los visitantes. Todo ello con la idea de contrastar la percepción general que se tenía sobre la situación actual con el potencial de desarrollo futuro del sector en Soto Norte, valorando las debilidades a mejorar y las potencialidades a aprovechar.

El objetivo de todo este proceso ha sido el trabajar desde el consenso y la inclusión de diferentes realidades, sensibilidades y percepciones en un modelo a largo plazo y en una visión estratégica del turismo para la provincia, en clave comunitaria y de sostenibilidad, articulado en este plan de desarrollo y actuaciones a corto, medio y largo plazo.

El proceso acabó por confluir en las ya mencionadas sesiones de talleres grupales, en donde se pusieron en común principios, pensamientos e ideas, mediante dinámicas participativas, procesos de debate y trabajos en grupo, en torno al tipo de turismo y perfil de viajero que se quiere desarrollar en la región en los próximos años. Un proceso que contará con el acompañamiento de Alba Sud, Asomusanturbán y Corambiente, para lograr entre todos un desarrollo turístico que priorice las necesidades de la comunidad, en equilibrio con la conservación de un territorio con grandes recursos y riquezas.

Planning de trabajo realizado

Cuestionarios + entrevistas con actores locales.

**FASE
1**

Visitas a experiencias turísticas ya en marcha en la región

**FASE
2**

Encuentro y talleres presenciales en Suratá. Finca La Laguna

**FASE
3**

SESIÓN 1.

Dinámica 1. DAFO: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades del turismo sostenible en la provincia de Soto Norte.
Dinámica 2. PLAN DE ACCIÓN: Ejes Estratégicos y Propuestas de Acción.

4 horas | **Viernes 6 de noviembre de 1.30 p.m. a 5.30 p.m.**

SESIÓN 2. Visionado de experiencias de referencia en Europa, África y Latinoamérica. **Viernes 6 de noviembre por la noche**

SESIÓN 3.

Dinámica 3. Visión estratégica del turismo en Soto Norte y compromisos de los agentes

Dinámica 4. Desarrollo de Producto Turístico .

4 horas | **Sábado 7 de noviembre de 8.00 p.m. a 12.00 p.m.**

Elaboración del documento técnico con las aportaciones de las fases anteriores.

**FASE
4**

02

DIAGNÓSTICO



2.1 Recursos naturales y rurales



La provincia de Soto Norte cuenta con una gran diversidad paisajística, una flora y fauna diversa, un gran patrimonio hídrico o geológico y muchas actividades y tradiciones culturales y etnográficas, que son parte indisoluble de un territorio con mucho que ofrecer al visitante. Con el Páramo de Santurbán como principal referencia, son muchos los recursos naturales y culturales que pueden ser el eje central para motivar la visita de turistas nacionales e internacionales. Con una gran diversidad y complementariedad entre los municipios de la provincia, el buen grado general de conservación de los recursos debe ser el primer paso para generar un modelo de turismo sostenible, inclusivo, de bajo impacto y factor de dinamización socioeconómica.

La provincia de Soto Norte es un lugar de gran riqueza en biodiversidad, que ha adquirido reconocimiento nacional e internacional por albergar una parte importante del Páramo de Santurbán. Incluso más allá del ecosistema de páramo y sus humedades, en su área de influencia, la diversidad climática y paisajística es más que patente, con muchas áreas de bosque nativo y espacios naturales de gran valor relativamente cerca de los cascos urbanos de los pueblos.

Este hecho implica, además, que exista una notable simbiosis entre el patrimonio urbano y rural en los municipios de la provincia. Sin duda, un hecho que explica también el que la población local construya y desarrolle un estilo de vida muy cercano a su entorno, en donde las prácticas sociales y culturales están muy ligadas al paisaje. Una circunstancia que adquiere especial relevancia en el Páramo de Santurbán. Por sus especiales características biológicas y ecosistémicas, es el recurso central y característico de la región, que le da sentido a todo. También articula el principal aspecto identitario transversal, que se explica y entiende en torno a los recursos hídricos y al agua que nace y fluye por el páramo.

Unido a esto, sólo en la región de Santurbán, tanto en el páramo como en el bosque andino adyacente, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDBM) ha catalogado en 2001 más de 450 especies de plantas, 17 de anfibios, 17 de reptiles, 201 de aves y 58 de mamíferos, algunas de ellas endémicas (21). De entre todas estas especies, destaca una por emblemática y por su funcionalidad. Los frailejones son especies clave para la conservación de los páramos y su biodiversidad. De hecho, Colombia alberga la mayor diversidad de variedades de esta especie, más de 80 en total. De crecimiento lento (apenas un centímetro al año), estas plantas son importantes retenedoras de agua y, sin duda, son un elemento indicativo e indisoluble de cualquier paisaje de páramo. En el caso concreto del páramo de Santurbán, hay una especie endémica de frailejón (*Speletia Santanderensis*).

Este es un valor diferencial, siempre a tener en cuenta en una dimensión turística, pero no es el único. De hecho, al tratarse del ecosistema con mayor irradiación solar del mundo, también cuenta con la flora de montaña más rica del planeta. Por si fuera poco, se trata de un corredor biológico para especies emblemáticas de fauna, características en la región, como el oso andino, el cóndor y el puma, entre otras (22). Reclamamos que, desde un equilibrio medioambiental y de respeto para la salvaguarda de sus hábitats, pueden ser un gancho perfecto para propuestas de ecoturismo sostenible. A esto se pueden añadir otras oportunidades en términos turísticos a nivel de migraciones de aves, cambios estacionales o climáticos, de comportamiento de fauna característica o de similares fenómenos naturales.

A pesar de esta riqueza y de este gran potencial, en general la catalogación de recursos turísticos no es buena. Es necesario definir el qué, el dónde, el cómo y el cuándo (estacionalidad), tanto desde la perspectiva de los prestadores de servicios que ya trabajan en la región, como desde la perspectiva de los visitantes potenciales, para delimitar los usos permitidos y las buenas prácticas aconsejables en torno a ellos. El desconocimiento de los propios recursos conlleva, de hecho, el obviar la legislación aplicable en cada caso. A grandes rasgos, qué se puede y qué no se puede hacer en el medio natural y en determinados espacios naturales protegidos, especialmente en el Páramo de Santurbán.

Según un estudio publicado en 2014 por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC) en diferentes páramos amenazados de Colombia, el 71% de las 81.000 hectáreas analizadas del Páramo de Santurbán sufren de severos impactos ambientales (23). Los mismos están producidos por precarias prácticas agrícolas, la construcción inadecuada de vías, el establecimiento indebido de lotes, la construcción de infraestructuras o la disposición de residuos. Al igual que en otros páramos de Colombia, una de las amenazas más graves es la minería. También la pérdida de biodiversidad por el aprovechamiento de la fauna o la extracción de zonas de bosque.

Sin lugar a dudas, los proyectos de megaminería que se vienen sucediendo en la región pueden afectar a la conservación de los recursos naturales. El uso inadecuado del medio y la contaminación de los suelos por químicos procedentes de la actividad minera pueden propiciar una pérdida de riqueza y recursos hídricos, uno de los mayores valores añadidos en la zona. Tampoco se puede obviar que esta presencia supone un elemento contradictorio, a nivel de valores y también de impacto paisajístico, con los principios que se suponen implícitos a cualquier propuesta de turismo sostenible.

La provincia de Soto Norte es un territorio amplio y de orografía abrupta, con notables distancias entre algunos recursos y dificultad de acceso para otros. A pesar de la dificultad de las vías de acceso, la cercanía de la provincia al área metropolitana de Bucaramanga es una sugerente ventaja competitiva en términos de promoción, ya que se trata de un potencial mercado emisor, de cercanía, con más de dos millones de personas. Incluso a pesar

de que, en la actualidad, existe una cierta estigmatización desde la ciudad hacia la zona debido a todos los problemas medioambientales derivados de la actividad minera. Un ataque dirigido en ocasiones hacia la población y sus supuestos estilos de vida insostenibles, como si fueran ellos los grandes responsables y obviando, en ocasiones, el papel en este sentido de las multinacionales mineras.

En este sentido, resulta innegable aceptar el valor que tienen las pequeñas iniciativas de minería artesanal en la idiosincrasia de la región. Muchas familias, especialmente en los municipios de Vetas y California, llevan viviendo de ello desde hace muchas décadas, en una realidad que no se puede disociar del desarrollo turístico que se fomenta en la provincia. Por el contrario, es importante destacar la predisposición de algunas de estas iniciativas por mejorar ambientalmente y reducir los impactos en el medio.

Unas buenas prácticas que pasarían por la eliminación del mercurio para la fundición del oro (sustituido por oxígeno y gas) y la minimización del uso del cianuro, a través de la certificación Fairmined, para organizaciones Mineras Artesanales y de Pequeña Escala (MAPE), otorgada por la Alianza por la Minería Responsable (ARM) (24). A través de un sello de estas características, estas pequeñas iniciativas en la región tienen la oportunidad de convertirse en empresas viables económica, tecnológica y ambientalmente de una manera responsable. Puede facilitar, además, el acceso a mercados justos, beneficiando a la comunidad en su conjunto al generar oportunidades socioeconómicas y ayudando a mejorar la gobernanza del sector, frente al poder de las grandes transnacionales.



En la actualidad, organizaciones en Vetas como la Minera La Elsy o la Sociedad Minera Trompetero ya están en proceso de certificación, implementando además medidas a nivel de responsabilidad social corporativa como la equidad de género, con salarios y condiciones laborales justas. Sin duda, un espejo en el que deben mirarse otras pequeñas iniciativas artesanales de la región y que podría suponer, además, un interesante recurso con atractivo a poner en valor en el marco del desarrollo turístico.

Al igual que el carácter minero tradicional está intrínsecamente ligado a la provincia, no se puede decir menos del peso del sector agroalimentario. A pesar de ser, salvo honrosas excepciones, una actividad económica deficitaria,

supone la principal fuente de sustento de más del 90% de la población en los municipios de Suratá, Mañanza, Tona y Charta. Por esta razón y ante el hecho de ser un territorio eminentemente agroganadero, se abre la puerta al posicionamiento de la región en torno a propuestas con potencial para el agroturismo.

De hecho, ya se están produciendo productos con valor diferencial en la provincia, como todos los derivados lácteos en Tona y Charta, el café en Mañanza, Charta o Tona, la gulupa, la pitaya, la granadilla o los aguacates en Suratá, la mora en Charta o la cebolla producida en el Páramo de Berlín. Al mismo tiempo, existe el potencial de

recuperar cultivos emblemáticos como el del trigo, antaño un símbolo de identidad en la región, poniéndolo en valor con propuestas agroalimentarias en torno a los molinos que aún quedan operativos o en un estado de conservación óptimo.

Ante todo, debe considerarse como prioritario el profundizar en acciones que consoliden una interacción, acorde a parámetros de agrobiodiversidad local y a ser posible de producción ecológica, entre el sector primario local y las iniciativas de índole turístico que se desarrollen en Soto Norte, especialmente

las de restauración. Sin olvidar el potencial que pueden tener determinadas actividades tradicionales en el medio natural, desde una perspectiva gastronómica, como la recolección de hierbas aromáticas, culinarias o curativas. El objetivo debe ser el posicionar a la provincia como un destino (eco) gastronómico, diferenciado y perfectamente reconocible por su valor añadido desde una doble perspectiva: biodiversidad local y/o producción ecológica.





Resulta fundamental darle el protagonismo necesario, al objeto de paliar la falta de identidad culinaria y de actividades experienciales en torno a propuestas de gastronomía tradicional que se aprecia en la provincia en la región. Se hace necesario el rescate de platos típicos que supongan un valor añadido en términos turísticos, como los caldos de huevo, las arepas, los sancochos de gallina criolla, los ayacos de arroz y queso, los panes criollos elaborados a partir de trigo y maíz producido localmente, los roscos de breva o los ajiacos tronchados, con ingredientes como la yuca, el plátano o la auyama, por sólo poner unos ejemplos.

En esta línea, se hace necesario trabajar en un modelo innovador y competitivo que preserve las señas de identidad y los valores etnográficos de Soto Norte a través de su gastronomía. El objetivo debe ser lograr un posicionamiento de la imagen turística de la región con la incorporación de una identidad vinculada a la producción local, a los procesos tradicionales de elaboración, al patrimonio y los paisajes naturales y culturales asociados.

Todo ello puede suponer un importante impulso para la actividad agroganadera y de transformación en la zona, a través de su consumo en el mercado turístico. Se trata, en definitiva, de una oportunidad para dar a conocer el patrimonio etnográfico, así como paisajes agrícolas y ganaderos asociados, vinculando la gastronomía con el concepto de identidad local hacia los potenciales visitantes.

A nivel cultural, existen oportunidades y fortalezas que deben ser aprovechadas. A pesar del desigual estado de conservación general, hay municipios como Vefas, Charta o Matanza

que tienen un patrimonio arquitectónico en un aceptable estado de conservación, en donde existen casas y conjuntos construidos con técnicas de arquitectura tradicional como la tapia pisada (mezcla de tierra, fíque, agua y cal, que es compactada con tapias de maderas), con techos de tejas de barro. En la región, además, hay un amplio abanico y diversidad de tradiciones que pueden generar interés turístico, como por ejemplo la elaboración de máscaras tradicionales de cartón durante el mes de diciembre en Suratá, antes de Navidad, para luego ser quemadas durante las festividades.

Sin embargo, al igual que sucede con la gastronomía, resulta también llamativo la falta de arraigo e identidad en torno a propuestas de artesanía local. En este sentido, se aprecia cómo muchas veces hay artesanos con las aptitudes, pero se quedan estancados porque no se trabaja en una correcta comercialización. Un hecho que podría paliarse a través del turismo, aprovechando ámbitos de trabajo artesanal que pueden dar sentido a otros sectores productivos en la región. Por ejemplo, los joyeros que trabajan en California, con un claro potencial de conexión con la minería tradicional. También otras iniciativas artesanales ligadas a productos no maderables característicos de la provincia como el fíque, la cáscara de plátano o el barro.

No hay que olvidar, de la misma forma, el potencial para el turismo religioso que hay en la provincia, sustentado en los numerosos lugares de culto y en el patrimonio eclesiástico que hay en los diferentes municipios. Alguno de ellos muy relevantes y con mucho peso como polo de atracción de visitantes en la actualidad, como el Santuario de San Antonio de Padua en California.

2.2 Equipamientos y servicios públicos de apoyo

De cara a la consolidación de un modelo de turismo sostenible en la provincia de Soto Norte, es fundamental que exista un conjunto de infraestructuras, equipamientos y servicios que faciliten y mejoren la experiencia del visitante. Una dimensión que complemente el atractivo de los recursos medioambientales y socioculturales de la provincia. Algunos de estos equipamientos o servicios públicos son compartidos desde la perspectiva de las necesidades de la población local y la ciudadanía (carreteras de acceso, parqueaderos, alcantarillado, etc.). Otros son de naturaleza puramente turística, como pueden ser los senderos interpretativos o los puntos de información. En este apartado se analiza la disponibilidad, el estado y el uso potencial de equipamientos y algunos servicios asociados.

En términos generales, en la provincia de Soto Norte hay una carencia de equipamientos y servicios públicos de apoyo en materia turística. Tan sólo hay un municipio (California), que cuenta con un punto de información turístico habilitado para atender a los visitantes, mientras que la carencia de centros de interpretación o centros de recepción de visitantes es total. Tampoco existen espacios museísticos en torno a la historia, la naturaleza, la ornitología o las tradiciones de la región, por sólo poner algunos ejemplos, más de allá de alguna iniciativa aislada de gestión privada, como sucede en el municipio de Vetas.

Es aconsejable habilitar un espacio que tenga un rol multidisciplinar, como puesta en valor de artesanía local en la provincia, en donde se puedan prestar servicios de capacitación a artesanos locales y comercialización de productos artesanales. Un centro de interpretación de la artesanía de Soto Norte, uniendo toda la oferta artesanal de la región y haciéndola más visible, fijando un punto de venta con sello local e incluso en torno a una figura legal como podría ser una asociación sectorial.

Para todas estas potenciales infraestructuras, especialmente en lo que se refiere a los puntos de información, se hace necesario el diseño de modelos de gestión que los haga viables (público, privado o público-privado). Lo ideal es que haya al menos un espacio de este tipo en cada uno de los municipios de la provincia, articulando una red de puntos de atención al visitante.

VETAS

LAS LAGUNAS DE CUNTA

Las Lagunas de Cunta están localizadas en el Municipio de Vetas Santander, en la vereda de Borrero, a una altura de 3.900 a 4.100 metros sobre el nivel del Mar, con una temperatura promedio de 0 a 10 grados centígrados.

El predio tiene una Área de 168 Hectáreas y sus propietarios son la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB), con un porcentaje de 62% y el Municipio de Vetas con un porcentaje del 38%.

Para llegar a estas lagunas en vehículo salimos del casco urbano del municipio de Vetas, tomando la vía que hoy conduce al corregimiento de Berlin, hasta el sector del Mortuño, ahí se desvía a mano izquierda hasta llegar a las Lagunas de Cunta, La Poseta, El Ojo, Las Dos del Buey y la de los Tutos.

La Totalidad del predio se encuentra en las áreas protegidas por el **PARQUE NATURAL REGIONAL SANTURBAN** declarado con la resolución de la CDMB el día 16 de Enero de 2013 y la delimitación del **PARAMO DE SANTURBAN** con resolución 2090 de Diciembre del 2014 del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, como se encuentra en Ecosistema de Paramo es de gran importancia y riqueza por sus fuentes hídricas, Fauna, Flora y la fábrica natural de Oxígeno, porque los páramos son los pulmones del mundo.

Por mitos y leyendas no es recomendable arrojarle piedras a los espejos lagunares porque cambia drásticamente el clima presentándose lluvias, neblina, borrasca inmediatamente producidos por las laguna.

“Conozca en estas ALTURAS lo que con PASIÓN los vetanos hemos conservado para que su experiencia sea una AVENTURA inolvidable en el corazón del páramo Santurban,

“QUIEN PISA TIERRA VETANA, EN EL ALMA LO LLEVARA.”

VETAS, ALTURA, PASIÓN Y AVENTURA

Unidos por Vetas
Ayuntamiento de Vetas

Al mismo tiempo, es reseñable que existen infraestructuras sin utilizar con potencial uso turístico. Por ejemplo, la casa Museo de Matanza, primera morada que se fundó no sólo en el pueblo, sino en toda la región (incluso antes que Bucaramanga). Un valor histórico indudable que podría ser aprovechado en torno a una propuesta turística, cuyo uso originario fue como molino para el trigo y como descanso para arrieros que hacían la ruta Pamplona-Bucaramanga-Bogotá. Además de este, hay otros molinos de trigo en la región que están sin utilizarse, a pesar de su potencial en torno a posibles propuestas de turismo agroalimentario, vinculando una dimensión identitaria y etnográfica.

Especialmente en términos de actividades de senderismo, de turismo de naturaleza o peregrinaciones en el ámbito del turismo religioso, el valor agregado de tener una red de caminos bien habilitada resultaría fundamental. Empezando por los caminos reales que unen las diferentes localidades. Siempre y cuando se tenga en cuenta el necesario mantenimiento y conservación de los senderos a poner en valor, para que sea rentable desde el punto de vista económico y no se supediten a cuestiones presupuestarias de la Administración de turno.

De hecho, a medio plazo conviene no sólo tener en cuenta la conexión de los núcleos urbanos, sino también poner en contexto el mundo rural y las numerosas veredas existentes, habilitando caminos o aprovechando senderos usados por la población. Por ejemplo, sólo en Matanza hay trece veredas, con 3.000 habitantes ubicados en el medio rural.

Si hay que poner una debilidad patente en términos de infraestructuras en la provincia, esa es el deficitario estado de conservación de las vías de comunicación. En la mayoría de casos, las carreteras principales, las trochas y los caminos rurales están en muy mal estado de conservación, lo que dificulta los transportes, tanto de personas como de mercancías. Esto puede suponer una desventaja competitiva en términos turísticos, a pesar de que el transporte público para llegar y salir de los pueblos está bien gestionado, aunque la conectividad y las frecuencias son limitadas.

El problema del mal estado de las comunicaciones no es el único que existe en la provincia a nivel de servicios públicos básicos para la población local, con una incidencia indirecta en las prestaciones que se vayan a ofrecer en el ámbito de una oferta turística. Por ejemplo, no existe el suficiente tratamiento de aguas para el consumo, lo que puede provocar un uso excesivo de botellas plásticas por los turistas sobre todo. Una problemática acrecentada por las débiles políticas de manejo de residuos sólidos o de reciclaje. La suciedad y falta de limpieza es patente también en muchos espacios urbanos.

Asimismo, cabe destacar que no hay infraestructuras, equipamientos o propuestas adaptadas para personas con discapacidad o movilidad reducida. Tampoco hay una red eficiente de alcañarillado o parqueaderos públicos que eviten la entrada de coches o de autobuses en el centro de los pueblos. Todas estas cuestiones hay que valorarlas si se tiene en cuenta una cierta proyección de desarrollo turístico a medio plazo, con una población flotante estable de visitantes, ya que la problemática se podría agravar, generando más impactos medioambientales o sociales.

Es particularmente reseñable los peligrosos que pueden llegar a resultar proyectos con soporte público, actualmente en fase de concepción y proyección, ya que podrían contradecir los principios del turismo sostenible, atrayendo un perfil de público poco acorde al modelo de turismo que se pretende promover con este plan. Un ejemplo en este sentido es el Parque Temático de la Minería incluido en el plan de desarrollo de la anterior y actual alcaldía de California. Proyectos a gran escala, basados en la puesta en valor de recursos desde la artificialidad, cuyo coste de la inversión inicial pueden hipotecar la rentabilidad económica y social posterior.

Por último, en el Anexo 3, se incluyen los servicios públicos que se valoran en la actualidad para la obtención de la certificación de ecoturismo de la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB).



2.3 Oferta: productos y proveedores

Para poder evaluar de forma integral el potencial que puede tener un modelo de turismo sostenible y comunitario en una región como la provincia de Soto Norte, es fundamental analizar qué proveedores de actividades y servicios turísticos están trabajando ya en el territorio. También cuál es su oferta de productos y que huecos quedan por cubrir. Para ello, en este apartado se plantea una foto fija de los profesionales y empresas prestadores de servicios con potencial turístico. También se presenta el grado de consolidación y profesionalización del sector, así como los tipos de actividades que se están desarrollando o los proyectos que están en puertas de ver la luz.

Aunque todavía en una fase muy incipiente, los seis municipios de la provincia de Soto Norte ya cuentan con una mínima oferta de prestadores de servicios, sobre todo a nivel de restaurantes y alojamientos en formato de posadas turísticas, así como algunos hostales u hoteles. Cabe reseñar también que una amplia mayoría de los prestadores de servicios radicados en los municipios son de base local, gestionados por gente nativa. Además, se percibe un peso relevante de la mujer en el sector, a nivel de gestión de una mayoría importante de iniciativas de alojamiento, restauración o actividades.

En lo que se refiere a la oferta complementaria (actividades, artesanía, etc.), la visibilidad de la misma es más bien escasa o relativa. Una cuestión a mejorar, ante la necesidad de generar una oferta turística con visión integral de destino, que contribuya a que los turistas pernocten en la región. Frente a esta aspiración, la realidad hoy en día es que muchos visitantes hacen tours de un día, viniendo con todo contratado o por libre desde el área metropolitana de Bucaramanga, para visitar el Páramo de Santurbán y poco más. Falta más interpretación del entorno, mejores informaciones y más valor añadido en las propuestas de actividades, en conexión con propuestas de alojamiento y en base a ejes temáticos que den sentido y coherencia a las propuestas.

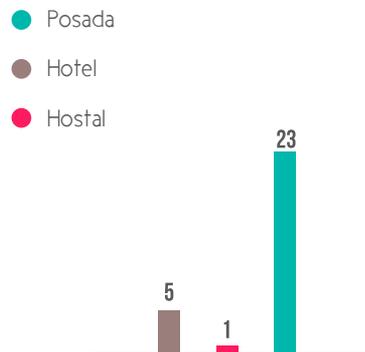
Igualmente, el papel de los guías hay que trabajarlo y profesionalizarlo mucho más. Se trata de un perfil clave en cualquier modelo de sostenibilidad turística, ya que ejerce como puente entre el visitante y el entorno, ejerciendo como filtro para prevenir malas prácticas o impactos medioambientales y sociales. Deben jugar un rol mucho más determinante a la hora de asegurar que el visitante se lleve una experiencia satisfactoria, procurando un intercambio provechoso con el destino y la comunidad y viceversa.



La tipología de alojamiento con más presencia en la zona es la de posada turística. Son viviendas familiares que prestan servicios de alojamiento en unidades habitacionales, preferiblemente de arquitectura tradicional, con fines de generación de empleo e ingresos para las familias de acogida. Por su propia naturaleza, constituyen una opción muy ligada a modelos de gobernanza comunitaria y gestión local, que sirven para complementar rentas procedentes de otros sectores productivos y diversificar la economía.

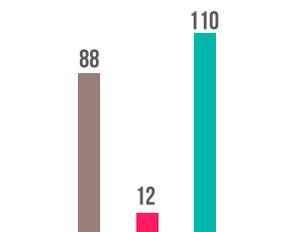
A nivel de número de habitaciones y de plazas, también es la tipología de posadas la que más variedad y capacidad ofrece. A nivel de hoteles, Matanza y California acogen todos los que hay en la provincia, aunque existe una desigual proporción en los servicios que se ofrecen en cada caso. Al mismo tiempo, sumando todas las tipologías de alojamiento existentes en la región, en total hay una capacidad para acoger a 514 visitantes a la vez en la actualidad.

El hecho de que las posadas turísticas sean la tipología predominante, es una oportunidad para conectar los estilos de vida de la comunidad de acogida y el visitante, acercando a ambas partes y creando una atmósfera perfecta para un intercambio entre el que visita y el que recibe, propio de una filosofía de turismo responsable. Más allá de eso, conviene tener en cuenta que se deben cumplir con unos mínimos estándares de calidad en la prestación del servicio y de atención al visitante.



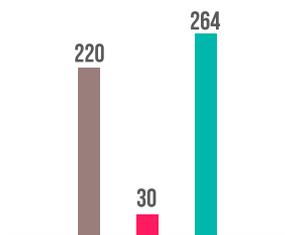
Cifras de alojamientos según tipología en la provincia de Soto Norte.

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por los Consejos Municipales de Turismo



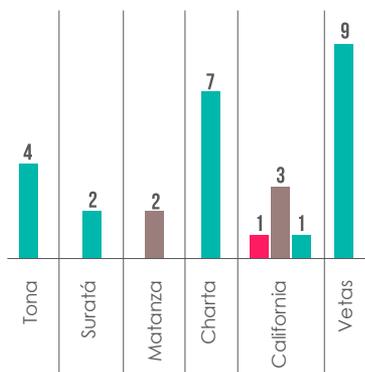
Cifra de habitaciones según tipología de alojamientos en la provincia de Soto Norte.

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por los Consejos Municipales de Turismo.



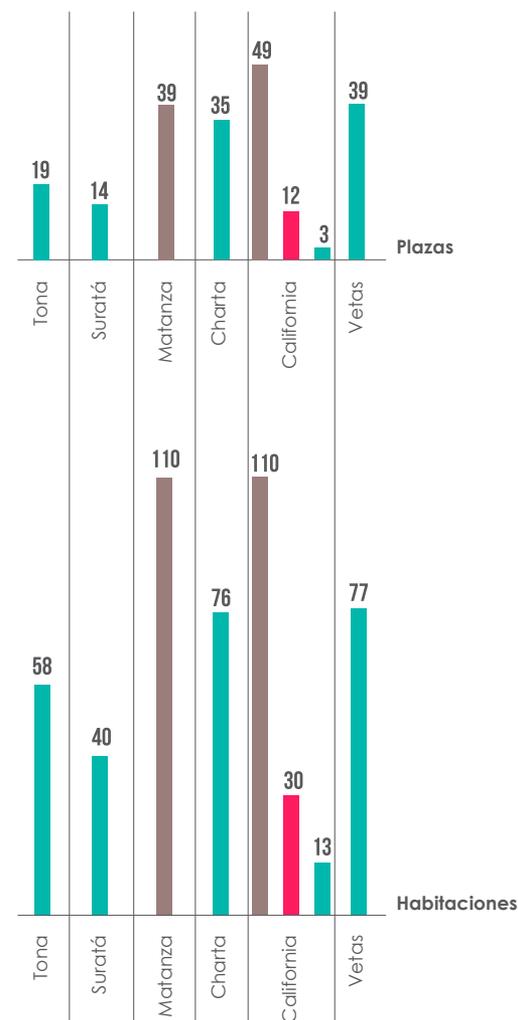
Capacidad en plazas individuales según tipología de alojamientos en la provincia de Soto Norte.

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por los Consejos Municipales de Turismo.



Capacidad en plazas individuales según tipología de alojamientos en la provincia de Soto Norte.

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por los Consejos Municipales de Turismo.



Cifra de habitaciones y plazas individuales según tipología de alojamiento y municipio en la provincia de Soto Norte.

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por los Consejos Municipales de Turismo

Del mismo modo, en la región existen algunas asociaciones u operadores locales que están ofreciendo actividades y rutas por la zona, como por ejemplo en Vetas o California. Se trata de iniciativas interesantes en términos de creación de sinergias entre diferentes actores a nivel local, con potencial a la hora de crear producto turístico combinado, conectando la oferta con operadores mayoristas/minoristas y usuarios. Por el contrario, existe una desigual presencia de cooperativismo en el sector, ya que no hay asociaciones gremiales que, en un momento dado, velen por las necesidades de actores con intereses comunes (alojamientos o guías). Un síntoma, sin duda, de estar en un estadio de desarrollo muy inicial y de que queda mucho trabajo por delante para afianzar una oferta consolidada y bien estructurada.

De la celebración de los talleres participativos que sirvieron como base para la elaboración de este plan se desprende una realidad a tener en cuenta. De forma mayoritaria, se percibe como la población local tiene expectativas de negocio en torno al sector turístico, pero a través de otros, como empleados, muy pocos por iniciativa propia. Una circunstancia que debería ser tenida en cuenta a la hora de plantear la idoneidad de planes de fomento del emprendimiento para que una amplia mayoría de iniciativas sean de gestión a pequeña escala y a nivel local, encabezadas por gente nativa de la región.

Al hilo de lo anterior, se debe tener en cuenta que en la medida en que se trabaje por un mayor desarrollo turístico en la provincia, cabe la posibilidad de que la población local pierda poder de decisión y gestión. Sobre todo, en caso de que proliferen ofertas turísticas no autóctonas o que no procuren una redistribución de los beneficios a escala local, lo que desvirtuaría el modelo de turismo sostenible y comunitario planteado en este plan.

Del mismo modo y como aspecto reseñable, es importante ver como existe una identidad compartida entre los seis municipios de la provincia, lo que implícitamente es una oportunidad para generar productos turísticos transversales a nivel comunitario. Sin duda, existen cuatro segmentos con potencial en este sentido.

Ecoturismo, entendido como turismo responsable de naturaleza, especialmente en lo que tiene que ver con espacios naturales protegidos (páramo y humedades) y áreas de influencia

Agroturismo, entendido como una puesta en valor de recursos agrarios y como un factor de complementariedad y diversificación de la economía rural a través de propuestas que vinculen el sector agroalimentario y el turístico

Turismo industrial, con especial incidencia en la visibilización de pequeñas iniciativas mineras artesanales, de gestión familiar y que estén implementando políticas medioambiental y socialmente responsables

Turismo religioso, para aprovechar el potencial del patrimonio eclesiástico y de culto que hay en la provincia y por su potencial como gancho para la articulación de productos de senderismo y peregrinación

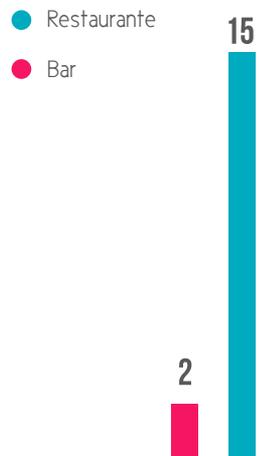


En términos generales, existe una informalidad patente y una falta de normalización/regulación de la oferta turística en la provincia, especialmente en lo referente a alojamientos y restaurantes. Al mismo tiempo, muchos de los prestadores de servicios están orientados hacia un perfil de público trabajador (ingenieros, personal de minas, funcionarios de diferentes ministerios, etc.), por lo que están poco especializados en las necesidades que puede tener un viajero vacacional o un turista.

También se percibe una falta generalizada de capacitación de los prestadores de servicios turísticos y una necesidad de profesionalización y mejora de calidad en el sector. Sobre todo, a nivel de idiomas (personal y materiales), gestión y atención al público, orden/limpieza, servicios de restauración y en actuaciones particulares en temas de sostenibilidad ambiental e interpretación del entorno.

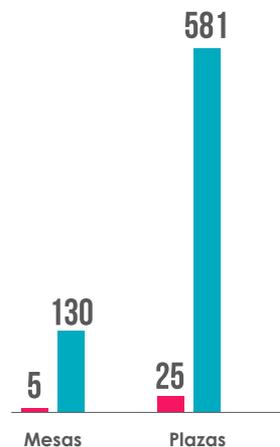
Al hecho de que las comunicaciones por carretera y las vías de acceso a los núcleos urbanos y rurales de los municipios no sean buenas, hay que añadir el que las opciones para alquilar transporte privado o turístico no sean fáciles. Fuera de la conectividad que ofrecen las busetas de transporte público de la compañía Flota Cáchira, alquilar un medio de transporte alternativo es proporcionalmente mucho más caro en comparación con el resto de operadores. Este hecho dificulta el acceso a determinados recursos con potencial turístico o la comunicación entre los diferentes municipios a la hora de montar una propuesta transversal de producto turístico.

También es reseñable la falta de oferta culinaria en la región, a pesar de contar con un número considerable



Cifras de establecimientos de restauración según tipología en la provincia de Soto Norte.

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por los Consejos Municipales de Turismo



Cifras de mesas y plazas individuales según tipología de establecimientos de restauración en la provincia de Soto Norte.

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por los Consejos Municipales de Turismo



Cifras de establecimientos de restauración según tipología y municipio en la provincia de Soto Norte.

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por los Consejos Municipales de Turismo

	Mesas	Plazas
Tona	32	155
Suratá	12	50
Matanza	29	117
Charta	6	26
California	51	233
Vetas		

Cifras de mesas y plazas en establecimientos de restauración según tipología y municipio en la provincia de Soto Norte.

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por los Consejos Municipales de Turismo

de restaurantes y de plazas individuales para atender a comensales. Cifras que, para nada, se entienden ante la dificultad latente a veces para encontrar un sitio dónde poder comer. El problema radica en que la práctica totalidad de los mismos no están adaptados a las necesidades de los turistas, sobre todo a nivel de horarios y disponibilidad de comida, pero también en lo que se refiere a la poca variedad del menú o de la carta. Incluso también en la estética o en la poca orientación hacia la puesta en valor de la producción local o del recetario tradicional de la región.

En la actualidad, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CdMB) tiene ya una serie de iniciativas certificadas de alojamiento y hospedaje de la cadena de ecoturismo. Esta certificación se realiza en base a un sistema de calidad con unos criterios que miden aspectos generales y aspectos de operación (gestión del agua, áreas verdes, energía, protección de flora y fauna, consumo de productos, limpieza y cosméticos, manejo de residuos sólidos, construcción e infraestructuras o beneficios económicos a las comunidades locales). Ver ANEXO 3.

Los alojamientos certificados son los siguientes:

VETAS:

Posada El Rinconcito Vetano, Posada La Cueva, Posada Villa de Oro, Posada Real Santurbán, Posada Miraflores, Posada El Alto y Posada La Aduana.

CALIFORNIA:

Hotel La Molienda y Hotel El Santuario.

SURATÁ:

Posada Bachiga.

CHARTA:

Posada Ucatá, Posada Pirita, Posada Balcón Florido, Posada Casa Vieja, Posada Río Arriba y Posada San José.

TONA:

Posada San Isidro.

En términos generales, el sistema de calidad y los criterios que se tienen en cuenta son correctos, aunque se aprecia una brecha entre los indicadores y la realidad, en el caso de algunas de las iniciativas certificadas. Se echa en falta un mayor control en la ejecución de los indicadores, para asegurar unos estándares mínimos en materia de sostenibilidad, sobre todo teniendo en cuenta que puede dar pie a erróneas interpretaciones por parte de los visitantes.

Además, hay cuestiones que no se incluyen en los criterios valorados, como un mayor peso a la hora de requerir presencia de oferta de productos agroalimentarios locales, de artesanía o la colaboración con otros prestatarios locales. No se valora el hecho de que se ponga en valor la arquitectura o técnicas de construcción tradicional de la región Tampoco el que se favorezca el uso o promoción del transporte público o de medios de transporte poco contaminantes con el entorno.





2.4 Demanda: perfiles actuales y futuros



Determinar los perfiles de demanda de cualquier actividad turística es tan complejo como necesario. La continua segmentación de los mercados hace imprescindible conocer bien a los usuarios para ofrecerles los servicios que desean, a la vez que se les puede orientar hacia las fortalezas y potencialidades como destino para atraer determinados tipos de visitante. En este apartado se evalúan los perfiles actuales y potenciales (futuros) que llegan o pueden llegar a la provincia, atraídos por un modelo de gestión en turismo sostenible y comunitario.

En la actualidad, un porcentaje mayoritario de los visitantes que llegan a la provincia de Soto Norte proceden del área metropolitana de Bucaramanga y son de origen local. Son turistas que, en muchos casos, visitan la zona sin pernoctar, por su propia cuenta o con todo contratado (guía y transporte o sólo transporte) desde origen. Esto hace que no quede prácticamente nada de beneficio para la comunidad local. Se trata de un perfil joven, algo aventurero y urbanita, de segmentos universitarios en salidas de campo o de gremios empresariales, con una horquilla de edad que oscila entre los 15 y los 39 años (25).

Esa cercanía al área metropolitana de Bucaramanga, que aglutina junto a Girón, Piedecuesta y Floridablanca a más de un millón de habitantes (más de la mitad de la población del departamento de Santander) es, sin duda, una ventaja competitiva. Una circunstancia que puede propiciar un turismo de cercanía, que conlleva una huella ecológica inferior en los desplazamientos, pero en torno al que hay que crear valor agregado para propiciar que se pernocte en la provincia.

Para ello, es fundamental trabajar para lograr una diferenciación de la oferta local a partir de actividades experienciales de turismo comunitario, agroturismo y/o ecoturismo (en las zonas de páramo y humedales). Esto podría permitir atraer a un perfil creciente de demanda (no sólo local, sino también nacional e internacional), que busca este tipo de propuestas.

En términos generales, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), las perspectivas del sector turístico a largo plazo marcan una senda clara y continua de crecimiento. Según sus previsiones, incluidas en el informe *Tourism Towards 2030* (Turismo hacia 2030) (26), las llegadas de turistas internacionales a escala mundial crecerán un 3,3% anualmente entre 2010 y 2030, hasta alcanzar los 1.800 millones.



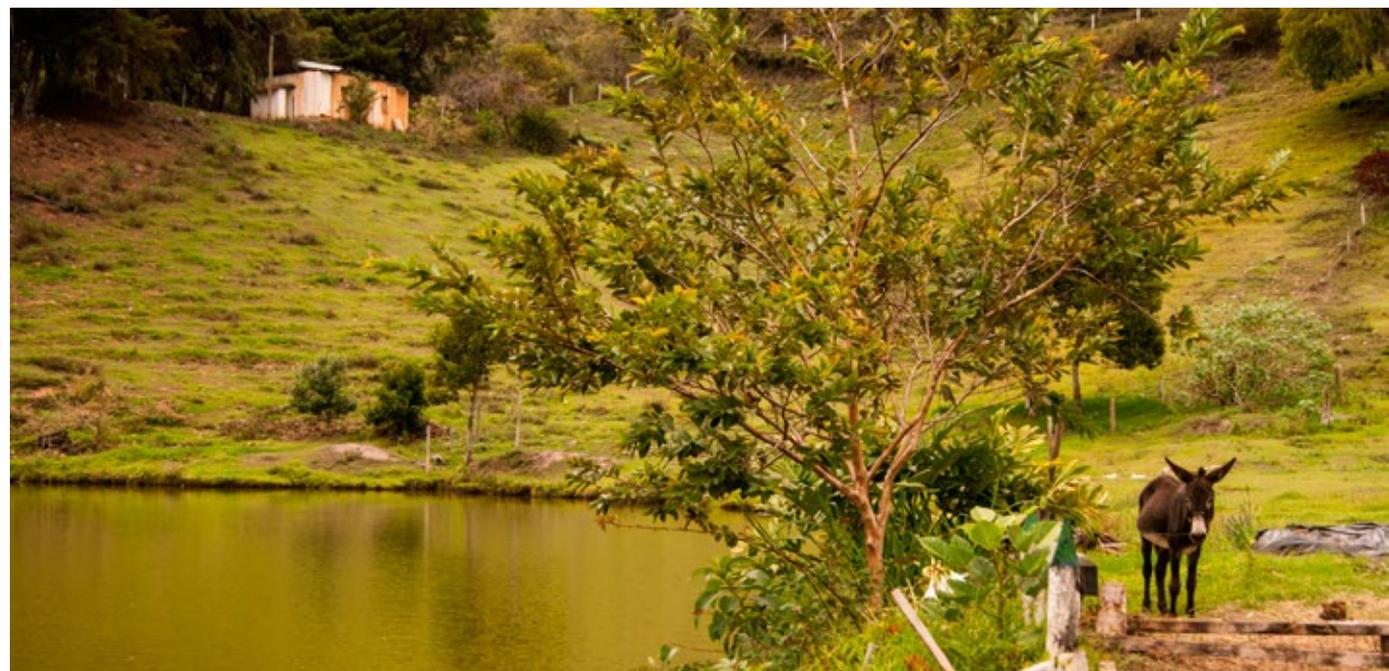
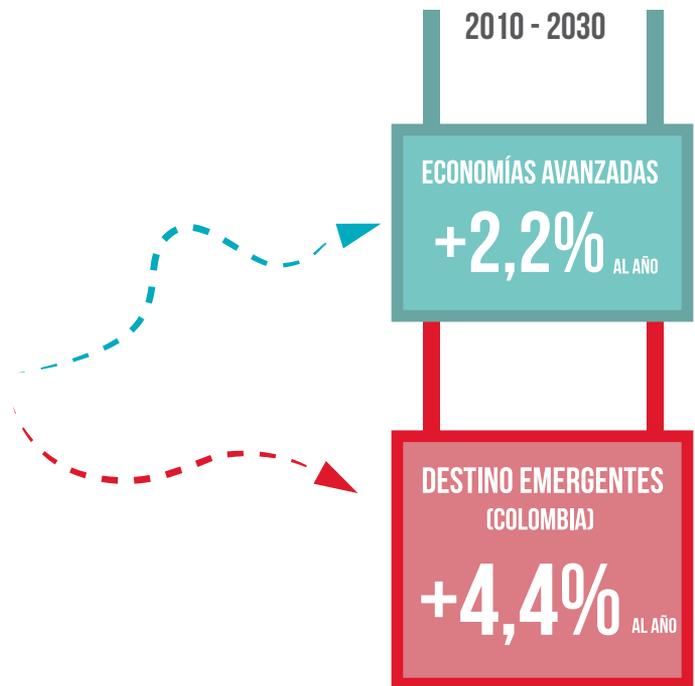
Entre 2010 y 2030, se prevé que el ritmo de crecimiento de llegadas a destinos emergentes (+4,4% al año), como es el caso de Colombia, doble el de llegadas a economías avanzadas (+2,2% al año). En este sentido, la cuota de mercado de las economías emergentes ha aumentado del 30% en 1980 al 45% en 2014 y se prevé que alcance el 57% en 2030, lo que equivaldrá a más de mil millones de llegadas de turistas internacionales.

En este contexto de crecimiento, la demanda mundial de turismo sostenible gana cuota de mercado a más ritmo que el turismo convencional. De hecho, lo hace 12 puntos por encima, a un ritmo del 16% frente al 4% del convencional. El 52% de los viajeros de todo el mundo afirma que le gustaría elegir un destino para sus vacaciones teniendo en cuenta la posibilidad de reducir el impacto medioambiental o de que sus actividades beneficien a la comunidad local, según las conclusiones de una encuesta realizada por Booking.com a 32.000 viajeros de 16 países en 2015 (27). El año anterior, sólo un 10% se decantó por viajes sostenibles (ecológicos, de voluntariado, alojamiento en una granja o vacaciones en un camping).

Además, conviene reseñar cómo el perfil del viajero sostenible tiene un poder adquisitivo medio-alto y no sólo gasta más, sino que gasta mejor, ya que se preocupa de contratar a prestatarios locales, de redistribuir al máximo los beneficios que se generan con su visita, de impactar lo menos posible en el entorno y de premiar las buenas prácticas medioambientales y socioculturales. Un beneficio integral que además propicia intercambios culturales y sociales sanos y enriquecedores entre el que visita y el que recibe.



! Un 52% de los viajeros afirman ser potenciales Turistas Responsables.



En este contexto, además, hay que tener en cuenta algunas tendencias:



1. URBANIZACIÓN CRECIENTE

Las ciudades del mundo, especialmente las situadas en **Norteamérica** y **Europa** (potenciales mercados emisores internacionales) aunque también los principales núcleos urbanos colombianos como **Bogotá**, **Cali**, **Medellín** o **Bucaramanga**, están creciendo rápidamente. Una circunstancia que genera muchas situaciones de estrés en el día a día de sus habitantes debido a la densidad urbana, al incremento del tráfico, a la contaminación del aire o del ruido y a la pérdida de zonas verdes.

Los trabajadores y las clases medias urbanas gastan cantidades ingentes de tiempo en ambientes artificiales. Edificios de oficinas con aire acondicionado, coches, apartamentos altos, asientos frente a pantallas de ordenadores y artefactos inalámbricos. Todo ello forma parte del estrés de vivir en la ciudad y cuando salen de viaje buscan reconectarse con la naturaleza en ambientes más tranquilos, acogedores y sosegados.



2. NECESIDAD DE CONECTARSE CON LA NATURALEZA

Al hilo de lo anterior, los trabajadores y las clases medias urbanas buscan cómo gastar su tiempo de ocio en áreas donde puedan 'reconectarse' con la naturaleza. Hacer caminatas, acampar, observar vida silvestre o estar en contacto con actividades tradicionales en el medio rural supone una oportunidad de escapar de los ambientes urbanos y las vidas estresantes del trabajo.



3. EL TURISMO DE EXPERIENCIAS

Frente a destinos de masas con productos estandarizados producidos en serie, las nuevas tendencias turísticas de bajo impacto y a pequeña escala apuestan por actividades y propuestas vivenciales para los viajeros que les reporten emociones perdurables. Esa vivencia en sí misma es el producto, la experiencia a ofrecer. Más que coleccionar destinos y lugares, lo que busca un viajero responsable es sentir y vivir experiencias auténticas en los destinos que visita, percibiéndolas como parte de sus patrones habituales de consumo turístico.



4. DEMANDA POR AUTENTICIDAD

La clave del turismo de experiencias está en crear la atmósfera perfecta para que estas experiencias surjan de forma natural de la interacción del viajero con actores locales (artesanos, reposteros, cocineros, agricultores, etc.), en un contexto que funciona con o sin el turista, no que se crea específicamente para él. En este sentido, no se puede caer en la teatralización o musealización de las experiencias y, para ello, es necesario un manejo adecuado de los tiempos y de los tamaños de los grupos. Los viajeros responsables desean vivir experiencias en base a propuestas que no hayan sido creadas específicamente y únicamente para el consumo turístico. La clave es poner en valor usos cotidianos que, además, puedan ser aprovechados para la actividad turística.

Las experiencias creadas por tour operadores, parques temáticos, líneas de cruceros o resorts suelen estar basadas principalmente en el consumo y el entretenimiento manufacturado o producido en masa. Este tipo de propuestas provocan el rechazo de este perfil de viajero consciente, que por contra desea conocer un contexto real y es lo suficientemente sabio y maduro como para darse cuenta fácilmente de la diferencia.

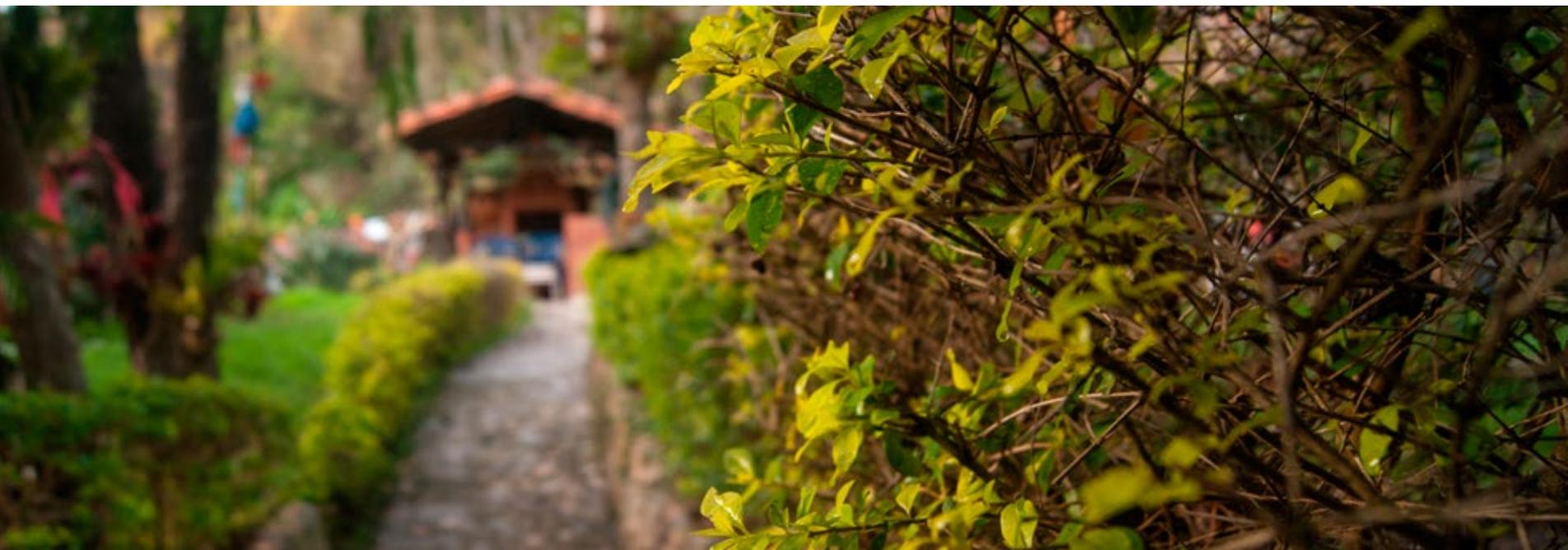
Todos estos paradigmas en torno a la forma de concebir el turismo en conexión con la naturaleza a través de experiencias auténticas, en contacto con la realidad de la comunidad local, son los patrones sobre los que se asienta el turismo rural comunitario. Un modelo asociado a la búsqueda de un equilibrio medioambiental, sociocultural y económico de la actividad turística, siempre desde la óptica de la gobernanza local, que debe ser el paraguas bajo el que se asiente la propuesta turística en Soto Norte.

Una fórmula que atrae a un perfil de público que busca descubrir costumbres locales y ancestrales, con estilos de vida diferentes al suyo. Además, con un rol esencialmente participativo, que le permita interactuar y compartir vivencias con los pobladores de las comunidades nativas. El entorno natural y los paisajes que se pueden apreciar alrededor de la población local se consideran un valor añadido fundamental, que complementa la sensación de vivir en un hábitat natural.

El ecoturismo, un sector a desarrollar de forma prioritaria

Dentro del mencionado modelo de turismo sostenible y comunitario, la provincia de Soto Norte debe aspirar a desarrollar más productos atractivos de ecoturismo, entendido como una modalidad de turismo responsable de naturaleza para conocer los atractivos naturales (paisaje, biodiversidad de flora y fauna u otros) y las manifestaciones culturales del pasado y el presente del territorio. Todo ello en base a prácticas medioambientalmente responsables, en zonas de interés ecológico y medioambiental, como son principalmente toda la superficie delimitada del Páramo de Santurbán y su área de influencia. Con el objetivo de propiciar la participación local en la toma de decisiones y la redistribución sostenible de los beneficios que se generen con la actividad turística.

En este sentido, el ecoturismo es, sin duda, un sector en auge a nivel mundial. Con buenas perspectivas de generación de una demanda turística diferente y consciente, según la Organización Mundial del Turismo, en el 2020 el ecoturismo será el sector turístico con más crecimiento y podría significar en torno al 20-30% del movimiento turístico mundial (38). Un ejemplo en este sentido de una actividad ecoturística en auge a nivel mundial es el turismo ornitológico. En 2011, 2,8 millones de aficionados en Reino Unido y 46 millones en los EEUU practicaron en algún momento turismo ornitológico. En la actualidad, hay cuatro millones de personas en Europa (de los que un millón está sólo en Reino Unido) o 600.000 personas en EEUU que son miembros de asociaciones ornitológicas. En EEUU, 18 millones de *birders* realizan como mínimo un viaje al año fuera de su lugar de residencia para la observación de aves.



	ESPAÑOL	BRITÁNICO	ALEMÁN	FRANCÉS
EDAD	Joven (59% de ellos entre 20 y 39 años).	25 - 54 años (46%), seguido de mayores de 55 años (36,5%).	30 - 59 años. Si bien destaca más la franja entre los 40 y 44 años.	35 - 50 años (51%). Seguido de los 50 - 63 años (30%).
MOTIVACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Visita a espacios protegidos y áreas naturales. - Realizar actividades en contacto con la naturaleza. - Convivencia con otras culturas. - Contemplación de fauna, flora y paisajes sobresalientes o poco degradados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Observar y conocer diferentes paisajes. - Descubrir otras culturas. - Vivir aventuras en contacto con la naturaleza. - Observar flora y fauna en su estado primitivo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Práctica de deporte. - Aman la naturaleza. - Interés por el paisaje, la cultura y la gente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Descubrir la naturaleza. - La fauna y la flora (16%). - Descubrir otras civilizaciones y culturas (14%).
INGRESOS MEDIOS MENSUALES	1.500 y 2.400 € (57%)		3.000 €	1.524 - 3.049 € (44%) y superiores a 3.049 € (44%)

*El perfil del ecoturista europeo. Estudios de mercado Organización Mundial del Turismo



2.5 Comunicación, promoción y comercialización



La comunicación, promoción y comercialización de la oferta existente son aspectos clave para conseguir atraer potenciales clientes a nivel turístico. En este apartado se analizan herramientas de comunicación y promoción a disposición de un modelo de turismo sostenible para diferenciarse en el mercado. También se expondrán ideas de potenciales iniciativas de comunicación y/o comercialización de productos en el marco de un modelo de turismo sostenible.

El nivel de desarrollo del turismo en términos relativos en la provincia de Soto Norte está todavía en una fase muy inicial. Apenas se está comenzando a estructurar la oferta, por lo que aún se está haciendo muy poco para atraer a la demanda. Esto hace que se observe una palpable carencia de canales consolidados de comunicación y promoción, tanto a nivel institucional como a nivel individual o privado. Reseñable es también el hecho de que no se haya trabajado aún una imagen de la provincia, ni un relato trabajado y reconocible para los visitantes que lleguen.

Esta circunstancia es llamativa en lo que respecta a la presencia y penetración en redes sociales y en internet. No existe a día de hoy un portal de comercialización, comunicación o promoción de prestadores de servicios y las escasas iniciativas en este ámbito responden a impulsos individuales y aislados. Hay poca información sobre la provincia en medios propios o materiales de comunicación/promoción y en la red. Lo que hay, en este sentido, a nivel de folletos, cartelera, mapas o recomendaciones, es muy escaso y son propios de iniciativas individuales de determinados agentes con presencia en el territorio.

Sería interesante ahondar en estrategias de comunicación y comercialización que ayuden a crear sentido de pertenencia entre la población local con respecto al modelo de turismo sostenible y comunitario propuesto en este plan.

Iniciativas que, al mismo tiempo, sirvan de escaparate hacia un visitante responsable y consciente, dando a conocer diferentes prestadores, recursos y actividades en la provincia, diversificando la oferta turística local. Algunos ejemplos:

Festival Anual del Agua

- A celebrar durante un fin de semana (o durante una semana, culminando en fin de semana con las actividades principales)
- Programa que incluya muestras y talleres de artesanía local, acciones de divulgación y sensibilización en torno a la importancia de conservar los acuíferos, los humedales y todo el Páramo de Santurbán, visitas y experiencias singulares en fincas, gastronomía tradicional y puesta en valor de la cultura y la etnografía asociada en la región.
- Sensibilización hacia la población local y a los viajeros sobre los principios del turismo responsable.

Pasaporte del turista consciente

(Estilo Pasaporte de los Pueblos Patrimonio de Colombia)

- Acción de marketing de fidelización para dar a conocer la provincia y sus principales recursos, con posibilidad de ir "fichando" en cada lugar que se visite o actividad que se realice. Si se completa el "pasaporte" se opta a un premio específico, que puede ser un producto de artesanía local.

La necesaria comercialización del modelo (29)

Para que un modelo de turismo sostenible y comunitario como el que se plantea en este documento sea viable, es clave desarrollar una adecuada estrategia de comercialización desde sus inicios. Para asegurar mayores posibilidades de éxito, se deben establecer canales de comercialización directa, junto con estructuras de intermediación comercial, a nivel comunitario y procomunitario. Un proceso que debe tener incidencia y conexión con herramientas y actores comercializadores, tanto en los países emisores como en el propio destino, a través de receptivos. Una figura, esta última, de la que se carece ahora mismo en la provincia de Soto Norte y que resulta fundamental para ejercer como puente entre los distintos prestadores de servicios que operan en la región y agencias de viaje o tour operadores localizados en los potenciales mercados emisores de visitantes.

Comercialización directa: La experiencia de numerosos casos muestra la potencialidad y mayores garantías de éxito en modelos que han dependido poco o nada de donantes y acompañantes externos y que se han orientado de forma directa hacia el turismo de proximidad, conectando especialmente con las necesidades del ocio popular y de clases medias locales (Zapata et al., 2011). Esto pone en evidencia las posibilidades de negocio orientadas hacia la base de la pirámide, también en el campo del turismo, especialmente cuando los negocios están dirigidos por estructuras empresariales procedentes de esos mismos grupos sociales, como puede ser el caso de Soto Norte.

La comercialización directa sin embargo no se agota en los mercados locales y nacionales. Son numerosas las iniciativas comunitarias que han desarrollado diferentes estrategias que les han permitido captar al turista internacional de forma directa sin recurrir a otras estructuras empresariales de intermediación. Las principales vías han consistido en disponer de una ubicación geográfica próxima a núcleos turísticos ya establecidos o con un especial atractivo que actúa como reclamo, fortalecer su posicionamiento en los circuitos turísticos internacionales de determinados colectivos, en especial mochileros, por medio de guías turísticas y a través de Internet con páginas Web propias o destacados en otras páginas de mayor frecuentación. Herramientas, todas ellas, que se pueden tener en cuenta o desarrollar en Soto Norte.

Estructuras de intermediación procomunitarias. Entre las dinámicas relevantes en los procesos de comercialización internacional del turismo comunitario en América Latina sobresale durante los últimos años la consolidación de diferentes estructuras de intermediación, creadas a partir de la articulación de algunas iniciativas comunitarias o a partir de la alianza de ellas con otros actores, y que han logrado fortalecer su conexión con el mercado e incrementar el número de visitas e ingresos de una gran cantidad de iniciativas comunitarias. El desarrollo de una estructura propia de intermediación (o en sinergia con otras iniciativas comunitarias en Colombia) o la alianza con otras entidades con largo recorrido en otros países del contexto latinoamericano, puede ser una alternativa también a valorar.



2.6 Instrumentos de ordenamiento, planificación, gestión y seguimiento

Por instrumentos de planificación se consideran aquellos documentos normativos y de gestión que permiten ordenar los recursos naturales y culturales de la provincia, integrándolos en el conjunto del territorio y regulando el tipo de actividades que puedan realizarse dentro de determinadas áreas frágiles de interés ecológico. En este apartado se detalla el potencial de algunos instrumentos de planificación, gestión, regulación y seguimiento, en donde tienen cabida figuras de ordenación de la actividad turística.

Las principales necesidades actuales en materia de ordenamiento y planificación se centran en la zona del Páramo de Santurbán y su área de influencia. En diciembre de 2014, un trabajo realizado por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC), junto con el Instituto Alexander Von Humboldt, fue la base para la propuesta de delimitación y catalogación de 98.954 hectáreas del Páramo de Santurbán (el 76% del total) como Espacio Protegido, que se hizo al Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

A pesar de esta declaratoria en diciembre de 2014, en la actualidad no hay una política clara de ordenación, regulación de usos y zonificación del espacio protegido. Por consiguiente, tampoco existen filtros, ni control de los visitantes que están llegando a la región, especialmente en lo referente al páramo, los humedales y los sistemas lagunares. Para ello, resulta fundamental realizar estudios técnicos que planteen una propuesta para delimitar la capacidad de carga de los puntos calientes en biodiversidad y

áreas ecológicas frágiles. Un análisis que debe ampliarse, además, a todo tipo de recursos con potencial turístico y no sólo desde una perspectiva medioambiental, sino también sociocultural, de manera que la actividad turística no afecte al día a día de la comunidad, ni tampoco a sus usos y costumbres.

Al mismo tiempo, se percibe un déficit de normas y ordenamientos que regulen las actividades turísticas desde una perspectiva de sostenibilidad integral (medioambiental, sociocultural y económica). Por el contrario, se aprecia como existe una tendencia generalizada para hablar de ecoturismo o turismo sostenible, con una sobre saturación del uso del prefijo eco, aunque en realidad existe un desconocimiento de criterios y modelos de actuación en esta línea. Tampoco hay una regulación o una política que favorezca la puesta en marcha de circuitos cortos de comercialización de determinados productos agroalimentarios locales, a través de restaurantes y/o alojamientos. Algo que, verdaderamente, ayudaría a incentivar y mejorar la competitividad del sector primario en la región, aprovechando el potencial del mercado turístico.



Sin duda, existe una oportunidad en el corto plazo que podría ayudar a paliar algunas de las debilidades mencionadas, ya que estamos a las puertas de elaborar un nuevo Esquema de Ordenamiento Territorial (EOT). En la medida en que se contemple la regulación de los usos permitidos, prohibidos, zonificaciones y capacidad de carga medioambiental y sociocultural de los principales recursos de la región, se podrá trazar una importante figura de ordenamiento que sustente el modelo de turismo sostenible a plantear con este plan. Especialmente las zonas de mayor fragilidad ecológica (páramos, humedales y alta montaña) y no sólo en lo que respecta a los EOTs, sino también a los nuevos Planes de Desarrollo de las nuevas alcaldías entrantes para el periodo 2016-2019.

A nivel conceptual y de modelo, resulta innegable que existe una sinergia clara con otros proyectos en marcha en la región. Por ejemplo, con una iniciativa impulsada desde la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB) en algunas veredas rurales del municipio de Tona. Con el mismo se pretende generar fórmulas de prestación de servicios turísticos con 25 familias locales, como complemento a actividades y rentas agrarias.

Por otro lado, y tal y como se ha mencionado ya en este documento con anterioridad, desde la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) se está impulsando un proyecto con una dimensión de ecoturismo, vinculada al Páramo de Santurbán y a los municipios de su jurisdicción, especialmente a los de la provincia de Soto Norte. Así quedó plasmado en el proyecto final del Plan de Desarrollo Turístico de Santander, coordinado por la Gobernación de Santander, el Fondo de Pro-

moción Turística, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la CDMB y otras entidades especializadas en el sector.

La idea es articular el plan turístico del departamento en torno a una cadena de valor que potencie particularmente el ecoturismo. Para ello, en las discusiones generadas en los talleres preparatorios para elaborar dicho plan, los expertos y la comunidad santandereana tuvieron en cuenta tres criterios fundamentales:

- 1) Planificación del territorio
- 2) Zonificación ambiental
- 3) Saneamiento básico

Además, en términos de planeación turística y especialmente en lo que al desarrollo turístico de la región se refiere, se tiene en cuenta la necesidad de mejorar la conectividad de la provincia de Soto Norte con el área metropolitana. También se prevén líneas de trabajo en torno a las cadenas de prestadores de servicios, las cadenas de proveedores y los consumidores como tal. Todo ello con el objetivo de que los servicios públicos en las zonas planificadas, garanticen la calidad, la cobertura y la continuidad, para que el turista se vaya satisfecho.

Por último, cabe reseñar la conveniencia de regular cuanto antes el uso del espacio público para fines turísticos. En la actualidad no se aprecia una necesidad palpable en ese sentido, sin duda debido a la poca afluencia estable de visitantes. Sin embargo, observando las dinámicas recurrentes que se generan en otros territorios a poco que va ganando enteros la actividad turística, es una cuestión a tener en cuenta ya. Sobre todo, para delimitar usos y cortar de raíz posibles intentos

de banalizar y mercantilizar espacios que deben tener, por encima de todo, una función primordial de servicio público a la ciudadanía.

Asimismo, no existe tampoco un control de datos, características o perfiles de los visitantes que llegan a los diferentes municipios. Una circunstancia por la que no se puede llevar un cierto seguimiento de las motivaciones de viaje o datos técnicos que permitan trazar estrategias de planificación y gestión de la demanda a corto, medio y largo plazo.



2.7 Marcos de colaboración y coordinación entre agentes

Todos los municipios de la provincia de Soto Norte cuentan con su Consejo Municipal de Turismo constituido, en donde están representados todos los gremios que tienen que ver directa o indirectamente con el turismo. Esta circunstancia es, sin lugar a dudas, un buen marco de trabajo para propiciar sinergias y dinámicas de colaboración público-privada a nivel local. De todos modos, dichos consejos tienen un desigual funcionamiento y operatividad en los diferentes municipios, por lo que es necesario incentivarlos para que se generen procesos de gestión similares en toda la provincia.

En la medida en que los Consejos Municipales de Turismo funcionen correctamente como figuras participativas y de debate en el sector, con la participación de una diversidad amplia de actores, se tejerán instrumentos ágiles de comunicación y coordinación entre agentes. Tanto a nivel organizativo y de planificación en torno a políticas turísticas, como a nivel de implicación y compromiso por parte de los diferentes prestatarios y entes a involucrar.

A nivel sectorial hay una carencia de asociaciones gremiales que agrupen a diferentes prestadores por ámbitos de actuación: alojamientos, restaurantes, bares y cafeterías o artesanos. Esta circunstancia dificulta la suma de fuerzas en torno a un solo actor que facilite y potencie acciones conjuntas en materia de capacitación, sensibilización, comunicación, comercialización, sinergias entre agentes, creación de producto turístico, asesoramiento sindical/laboral y normalización/regulación. En algunas ramas, como pueden ser los alojamientos por un lado y, sobre todo, los guías por otro, puede ser una fórmula que genere oportunidades para mejorar la cohesión y la calidad del servicio.

Para terminar, tal y como se señaló en los talleres participativos celebrados en Suratá en noviembre de 2015, sería muy interesante articular un órgano de gestión y toma de decisiones a nivel supramunicipal. Una mesa con representación de todos los Consejos Municipales de Turismo de Vetás, California, Matanza, Charta, Tona y Suratá, además de representantes de instituciones públicas y privadas con influencia en la región, para generar sinergias, espacios de trabajo, ámbitos de actuación conjunto y líneas de creación de productos temáticos en la provincia. Un órgano que dé sentido y coherencia a esa dimensión comunitaria y de gobernanza local, con poder de decisión consensuada en toda la región.

Precisamente, muchas de las cuestiones planteadas en este apartado fueron recogidas en las conclusiones del encuentro de Consejos Municipales de Turismo, realizado en Charta en mayo de 2015 y organizado por la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CdMB):

- 1 Fortalecimiento de la cadena de valor del ecoturismo de cada municipio, como estrategia de competitividad regional.
- 2 Visibilizar los Consejos Municipales de Turismo como entes rectores de la política pública del sector en cada localidad.
- 3 La necesidad de que los consejos de turismo participen e incidan en la formulación de los planes de desarrollo municipales de la vigencia 2016-2019.
- 4 Afianzar el patrimonio natural y cultural de cada municipio como medida diferenciadora de los destinos turísticos de la provincia de Soto Norte.
- 5 Establecer la Red provincial de Consejos Municipales de Turismo, como alternativa asociativa para promocionar los destinos y productos turísticos de la región.

2.8 Análisis DAFO

1. FORTALEZAS

- Gran riqueza en biodiversidad.
- Muchas áreas de bosque nativo.
- Simbiosis entre patrimonio urbano y rural.
- El páramo es el ecosistema con mayor irradiación solar del mundo.
- Flora de montaña más rica del planeta.
- Fauna singular como el oso andino, el cóndor y el puma.
- Migraciones de aves singulares.
- Diversidad de tradiciones culturales que pueden generar interés turístico.
- Numerosos lugares de culto y patrimonio eclesiástico con potencial para el turismo religioso.
- Potencial para generar una red de caminos y senderos bien habilitada por toda la provincia.
- Mínima oferta ya existente de prestadores de servicios de gestión local.
- Peso relevante de la mujer en el sector turístico: igualdad de género y equidad social.
- Proyección del modelo de gobernanza comunitaria vehiculado a través de la red de posadas turísticas.
- Asociaciones u operadores municipales con herramientas para generar oferta turística combinada.
- Consejos Municipales de Turismo constituidos en todos los municipios de la provincia.
- Buen marco de trabajo para propiciar sinergias y dinámicas de colaboración público-privada a nivel local y regional.

2. AMENAZAS

- El 75% del Páramo de Santurbán sufre de severos impactos ambientales.
- Deficitario estado de conservación de las vías de comunicación.
- No existe el suficiente tratamiento de aguas para el consumo.
- Débiles políticas de manejo de residuos sólidos o de reciclaje.
- Red ineficiente de alcantarillado o parqueaderos públicos
- Carencias en materia de ordenamiento y planificación en la zona del Páramo de Santurbán y su área de influencia: no hay una política clara de regulación de usos y zonificación del espacio protegido.
- No existen filtros, ni control de los visitantes que están llegando a la región, especialmente en lo referente al páramo, los humedales y los sistemas lagunares.
- No hay estudios técnicos que planteen una propuesta para delimitar la capacidad de carga de los puntos calientes en biodiversidad y áreas ecológicas frágiles.
- No se está regulando el uso del espacio público para fines turísticos en los diferentes municipios de la provincia.
- La nueva coyuntura turística en el país puede conllevar un aumento exponencial de turistas sin mucha planificación y ordenamiento.

3. OPORTUNIDADES

- Pequeñas iniciativas de minería artesanal como valor añadido en la identidad de la región.
- Sector agroalimentario amplio con potencial para generar sinergias con el turístico.
- Existencia de un sistema de calidad regulado desde la CdMB para el segmento ecoturístico.
- Coyuntura turística con aumento de visitantes extranjeros que ayuda.
- Coyuntura nacional y proceso de paz favorecen desarrollo del turismo.
- Modelos de turismo sostenible ganan cuota de mercado frente a modelos más tradicionales.
- Perfil de viajero responsable gasta más y mejor: redistribuye los beneficios a nivel local.
- Tendencias internacionales favorecen el modelo planteado: reconexión con la naturaleza, experiencias y autenticidad local.
- Cercanía con el área metropolitana de Bucaramanga: un millón de potenciales viajeros para favorecer un turismo de cercanía.
- Proyección para liderar canales de comercialización directa o de intermediación, junto con estructuras de intermediación comercial, a nivel comunitario y procomunitario, propias o en sinergia con otras iniciativas comunitarias en Colombia.
- Cercanía hacia núcleos turísticos más consolidados, que abren opciones y vías de comercialización directa hacia un público internacional y nacional.
- Propuesta de delimitación y catalogación de 98.954 hectáreas del Páramo de Santurbán (Instituto Geográfico Agustín Codazzi -IGAC- y el Instituto Alexander Von Humboldt).
- Elaboración de un nuevo Esquema de Ordenamiento Territorial (EOT): regulación de usos permitidos, prohibidos, zonificaciones y capacidad de carga para los próximos diez años.
- Nueva coyuntura local con los Planes de Desarrollo de las nuevas alcaldías entrantes para el período 2016-2019.
- Proyecto de certificación en ecoturismo por parte de la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB).
- Potencial para tejer instrumentos ágiles de gestión, comunicación y coordinación entre agentes a partir de los Consejos Municipales de Turismo.

4. DEBILIDADES

- La catalogación de recursos turísticos no es buena.
- Falta de sensibilidad por el cuidado y conservación del ecosistema y del entorno.
- Poca penetración del mercado agroganadero en el sector turístico.
- Patrimonio arquitectónico en desigual estado de conservación.
- Carencia de equipamientos y servicios públicos de apoyo en materia turística, así como infrautilización de infraestructuras con potencial uso turístico.
- No hay infraestructuras, equipamientos o propuestas adaptadas para personas con discapacidad o movilidad reducida.
- Oferta complementaria (actividades, gastronomía o artesanía) al alojamiento escasa o relativa. Falta de identidad en torno a estos recursos.
- Poca profesionalización de los guías: falta más interpretación del entorno, mejores informaciones y más valor añadido.
- Muchos prestadores no llegan a unos mínimos estándares de calidad en el servicio.
- Desigual presencia de cooperativismo turístico y de asociaciones gremiales en la región.
- Expectativas de negocio de la población local por cuenta ajena, muy poco por iniciativa propia.
- Poca especialización en las necesidades de los viajeros vacacionales y turistas.
- Escasa oferta de transporte privado o turístico y comparativamente muy cara con respecto al transporte público.
- Poco beneficio para la comunidad local con el viajero de cercanía. Llega por su cuenta o con todo contratado en origen.
- No existe aún un plan de comercialización y promoción muy ordenado, ni un portal de comercialización, comunicación o promoción de prestadores de servicios.
- Carencia de canales consolidados de comunicación y promoción.
- No se ha trabajado aún una imagen de la provincia, ni un relato trabajado y reconocible para los visitantes.
- Escaso material de promoción y comunicación online y offline.
- No existe una figura de agencia receptiva, que conecte con herramientas y actores comercializadores, tanto en los países emisores como en el propio destino.
- No se favorece la puesta en marcha de circuitos cortos de comercialización de productos agroalimentarios locales.
- No se implementa un control de datos, características o perfiles de los visitantes que llegan a los diferentes municipios.
- Desigual funcionamiento y operatividad de los Consejos Municipales de Turismo.
- No hay un órgano de gestión y toma de decisiones a nivel regional, con representación de todos los Consejos Municipales de Turismo y de diferentes actores relevantes.
- No es suficiente el control en la ejecución y la amplitud de los indicadores de la certificación de la CdMB.

2.9 Conclusiones

1. La región de Soto Norte posee un diverso patrimonio natural y cultural en torno a diferentes hábitats, especies, paisajes, tradiciones y fenómenos naturales. De entre todo ello, destaca un ecosistema por único y singular, como es el Páramo de Santurbán. Sin duda, es el eje central que articula toda la región, desde un punto de vista medioambiental y social, en torno al valor del agua y de todas las especies de flora y fauna que lo habitan. Existe asimismo una simbiosis entre el patrimonio rural y urbano de los municipios, muy integrados en el entorno, lo que hace que existan recursos a poner en valor relativamente cerca de los pueblos. Es necesario hacer un estudio detallado de aquellos con más potencialidad turística, priorizando los de mayor atractivo, salvaguardando los entornos más frágiles e implementando mecanismos para reinvertir parte de los beneficios que se generen con la actividad turística en la conservación y mejora de los recursos.

2. Resulta clave y fundamental que el proceso de valorización turística del patrimonio natural y cultural de la provincia de Soto Norte con potencialidad para atraer visitantes, especialmente en todo lo referente al Páramo de Santurbán, se haga considerando su fragilidad frente a los posibles impactos de las visitas. Es necesario trabajar en una correcta planificación turística coherente con la capacidad de carga medioambiental y sociocultural, respetando los porcentajes de personas, priorizando grupos pequeños y ejecutando medidas para minimizar los impactos. Además, el desarrollo del turismo se hará favoreciendo prioritariamente el desarrollo local y la participación de los agentes y la ciudadanía que conviven con dichos recursos.

3. Es necesario trabajar en la mejora de las infraestructuras públicas de apoyo al turismo sostenible y comunitario en Soto Norte. Resulta fundamental la habilitación de puntos de información turística que canalicen la llegada y bienvenida de los visitantes, incorporando información sobre los diferentes prestadores de servicios o recursos a visitar y añadiendo recomendaciones para ser un viajero responsable en el territorio. Igualmente, prioritarias deben de ser actuaciones para mejorar la señalización y mejora de senderos, caminos, ciclorutas, miradores y espacios de esparcimiento en áreas urbanas y rurales, así como la habilitación de algún centro de interpretación y/o conservación en alguna infraestructura ya existente pero inutilizada en la región.



4. Convendría sistematizar métodos de transporte turístico a los principales recursos y áreas a visitar en la provincia, unificando horarios y tarifas, con el objetivo claro de minimizar el uso del transporte privado por parte de ciudadanía y turistas por las trochas y caminos. Esta circunstancia, además, podría ser un filtro para controlar la afluencia de visitantes a determinados recursos. A medio-largo plazo hay que tener en cuenta la necesidad de adaptar equipamientos a personas con necesidades especiales (visuales, auditivas, cognitivas, a nivel de movilidad, etc.). Un reto importante con el que se trabajaría por una especialización interesante, la del turismo accesible.

5. Es necesario un ejercicio de planificación y ordenamiento en torno a los prestadores de servicios, que asegure cumplir con los estándares fiscales, de calidad y de sostenibilidad necesarios para trabajar por un sector competitivo y estratégico en la región. Mención aparte merece la oferta de restaurantes, que es necesario incentivar para mejorar la calidad y variedad del servicio, ligándola a la identidad local. Asimismo, cabe mencionar que hay carencias a nivel de productos turísticos ofertados, especialmente a nivel de artesanía, gastronomía tradicional y con una vinculación con la producción agroalimentaria en la región. Tampoco se ha trabajado especialmente la generación de productos combinados que integren diferentes actividades y modalidades turísticas (ecoturismo, turismo gastronómico, cultural, activo, etc.).

6. De no hacerse con el adecuado ordenamiento, un potencial crecimiento de nuevas iniciativas turísticas podrían desvirtuar el necesario modelo de turismo sostenible y comunitario planteado en este documento para la región, que debería ir intrínsecamente ligado a un modelo de gestión y convivencia ciudadana. Es fundamental trabajar en una mayor especialización de la oferta (propuestas de actividades y productos turísticos), abriendo el abanico al mundo de la conservación y la educación ambiental. Cabe también una mayor profesionalización y refuerzo de aptitudes lingüísticas, sobre todo de los responsables de los alojamientos, de los operadores y potenciales guías, para dar un servicio de calidad a viajeros extranjeros.

7. Es necesario un marco de trabajo para la oferta de servicios en base a compromisos de sostenibilidad medioambiental, sociocultural y económica, para solventar esta circunstancia y asegurar unos parámetros asociados al modelo de cara a un creciente segmento de demanda, que busca un turismo diferente, tranquilo, poco masificado, de bajo impacto, consciente y con un valor añadido experiencial. Las tendencias turísticas a nivel mundial y nacional apuntan a una demanda potencial en aumento de viajeros responsables en esta línea, que apuestan por modelos de turismo sostenible a la hora de planificar sus vacaciones.

8. Existen carencias en torno a la poca penetración en el entorno online (uso limitado de redes sociales) y falta de un portal web que aglutine herramientas de promoción y comercialización de prestadores de servicios, productos turísticos y/o recursos en la provincia de Soto Norte.

9. Es imprescindible trabajar por completar la catalogación como Espacio Natural Protegido del Páramo de Santurbán, especificando todo lo relativo a los usos turísticos permitidos, limitados y prohibidos, incorporando estudios de zonificación y capacidad de carga. Al mismo tiempo, también es recomendable trabajar por una mayor visibilidad y concienciación, no sólo hacia el viajero sino también hacia la población local, de todos los humedales y sistemas lagunares, dando a entender su importancia a nivel de conservación y la necesidad de respetar las áreas de mayor fragilidad ecológica.

10. Hay una necesidad de trabajar por la sistematización de información y datos en materia turística a nivel cuantitativo y cualitativo, especialmente en lo referente al perfil de los viajeros que llegan a la región (nacionalidad, edad, motivación de viaje, duración de la estancia, etc.). Un sistema metodológico de recogida de la información podría ser el punto de partida de una adecuada planificación de la oferta (productos y proveedores) y de la gestión de la demanda a medio y largo plazo.

11. Resulta imprescindible profundizar, a nivel regional en el conjunto de la provincia, en mecanismos de colaboración, coordinación, comunicación y fluidez entre la administración y los diferentes actores privados involucrados a día de hoy en el sector, tejiendo instrumentos u órganos de gestión público-privada en donde se abran espacios de debate, de intercambios de ideas y de sinergias profesionales. En la medida en que esta circunstancia se consiga a nivel supramunicipal, se podrá trabajar desde una perspectiva de gobernanza comunitaria, asegurando que las decisiones vinculadas con el desarrollo turístico de la provincia se tomen a nivel local.



2.10 Retos

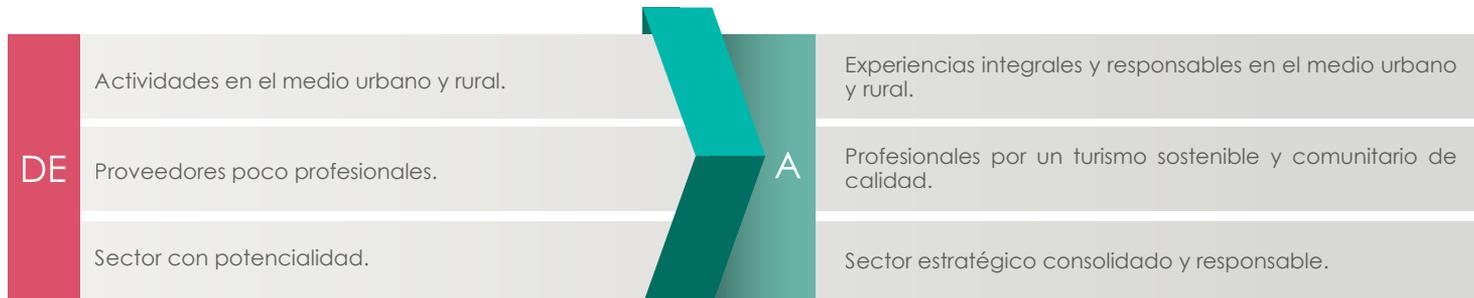
ÁMBITO 1. USO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS NATURALES Y CULTURALES



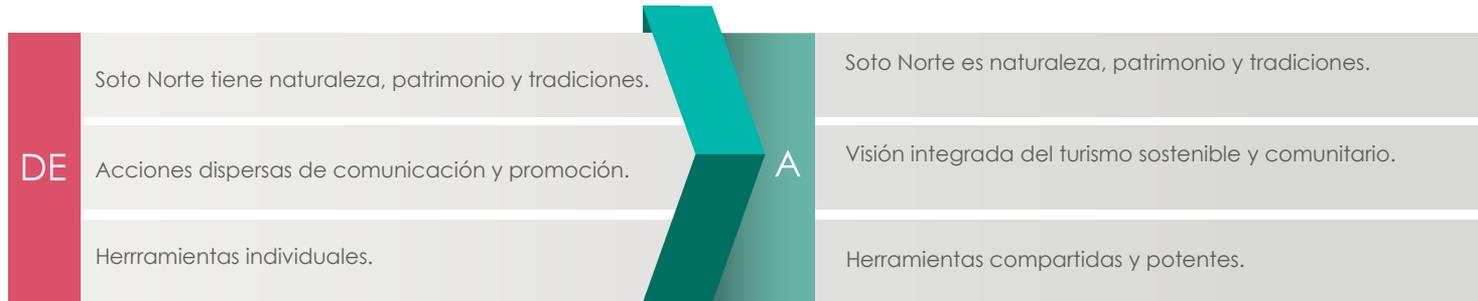
ÁMBITO 2. OPTIMIZACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS, EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS PÚBLICOS



ÁMBITO 3. OFERTA DIVERSA Y COMPETITIVA CON PROVEEDORES RESPONSABLES Y DE CALIDAD



ÁMBITO 4. COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN PARA ATRAER LA DEMANDA



ÁMBITO 5. PLANIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL TURISMO SOSTENIBLE



ÁMBITO 6. COLABORACIÓN ENTRE AGENTES PÚBLICOS Y PRIVADOS





03

PLAN DE ACCIÓN

3.1 El modelo futuro de turismo sostenible y comunitario

Una de las sesiones de trabajo en los talleres presenciales celebrados en noviembre de 2015 se centró en la elaboración de una visión estratégica conjunta del modelo turístico a desarrollar en Soto Norte en el horizonte 2015-2020, partiendo de palabras y conceptos clave situados en el eje del desarrollo turístico potencial de la región para los participantes, junto con una serie de compromisos que los agentes presentes estaban dispuestos a cumplir a título individual.

A partir de las aportaciones de todos los actores presentes en los talleres, se ha elaborado una primera propuesta de visión estratégica conjunta y un decálogo de compromisos, que han sido aprobados y firmados por parte de los representantes de los seis municipios en la reunión constitucional de la Mesa Regional del Turismo Comunitario en Soto Norte.

3.1.1 Conceptos clave

En un primer ejercicio, los participantes en los talleres escribieron en post-its cinco palabras clave que ellos vinculaban con el potencial de desarrollo turístico de la región de Soto Norte. Una palabra por post-it, que luego pegaron en una cartulina blanca situada en la pared. Una vez finalizado el ejercicio, los post-its más repetidos se agruparon por temáticas, siendo muy recurrente la naturaleza en todas sus vertientes (con especial mención al agua y a los recursos hídricos de la provincia), la cultura y el rescate de tradiciones, la necesaria mejora de la conectividad terrestre o determinados valores éticos que deben ser vinculados con la prestación de servicios turísticos en la zona.

A continuación, se incluye de forma visual, una nube con los conceptos y palabras más repetidas, ordenados por tamaño según mayor o menor presencia:



3.1.2 Visión estratégica

Texto elaborado a partir de las aportaciones de todos los participantes a los talleres:

"La provincia de Soto Norte aspira a desarrollar un modelo de turismo sostenible que ponga en valor y preserve la identidad cultural y de tradiciones, el patrimonio histórico, la naturaleza, la riqueza paisajística y de ecosistemas de los seis municipios de la región, complementando y retroalimentando los recursos y atractivos de cada uno de ellos por separado. Todo ello manteniendo un equilibrio entre desarrollo turístico y conservación del medio ambiente, en especial en las zonas de mayor fragilidad ecológica como los páramos, los humedales y los ecosistemas de alta montaña.

Un modelo de gestión a nivel local, de base comunitaria y con la unión de diferentes tipologías de actores, en donde participe la propia comunidad, generando oportunidades socioeconómicas y de empleo para la población autóctona. La capacitación y fortalecimiento de un tejido social y productivo en la región, conectando y propiciando el trabajo en red de microempresas y proyectos locales, urbanos y rurales, será un factor determinante en este sentido. Todo ello asegurando el cumplimiento de unos estándares de calidad y responsabilidad social, en complemento con los necesarios servicios públicos e infraestructuras de apoyo.

El turismo en Soto Norte debe consolidarse como un factor de desarrollo inclusivo y sostenible, que dinamice y complemente otras actividades económicas. Es necesaria la colaboración público-privada para que se convierta en una herramienta eficaz para el desarrollo local integral, con rentabilidad social en el territorio. Para ello se buscará propiciar un flujo de visitantes continuo de bajo impacto, priorizando formas de turismo a pequeña escala, experiencias ligadas al día a día de la comunidad y la calidad por encima de la cantidad. En este sentido, se hace imprescindible un marco legal, normativo e institucional, moderno y eficaz, que limite y restrinja actividades nocivas o tamaños de grupos que atenten contra la conservación de los recursos o contra el normal funcionamiento de la comunidad.

En el modelo turístico a desarrollar en Soto Norte, el valor de la comunidad y el sentido de pertenencia deben consolidarse como valores diferenciales en la base de la oferta a disposición del visitante. En esta línea, la provincia se posicionará como un destino turístico sostenible y seguro, basado en el trabajo comunitario, con la corresponsabilidad de las autoridades locales. Se dará a conocer la identidad local, priorizando el bienestar de sus habitantes y la preservación de la biodiversidad o la diversidad cultural de su entorno, garantizando la gestión sostenible de sus riquezas culturales y naturales. Especialmente la vocación minera artesanal en clave de sostenibilidad, el sector agroalimentario y los recursos hídricos de la región, salvaguardándolos para las generaciones futuras".



** Esta propuesta de visión estratégica fue aprobada y refrendada por todos los Consejos Municipales de Turismo en un encuentro para revisión del borrador de este plan.*

3.1.3 Compromisos de los agentes

Compromisos que todos los agentes y prestadores de servicios de la provincia se comprometen a cumplir en su ámbito de actuación. Elaborado a partir de las aportaciones individuales de todos los participantes:





6

Poner en valor el respeto por la arquitectura local en actividades turísticas, así como en construcciones, reformas y rehabilitaciones. Dar a conocer al turista procesos artesanales con implantación en el territorio y la comercialización de dichos productos, incentivando a la comunidad para que valore este tipo de producciones.

7

Fortalecer los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de la provincia, como eje vertebrador de la oferta turística y del tejido productivo asociado a ella, con el objetivo de generar una política pública adecuada al desarrollo del turismo sostenible como propuesta alternativa de generación de ingresos en la comunidad. Compromiso en la participación y gestión de la Mesa Regional del Turismo Comunitario en Soto Norte, para generar redes de apoyo y trabajo regionales que fortalezcan la visión estratégica del turismo propuesta en este documento. Predisposición a un trabajo mancomunado en torno a proyectos en sectores estratégicos para la sostenibilidad turística: educación ambiental, energías renovables, transporte, etc.

8

Promover e incentivar la participación de colectivos de jóvenes (estudiantes y/o emprendedores), vinculándolos en los diferentes procesos y actuaciones turísticas. Propiciar a través de actividades turísticas un relevo intergeneracional y la recuperación de costumbres culturales y tradiciones en la provincia, con la participación activa de la población joven.

9

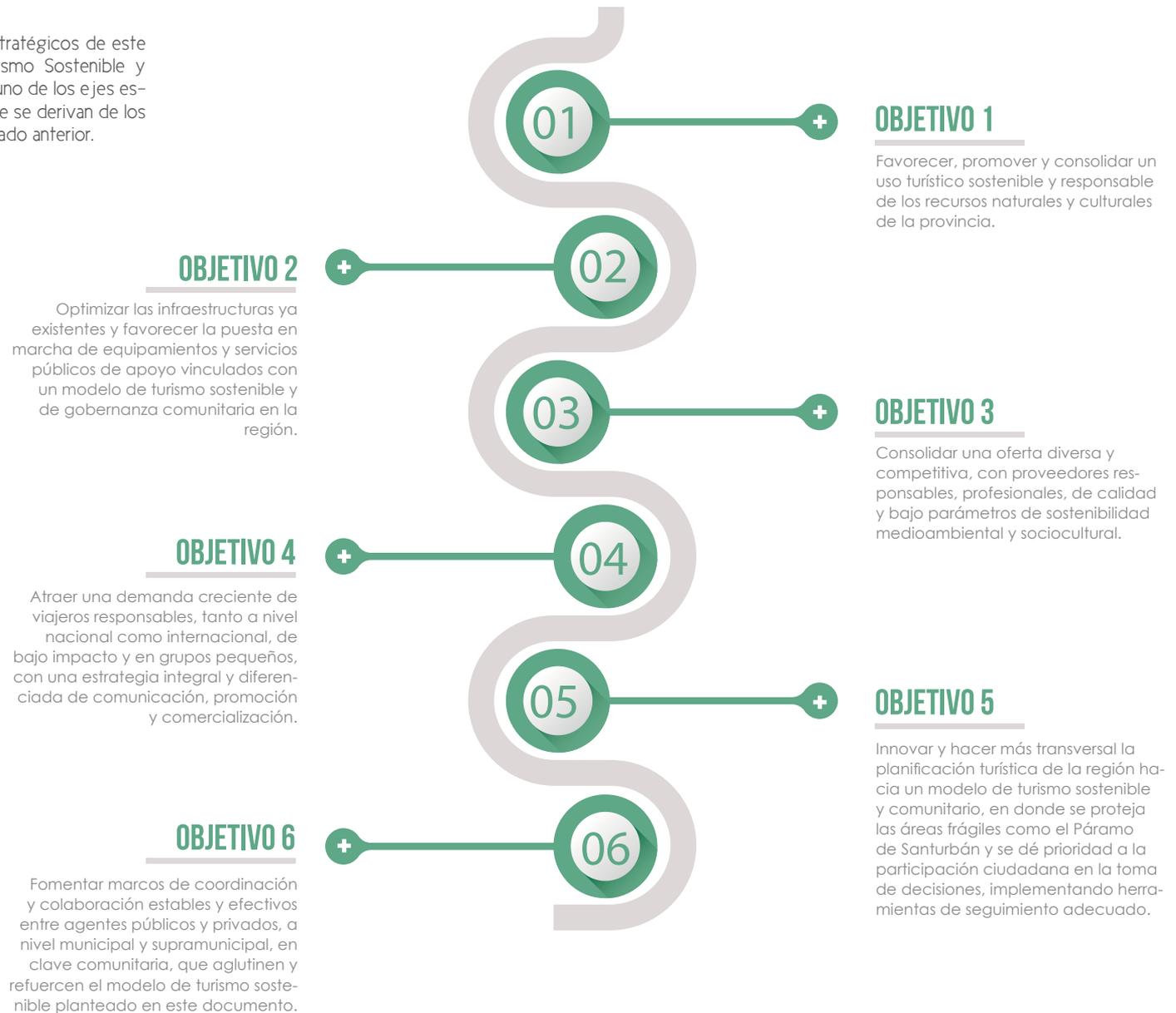
Implicación en actividades de sensibilización dirigidas a población local, ciudadanía civil y viajeros sobre la importancia del turismo sostenible. Contribución activa en la conservación de la biodiversidad local (flora, fauna, bosque nativo, especies agrícolas y razas ganaderas autóctonas).

10

Implicación activa en la capacitación de la oferta turística en la provincia, tanto desde una perspectiva individual como también a nivel colectivo, específicamente en temáticas para propiciar una mejora de la sostenibilidad, la conservación y el desarrollo local, así como la calidad de la oferta: idiomas, gestión y atención al público.

3.2 Objetivos

Detalle de los objetivos estratégicos de este Plan de Desarrollo en Turismo Sostenible y Comunitario, uno por cada uno de los ejes estratégicos de actuación, que se derivan de los retos expuestos en el apartado anterior.



3.3 Ejes de acción: propuestas

Este apartado es uno de los más importantes de este Plan de Desarrollo en Turismo Sostenible y Comunitario ya que integra las propuestas de actuaciones formuladas a partir del diagnóstico realizado, teniendo en cuenta las contribuciones realizadas por los agentes y prestadores que han participado a lo largo de las semanas de trabajo de campo y por parte del equipo consultor a cargo.

Se estructura en seis ejes de acción, identificado en cada caso con un color diferente y se corresponde con un gran ámbito temático en materia de planificación turística:

1. Recursos naturales y rurales.
2. Equipamientos y servicios públicos de apoyo.
3. Gestión de la oferta, productos y proveedores.
4. Gestión de la demanda: comunicación, promoción y comercialización.
5. Planificación, ordenamiento, gestión y seguimiento.
6. Marcos de colaboración entre agentes.

Estos seis ejes se desglosan en 30 actuaciones y cada una de ellas viene descrita con una ficha. De estas 30, se han seleccionado 10 como prioritarias (**Actuación CLAVE**), consideradas así por su grado de necesidad y facilidad en su potencial implementación. Son acciones que requieren de unos recursos técnicos o financieros asumibles en el corto plazo y que son necesarias para el desarrollo de actuaciones posteriores.

La implementación de estas 10 actuaciones a lo largo de 2016 puede suponer ya una base importante en el camino hacia la consolidación del turismo sostenible y comunitario como sector estratégico en la región.

EJE	ID	! 10 ACTUACIONES CLAVES
1	1	Delimitación de la capacidad de carga turística de las áreas más frágiles y de interés ecológico.
	2	Catálogo de recursos naturales, culturales y rurales con potencial turístico.
2	5	Mejora de la red de senderos y miradores turísticos en la provincia.
	6	Habilitar puntos de información turística en cada uno de los municipios.
3	8	Elaboración de una estrategia transversal de producto y experiencias turísticas.
4	16	Elaboración de una estrategia de marketing y promoción.
	19	Elaboración de una estrategia de comercialización de producto turístico.
	20	Creación de un portal web que aglutine una oferta de prestadores de servicios en Soto Norte.
5	22	Catalogación de los Espacios naturales frágiles y definición de usos turísticos permitidos.
6	27	Construcción de una Mesa Regional del Turismo Comunitario.

Descripción de las fichas técnicas de cada propuesta



AGENTES A IMPLICAR

Indica las entidades más oportunas para promover la actuación en cuestión, con el imprescindible liderazgo de la Asociación de Municipios del Páramo de Santurbán (ASOMUSANTURBAN), Corambiente y con la participación de la Mesa Regional del Turismo Comunitario (A27).



EJECUCIÓN

Indica el período (en meses) que se estima para la ejecución de la actuación. En el caso de que no se prevea ejecutarse en un período determinado, con inicio y fin, sino que se implementará con carácter continuo, se indica como “Continuada”. En caso de que la ejecución conlleve diferentes fases, se indicará “Por fases”.



PERÍODO

Se han identificado dos períodos a determinar el horizonte viable para implementar una actuación:

-  Corto (1-2 años): Para actuaciones que son asequibles en un corto período de tiempo y no requieren muchos recursos o son relativamente fáciles de aplicar (por ejemplo, no requieren consensos amplios o cambios normativos).
-  Medio/Largo (3-4 años): Para actuaciones que requieren más recursos (técnicos, financieros, etc.), un proceso participativo o de consenso más amplio y que, en definitiva, necesitan un período más largo para implementarse.



RECURSOS

Se determinan dos tipos de recursos:

-  **Técnicos o de personal:** Estos siguen los siguientes rangos aproximados:
 -  Número reducido de personal (equipos pequeños o de pocos profesionales, de entidades públicas o privadas).
 -  Número relevante de personal (equipos con personal de diversos perfiles y/o entidades públicas o privadas).
 -  Número importante de personal (participa un equipo multidisciplinar con una cantidad destacada de profesionales de diferentes ámbitos).

 **Financieros (presupuestarios):** Indican el rango de presupuesto aproximado para llevar a término la actuación. Los rangos son:

-  < 50.000.000 PESOS.
-  Entre 50.000.000 y 100.000.000 PESOS.
-  > 100.000.000 PESOS.



ACTUACIONES RELACIONADAS

Para facilitar la relación entre actuaciones, se añade una casilla con el listado de acciones que guardan relación y cuya ejecución está vinculada (Ej: A1, A5, A7)



ACTUACIONES CLAVE

Consideradas así por su grado de necesidad y facilidad en su potencial implementación.



EJE	ID	ACTUACIONES	AÑO IMPLEMENTACIÓN ACTUACIONES* ▶			
			16	17	18	19
EJE 1. Recursos Naturales y Rurales en Soto Norte.	1	Delimitación de la capacidad de carga turística de las áreas más frágiles y de interés ecológico	!			
	2	Catálogo de recursos naturales, culturales y rurales con potencial turístico	!			
	3	Materiales divulgativos y folletos para poner en valor los recursos de la provincia				
	4	Campaña de divulgación y sensibilización para el cuidado y respeto de los recursos de la provincia				
EJE 2. Equipamientos y servicios públicos de apoyo.	5	Creación de la red de senderos y miradores turísticos en la provincia	!			
	6	Habilitar puntos de información turística en cada uno de los municipios	!			
	7	Centro de visitantes del Páramo de Santurban y red de ecoguardas				
EJE 3. Gestión de la oferta, productos y proveedores.	8	Elaboración de una estrategia transversal de producto y experiencias turísticas	!			
	9	Plan de captación y formación continua dirigido a proveedores de servicio				
	10	Creación de una marca Denominación de Origen - D.O. para productos agroalimentarios locales				
	11	Normalización y regulación de la oferta de proveedores y prestadores de servicios turísticos de Soto Norte				
	12	Fortalecer sinergias entre prestadores para la creación de paquetes turísticos locales				
	13	Curso de guías de ecoturismo e interpretación del patrimonio natural en el Páramo de Santurbán				
	14	Plan específico de rescate y puesta en valor de la identidad gastronómica y artesanal de la región				
	15	Creación de una/s agencia/s de viaje receptiva u operadora especializada en turismo sostenible y comunitario				
EJE 4. Gestión de la demanda. Comunicación, promoción y comercialización.	16	Elaboración de una estrategia de marketing y promoción	!			
	17	Caracterización de los perfiles de visitantes actuales y potenciales en Soto Norte				
	18	Imagen de marca e identidad comunicativa de la provincia				
	19	Elaboración de una estrategia de comercialización de producto turístico	!			
	20	Creación de un portal web que aglutine una oferta de prestadores de servicios en Soto Norte	!			
	21	Showcookings y producto local. La gastronomía de Soto Norte a escena				
EJE 5. Instrumentos de ordenamiento, planificación, gestión y seguimiento.	22	Catalogación de los Espacios Naturales frágiles y definición de usos turísticos permitidos	!			
	23	Creación de un organos de gestión del Páramo de Santurbán como espacio natural protegido				
	24	Observatorio del Turismo Sostenible y Comunitario en Soto Norte				
	25	Reglamentación para la conservación del patrimonio arqueológico y arquitectónico de los municipios de Soto Norte				
	26	Acuerdos de custodia del territorio y derechos de paso con propietarios privados				
EJE 6. Marcos de colaboración entre agentes.	27	Construcción de una Mesa Regional del Turismo Comunitario	!			
	28	Red local de prestadores de servicios unificados con un sello de sostenibilidad				
	29	Limpieza y mantenimiento de senderos y ciclorutas				
	30	Organización periódica de un encuentro profesional sobre turismo comunitario				

*Las actuaciones de ejecución continua se seguirán implementando en el tiempo, independientemente de su año de comienzo.

EJE 1: RECURSOS NATURALES Y RURALES

Actuaciones orientadas a favorecer un uso turístico sostenible y responsable de los recursos naturales y culturales de interés en torno a una actividad turística de bajo impacto, que contribuyan a su preservación. Incluye propuestas para definir áreas y zonas preferentes para ofrecer productos turísticos, estableciendo la capacidad de carga o definiendo metodologías de gestión que favorezcan la contribución del sector turístico a la conservación de los valores patrimoniales. También se abre la posibilidad de involucrar y sensibilizar a la población local en este proceso, en torno a una identidad común como eje transversal.



EJE 01

ACTUACIÓN 1



Delimitación de la capacidad de carga medioambiental y sociocultural de las áreas más frágiles y de interés ecológico.



AGENTES A IMPLICAR

Los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB), programas de Medio Ambiente, Ecología, Biología y/o Geología de universidades locales como la Universidad Autónoma de Bucaramanga y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.



EJECUCIÓN

Seis meses.



PERÍODO

Corto plazo (1-2 años).



RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A2, A3, A5, A22.

Descripción:

Determinar la capacidad de carga ambiental y sociocultural de ciertas áreas identificadas en la provincia por su riqueza medioambiental, sociocultural y por su fragilidad ecológica. Zonas que es necesario proteger ante determinadas actividades turísticas, delimitando el acceso de visitantes, el tamaño de los grupos o el tipo de actividades a realizar. Un equipo técnico determinará las áreas objeto de estudio y análisis, entre las que debe estar toda el área catalogada del Páramo de Santurbán y su área de influencia. El estudio de capacidad de carga confluirá en un documento técnico oficial, que será compartido entre todos los prestadores de servicios que operan en la provincia y la información se incluirá en el catálogo de recursos naturales y rurales de interés (A2).

EJE 01 ACTUACIÓN 2

Catálogo de recursos naturales, culturales y rurales con potencial turístico.

AGENTES A IMPLICAR

Los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB), programas de Medio Ambiente, Ecología, Biología y/o Geología de universidades locales como la Universidad Autónoma de Bucaramanga, organizaciones ambientales, ecologistas y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.

EJECUCIÓN

Nueve meses.

PERÍODO

▶ Corto plazo (1-2 años).

RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A1, A3, A4, A5, A10, A20.

Descripción:

Elaboración de un catálogo de recursos naturales, culturales y rurales, con potencial turístico y con interés para un modelo de turismo sostenible y comunitario en la región. Se deben priorizar áreas, incluyendo limitaciones, capacidad de carga y recomendaciones para un turismo sostenible (dirigidas a prestadores y viajeros). La información final será compartida en formato digital en un documento con material escrito y visual a todos los actores turísticos, prestadores de servicios y organizaciones ambientales y de turismo sostenible con presencia en la provincia. También estará disponible para su descarga en formato PDF a través de la página web que se cree como instrumento de comunicación y promoción de la región (A20).

EJE 01 ACTUACIÓN 3

Materiales divulgativos y folletos para poner en valor los recursos de la provincia.

AGENTES A IMPLICAR

Centros educativos, universidades locales como la Universidad Autónoma de Bucaramanga, organizaciones ambientales, ecologistas y asociaciones vecinales de los municipios de la provincia.

EJECUCIÓN

Tres meses.

PERÍODO

▶ Corto plazo (1-2 años).

RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A1, A2, A5, A6, A18.

Descripción:

Elaboración de material divulgativo y folletos que incluyan recomendaciones y buenas prácticas en el uso de senderos, miradores y espacios naturales, para su distribución en el territorio entre potenciales viajeros. Entre los materiales a elaborar se debe incluir una versión más esquemática del catálogo de recursos (A2), en versión impresa y online. Todos los materiales a elaborar seguirán la identidad comunicativa y la imagen de marca planteada (A18). Las recomendaciones prohibirán el uso de medios de transporte contaminantes y agresivos con el entorno como camionetas, cuatrimotos y motocicletas, priorizando el transporte a pie, en mountain bike y con medios de transporte públicos y locales. También incluirá un mapa con las zonificaciones permitidas y restringidas para su uso turístico, acompañado de una leyenda y de la geolocalización de los principales recursos naturales y culturales catalogados en la provincia.

EJE 01 ACTUACIÓN 4

Campaña de divulgación y sensibilización para el cuidado y respeto de los recursos de la provincia.

AGENTES A IMPLICAR

Centros educativos, universidades locales como la Universidad Autónoma de Bucaramanga, organizaciones ambientales, ecologistas y asociaciones vecinales de los municipios de la provincia.

EJECUCIÓN

Continuada.

PERÍODO

▶ Corto plazo (1-2 años).

RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A1, A2.

Descripción:

Programación de charlas y actividades de sensibilización sobre aspectos concretos relacionados con el modelo de gestión en turismo sostenible y comunitario que se pretende poner en valor con este plan (medio ambiente, energías renovables, gestión de recursos, saneamiento básico, producción local, cultura y patrimonio etc.) dirigido a diferentes sectores de la sociedad local (escolares, prestadores de servicios y ciudadanía en general). Se incluirán charlas y acciones específicas para mejorar el nivel de conciencia de todos estos sectores hacia los Espacios Naturales Protegidos de la provincia, en especial en lo que respecta al Páramo de Santurbán, dando a entender la importancia de mantener una actitud responsable en su cuidado y conservación, tanto por parte de la ciudadanía como por parte de los potenciales viajeros.

Para ello, se implicará en esta acción a grupos de la tercera edad y estudiantes de trabajo social de último grado, para que ellos socialicen con la comunidad en general en las acciones de sensibilización a plantear. Como complemento, se programarán visitas guiadas gratuitas para que la población local “redescubra” los recursos de interés turístico, atendiendo a la importancia de su conservación y reforzando la consolidación de una identidad colectiva en torno a ellos. Elaboración de una sencilla guía de buenas prácticas ambientales, en torno a situaciones cotidianas de la ciudadanía de los seis municipios de la provincia, para implicarles activamente en el mantenimiento de los entornos naturales y culturales.

EJE 2: EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS PÚBLICOS DE APOYO

Engloba actuaciones que facilitan la optimización de infraestructuras, equipamientos y servicios públicos de apoyo a la consolidación del turismo como un sector estratégico en Soto Norte. Se hace hincapié en la necesidad de desarrollar un sistema de gestión pública del Páramo de Santurbán, que actúe como filtro regulador de la actividad turística. Se incluyen además propuestas para hacer funcionales infraestructuras e itinerarios, incrementando la calidad, la sostenibilidad y la viabilidad de equipamientos, además de implementar nuevos servicios turísticos de cara al visitante.



EJE 02

ACTUACIÓN 5

Creación de la red de senderos y miradores turísticos en la provincia.



AGENTES A IMPLICAR

Los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB), programas de Geografía y/o Ordenación del territorio de universidades locales como la Universidad Autónoma de Bucaramanga y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.



EJECUCIÓN

Doce meses.



PERÍODO

■ Corto plazo (1-2 años).



RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS

\$\$\$



ACTUACIONES RELACIONADAS

A1, A2, A3, A8, A20, A29.

Descripción:

Diseño de una red de senderos aprovechando la red de caminos tradicionales ya existentes en la provincia. Para la clasificación de los itinerarios, se seleccionarán aquellos tramos en mejores condiciones de conservación, priorizando caminos reales que unan los municipios entre sí o que conecten con los principales recursos naturales y culturales catalogados en la provincia. Asimismo, se tendrán en cuenta criterios y requisitos para la práctica de actividades de senderismo o de interpretación de la naturaleza, dejando la puerta abierta a habilitar, al menos, un itinerario apto para la práctica de cicloturismo. En todos los casos, se trabajará en la descripción, datos técnicos, paradas de interés, interpretación de las mismas, adecuaciones y equipamientos necesarios.

Los senderos se complementarán con una red de miradores turísticos y paisajísticos (al menos, uno por municipio), que pueden cumplir potencialmente una función de punto de observación de fauna emblemática. Para ello, se establecerán unas características básicas y condiciones de uso: ubicación clave, diseño arquitectónico similar, usabilidad, equipamiento, mobiliario complementario y materiales de interpretación (paneles, descarga online, etc.).

EJE 02 ACTUACIÓN 6

Habilitar puntos de información turística en cada uno de los municipios.



AGENTES A IMPLICAR

Los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.

EJECUCIÓN

Por fases.

PERÍODO

Corto plazo (1-2 años).

RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A3, A9, A24.

Descripción:

Implementar un plan de capacitación (incluido en la A9) como Informadores Turísticos dirigido a comerciantes locales ubicados en torno a las plazas centrales en cada uno de los municipios. Se incorporará una placa exterior que los señalice como tal. En cada uno de estos puntos se ofrecerá al visitante información sobre la provincia (catálogo de recursos y recomendaciones para un turismo sostenible para los viajeros), sobre la oferta de prestadores de servicios (alojamientos, restaurantes, puntos de artesanía local, comercios, etc.) y horarios de transporte público y turístico. Será competencia asimismo de estos puntos de información turística la recopilación de datos cuantitativos y cualitativos para la elaboración de los informes sobre perfil y comportamiento de la demanda del Observatorio del Turismo Sostenible y Comunitario en Soto Norte (A24).

EJE 02 ACTUACIÓN 7

Centro de visitantes del Páramo de Santurbán y red de ecoguardas

AGENTES A IMPLICAR

Los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo y de Medio Ambiente de Santander.

EJECUCIÓN

Quince meses.

PERÍODO

Medio/Largo plazo (3-4 años).

RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A1, A2, A22, A23, A24.

Descripción:

Todo Espacio Natural Protegido (ENP) debe contar con un espacio multifuncional que actúe como filtro y canalice las visitas y actividades que se realicen en torno a él. El Páramo de Santurbán, por su singularidad, especiales condiciones y por su joven recorrido como área catalogada, no puede ser menos. Se hace necesario construir, recuperar o habilitar algún espacio que cumpla esta función, preferentemente localizado en una ubicación central y estratégica en torno a los principales puntos de acceso al área protegida. Este espacio multifuncional, en torno al que se debe decidir el modelo de gestión (público o público-privado), servirá como punto de información, con una doble función para su uso con fines conservacionistas y turísticos.

Por un lado, potencialmente se pueden utilizar las instalaciones como punto de referencia para trabajos de campo de índole medioambiental en colaboración con programas de Biología, Geología o Ecología de universidades locales. En el marco de estos trabajos universitarios, se pueden editar documentos periódicos con estudios de los hábitats y ecosistemas de la zona, incluyendo recomendaciones y buenas prácticas para su conservación dirigidas a la población local y a los potenciales viajeros. Por otra parte, la instalación también servirá como centro de interpretación del Páramo de Santurbán de cara a los visitantes. Como complemento, se habilitará una red de puestos de control en los principales puntos de acceso al Páramo, en base a la catalogación de recursos (A2) y la zonificación de áreas en base a su fragilidad, valor ecológico (A22) y capacidad de carga (A1).

En estos puntos de control trabajarán ecoguardas, cuya función será la de velar por el correcto cumplimiento del Plan de Manejo y Gestión Turística definido por el Órgano de Gestión del Páramo de Santurbán (A23) y como puntos de información complementarios para los visitantes. En torno a esta última función, también se recabarán datos cuantitativos y cualitativos para la elaboración de los informes sobre perfil y comportamiento de la demanda del Observatorio del Turismo Sostenible y Comunitario en Soto Norte (A24)

EJE 3: GESTIÓN DE LA OFERTA, PRODUCTOS Y PROVEEDORES

Engloba actuaciones que consoliden una oferta diversa y competitiva en torno a un modelo de turismo sostenible y comunitario, favoreciendo el poder ofrecer unos proveedores responsables y de calidad. Integra acciones para la generación de valor en el diseño de productos turísticos experienciales, así como el reconocimiento, apoyo y capacitación a los profesionales y prestadores de servicios para mejorar sus aptitudes. También se proponen alternativas para impulsar buenas prácticas a nivel de la oferta turística en la provincia en materia de responsabilidad sociocultural y ambiental.



EJE 03

ACTUACIÓN 8



Elaboración de una estrategia transversal de producto y experiencias turísticas.



AGENTES A IMPLICAR

Los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDBM) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.



EJECUCIÓN

Seis meses



PERÍODO

Corto plazo (1-2 años).



RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A9, A10, A11, A12, A14, A16, A19.

Descripción:

Diseño de una estrategia transversal de conceptualización e implementación de producto turístico en la provincia de Soto Norte, en el ámbito de actuación de los seis municipios en su conjunto y favoreciendo un ecosistema de innovación entre diferentes actores y prestadores de servicios, en torno a los siguientes segmentos: ecoturismo, agroturismo, turismo industrial (incluyendo una estrategia para el fortalecimiento de la minería tradicional en su interrelación con el turismo, a partir de la producción limpia y la certificación con el sello Fairmined – Oro Verde) y turismo religioso o de peregrinación.

Se generará un catálogo de propuestas de productos y paquetes turísticos, listas para ser comercializadas (con la participación de uno o más de un proveedor). Estas vincularán empresas, equipamientos y recursos de interés de la provincia. Para ello, se crearán manuales de ventas para cada producto y paquete turístico diseñado, recopilando descripciones, equipamientos, servicios complementarios, duración/horarios/recomendaciones para las actividades, itinerarios y talleres, junto con un escalonado de precios en función del perfil del turista y de los tamaños de los grupos, estableciendo diferentes temporadas a lo largo del año.

EJE 03

ACTUACIÓN 9

Plan de capacitación y formación continua dirigida a proveedores de servicios.

AGENTES A IMPLICAR

El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.

EJECUCIÓN

Continuada.

PERÍODO

 Corto plazo (1-2 años).

RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A6, A8, A11, A12, A13.

Descripción:

Elaboración e implementación de un Plan de capacitación permanente dirigido a profesionales del turismo, proveedores de servicios y miembros de los Consejos Municipales de Turismo para mejorar las aptitudes lingüísticas, la calidad del servicio (atención al cliente, primeros auxilios, etc.) y en actuaciones particulares en temas de sostenibilidad ambiental e interpretación del entorno. Doble vertiente para iniciativas ya en marcha y para nuevos emprendedores locales, orientando las capacitaciones hacia la generación de modelos de negocio viables, especializados en aspectos concretos de la cadena de valor turística y en red, interconectados y en retroalimentación constante.

EJE 03

ACTUACIÓN 10

Creación de una marca Denominación de Origen — D.O. para productos agroalimentarios locales.

AGENTES A IMPLICAR

Los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Agricultura y Desarrollo Rural de Santander.

EJECUCIÓN

Por fases.

PERÍODO

 Medio/Largo plazo (3-4 años).

RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A2, A8, A14, A21.

Descripción:

Actuación encaminada a generar una propuesta de valor añadido comercial y turístico en torno a los recursos agroalimentarios más emblemáticos de la provincia de Soto Norte, priorizando aquellos de carácter local y autóctono. Se tendrán en cuenta recursos de producción artesanal, recuperando semillas nativas, técnicas tradicionales o elementos identitarios de la región. La creación de la D.O. irá acompañada de un plan para favorecer canales y circuitos cortos de comercialización en la provincia, empezando por los prestadores de servicios que ya operan en los diferentes municipios, con especial incidencia en los restaurantes y en la oferta gastronómica, dándose valor agregado mutuamente. También, en función de los excedentes, en el área metropolitana de Bucaramanga.

EJE 03

ACTUACIÓN 11

Normalización y regulación de la oferta de proveedores y prestadores de servicios turísticos de Soto Norte.

AGENTES A IMPLICAR

Alcaldías de los seis municipios de la provincia de Soto Norte, con la colaboración de la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

EJECUCIÓN

Continuada.

PERÍODO

 Corto plazo (1-2 años)

RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A8, A9, A28.

Descripción:

Elaboración y puesta en marcha de un plan de incentivos para la regulación y normalización, de todos los prestadores y proveedores de servicios, que están operando en la actualidad en la provincia sin estar al corriente de pago de los impuestos municipales de Comercio y Turismo o el de la Cámara de Comercio regional. Para ello se estudiarán fórmulas que facilitan la viabilidad del proceso, atendiendo al hecho de que la mayoría de iniciativas son pequeñas y de gestión familiar. Tal y como se está realizando ya en el municipio de Vetás, una posible solución es la creación de asociaciones municipales o sectoriales, que agrupen a diferentes iniciativas bajo su paraguas, minimizando costes y dando soporte/apoyo técnico. Otra opción es la implementación de posibles exenciones fiscales para aquellos que cumplan con buenas prácticas medioambientales/socioculturales (A28) o el incentivo de la oferta de capacitaciones (A9) para profesionalizar bajo parámetros de calidad a los prestadores.

E J E
03

ACTUACIÓN 12

Fortalecer sinergias entre prestadores para la creación de paquetes turísticos locales.



AGENTES A IMPLICAR

Cámara de Comercio de Bucaramanga, con la colaboración del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.



EJECUCIÓN

Continuada.



PERÍODO

Medio/Largo plazo (3-4 años).



RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A8, A9.

Descripción:

Implicación y coordinación de la Cámara de Comercio de Bucaramanga para implementar anualmente mesas de trabajo y whorkshops sectoriales y temáticos, para aglutinar en un mismo espacio a prestadores de servicios del mismo sector o con ámbitos de actuación complementarios, de cara a fortalecer sinergias y colaboraciones. Potencialmente se invitarán a agencias emisoras situadas en un ámbito regional, nacional o incluso internacional, para generar espacios de intercambio y colaboración con actores y operadores locales.

Estas sesiones se complementarán con sesiones de capacitación en creación de producto turístico, emprendimiento para nuevos actores, comercialización y trabajo de campo, de cara a elaborar paquetes combinando varios prestadores (alojamientos, restaurantes, fincas agroalimentarias, turismo activo, artesanía, gastronomía, etc.) para su puesta en valor y comercialización a través de algún operador local. Se priorizarán las líneas de producto turístico señaladas como prioritarias (A8): ecoturismo, agroturismo, turismo industrial y turismo religioso o de peregrinación.

E J E
03

ACTUACIÓN 13

Curso de guías de ecoturismo e interpretación del patrimonio natural en el Páramo de Santurbán.



AGENTES A IMPLICAR

El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.



EJECUCIÓN

Continuada.



PERÍODO

Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A9, A23.

Descripción:

Para paliar el desconocimiento general actual sobre el manejo de los recursos, de los grupos de visitantes y de información especializada de la flora, fauna, ecosistemas y recursos naturales del Páramo de Santurbán, se hace necesaria la implementación de una formación específica, de carácter anual o bianual, encaminada a la especialización de guías de ecoturismo. Se priorizarán a agentes locales como destinatarios y la meta de este curso teórico-práctico (con actividades en aula y salidas de campo multidisciplinares) será el garantizar unas adecuadas aptitudes interpretativas y de conocimiento sobre el Páramo de Santurbán, dando a conocer los aspectos normativos y de gestión del espacio protegido, su patrimonio biológico, geológico y cultural más relevante, así como técnicas y metodologías de interpretación del patrimonio y de manejo de grupos de visitantes en la naturaleza. La realización de este curso conllevará la acreditación homologada (en base a sistemas de calidad internacionales, basados en técnicas de interpretación y conducción de grupos) como guía oficial y la expedición de un carnet, por parte del Órgano de Gestión del Páramo de Santurbán (A23), que será un requisito indispensable para poder trabajar en un ámbito turístico dentro del área catalogada y protegida.

E J E
03

ACTUACIÓN 14

Plan específico de rescate y puesta en valor de la identidad gastronómica y artesanal de la región.



AGENTES A IMPLICAR

Los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo y la de Agricultura y Desarrollo Rural de Santander.



EJECUCIÓN

Seis meses.



PERÍODO

Medio/Largo plazo (3-4 años).



RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A8, A10, A20, A21.

Descripción:

Se implementarán diferentes talleres y formaciones en artesanía con productos locales, junto con talleres gastronómicos, degustaciones de producto y showcookings dirigidos por profesionales de la gastronomía para poner en valor productos certificados con la Denominación de Origen – D.O. (A8). En ambos casos dirigidos a la población local y prestadores de servicios, con el objetivo de trabajar en la definición de una identidad culinaria y artesanal en la región. Particularmente hablando de la gastronomía, uno de los objetivos será la mejora de los niveles de calidad en los restaurantes de la provincia. Este trabajo de estudio y catalogación se recogerá en un pequeño manual, que estará disponible en versión impresa u online para su descarga en el portal web (A20).

EJE 03

ACTUACIÓN 15

Impulso para la creación de una/s agencia/s de viaje receptiva u operadora especializada en turismo sostenible y comunitario.

AGENTES A IMPLICAR

La Cámara de Comercio de Bucaramanga, los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.

EJECUCIÓN

Seis meses.

PERÍODO

■ Corto plazo (1-2 años)

RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS

\$\$

ACTUACIONES RELACIONADAS

A8, A19.

Descripción:

Promover la creación y establecimiento de alguna agencia de viaje receptiva u operadora especializada en turismo sostenible y comunitario, de gestión local, con presencia sobre el terreno y conocimiento del destino y de los agentes que operan en él. Debe convertirse en una pieza fundamental para el diseño de paquetes y experiencias (A8) y para la interlocución y gestión con agencias emisoras o tour operadores especializados de ámbito nacional o internacional.



EJE 4: GESTIÓN DE LA DEMANDA. COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Estructura actuaciones que promuevan la atracción de una demanda creciente interesada por modelos de turismo sostenible a la hora de planificar sus vacaciones, tanto de origen nacional como internacional, con una estrategia integral y diferenciada en comunicación y promoción. Dinamización de la promoción y comunicación de la provincia de Soto Norte como destino turístico, implementando herramientas de comercialización de sus operadores y productos turísticos, implicando a la población local en determinadas acciones.



EJE 04

ACTUACIÓN 16

Elaboración de una estrategia de marketing y promoción.



AGENTES A IMPLICAR

Los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultural y Turismo de Santander.



EJECUCIÓN

Seis meses.



PERÍODO

■ Corto plazo (1-2 años).



RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A8, A16, A18, A19, A20.

Descripción:

Una vez se hayan acometido algunas actuaciones básicas y urgentes en materia de catalogación y puesta en valor de recursos naturales y rurales, de equipamientos e infraestructuras, de capacitación y ordenamiento de proveedores y elaboración de productos turísticos, es importante trabajar en una estrategia de comunicación y marketing estructurada, con una planificación de acciones de cara a captar un público objetivo acorde al modelo de turismo sostenible para el que se va a trabajar en los próximos años.

Se hace necesario trabajar en un plan multinivel y multicanal, conectado con cada uno de las líneas de producto turístico diseñadas y establecidas como prioritarias (A8) y que interiorice la imagen de marca y la identidad comunicativa definida para la provincia (A18), que sistematice de forma metódica una correcta planificación, organización y ejecución de diferentes herramientas de comunicación al exterior y al interior del país. Se deben seleccionar acciones concretas, creativas y singulares, acotando las audiencias y obviando medios de comunicación de masas. Todo ello en base a una identidad comunicativa transversal y a mensajes coherentes y adaptados a diferentes canales y públicos objetivo, estableciendo mecanismos de control y medición de resultados.

E J E
04

ACTUACIÓN 17

Caracterización de los perfiles de visitantes actuales y potenciales en Soto Norte.



AGENTES A IMPLICAR

Los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.



EJECUCIÓN

Nueve meses.



PERÍODO

Corto plazo (1-2 años).



RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A8, A16.

Descripción:

Trabajo de benchmarking, a partir de estudios de mercados (ya existentes o a realizar), para determinar y caracterizar los perfiles de visitantes actuales y potenciales en la provincia de Soto Norte y sus áreas naturales, especificando variables, motivaciones e intereses en cada caso. La meta es determinar el enfoque y la orientación de los productos a diseñar y ofrecer, así como la prestación complementaria de servicios y las actuaciones de marketing/comunicación planteadas.

E J E
04

ACTUACIÓN 18

Imagen de marca e identidad comunicativa de la provincia.



AGENTES A IMPLICAR

Los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.



EJECUCIÓN

Cuatro meses.



PERÍODO

Corto plazo (1-2 años).



RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A3, A8, A16.

Descripción:

Generar una imagen de marca y una identidad comunicativa en materia de turismo sostenible y comunitario que sea coherente y reconocida por una amplia mayoría de los agentes y prestadores de servicios que trabajen en la provincia. Estará conectada con la estrategia de comunicación y marketing, de manera que sea el elemento que actúe como nexo entre todas las actuaciones comunicativas, dándoles sentido en el marco del destino. Será la marca paraguas sobre la que colgarán todas las actuaciones, campañas y productos diseñados. Debe apuntalarse en torno a conceptos emblemáticos e identitarios para la región, entre los que deben destacar el Páramo de Santurbán y la importancia del agua como recurso indisoluble y transversal en la provincia.

E J E
04

ACTUACIÓN 19

Elaboración de una estrategia de comercialización de producto turístico.



AGENTES A IMPLICAR

Los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.



EJECUCIÓN

Seis meses.



PERÍODO

Corto plazo (1-2 años).



RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A8, A12, A15, A17, A20.

Descripción:

Diseño de una estrategia de comercialización estructurada que permita favorecer la salida al mercado turístico de los productos turísticos transversales, las experiencias y los paquetes diseñados en la provincia de Soto Norte (A8), en base a parámetros, requerimientos y necesidades de los agentes comercializadores. Se promoverá la venta directa y la indirecta, en este último caso de la mano de agencias de viaje y operadores nacionales e internacionales especializados en turismo comunitario y que implementen buenas prácticas en materia de turismo sostenible y responsabilidad social corporativa. Por último, se valorarán herramientas a implementar para establecer canales propios y externos de comercialización online a través del portal web a crear (A20) o de terceras páginas de proveedores, operadores o portales de reservas.

EJE 04

ACTUACIÓN 20



Creación de un portal web que aglutine una oferta de prestadores de servicios en Soto Norte.



AGENTES A IMPLICAR

Los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte.



EJECUCIÓN

Por fases.



PERÍODO

Corto plazo (1-2 años).



RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS

\$ \$



ACTUACIONES RELACIONADAS

A2, A5, A8, A16, A18, A28.

Descripción:

Diseño y programación de una página web que agrupe una serie de prestadores de servicios turísticos locales sustentables, seleccionados en base a un sistema de calidad en sostenibilidad sociocultural y medioambiental. Para ello se tomará como referencia la red local de prestadores (A28), dinamizando la puesta en valor y la comunicación online de todos ellos a través de internet. En el portal se incluirán todos los materiales divulgativos elaborados, así como la información relativa al catálogo de recursos naturales, culturales y rurales de interés y a la red de senderos y miradores paisajísticos, junto con descripciones e información general de interés sobre la provincia.

EJE 04

ACTUACIÓN 21

Showcookings y producto local. La gastronomía de Soto Norte a escena.



AGENTES A IMPLICAR

Los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.



EJECUCIÓN

Por fases.



PERÍODO

Medio/Largo plazo (3-4 años).



RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS

\$ \$



ACTUACIONES RELACIONADAS

A10, A14.

Descripción:

Elaboración de talleres gastronómicos, degustaciones de producto y showcookings dirigidos por cocineros locales para poner en valor productos certificados con la Denominación de Origen (A10), dirigidos a la población local y a potenciales viajeros. El objetivo es dar a conocer estos productos, rescatando recetas tradicionales o innovando en torno a nuevas propuestas, siempre en clave muy experiencial y vivencial.



EJE 5: INSTRUMENTOS DE ORDENAMIENTO, PLANIFICACIÓN, GESTIÓN Y SEGUIMIENTO

Actuaciones para favorecer la innovación y hacer más transversal la planificación del sector turístico en la provincia de Soto Norte, garantizando un seguimiento adecuado. Se requiere con urgencia un ordenamiento de la normativa referida al Espacio Natural Protegido con más importancia de la región, el Páramo de Santurbán, especialmente en lo referente a los usos turísticos permitidos. Se propone también la obtención de información relevante de los viajeros que llegan a la provincia, para poder evaluar las preferencias de la demanda.



EJE
05

ACTUACIÓN 22



Catalogación de los Espacios Naturales frágiles y definición de usos turísticos permitidos.

AGENTES A IMPLICAR

Las alcaldías de los seis municipios de la provincia de Soto Norte, los Consejos Municipales de Turismo, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.

EJECUCIÓN

Nueve meses.

PERÍODO

 Corto plazo (1-2 años).

RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A1, A2, A4, A23, A26.

Descripción:

Impulso a la catalogación y regulación normativa de los espacios naturales de mayor riqueza en biodiversidad y más frágiles de la provincia (humedales y sistemas lagunares en el Páramo de Santurbán) a la mayor celeridad posible, completando procesos administrativos ya en marcha. Definir y concretar los usos turísticos permitidos, con las correspondientes zonificaciones y estudios de capacidad de carga asociados, para incluir esta información en los próximos Esquemas de Ordenación Territorial (EOT) de Tona, Charta, Suratá, Matanza, California y Vetas, difundiendo la información entre los operadores y los diferentes actores turísticos que trabajen en la región.

E J E
05

ACTUACIÓN 23

Creación de un órgano de gestión del Páramo de Santurbán como espacio natural protegido

 AGENTES A IMPLICAR

Las alcaldías de los seis municipios de la provincia de Soto Norte, los Consejos Municipales de Turismo, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible y de Agricultura y Desarrollo Rural de Santander.

 EJECUCIÓN

Quince meses.

 PERÍODO

 Medio/Largo plazo (3-4 años).

 RECURSOS TÉCNICOS RECURSOS FINANCIEROS

\$\$\$

 ACTUACIONES RELACIONADAS

A7, A13, A22, A26, A27.

Descripción:

Incentivar a la CdMB para que se cree un órgano regulador de gestión del Páramo de Santurbán, de cara a facilitar una mayor participación de actores clave y dinamismo en la toma de decisiones referentes al espacio protegido. Sobre todo, en lo relativo a la consolidación del ecoturismo, a la conservación de los recursos y a la vinculación del páramo con las dinámicas de desarrollo de actividades tradicionales, tanto en el área protegida como en su área de influencia.

Este ente regulador deberá contar con recursos humanos, técnicos y presupuestarios suficientes para poder ejecutar aquellos instrumentos de ordenación que sean necesarios para detectar y solucionar conflictos de intereses con rapidez y fluidez, así como llevar un control en los procesos ecosistémicos y naturales vinculados con la biodiversidad. También a la hora de agilizar gestiones administrativas en la tramitación de permisos, la expedición de los carnets oficiales como guías acreditados de ecoturismo (A13) o el aumento de los filtros de visitantes y vigilancia de los espacios a proteger, a través del centro de visitantes y la red de ecoguardas (A7), entre otros. Entre sus competencias estará la elaboración del Plan de Manejo y Gestión Turística del Páramo de Santurbán, un documento marco que recogerá todas las directrices de ordenamiento turístico en el espacio protegido, incidiendo en la catalogación de zonas, usos permitidos y prohibidos y capacidad de carga de visitantes.

El órgano de gestión debe contar con un responsable o director, con acreditada formación y experiencia profesional en la gestión de espacios de este tipo y en la conservación de recursos de alto valor medioambiental. Asimismo, el órgano de gestión del Páramo de Santurbán será el encargado de convocar, con una periodicidad semestral o como mínimo anual, una Comisión Permanente en donde habrá representantes de todos las entidades públicas o privadas con presencia, competencia o influencia en la zona, de cara a debatir, resolver y tomar decisiones de forma participativa y con arreglo a los intereses de todas las partes implicadas, priorizando en todo momento los intereses y las necesidades de la comunidad local.

E J E
05

ACTUACIÓN 24

Observatorio del Turismo Sostenible y Comunitario en Soto Norte.

 AGENTES A IMPLICAR

La Cámara de Comercio de Bucaramanga, los Consejos Municipales de Turismo y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.

 EJECUCIÓN

Doce meses.

 PERÍODO

 Medio/Largo plazo (3-4 años).

 RECURSOS TÉCNICOS RECURSOS FINANCIEROS

\$\$

 ACTUACIONES RELACIONADAS

A6, A7, A27.

Descripción:

Acción conjunta público-privada para implementar un sistema integrado de recogida y análisis de datos relevantes de los perfiles de visitantes que llegan a la provincia de Soto Norte, de cara a poder plantear una planificación ordenada de acciones de gestión, comportamiento y necesidades de la demanda (comunicación, promoción y comercialización). La recogida de los datos se articulará desde los Consejos Municipales de Turismo, con la coordinación de la Mesa Regional del Turismo en la provincia (A27) y se ejecutará por parte de los gestores de los equipamientos públicos como el Centro de Visitantes del Páramo de Santurbán (A7), de los puntos de información habilitados (A6) y de los diferentes prestadores de servicios y comercios de los seis municipios. El trabajo dará lugar a la recopilación de datos cuantitativos y cualitativos sobre la nacionalidad, edad, duración de la estancia, motivación del viaje, etc., con los que se elaborarán informes periódicos que se compararán en el marco de la Mesa Regional del Turismo.

EJE 05 | ACTUACIÓN 25

Reglamentación para la conservación del patrimonio arqueológico y arquitectónico de los municipios de Soto Norte.



AGENTES A IMPLICAR

Las alcaldías de los seis municipios de la provincia y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.



EJECUCIÓN

Seis meses.



PERÍODO

Corto plazo (1-2 años).



RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A28.

Descripción:

Planteamiento para incluir en los próximos Esquemas de Ordenamiento Territorial (EOT) de los seis municipios de la provincia la protección y denominación de las áreas y elementos de interés arquitectónico a conservar, elevándolas a una categoría de protección especial. Además, se deben impulsar incentivos a nivel de exenciones de impuestos para las familias y propietarios de casas que las hayan conservado al modo tradicional después de cien años, con especial relevancia en el caso de conjuntos puestos en valor a partir de la actividad turística. Estos incentivos se deben direccionar en lo concerniente a mejora de viviendas y arreglo de fachadas. Además, es necesario plantear una política clara frente a los nuevos tipos de construcciones, ya sean de interés social o no, para configurar un estilo arquitectónico definido en los diferentes municipios, tanto en sus formas como en sus espacios.

EJE 05 | ACTUACIÓN 26

Acuerdos de custodia del territorio y derechos de paso con propietarios privados.



AGENTES A IMPLICAR

Las alcaldías de los seis municipios de la provincia de Soto Norte, los Consejos Municipales de Turismo, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible y de Agricultura y Desarrollo Rural de Santander.



EJECUCIÓN

Continuado.



PERÍODO

Corto plazo (1-2 años).



RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A2, A8, A22, A23.

Descripción:

Para la puesta en valor de determinados elementos patrimoniales, especialmente de índole cultural o etnográfica, se hace necesario que estén en un adecuado estado de conservación. Con frecuencia, muchos propietarios no pueden asumir el mantenimiento, bien por falta de recursos económicos o bien por falta de un retorno económico en su gestión, que los haga viables. Este puede ser el caso de los molinos harineros o de otro tipo de construcciones tradicionales en desuso. Un acuerdo de Custodia del Territorio, por el que los propietarios de estos elementos patrimoniales cedan su uso y gestión a algún órgano de actuación supramunicipal (la Asociación de Municipios Asomusanturbán, el Órgano de Gestión del Páramo de Santurbán A23 o la Mesa Regional del Turismo Comunitario A28), a cambio de su recuperación y valorización, puede ser una fórmula que asegure su conservación.

Otras iniciativas intermedias de cogestión se pueden valorar, analizando caso por caso, no sólo en lo referente a elementos patrimoniales de tipo cultural o etnográfico, sino también a nivel de fincas y espacios naturales. Sobre todo, en aquellos casos en los que sean necesarios derechos de servidumbre de paso para acceder a determinados recursos con valor o potencial turístico (A2), para lo que se podrían negociar acuerdos que permitan el acceso regulado de visitantes a cambio de mantener o recuperar el medio natural y el paisaje de las fincas.

EJE 6: MARCOS DE COLABORACIÓN ENTRE AGENTES

Se presentan actuaciones para fomentar marcos de colaboración estables y efectivos entre agentes públicos y privados del sector en la provincia de Soto Norte. Se establecen propuestas de creación de órganos participativos y de refuerzo de dicha colaboración, como la creación de una Mesa Regional del Turismo Comunitario o la creación de una red de prestadores de servicios con un sello local basado en criterios de sostenibilidad.



EJE 06

ACTUACIÓN 27

Constitución de una Mesa Regional del Turismo Comunitario.



AGENTES A IMPLICAR

Las alcaldías de los seis municipios de la provincia de Soto Norte, los Consejos Municipales de Turismo, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.



EJECUCIÓN

Tres meses.



PERÍODO

Corto plazo (1-2 años).



RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A23, A24.

Descripción:

Coordinar y convocar una Mesa Regional del Turismo Comunitario con carácter periódico (mensual o, al menos, trimestral) como mecanismo de colaboración, coordinación, comunicación y fluidez entre la administración y los diferentes actores privados involucrados a día de hoy en el sector en la provincia, tejiendo instrumentos que abran espacios de debate, de intercambios de ideas y de sinergias profesionales. Se debe, en este sentido, evitar la descoordinación institucional-empresarial y optimizar marcos de colaboración a una escala supramunicipal, implicando activamente a los diferentes Consejos Municipales de Tona, Charta, Surata, Matanza, California y Vetas.

Entre las funciones de esta mesa estará el articular y decidir de forma colegiada y participativa todos los asuntos de índole turística que afecten al conjunto de la provincia y las diferentes comunidades que habitan en ella. Además, deberá asumir la consolidación de una dimensión de gobernanza local y comunitaria del turismo en Soto Norte, siendo la cabeza visible para participar en órganos de decisión turística de carácter regional, estatal e internacional. Debe fortalecer las relaciones y compromisos entre los Consejos Municipales de Turismo y las diferentes instituciones locales y regionales, así como socializar en cada municipio y en la región en su conjunto este Plan de Turismo.

EJE 06 ACTUACIÓN 28

Red local de prestadores de servicios unificados con un sello de sostenibilidad.

AGENTES A IMPLICAR

Los Consejos Municipales de Turismo, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.

EJECUCIÓN

Nueve meses.

PERÍODO

■ Corto plazo (1-2 años).

RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A9, A11, A12, A16, A19, A20

Descripción:

Creación de una red de prestadores de servicios y productores agroalimentarios en base a un sistema de calidad que mida el nivel de compromiso en sostenibilidad medioambiental, sociocultural y económica de las iniciativas, que obtendrán un sello local a modo de certificado. Se tomará como punto de partida y referencia la certificación en ecoturismo que otorga la CDMB, pero ampliando los indicadores y añadiendo criterios asociados a la presencia y puesta en valor de productos agroalimentarios locales, artesanía o la necesidad de colaboración con prestatarios locales. También se incluirán cuestiones como la puesta en valor de la arquitectura y técnicas de construcción tradicional en la región o el uso de medios de transporte poco contaminantes con el entorno.

Se propone, además, no circunscribir el sello al ámbito del ecoturismo, dado que la totalidad de las iniciativas certificadas en la actualidad están ubicadas fuera de espacios naturales y no se limitan a ofertar productos especializados en ecoturismo. Se le debe dar una dimensión más genérica y amplia, hablando de turismo sostenible, de manera que se incluyan bajo su ámbito de actuación otro tipo de productos turísticos. Se incentivará la dinamización de la red mediante acciones conjuntas de comunicación, promoción y comercialización por parte de las iniciativas certificadas con el sello.

EJE 06 ACTUACIÓN 29

Limpieza y mantenimiento de senderos y ciclorutas.

AGENTES A IMPLICAR

Las alcaldías de los seis municipios de la provincia de Soto Norte, los Consejos Municipales de Turismo, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.

EJECUCIÓN

Continuada.

PERÍODO

■ Corto plazo (1-2 años).

RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A5.

Descripción:

Se buscará la implicación de diferentes prestadores de servicios para recuperar y embellecer los senderos diseñados y recuperados (A5) con cierta periodicidad, bajo el lema “Todos ponemos, todos ganamos”. Coordinación de tareas de mantenimiento y conservación de los senderos y quebradas por parte de diversos prestadores de turismo locales, que se están beneficiando por la llegada de viajeros a la provincia. Organización de actividades periódicas de limpieza y educación ambiental, voluntariados y encuentros de asociaciones nacionales e internacionales de senderistas, acompañadas de actividades lúdicas y turísticas, con el apoyo de entidades locales y de estudiantes de últimos grados de universidades del área metropolitana de Bucaramanga.

EJE 06 ACTUACIÓN 30

Organización periódica de un encuentro profesional sobre turismo comunitario.

AGENTES A IMPLICAR

Los Consejos Municipales de Turismo de los seis municipios de Soto Norte, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander.

EJECUCIÓN

Doce meses.

PERÍODO

■ Corto plazo (1-2 años).

RECURSOS TÉCNICOS



RECURSOS FINANCIEROS



ACTUACIONES RELACIONADAS

A12, A27, A28.

Descripción:

Encuentro profesional en el que agentes públicos y privados (locales, nacionales e internacionales) puedan reflexionar, debatir y establecer sinergias y contacto. En formato jornadas o congreso profesional, se planteará como un foro para hablar de innovaciones, ideas de producto turístico, dar visibilidad a pequeñas iniciativas o emprendedores que estén trabajando por modelos de turismo sostenible y/o comunitario en territorios similares, planteando nuevas estrategias para consolidarlos. Posibilidad de generar viajes de intercambio de experiencias con otros territorios en materia de turismo sostenible y comunitario.



ANEXOS

Anexo 1. La visión del sector

Respuestas realizadas por los diferentes grupos de trabajo de prestadores de servicios y agentes públicos, separados por municipios, en una de las sesiones de trabajo en los talleres de trabajo celebrados en Suratá en noviembre de 2015, en las que determinan a su entender las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades en torno a los seis ejes de actuación de este plan.



ASPECTOS POSITIVOS
(Fortalezas y Oportunidades)



ASPECTOS NEGATIVOS
(Debilidades y Amenazas).

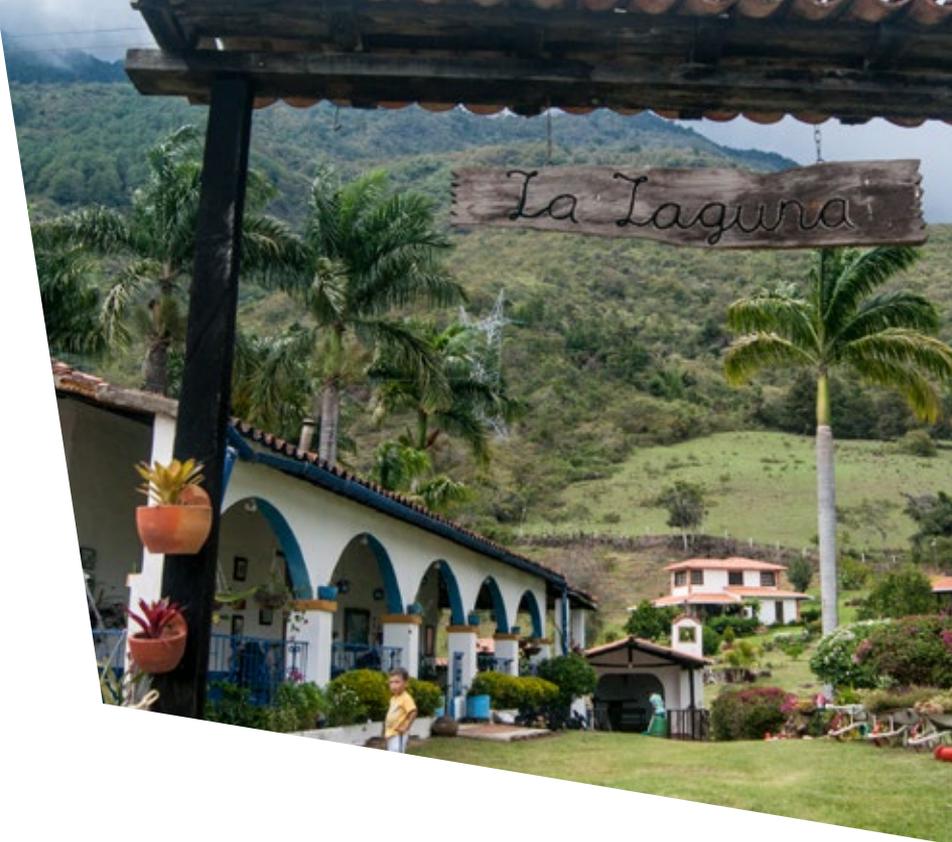
EJE 1: RECURSOS NATURALES Y RURALES CON POTENCIAL TURÍSTICO EN SOTO NORTE

MATANZA

-  Tenemos una gran cantidad de productos agroalimentarios locales que se pueden ofrecer al turista.
-  Quebrada La Tarazona (fácil acceso, fuente hídrica potente, fácil restricción de visitantes por sus condiciones geográficas). Mirador de la Virgen (fácil acceso con gran vista hacia el casco urbano, montañas y paisajes).
-  Bellos paisajes y valor cultural.
-  Templo parroquial y Virgen de Las Mercedes (Patrimonio Nacional con una infraestructura colonial).
-  Falta de cooperación de los vecinos que viven a la ribera de las quebradas.
-  Falta de mantenimiento de los caminos que conducen a los atractivos naturales.
-  Falta de información sobre los atractivos y la historia de los recursos turísticos.

TONA

-  Infraestructura natural paisajística inexplorada.
-  Somos productores de agua.
-  Productores de oxígeno.
-  Reserva natural.
-  Recolección de hierbas aromáticas.
-  Cultivo de trigo.
-  Exceso de capacidad de carga con los visitantes.
-  Abandono estatal en la gestión de los recursos.
-  Sobreexplotación de los bosques por pobreza extrema.



SURATÁ

- 👍 Riqueza en biodiversidad: fauna y flora + especies nativas + agua + riqueza paisajística.
- 👍 Variedad de microclimas, entre los 1.500 y los 3.800 msnm.
- 👍 Riqueza en fuentes hídricas y sistemas de complejos lagunares.
- 👎 Falta de cultura de medioambiente.
- 👎 Falta de declaración de recursos naturales, culturales y arquitectónicos.
- 👎 Muchos de los recursos y atractivos son de titularidad privada.
- 👎 No hay valoración de las riquezas naturales que se tienen.
- 👎 No hay un inventario, ni se dispone de información sobre los recursos existentes – Catálogo de especies nativas
- 👎 Falta conocimiento sobre las leyes existentes en torno a la protección del agua con las cuales se eviten las concesiones que está otorgando la autoridad ambiental.
- 👎 Falta desarrollo artesanal con productos típicos de la región.

VETAS

- 👍 Complejos lagunares (fábrica de agua) de gran belleza paisajística. Ecosistema de páramo en buen estado de conservación.
- 👍 Patrimonio cultural, histórico y religioso.
- 👍 Iniciativas de minería tradicional: historia e identidad (actividades que realizaban ya los pueblos indígenas).

CALIFORNIA

- 👍 El Páramo de Santurbán y su declaración como Espacio Natural Protegido. Rico patrimonio natural: biodiversidad, clima, vegetación, paisaje, fauna y flora.
- 👍 Santuario religioso, con amplia superficie física y dotado de las infraestructuras necesarias (baño, aguas, romería, servicios públicos, etc.).
- 👍 Casa molino artesanal de transformación de trigo y maíz, con 100 años de historia, donde se elabora pan criollo, mantecados y otros productos.

- 👍 Iniciativas de minería tradicional, con socavones antiguos y montajes rudimentarios de la época hispana. Transformación del oro y la plata en talleres artesanales de joyería.
- 👍 Sendero al monumento del perpetuo socorro.
- 👍 El templo parroquial del municipio, por la historia y antigüedad de su estructura.
- 👎 Falta cultura y conciencia ambiental en torno al cuidado y preservación de los recursos naturales y el patrimonio histórico.
- 👎 Falta de desarrollo de la artesanía en torno a productos típicos y locales, relacionados con la cultura de la región.
- 👎 Falta declarar por medio del EOT los sitios de interés turístico del municipio.

CHARTA

- 👍 Patrimonio cultural y arquitectónico en buen estado.
- 👍 Atractivos naturales de interés para el desarrollo del turismo.
- 👍 Iniciativas de artesanía y agroindustria interesante.
- 👍 Reconocimiento como productores de agua con la que se abastece el acueducto del Área Metropolitana de Bucaramanga.
- 👍 Potencial para el desarrollo de una ruta y de actividades en torno a la mora.
- 👎 Falta de cultura y sensibilidad medioambiental.



EJE 2: EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS PÚBLICOS DE APOYO AL TURISMO EN SOTO NORTE

MATANZA

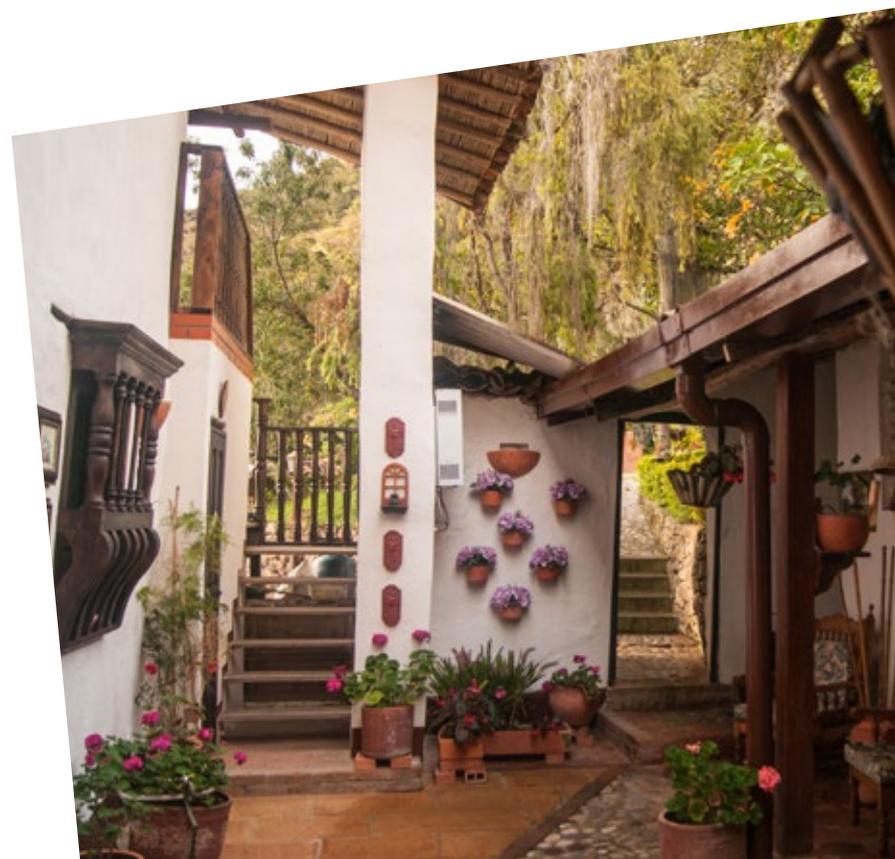
- 👍 Contamos con un parque principal amplio y central dónde se puede recibir cómodamente a los turistas.
- 👍 Contamos con una buena fuente hídrica y buen servicio de transporte público y especial.
- 👍 Buen servicio de acueducto, alcantarillado, selección de residuos, alumbrado público y energía eléctrica.
- 👎 Falta de oficina de información turística.
- 👎 No hay buena señalización ni a nivel vial ni a nivel informativo/turístico.
- 👎 Difícil acceso para personas con movilidad reducida.

TONA

- 👍 Doble calzada Bucaramanga–Cúcuta.
- 👍 Vista panorámica del embalse.
- 👍 Acueducto y alcantarillado en el centro del poblado de Berlín y en la cabecera municipal.
- 👍 Infraestructura de servicios públicos.
- 👍 Internet público WiFi.
- 👎 Falta de alumbrado público, tanto en la vía como en la cabecera municipal y en lo rural.
- 👎 Deficiente servicio de transporte público.
- 👎 Falta fortalecer la prestación de servicios policiales.
- 👎 Falta de interés por parte de la juventud en el turismo.
- 👎 Falta una oficina de turismo.

CHARTA

- 👍 Buen servicio de transporte público y vías terrestres en buen estado hacia las diferentes veredas.
- 👍 Hay algunas infraestructuras públicas que pueden tener un uso turístico como la Casa de la Cultura.
- 👍 Contamos con una oficina de saneamiento ambiental.
- 👍 Iglesia parroquial por su estructura arquitectónica.
- 👍 Servicios básicos cubiertos como agua potable o alcantarillado.
- 👎 No hay políticas adecuadas de reciclaje.
- 👎 Suciedad y falta de limpieza de zonas urbanas.
- 👎 No hay mantenimiento de senderos ni de vías de acceso.
- 👎 No hay una oficina turística.



SURATÁ

- 👍 Se cuenta con buena tradición oral ancestral.
- 👍 Acceso vías y carreteras.
- 👍 Existe la escuela de música que rescata valores culturales con menores, jóvenes y adultos, orquesta y música de cuerdas.
- 👍 Transporte público.
- 👍 Existe una nueva red de alcantarillado.
- 👍 Agua potable y recogida de basuras.
- 👎 Faltan transportes especiales.
- 👎 No hay señalización en la red de senderos.
- 👎 Parque principal en restauración.
- 👎 No hay punto de información turística ni folletos informativos.
- 👎 Se requiere reestructuración y adecuación de la escuela de música y casa de la cultura.
- 👎 Vías en mal estado.
- 👎 Baja cobertura de agua potable.
- 👎 Se requieren Políticas públicas que orienten el turismo.

VETAS

- 👍 Políticas públicas de reciclaje en marcha.
- 👎 Falta de senderos y políticas de mantenimiento de estos.
- 👎 Carencia de servicios de salud, tanto para la población local como para los visitantes.
- 👎 No hay puntos de información turística.
- 👎 Faltan mecanismos de control en los accesos de turistas.
- 👎 No hay mantenimiento de vías y carreteras.

CALIFORNIA

- 👍 Servicios básicos cubiertos como agua potable, luz, internet, teléfono, TV.
- 👍 Contamos ya con un punto de información para los visitantes.
- 👎 Falta de políticas y normas que reglamenten el paso y acceso a los sitios naturales de interés, como la Laguna de Páez.
- 👎 Falta de señalización y acceso a los diferentes escenarios o recursos con potencialidad turística.
- 👎 Falta de políticas públicas que rijan el turismo y estructuren planes de desarrollo turístico.
- 👎 Falta de vías de acceso en buen estado y conectividad vial con sitios de interés.
- 👎 No hay una articulación de senderos de interés que permitan acceder a pie a los recursos de interés.
- 👎 No hay museos ni centros de interpretación de interés, por ejemplo, de la minería.
- 👎 No se cuenta con centro de salud capacitado para atender al turista.
- 👎 No hay una planta de tratamiento de residuos sólidos.



EJE 3: OFERTA (PRODUCTOS Y PROVEEDORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS) EN SOTO NORTE

MATANZA

- Hay una buena cantidad de alojamientos y espacios necesarios para los turistas.
- Hay empresas de transporte.
- Tenemos restaurantes de fácil acceso y variedad de servicio.
- Infraestructura natural paisajística inexplorada (Laguna vereda Santa Martha en Santa Cruz de la Colina).
- Tenemos buenos hostales, posadas y hoteles.
- No se cuenta con empresas para actividades de naturaleza o agencias de viaje.
- Falta formar a jóvenes en emprendimiento y turismo.

TONA

- Existe expectativa en cuanto a generación de ingresos con el turismo sostenible y el ecoturismo.
- Cercanía a la capital del departamento (Bucaramanga).
- Poca capacidad económica para invertir en la industria turística.
- Falta de capacitación en turismo.
- Falta de interés en capacitarse.
- No hay guías que manejen un segundo idioma.

SURATÁ

- Hay empresas de transporte.
- Hay iniciativas (posadas turísticas) que están en proceso de certificación en ecoturismo por la CdMB.
- Falta capacitación a jóvenes, artesanos, restaurantes, guías.

➤ Falta de hospedajes, posadas y restaurantes. No hay oferta de actividades culturales.

➤ Falta de Artes y Oficios. Los jóvenes no se han vinculado al turismo.

VETAS

➤ Oferta variada de diferentes prestadores de servicios (alojamiento, circuitos turísticos por el Páramo, gastronomía, etc.).

➤ Falta de profesionales capacitados en idiomas.

CALIFORNIA

➤ Existe una red de prestadores de servicios ya activa (hostales, hotel, posadas, empresa de actividades con oferta de paquetes, restaurantes, etc.).

➤ Empresa de transporte (buses, busetas, etc.) y una Agencia de viajes.

➤ Falta más capacitación a restaurantes para brindar un mejor servicio de gastronomía.

➤ Poca implicación de productores agroalimentarios y artesanos.

➤ No hay oferta de proveedores que dominen diferentes lenguas.

➤ No hay grupos de cultura activos o en formación para atender al turista.

CHARTA

➤ Oferta suficiente de alojamientos (posadas turísticas) y restaurantes.

➤ Los gestores y prestadores de servicios son locales, con un papel preponderante de la mujer.

➤ Cercanía a Bucaramanga y Área Metropolitana.

➤ Falta más capacitación para los diferentes prestadores, especialmente en lo referente a los guías.

➤ No hay conocimiento de idiomas por parte de los prestadores de servicios.

TODOS

- No hay estandarización de precios. Mala competencia.
- No hay regulación de la oferta.
- Falta articulación entre Estado y comunidad.
- Falta regulación para ocupar los lugares de interés local.

EJE 4: GESTIÓN DE LA DEMANDA (HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN).

MATANZA

- Se celebran festividades, ferias y fiestas tradicionales y festivales.
- Falta de imagen, identidad y logotipo para crear un portal donde podamos dar información turística del municipio.

TONA

- Falta de promoción de Tona como destino turístico.
- Inexistencia de redes de apoyo, no hay material comunicativo de apoyo.

SURATÁ

- Falta de un portal y presencia en redes sociales. No contamos con herramientas, servicios y acciones de promoción.
- Falta fortalecer la producción y comercialización de productos alimenticios y artesanales.

VETAS

- No hay un buen uso de las redes sociales ni otros canales de promoción/comunicación.

CALIFORNIA

- Se celebran eventos, festivales y festividades en la zona que acercan a los visitantes: ferias Patronales; Aguinaldos en diciembre; Festival de la Catleya.
- No contamos con un portal web que promocioe y fomente el municipio.
- Falta de material gráfico e impreso que dé a conocer el valor de los recursos con potencial en la zona.
- Necesidad de una mayor publicidad hacia agencias emisoras para poder llegar a más turistas.

CHARTA

- Existencia de medios de comercialización de los productos agroalimentarios.
- Se celebran eventos y festividades, La Epifanía 06 enero con representación en vivo; Ferias y fiestas patronales en honor a la patrona del Pueblo en el mes de agosto.
- Falta de promoción y publicidad en general.



EJE 5: INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN, GESTIÓN Y SEGUIMIENTO EN SOTO NORTE.

MATANZA

- ❌ No contamos con zonificación ni con información sobre áreas protegidas.

TONA

- ✅ Ecotona posee una encuesta social de prestadores de servicios ecoturísticos.
- ❌ No existe ningún instrumento de planificación.

VETAS

- ✅ Declaratoria del Páramo de Santurbán como espacio catalogado y a proteger.
- ✅ Convenios con entidades especializadas en la preservación y conservación del ecosistema (ecoguardianes).
- ✅ Políticas de restricción de caza y pesca.
- ❌ No hay regulaciones establecidas en torno a la capacidad de carga máxima permitida de visitantes.

CALIFORNIA

- ✅ Existencia de regulación para el transporte y acceso a los sitios de interés.
- ✅ Espacios protegidos con figuras de conservación.
- ❌ Falta de regulación normativa para controlar el número de personas que acceden a los sitios y a los recursos.
- ❌ Falta de políticas públicas que regulan y definen los planes de desarrollo turístico.

CHARTA

- ✅ Servicios de asesoría en ecoturismo por parte del CdMB.
- ❌ No hay control en los atractivos naturales.

- ❌ No hay estadísticas relacionados con los visitantes que llegan a la región.
- ❌ Falta de regulación en el EOT en relación a los sitios restringidos para hacer turismo.



EJE 6: ESTRUCTURAS DE COLABORACIÓN Y COORDINACIÓN ENTRE AGENTES EN SOTO NORTE.

MATANZA

- ➡ Tenemos un Consejo Municipal de Turismo.

TONA

- ➡ Consejo Municipal de Turismo.

SURATÁ

- ➡ Creación y reestructuración del Consejo Municipal de Turismo.
- ⚠ Necesidad de más asesoría externa para el diseño de propuestas turísticas sostenibles.
- ⚠ Falta de cooperativismo y de colaboración público-privada.

VETAS

- ➡ Existencia de organizaciones sectoriales como Corposanturbán.
- ⚠ Falta una mayor colaboración con agentes públicos.
- ⚠ Inexistencia de una red de turismo regional.

CALIFORNIA

- ➡ Existencia de un Consejo Municipal de Turismo activo.
- ➡ Existe OROTUR que es una Asociación de turismo del municipio.
- ⚠ No hay una red de turismo regional, ni colaboración público-privada para impulsar el turismo entre todos.
- ⚠ Necesidad de más asesoría externa para el diseño de propuestas turísticas sostenibles.

CHARTA

- ➡ Existencia de un Consejo Municipal de Turismo activo.
- ⚠ Falta de cooperativismo y de colaboración público-privada.

TODOS

- ➡ Existe interés por la creación de una organización regional.
- ⚠ Deficiente comunicación entre los líderes y la comunidad para aclarar dudas sobre el turismo sostenible.
- ⚠ Falta de apoyo e interés regional y nacional, bajo nivel de articulación entre los diferentes actores y poca capacitación a los integrantes de los Consejos Municipales de Turismo.



Anexo 2. Cuatro casos de referencia en negativo y en positivo.

DOS EJEMPLOS DE MODELOS DE TURISMO INSOSTENIBLE

1. Las dinámicas espaciales de la ciudad de Jacó (Costa Rica) (30)

Jacó es una pequeña ciudad costera del cantón de Garabito, en la provincia de Puntarenas (Costa Rica), situada dentro de una región que ha conocido, en las dos últimas décadas, un desarrollo acelerado del sector turístico. Este crecimiento rápido y relativamente reciente hace de la ciudad un objeto de estudio particularmente interesante en razón de las dinámicas demográficas y territoriales que se producen allí. Por un lado, la llegada de los migrantes, entre ellos trabajadores más o menos cualificados. Por otro, la salida de una parte de la población local, junto con la introducción de una tercera categoría de actores: los turistas. Además estos cambios dieron lugar a una profunda modificación de la morfología urbana.

El desarrollo de Jacó se llevó a cabo muy rápidamente y de forma desordenada. En 15 años, la ciudad ha cambiado de manera espectacular, desarrollándose de forma vertical en especial. Entre los años 1990 y 2010, la población del distrito se ha multiplicado por seis, superando el umbral de 15.000 habitantes, frente a los 1.760 habitantes en 1980 (31). Durante el periodo 2000-2011, el distrito de Jacó experimentó una tasa de crecimiento anual del 5,67%, cinco veces mayor que el promedio nacional (1,11%) (32). La proporción de población extranjera ha contribuido en gran medida a este aumento.

Este crecimiento exponencial ha tomado a la ciudad por sorpresa. En primer lugar, desde un punto de vista administrativo: la municipalidad no tenía a su disposición los profesionales necesarios para manejar adecuadamente la situación. Pero también en términos de la demanda de trabajadores cualificados, inicialmente muy poco presentes en la ciudad. Por lo tanto, una parte importante de esta mano de obra ha venido de las ciudades cercanas. A esta mano de obra cualificada se pueden sumar los trabajadores no cualificados, afectados en sectores como la construcción y procedentes en su mayoría de Nicaragua; así como los empresarios extranjeros que llegaron a Jacó durante este periodo de crecimiento.

El caso de Jacó ha permitido medir la importancia del marco jurídico y del Plan de Ordenación en la evolución y la transformación de un territorio. Por un lado, la ciudad no habría experimentado el desarrollo turístico que ha caracterizado los últimos veinte años sin las condiciones jurídicas favorables previamente existentes. Por otro, la ausencia de un proyecto concreto y de una visión a largo plazo ha creado un terreno propicio al desarrollo desordenado de la ciudad, lo que ha tenido consecuencias negativas importantes sobre su territorio y su población.

Separaciones espaciales.

Una de las hipótesis a valorar incide en el aislamiento de los turistas, que disfrutaban de los servicios ofrecidos por los complejos turísticos, y de los migrantes, que trabajan allí, de lo que podríamos llamar la 'realidad local'. Efectivamente, dentro de Jacó existe una separación espacial entre los actores que participan de los fenómenos turísticos y migratorios. El status socioeconómico es el factor principal en la distribución y la separación de la población en el espacio. Así, hay que diferenciar los migrantes más ricos de los más pobres y hacer lo mismo con la población local. De manera general, podemos distinguir en Jacó barrios habitados por los turistas y los locales/migrantes más adinerados de los barrios más pobres, donde no encontramos turistas.

También hay que tener en consideración una característica importante de la ciudad: una parte de la gente de Jacó –que vivía en el pueblo antes del boom turístico– vive hoy fuera de éste, en los pueblos cercanos, pero sigue trabajando en Jacó. Se trata de una migración forzada, causada por las transformaciones económicas que han acompañado el desarrollo turístico de la ciudad. Así que en realidad hay una separación espacial entre los turistas y una parte de la población local: la que emigró a los pueblos cercanos, más baratos y tranquilos.

Además, se pueden observar otros tipos de separación espacial en Jacó. El primero consiste en la diferenciación entre los sitios frecuentados por los diferentes actores. De hecho, los desplazamientos de los turistas se limitan al barrio donde se alojan, al centro de la ciudad y a la playa. Los lugares frecuentados por los migrantes y los locales más pobres se limitan generalmente al domicilio, al lugar de trabajo y usualmente a la iglesia (más algunos pequeños desplazamientos, para ir de compras o llevar a los niños a la escuela). Los locales y los migrantes más adinerados son los únicos que han declarado frecuentar "toda la ciudad".

Hay otro tipo de separación más marcada, una separación a la vez espacial y social, que consiste en la existencia de barrios de tugurios: los "precarios". En Jacó hay dos precarios, llamados 'Barrio Copey' y 'El Hueco', donde viven segregados los locales y sobre todo los migrantes más pobres, casi todos nicaragüenses. La mayoría de los habitantes de estos barrios trabaja en el sector turístico, ya sea en la construcción, como camarero o agente de mantenimiento. Su lugar de trabajo es el único lugar donde entran en contacto con los turistas.



Droga y prostitución: nuevos negocios.

Además de los fenómenos de separación, el enlace entre turismo y migraciones ha producido un nuevo negocio: el mercado de la droga y de la prostitución. Una de las razones por las cuales Jacó es muy conocida dentro de Costa Rica es su reputación de ciudad donde todo está permitido. Aquí el desarrollo turístico tiene dos caras: por un lado ha traído oportunidades de empleo, por otro los problemas vinculados a la prostitución y la droga.

Este tipo de mercado ha llegado a Jacó después de la construcción de la 'Marina Los Sueños', un complejo turístico de lujo situado a 5 kilómetros al Noroeste de Jacó. El turismo sexual es hoy ampliamente difundido en la ciudad y es suficiente pasear por algunas calles de noche para que te ofrezcan cannabis, cocaína o viagra. De hecho, estos dos mercados son bastantes complementarios: muy a menudo los clientes de las prostitutas también están buscando este tipo de productos y las mismas saben dónde redirigirlos.

2. El vertiginoso tránsito de pueblo tranquilo al turismo de masas en Salento.

En el departamento del Quindío (Colombia), el pueblo de Salento es hoy en día el principal destino turístico del Eje Cafetero. Uno de los lugares más reconocidos y visitados tanto por el turista extranjero que visita el país, como por el nacional, especialmente en períodos festivos y de fin de semana. Detrás de la aparente fachada de pueblo auténtico y tradicional, se esconden numerosos impactos de toda índole y conflictos sociales forjados en apenas 15 años, con comparativa con cualquier destino de masas del mundo.

Empezando por la sobre mercantilización del espacio público y siguiendo por la excesiva oferta hotelera y de restauración. Sirva como dato que en un pueblo con apenas 8.000 habitantes hay más de 130 hostales y establecimientos diversos, que superan las 2.000 camas disponibles (33). Esto implica que, en momentos de máxima ocupación, puede haber un turista por cada 4 ciudadanos salentinos, sin contar las visitas de un día que no llegan a pernoctar. Imaginemos por un momento la misma proporción de visitantes en una gran urbe como Bogotá, que roza los nueve millones de habitantes. Si recibiese a la vez más de dos millones de turistas, tirando por lo bajo según los parámetros de Salento, no hace falta ser ningún experto para adivinar el colapso que podría sufrir en términos de masificación, uso y gestión de servicios públicos, consumo de recursos, generación de residuos y un largo etcétera.

Esta masificación y el aumento exponencial de la cifra de visitantes están produciendo todo tipo de impactos, no siempre visibles a primera vista. Empezando por la banalización y pérdida de identidad cultural, cuyo ejemplo más paradigmático es el hecho de que existan más de 200 puntos de venta de artesanía en el pueblo y apenas uno sólo esté gestionado por un artesano local que vende su propia artesanía. La gran mayoría de estos establecimientos están gestionados por gente de fuera, que vende artesanía de fuera, fabricada normalmente en el extranjero. Mientras, los pocos artesanos locales están establecidos en un pequeño barrio a las afueras del pueblo, un tanto aislados y poco visibles.

El abandono de muchas actividades tradicionales está conllevando un proceso de monocultivo económico, contrario a la idea de que el turismo debe ser un factor de dinamización y estímulo de otros sectores como la actividad agropecuaria, agroindustrial, de servicios, comercial, de pequeña y mediana empresa, de innovación y oficios tradicionales, fortaleciendo las sinergias productivas incluso desde las políticas públicas (34). Eso por no hablar de la especulación urbanística, la inflación y el encarecimiento de la vida para la población local.

Mención aparte merecen los graves impactos que están sufriendo espacios naturales de gran valor e interés ecológico como el Valle de Cocora, un área de influencia del Parque Nacional de los Nevados, en donde no se aplica ningún plan de manejo ambiental, ni se ejecutan estándares de capacidad de carga para regular la entrada de turistas. Por el contrario, se ha asfaltado la carretera de acceso y la masificación de visitantes es más que patente, incluso entre semana. En conjunto, se podría afirmar que Salento es todo un laboratorio del turismo insostenible, ejemplo de las recetas que no hay que seguir para favorecer un sector turístico que genere oportunidades y una mejora en la calidad de vida de los habitantes de un destino.

TURISMO SÍ, PERO NO ASÍ (35).

"Revisando las dinámicas económicas, ambientales y sociales relacionadas al desarrollo del turismo en el municipio de Salento, en los últimos 15 años, se evidenció que dicha actividad es próspera y rentable, como se había previsto, pero que los beneficios y las oportunidades económicas asociadas al turismo estaban cada vez más en manos de inversionistas o personas foráneas, y no en la población local como se había planificado en el Esquema de Ordenación Territorial (EOT) vigente. En lugar de fortalecer a la comunidad local, la ha debilitado y desplazado de su territorio, de sus costumbres y de sus posibilidades. Urge por esto construir participativamente una política turística que revierta esta tendencia, le devuelva a la población local su derecho a favorecerse prioritariamente de esta actividad económica y controle los impactos negativos que, hoy por hoy, tenemos: desorden en la ocupación del espacio público, ruido, congestión vehicular y de personas, inseguridad, prostitución y drogadicción, sobrecarga en el ecosistema y en los servicios públicos.

Este consenso de la mesa ciudadana inspiró y motivó la realización del foro "Turismo sí, pero no así", que se llevó a cabo el 26 de noviembre de 2014 con el apoyo y financiación de la Cámara de Comercio del Quindío."

*Texto literal extraído del acuerdo de consensos construido en el ejercicio participativo de la Mesa Ciudadana de Salento durante el año 2014 y el primer semestre de 2015, con la participación de un amplio abanico de actores locales.



DOS EJEMPLOS DE MODELOS DE TURISMO SOSTENIBLE.

1. El turismo comunitario como motor para el fortalecimiento de la paz en Colombia (36)

El turismo a través de una base de gestión comunitaria es el motor que ha movido desde sus inicios al Centro Arqueológico y Ecoturístico 'El Carlos'. Creado en un antiguo territorio indígena de producción de coca, lleva ocho años funcionando y generando ingresos para las doce familias campesinas que gestionan el complejo. Se trata de un conjunto de alojamientos en cabañas, en medio de una exuberante naturaleza, conservando sus tradiciones rurales. Se dividen en cuatro áreas, con cuatro personas a cargo en cada caso: recepción, mantenimiento, cocina y guía.

Los turistas que llegan hasta aquí tienen la posibilidad de socializar con la comunidad, en contacto directo con ellos, viviendo un intercambio cultural en el que ambas partes aprenden y se retroalimentan. Una experiencia enriquecedora en la que las costumbres locales son parte del valor y en donde se cuida mucho que el turismo no influya negativamente en los ritmos cotidianos de la población. Aunque el ámbito de actuación del proyecto se generó inicialmente en torno al turismo de naturaleza, el planteamiento es empezar a ofrecer propuestas de agroturismo experiencial, que pongan en valor la actividad agrícola de la población de cara a los visitantes.

Juan Camilo Saavedra, estudiante en Bogotá de Administración Turística y Hotelera en la Universidad Externado de Colombia, que ha estado sobre el terreno en la Vereda El Carlos, realizando una investigación en contacto con la comunidad, corrobora esta visión en base a su propia experiencia en primera persona. *"Es una oportunidad única de conocer un turismo totalmente diferente al que nos venden normalmente. Una mentalidad en donde uno va a integrarse en otra realidad, a disfrutar de las diferencias",* señala. Charlas, encuentros cotidianos, participar e integrarte en su día a día, jugar con los chicos al fútbol... *"Es necesario educar al consumidor, ya que se requiere una empatía muy fuerte y una relación muy cercana con las personas, pero la recompensa no tiene precio",* concluye.

Una propuesta singular, en contacto con los atractivos naturales y culturales del territorio, en donde se ofrecen actividades y un servicio complementario de comida autóctona y local. Además, un Museo Arqueológico destaca por su valor cultural y sentimental, ya que exhibe más de 300 piezas pertenecientes a las civilizaciones nativas que habitaron la región. *"Todo un orgullo para nosotros, es la historia de nuestros antepasados",* aclara Juan Manuel Meneses, representante legal de la Cooperativa de Trabajo Asociado que gestiona el centro.

Juan es campesino, un sembrador y recolector de yuca, arroz, maíz y frutales, entre otros alimentos. Junto a esta actividad tradicional, desde los comienzos del proyecto también trabaja vinculado al ecoturismo y al turismo comunitario en el centro. En la combinación de ambas dimensiones está la base de su vida y de su día a día. *"Estoy enamorado de lo que hago y convencido de que esta es una oportunidad de salir para adelante, intentando involucrar a más gente, haciéndoles ver que este es un proyecto de vida",* señala.



Intercambiar unas palabras con él es suficiente para darte cuenta de que habla con el corazón y también con conocimiento de causa y mucha responsabilidad. El cargo que desempeña en la actualidad se elige anualmente por el Consejo de Administración, órgano con representación de todos los miembros asociados de la cooperativa. A pesar de estar involucradas muchas personas y familias, cada una con sus circunstancias, el trabajo en red y la convivencia es buena.

"Cuando surgen rencillas, hay que saberle dar la razón a quién la tiene, hay que saber perdonar para vivir en comunidad, aceptando los errores cuando suceden. Esto también es vivir en paz y, más allá de eso, en la medida en que seamos constantes, los resultados se van a ver a largo plazo", afirma seguro.

Un nuevo marco de convivencia.

En la década de los 80 y 90, el Urabá-Darién fue la zona roja del país y esa estigmatización no se diluye de la noche a la mañana. El trabajo de la cooperativa y la ayuda de la administración están empezando a cambiar esta imagen. *"La esperanza de que el turismo va a generar ingresos y trabajo está propiciando que gente, que antes participaban en el conflicto armado y en actividades ilícitas, empiece a vislumbrar otras opciones de vida",* añade Juan Manuel. *"Se puede decir que la vida en la Vereda El Carlos ha cambiado a mejor gracias al turismo",* concluye.

No sólo por el abandono de muchas zonas de cultivos ilícitos, sino por cómo muchas familias están generando ingresos adicionales a la vez que ganan confianza en sí mismos. *"Hemos dejado atrás la timidez que teníamos con el forastero, ahora nos sentimos cómodos intercambiando experiencias con el visitante",* indica entusiasmado Juan Manuel. También es una motivación en sí misma para crecer y mejorar, a partir de satisfacciones personales y colectivas.

"Poder entablar una conversación con cualquier persona es ya una satisfacción enorme, yo mismo trataba muchas veces de evadir a la gente porque me parecía que tenían un status mayor que el mío. El contacto con otras personas me ha permitido ganar confianza y romper mis esquemas", aclara. A nivel colectivo, el mayor logro para Juan Manuel es haberse posicionado en el mercado regional como prestadores de servicios. Sin duda, una de las grandes dificultades a las que se ha tenido que enfrentar la cooperativa, sin ningún tipo de experiencia previa en este sentido, como la mayoría de iniciativas de Turismo Rural Comunitario.

2. ACTUAR: una apuesta por el poder de la comunidad en el desarrollo turístico de Costa Rica. (37)

ACTUAR es una organización sin fines de lucro que cuenta con el máximo nivel de certificación en sostenibilidad (cinco hojas) en Costa Rica. Desde el 2003 ofrecen programas turísticos innovadores, buscando siempre incluir experiencias auténticas de la cultura costarricense. Combinan ecoturismo tradicional con comunidades rurales donde los visitantes conocen la Costa Rica que está conservando sus bosques y ríos y que está poniendo en práctica la agricultura sostenible. Planean viajes divertidos y educativos, tomando en cuenta criterios de sostenibilidad, promoviendo una relación armoniosa entre la conservación, el desarrollo rural y el ecoturismo.

Quien viaja con ACTUAR, cuyas siglas significan Alianza Comunitaria de Turismo Rural para la Conservación del Territorio, apoya a las comunidades locales y los territorios indígenas para desarrollar una fuente de ingresos sostenible y conservar sus recursos naturales. Es todo un ejemplo de conservación, con una red compuesta por 36 socios de diferentes comunidades rurales, de los que 27 empezaron con el turismo como una forma de garantizar fondos para la conservación de los lugares en los que vivían. Estos fondos obtenidos han servido para la conservación de la naturaleza en terrenos que las respectivas asociaciones han adquirido en propiedad, con el objetivo de conservar el bosque primario y, sobre todo, para la reforestación en terrenos que habían sido agrícolas y poco productivos.

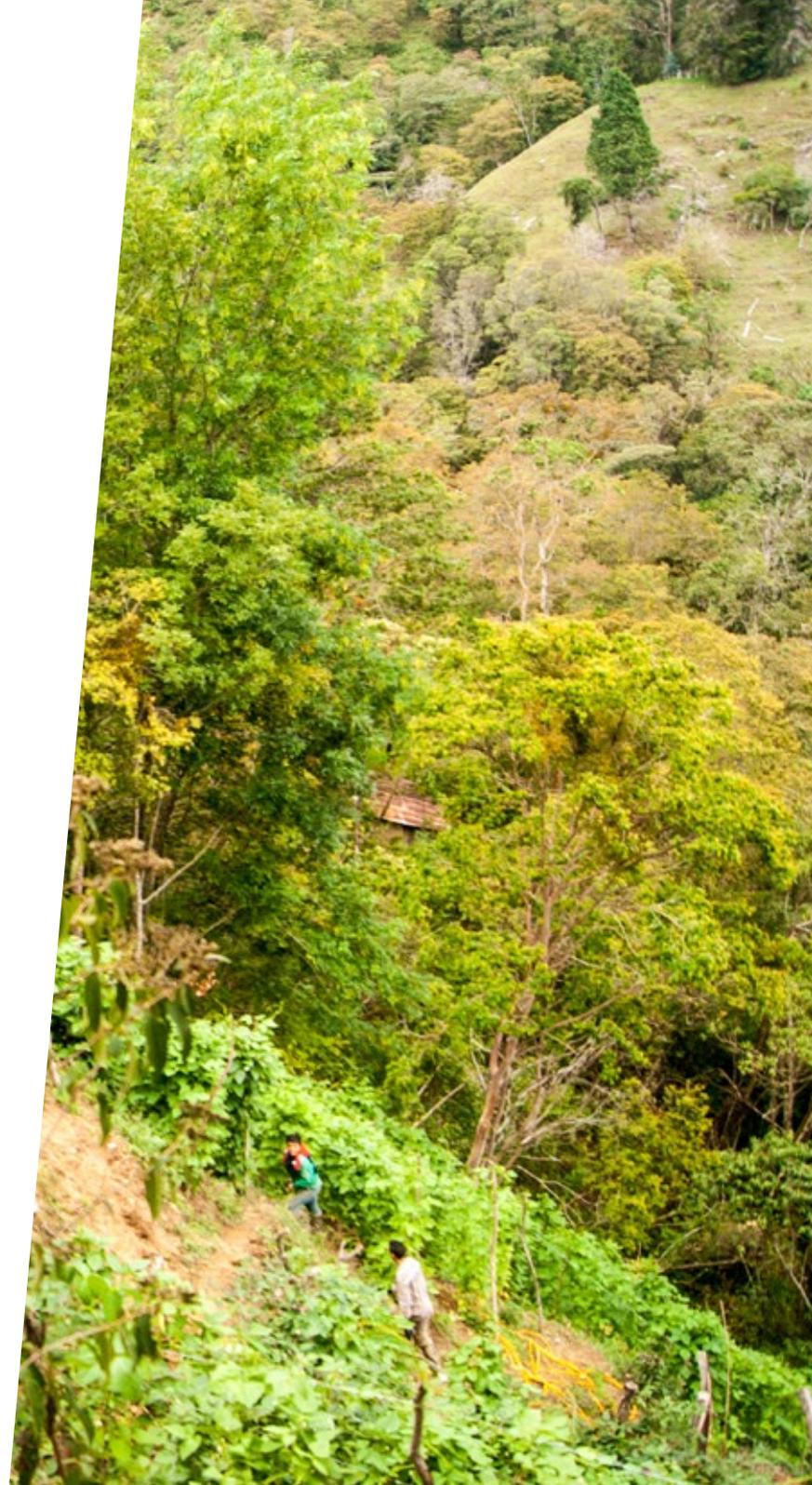
Una reforestación crucial para la mejora de la biodiversidad, el clima y para parar la erosión de los terrenos. Más teniendo en cuenta que se encuentran en corredores biológicos que conectan diferentes Parques Nacionales. Costa Rica tiene una rica red de Parques Nacionales, pero éstos tienen que conectarse para poder mantener la diversidad genética de las diferentes especies que se encuentran protegidas en ellos. De ahí la importancia de acciones de reforestación como las mencionadas.

La comercialización del turismo rural comunitario en América Latina.

(...) Un gran número de iniciativas empezaron como una respuesta a la situación de crisis económica provocada por la caída de los precios de los productos agrarios tradicionales, como el café o el cacao, o el fracaso de las apuestas comerciales de algunas nuevas producciones, como la vainilla, y por políticas públicas de carácter neoliberal que perjudicaron al sector campesino. En este sentido se expresaba Kyra Cruz, directora ejecutiva de ACTUAR en Costa Rica:

“Aquí el turismo rural comunitario surge de la necesidad de generar alternativas económicas que diversifiquen los ingresos de las familias del campo, enfrentadas a un modelo de desarrollo rural depredador de los recursos naturales, que por más de veinte años ha profundizado la inequidad y concentrado la propiedad de la tierra, generando desempleo, emigración y deteriorando el vínculo de la comunidad rural”.

Más información: www.actuarcostarica.com



Anexo 3. Criterios de evaluación certificación ecoturismo CdMB.

ASPECTOS GENERALES.

1.1. Mantiene en un sitio visible y disponible información detallada sobre las áreas protegidas o áreas con atractivo natural especial que sirven de soporte al servicio ofrecido y sobre el cuidado y comportamiento en dichas áreas, incluyendo información histórica y cultural de la región.

1.2. Cuenta con un plan debidamente implementado de concientización, sensibilización y educación ambiental entre los visitantes y empleados.

1.3. Ha diseñado campañas u otras acciones específicas para evitar que los visitantes y empleados extraigan plantas o animales silvestres, perturben o alimenten la fauna silvestre o introduzcan especies exóticas de fauna o flora en el área natural.

1.4. Tiene identificadas las fuentes de contaminación sonora resultantes de la actividad y se han adoptado acciones concretas y/o adquirido los equipos necesarios para reducir o mitigar de manera verificable la generación de ruido por parte de cada una de estas fuentes.

1.5. Ha participado o brindado apoyo en programas de conservación y manejo de algún área natural dentro de la región de influencia de su actividad.

ASPECTOS DE OPERACIÓN.

Estructura de Servicios: Es la estructura donde se desarrollan los servicios ecoturísticos de alojamiento y hospedaje.

2. Agua.

2.1. Cuenta con un programa permanente de ahorro de agua que incluye una campaña dirigida a visitantes y empleados, dentro del cual se utilizan dispositivos para el ahorro de agua en grifos y duchas y otros, e incluye verificación de fugas de agua en las tuberías de la planta turística e infraestructura de servicios.

2.2. Utiliza un método de purificación de agua para el consumo humano y preparación de alimentos.

2.3. Cuenta con un sistema de tratamiento de aguas residuales.

3. Energía.

3.1. Cuenta con un programa permanente para el ahorro de energía que incluye una campaña dirigida a visitantes y empleados y dentro del cual se utilizan dispositivos de ahorro de energía en iluminación, refrigeración, calefacción y otros (apagado automático, interruptores de presencia, desactivado de circuitos, etc.) y mantenimiento preventivo para todos los equipos e instalaciones eléctricas de la infraestructura de servicios.

3.2. Utiliza algún sistema de energía alternativa amigable con el medio ambiente (celdas fotovoltaicas u otros sistemas solares, energía eólica, geotérmica o generada con biomasa, por ejemplo) para iluminación, calentamiento o precalentamiento de agua, bombeo u otras.

3.3. Se utiliza la ventilación natural, reflexión de luz y calor, sombra natural y otros para procurar un ambiente agradable.

3.4. Los equipos de refrigeración doméstica y aire acondicionado funcionan con agentes espumantes y refrigerantes diferentes a CFC11 y CFC12, de acuerdo con el Protocolo de Montreal. Si no utiliza equipos de refrigeración ni aire acondicionado marque la casilla correspondiente a "no aplica" (n/a).

4. Áreas Verdes (Zonas de Jardín).

4.1. Para el mantenimiento de las áreas verdes (zonas de jardín) utiliza abonos diferentes a los químicos, plaguicidas y herbicidas.

4.2. En la cobertura vegetal de las áreas verdes (zonas de jardín) prevalecen las especies nativas de la zona.

5. Protección de flora y fauna.

5.1. Se restringe la comercialización de especies o productos derivados de flora y fauna vedados por la ley, así como la ejecución y apoyo de actividades encaminadas a la colección, comercialización y tráfico de especies animales o vegetales que no cuenten con los permisos y/o licencias respectivas otorgadas por las autoridades ambientales competentes.

5.2. La introducción de especies exóticas de fauna y flora en el área natural se encuentra restringida.

5.3. Hace un manejo de la luz artificial externa de tal manera que no cause perturbaciones o alteraciones en el medio natural o cambios en el comportamiento de la fauna silvestres.

6. Consumo de productos.

6.1. Maneja e implementa una política de compras en la que se incorporan criterios ambientales y sociales.

6.2. Prefiere el uso de recipientes que de acuerdo con las condiciones de la región son susceptibles de recuperación y reciclaje.

6.3. Los productos o insumos que se venden a los visitantes se empacan en bolsas de papel o tela.

6.4. Se evita el empleo de productos en aerosol que contengan propelentes que afecten la capa de ozono.

7. Limpieza y cosméticos.

7.1. Utiliza elementos de limpieza y cosméticos biodegradables, de acuerdo con la oferta en el mercado.

7.2. Para el suministro de productos cosméticos en lavabos se emplean dosificadores o dispensadores.

8. Manejo de residuos sólidos.

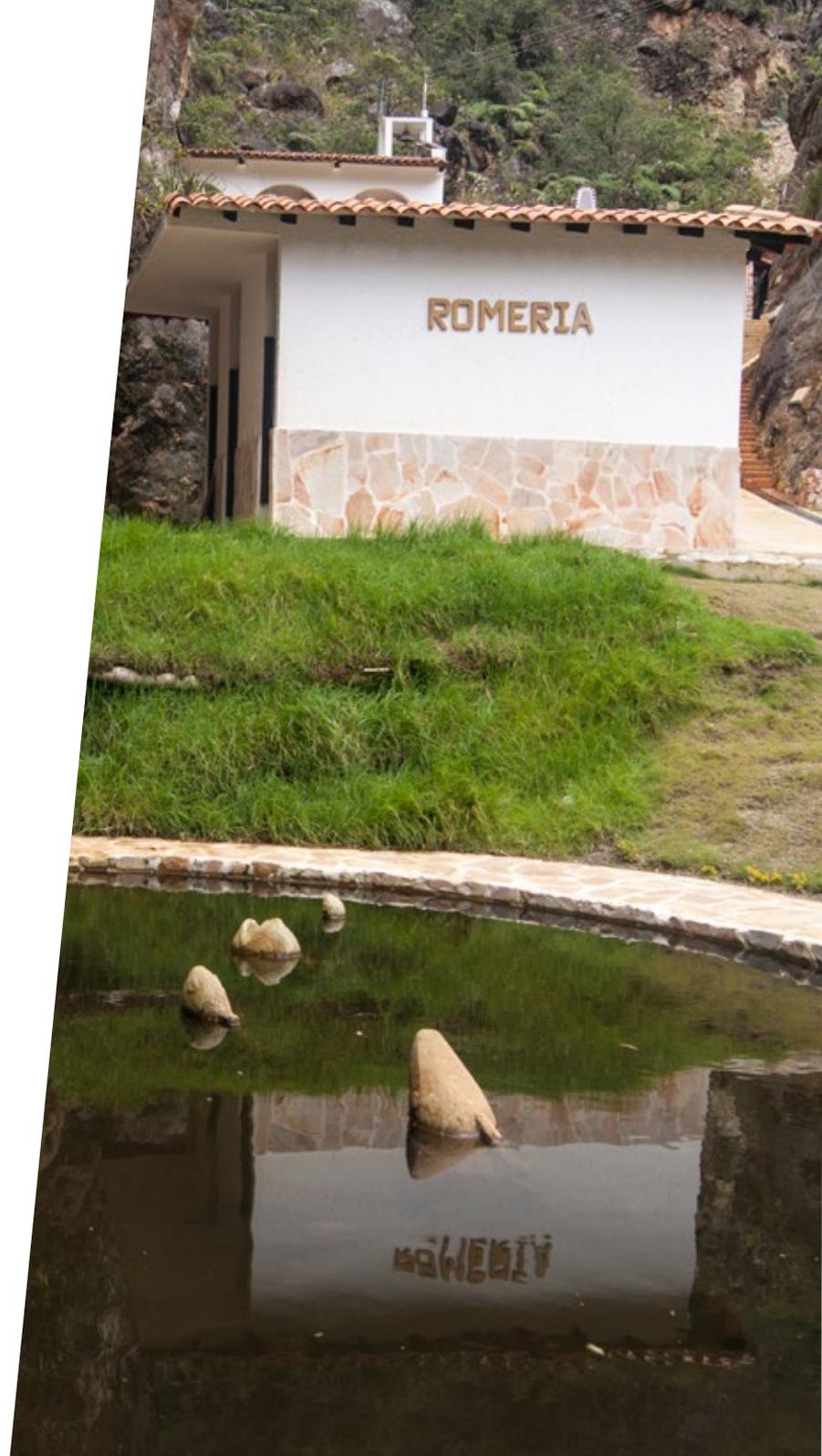
8.1. Implementa programas y políticas claras y efectivas de manejo integral de residuos sólidos, orgánicos e inorgánicos, conocidos y practicados por los empleados y clientes, que incluye programas de minimización, reutilización, separación, reciclaje y disposición adecuada de residuos sólidos.

9. Construcción y mantenimiento de infraestructura.

9.1. Los productos forestales (maderables y no maderables) requeridos para la construcción y el mantenimiento de la infraestructura son obtenidos con sujeción a las normas que regulan la materia.

9.2. El diseño arquitectónico y los materiales utilizados en la construcción se adaptan al entorno natural y cultural de la región (los edificios no dominan el paisaje y la vegetación).

9.3. Se respetan las rondas de protección de las fuentes hídricas superficiales en el área de influencia del proyecto.





10. Acondicionamiento del Alojamiento.

10.1. Cuenta con un documento de lineamientos y estándares de calidad en la prestación de este servicio.

10.2. Se implementan programas específicos como retardo para el cambio de toallas, ropa de cama, y otros.

10.3. Se utilizan en la decoración elementos que recuerdan las características tradicionales culturales de la zona.

10.4. El establecimiento ofrece zonas debidamente señalizadas para fumadores y condiciones para aminorar la contaminación del aire.

11. Beneficios económicos a las comunidades locales.

11.1. Ha apoyado el desarrollo programas específicos de capacitación de las personas de la localidad en la prestación de servicios ecoturísticos y en actividades complementarias a éstos.

11.2. Por lo menos el 50% del personal requerido en las diferentes actividades es local.

11.3. Proporciona un sitio donde esté disponible el material promocional sobre actividades recreativas manejadas por organizaciones comunales o empresas locales.

11.4. Está en capacidad de acreditar una participación activa en las diferentes actividades recreativas y/o benéficas convocadas por organizaciones comunales y/o empresas locales que forman parte de su región.

SERVICIOS PÚBLICOS PARA PROCESO DE CERTIFICACIÓN

- 1 ACUEDUCTO
- 2 ALCANTARILLADO
- 3 ASEO
- 4 TELEFONÍA
- 5 GAS
- 6 ELECTRICIDAD
- 7 VIAS
- 8 TRANSPORTE
- 9 ESPACIO PÚBLICO
- 10 RECREACIÓN
- 11 DEPORTE
- 12 EDUCACIÓN
- 13 SALUD
- 14 VIVIENDA
- 15 ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
- 16 PLAZA DE MERCADO
- 17 SEGURIDAD
- 18 BANCA
- 19 RADIO
- 20 TELEVISIÓN
- 21 PRENSA
- 22 CEMENTERIO
- 23 ASISTENCIA TÉCNICA
- 24 SANEAMIENTO BÁSICO
- 25 REGISTRADURÍA
- 26 JUSTICIA
- 27 EMPLEO

Servicios públicos que se valoran en la actualidad para la obtención de la certificación de ecoturismo de la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CdMB).



Notas, Fuentes y bibliografía.

1. Informe Greenpeace: *Páramos en peligro: el caso de la minería de carbón en Pisba*. Diciembre 2013.
2. Proyecto Desarrollo de estrategias de conservación, restauración y manejo sostenible de los páramos, subpáramos y selvas andinas del nor-orienté colombiano: 2001. CDMB.
3. Estudio de suelos en los páramos colombianos. IGAC.
4. Instituto Alexander von Humboldt: *Insumos para la delimitación de ecosistemas estratégicos: el Páramo de Santurbán*.
5. Información empresa Eco Oro y proyecto megaminería La Angostura: www.eco-oro.com/sp/Angostura.asp
6. Comité para la Defensa del Agua y del Páramo de Santurbán: www.salvemoselaguayla-vida.com
7. El Comité para la Defensa de Agua y el Páramo de Santurbán se declara en estado de alerta frente a la reciente aprobación del Plan Nacional de Desarrollo del gobierno de Juan Manuel Santos (mayo 2015): www.salvemoselaguayla-vida.com/comite-santurban-en-estado-de-alerta-frente-pnd
8. Fuente: Materiales proporcionados por Corambiente – Corporación de Medio Ambiente. Bucaramanga.
9. Definición del turismo sostenible por la Organización Mundial del Turismo – OMT <http://sdt.unwto.org/es/content/definición>.
10. Las llegadas de turistas internacionales suben en 2015 un 4% hasta el récord de 1.200 millones. Fuente Organización Mundial del Turismo (OMT): <http://media.unwto.org/es/press-release/2016-01-18/las-llegadas-de-turistas-internacionales-suben-en-2015-un-4-hasta-el-record>.
11. La Carta Mundial del Turismo Sostenible firmada en Lanzarote (Islas Canarias, España) en 1995: www.turismo-sostenible.org/docs/Carta-del-Turismo-Sostenible.pdf
12. La Carta Mundial del Turismo Sostenible, firmada en Vitoria (País Vasco, España) en 2015: www.cartamundialdeturismosostenible2015.com/wp-content/uploads/2015/12/Carta-Mundial-de-Turismo-Sostenible.pdf
13. Fuente: LA COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN AMÉRICA LATINA. Ernest Cañada. Anuario de Estudios Centroamericanos, Universidad de Costa Rica, 41: 159-189, 2015
14. Fuente: Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES): <http://www.ecotourism.org/ties-ecotourism-espa%C3%B1ol>
15. The Case for Responsible Travel: Trends & Statistics 2015. Center for Responsible Tourism. <https://ecotourism.app.box.com/s/rxiyp65744sqilmrybfk8mys3qvjbe9g>
16. Agroturismo. Alianza entre la Fundación Ecoagroturismo y Accueil Paysan. www.ecotur.es/agroturismo-accueil-paysan-vacaciones-en-la-granja/menu/agroturismo_2299_1_ap.html
17. El turismo, el nuevo motor de la economía colombiana. SEMANA www.semana.com/economia/articulo/turismo-el-nuevo-motor-de-la-economia-colombiana/423615-3
18. El turismo crecerá dos dígitos en Colombia cuando se firme la paz. HOSTELTUR. www.hosteltur.com/112808_turismo-crecera-dos-digitos-colombia-cuando-se-firme-paz.html
19. Colombia, en la mira de los grandes hoteles. EL TIEMPO. www.eltiempo.com/estilo-de-vida/viajar/turismo-en-colombia-llegan-grandes-hoteles/16449999
20. 'Viajar perdiendo el Sur' (Libros en Acción, 2011), de Rodrigo Fernández Miranda. www.ecotumismo.org/turismo-responsable/rodrigo-fernandez-miranda-es-lamentable-que-en-nombre-de-la-sostenibilidad-turistica-se-adopten-estrategias-cosmeticas-de-marketing/
21. Proyecto Desarrollo de estrategias de conservación, restauración y manejo sostenible de los páramos, subpáramos y selvas andinas del nor-orienté colombiano: 2001. CDMB.
22. Informe Greenpeace: *Páramos en peligro: el caso de la minería de carbón en Pisba*. Diciembre 2013.
23. Estudio de suelos en los páramos colombianos. IGAC.
24. Más información sobre la certificación Fairmined: www.responsiblemines.org/es/certificacion-fairmined
25. Conclusiones derivadas del trabajo de campo y de las entrevistas individuales a prestadores de servicios de los seis municipios de la provincia.
26. Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2015. www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875
27. El turismo sostenible gana terreno como criterio de elección de los viajes. HOSTELTUR. www.hosteltur.com/112086_turismo-sostenible-gana-terreno-como-criterio-eleccion-viajes.html
28. The Case for Responsible Travel: Trends & Statistics 2015. Center for Responsible Tourism. <https://ecotourism.app.box.com/s/rxiyp65744sqilmrybfk8mys3qvjbe9g>
29. Fuente: Ernest Cañada. "La Comercialización Internacional del Turismo Comunitario. La Experiencia en América Latina". 23-47 / ISSN: 2014-4458
30. Extracto del artículo "Turismo y migraciones en la costa pacífica de Costa Rica. Las dinámicas espaciales de la ciudad de Jacó", un resumen de la memoria de Máster en Geografía y Ciencias de los Territorios de Tommaso Caldarini en la Universidad de París Diderot el mes de junio de 2015 bajo la dirección de Laurent Faret. www.albasud.org/noticia/es/845/turismo-y-migraciones-en-la-costa-pacifico-de-costa-rica-las-dinamicas-espaciales-de-la-ciudad-de-jaco
31. Fuente: Estimaciones y proyecciones de población por distrito y otras áreas geográficas. Costa Rica, 1970-2015. CCP et INEC.
32. Fuente: ProDUS-UCR, a partir de datos de l'INEC
33. Fuente: Punto de información turístico y de atención al visitante. Salento (Departamento del Quindío)
34. Fuente: Mesa Ciudadana de Salento.
35. Fuente: Texto literal extraído del acuerdo de consensos construido en el ejercicio participativo de la Mesa Ciudadana de Salento durante el año 2014 y el primer semestre de 2015, con la participación de un amplio abanico de actores locales.
36. Extracto del artículo de Javier Tejera publicado en Ecotumismo y Alba Sud:
37. Extracto extraído del Catálogo de Turismo Rural Comunitario © Alba Sud, 2015 | Alba Sud Editorial www.albasud.org/publ/docs/70.ca.pdf, del artículo de Llorenç Planagumà "Conservar a través de senderos". ALBA SUD www.albasud.org/noticia/es/755/conservar-la-naturaleza-a-travs-de-senderos y del artículo de Ernest Cañada "La comercialización del turismo comunitario en América Latina". ALBA SUD. www.albasud.org/downloads/161.pdf

