

## **MODELO DE GESTIÓN PARA EL TURISMO CULTURAL SOSTENIBLE: UNA APUESTA PARA MANIZALES, COLOMBIA.**

Diana Paola Díaz Criollo<sup>1</sup>

### **Resumen:**

El turismo cultural en Colombia ha cobrado auge con indicadores de crecimiento en el desarrollo local y nacional. Las organizaciones turísticas se encuentran dentro de este progreso, pero ¿de qué manera toman acciones para la sostenibilidad tanto de las expresiones culturales tangibles e intangibles como en las prácticas sociales y medioambientales dentro de la cadena de valor? Dado lo anterior, se requiere el estudio de un modelo de gestión que sirvan como mediador entre la perspectiva empresarial y el enfoque cultural a través de estrategias directas y prácticas que permitan a las organizaciones turísticas proyectarse al desarrollo económico y también hacia un turismo cultural sostenible. Por lo tanto, el objetivo del presente estudio es identificar las categorías que intervienen en el diseño de modelo de gestión para el turismo cultural sostenible en la ciudad de Manizales, Colombia. Para realizar la investigación (1) se identifican los modelos de gestión aplicables al turismo cultural sostenible por medio de una revisión de literatura científica. Los resultados evidencian el análisis de las mejores prácticas de gestión del turismo cultural y se establecen las categorías que intervienen en el diseño de un modelo adecuado para la gestión del turismo cultural sostenible. En términos prácticos, los investigadores e interesados en el turismo cultural podrán conocer las categorías que influyen en la operación turística para hacer más eficiente la gestión de las organizaciones en torno a la sostenibilidad del turismo cultural.

**Palabras Clave:** Turismo cultural, sostenibilidad, modelo de gestión, organizaciones turísticas.

## **MANAGEMENT MODEL FOR SUSTAINABLE CULTURAL TOURISM: A BET FOR MANIZALES, COLOMBIA.**

### **Abstract**

Cultural tourism in Colombia has been booming with indicators of growth in local and national development. Tourism organizations are within this progress, but how do they act to sustain both tangible and intangible cultural expressions and social and environmental practices within the value chain? Given the foregoing, it is necessary to study a management model that will serve as a mediator between the business perspective and the cultural approach through direct strategies and practices that allow the tourism organizations to project to the economic development and towards sustainable cultural tourism. Therefore, the

---

<sup>1</sup> Facultad de Administración, Universidad Nacional de Colombia, Colombia, Tel (+57) 313 667 5718, Email: [dpdiazc@unal.edu.co](mailto:dpdiazc@unal.edu.co)

objective of this study is to identify the categories involved in the design of management model for sustainable cultural tourism in the city of Manizales, Colombia. To carry out research (1), the management models applicable to sustainable cultural tourism are identified through a review of scientific literature. The results show the analysis of the best practices of management of the cultural tourism and establish the categories that intervene in the design of an appropriate model for the management of the sustainable cultural tourism. In practical terms, researchers and interested in cultural tourism will be able to know the categories that influence the tourism operation to make the management of the organizations more efficient around the sustainability of cultural tourism.

**Keywords:** Cultural tourism, sustainability, management model, tourism organizations.

## **1. GESTIÓN Y TURISMO**

El turismo cultural ha cobrado auge con indicadores en crecimiento y se requiere de estrategias directas y prácticas a través de un modelo de gestión que permita proyectar un crecimiento económico pero también se incline en la búsqueda de un turismo cultural sostenible con la propuesta de un de modelo de gestión que sirvan como mediador entre la perspectiva empresarial y el enfoque cultural. Para la presente ponencia titulada *Modelo de Gestión Para El Turismo Cultural Sostenible: Una Apuesta Para Manizales, Colombia* se identifican las categorías que intervienen en el diseño de modelo de gestión para el turismo cultural sostenible en la ciudad de Manizales, Colombia por medio de una revisión de literatura referencial y científica.

El presente artículo que divide en tres (3) secciones que dan cuenta del concepto de modelo de gestión, los antecedentes que señalan la situación actual de turismo cultural y cadena de valor en el departamento de Caldas, Colombia, principalmente en la ciudad capital llamada Manizales y finalmente se las categorías que intervienen en el diseño de un modelo adecuado para la gestión del turismo cultural sostenible con base en la Política de Turismo Cultural República de Colombia.

El patrimonio cultural como el “capital cultural” de las sociedades contemporáneas, que si bien otorga una exaltación a las comunidades desde su cultura e identidades, contribuye a fortalecer y enriquecer el capital social que promueve la conformación del sentido de pertenencia individual y colectivo permitiendo una cohesión social y territorial de los habitantes locales (Thorsby, 2008).

El término modelo se entiende como “una simplificación de la realidad” (Delgado citado por Zambrano, 2015) y se realiza mediante “... una teoría, o una ley, o una hipótesis, o una idea estructurada” (Chorley y Hagget citado Zambrano, 2015). Por lo que cumplen una “función constructiva, como elementos básicos en la construcción de teorías y leyes de alta probabilidad” (Delgado citado por Zambrano, 2015).

En cuanto a gestión se la define como el conjunto de procedimientos que se llevan a cabo para el logro de los fines trazados. A parte de eso gestión implica que las actuaciones que se realizan para conseguir los objetivos y las metas organizacionales no son realizadas al azar, sino son el fruto de la planificación y la debida coordinación de los distintos organismos

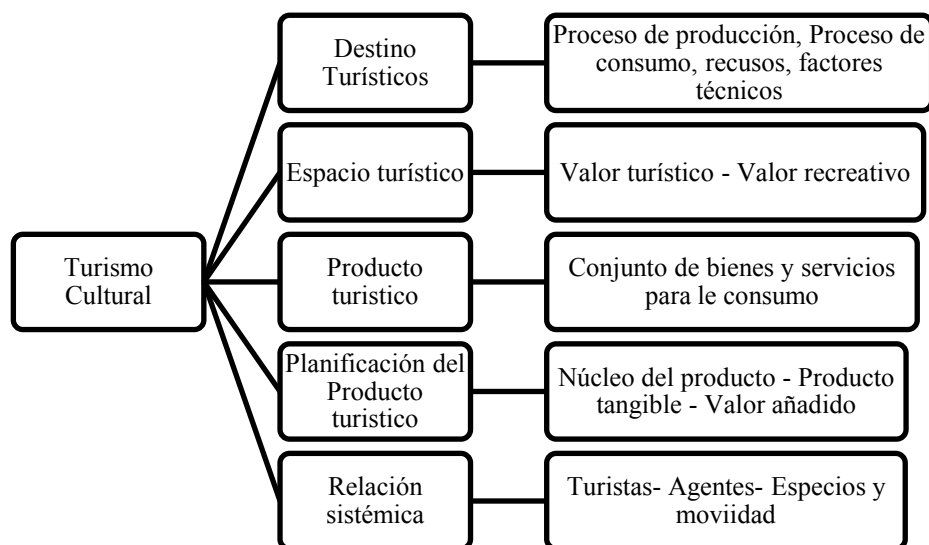
internos (Álvarez, 2006).

“Un modelo de gestión es un esquema o marco de referencia para la administración de una entidad, región zona u organización. Mismo que contempla la manera óptima de organización y coordinación de los factores estructurales humanos, de ejecución, ambientales, financieros y tecnológicas, con la finalidad de alcanzar objetivos estratégicos y de sostenibilidad en el corto, mediano y largo plazo” (Kim, C. Y Dwyer, L., 2003).

En la literatura sobre competitividad y turismo, varios estudios han destacado que la competitividad del destino turístico puede incrementarse mediante una gestión basada en la calidad medioambiental y en el desarrollo de un turismo sostenible (Crouch y Ritchie, 1999; Dwyer y Kim, 2003; Hassan, 2000; Hu y Wall, 2005; Huybers y Bennett, 2003; Mihalič, 2000; Ritchie y Crouch, 2000, 2003; entre otros citados por Diéguez Castrillón et al., 2011).

Para abordar el tema de turismo cultural y particularmente los modelos de gestión que pueden influir en el mismo, se parte desde la construcción de los elementos que compone el sector.

**Figura 1.** Componentes del Sector Turismo



Fuente: Elaboración propia con base en Zambrano (2015)

Un modelo de gestión que se adapte a la gestión del patrimonio cultural hacia un turismo cultural sostenible requiere de elementos interrelaciones, que según el libro *Gestión del Patrimonio Mundial Cultural* (UNESCO, 2014), incluye de i) elementos relacionados con marco jurídico, marco institucional y recursos. ii) Procesos como planificación, ejecución y monitorio. iii) Resultados, que se integran de productos, resultados y mejoras el sistema de gestión. En el caso del turismo cultural, Glaesser (Glaesser, 2014), en el Seminario Internacional sobre Gestión de los Destinos Turísticos del Patrimonio Cultural, Santo Domingo, enuncia que los principales objetivos del turismo sostenible (en lo que se integran las dimensiones medioambiental, económica y social), incluyen Viabilidad económica, Prosperidad local, Calidad de empleo, Equidad social, Satisfacción del visitante, Control

local, Bienestar cultural, Integridad física, Diversidad biológica, Eficacia en el uso de los recursos, Pureza ambiental.

El término gestión está en la búsqueda de alternativas e innovación, donde la optimización de los recursos a bajo costo y menor tiempo sumado al cumplimiento de los objetivos y metas al igual que la satisfacción de los usuarios, en este caso a los turistas como consumidores de patrimonio cultural. El turismo sostenible para el patrimonio cultural debe recopilar las dimensiones del área medio ambiental, social y económica, Breakey y Breakey (2015), enuncian que el objetivo de un turismo sostenible es el de generar un equilibrio entre las necesidades de los turistas, el patrimonio cultural (en este caso), la población local y negocios.

La gestión del turismo sostenible se hace necesaria, dada la significación del patrimonio cultural que interviene con la historia y la memoria ancestral, no se puede descuidar el patrimonio cultural ni mercantilizarlo solo por el turismo, debe existir un punto de equilibrio entre la comunidad local y el turista. En este punto, la intervención de los gestores emprendedores del turismo cultural asociado con el patrimonio cultural con un modelo de gestión acertado debe contemplar líneas estratégicas:

(i) Entorno al turismo desde el diseño de una oferta patrimonial capaz de posicionarse en el mercado del turismo cultural ofreciendo una experiencia de calidad a los usuarios.

(ii) Entorno a la sociedad, donde se diseñan ofertas dirigidas a la sensibilización y educación poblacional local.

De este modo, el proceso de la gestión del turismo debe ser analizado en un modelo que permita identificar factores para establecer mecanismos efectivos en el sector del patrimonio cultural en 1) luchar contra los procesos de destrucción del patrimonio 2) garantizar protección del patrimonio cultural 3) reinvertir el patrimonio en la calidad de vida. En pocas palabras satisfaciendo las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras.

El turismo le brinda a la cultura elementos económicos dinamizadores del patrimonio y las comunidades, reconocimiento y creación de sentimiento de orgullo comunitario, divulgación del patrimonio cultural, esto con el fin de que el patrimonio cultural genere recursos para la conservación y beneficie a las comunidades receptoras, motive a las comunidades en la gestión del patrimonio, cree conciencia del valor de las manifestaciones y bienes patrimoniales locales entre los turistas. La cultura le brinda al turismo elementos de identidad de los sitios y comunidades, atributos diferenciadores, bases para desarrollar actividades para los turistas, esto con el fin de que el turismo de coherencia a la oferta de los destinos, aumente la competitividad, aumente el consumo y satisfacción de los turistas (Sanchez Arciniegas, 2011)

## 2. ANTECEDENTES CASO MANIZALES, COLOMBIA

En el caso de Caldas, según el estudio Un Modelo de Turismo para Caldas 2014-2025<sup>2</sup>, realizado por la Comisión de Competitividad de Caldas señala que existen cuatro brechas en el análisis situacional en el departamento de Caldas, Colombia. Estas brechas son 1) El turismo no es una prioridad 2) Falta de una estructura con representación y liderazgo 3) 3) Faltan capacidades: equipamiento, cultura y competencias 4) Problemas de conectividad.

El análisis situacional se compone de los siguientes factores:

**Tabla 1.** Factores Turismo Cultural

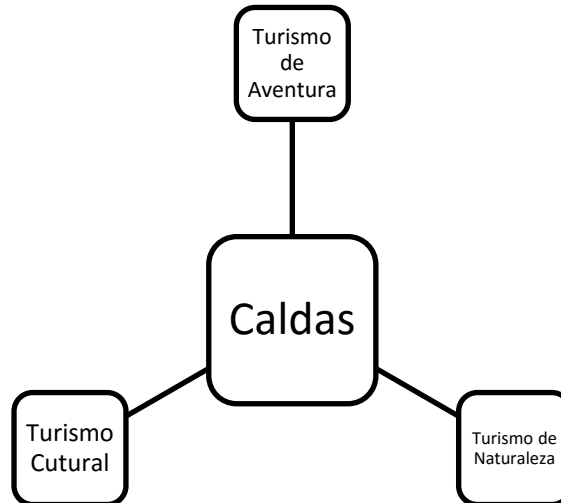
Debilidades	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desarticulación entre los actores y falta de política pública</li> <li>2. Falta equipamiento turístico</li> <li>3. Problemas conservación y mantenimiento</li> <li>4. Desconocimiento y falta valoración de atractivos y potencial</li> </ol>
Riesgos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Destinos con atractivos similares y mejor posicionados</li> <li>2. Limitaciones en el acceso a recursos para el Sector</li> <li>3. Destinos turísticos con altos estándares de calidad y excelente precio</li> <li>4. Cambios de gobiernos que afectan la continuidad de las política</li> </ol>
Fortalezas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. P.C.C. declaración UNESCO</li> <li>2. Variedad de climas, pisos térmicos y reservas naturales</li> <li>3. Seguridad territorio</li> <li>4. Patrimonio cultural e histórico de la Región</li> </ol>
Oportunidades	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tendencia mundial por conocer patrimonios</li> <li>2. Interés del gobierno nacional y política para promover el turismo</li> <li>3. Imagen positiva de Colombia en el exterior</li> <li>4. Creciente demanda por turismo de naturaleza y avistamiento fauna</li> </ol>

Fuente: Elaboración propia con base en Modelo de Turismo para Caldas 2014- 2025 (Comisión Competitividad Caldas, 2014).

<sup>2</sup> Participantes en el diseño del Modelo: Corporación para el Desarrollo de Caldas, Secretario planeación del Departamento, COTELCO: dirección ejecutiva y presidente Junta, INVEST IN CALDAS, Consultor de turismo, Festival de Teatro de Manizales, Cámaras de Comercio de Manizales y Chinchiná, Festival de la Imagen Universidad de Caldas, Comité de Cafeteros de Caldas, representante del Paisaje Cultural Cafetero por Caldas, un gestor cultural, Universidad Nacional, Director-gerente La Patria, ASOTUR, Presidente nacional ANATO, PROEXPORT, Actuar por Caldas, Aguas de Manizales, Banjco de la República, Comisión Regional de Competitividad, FENALCO Caldas, Gobernación de Caldas, Micitio, SENA, operadores y empresarios: Ecosistemas, Sublime, Pastelería la Suiza, Kumanday, Asados Chavita y un experto en aves. empresarios del turismo en Caldas ,Consejo departamental de turismo

En el Modelo de Turismo para Caldas 2014- 2025 (Comisión Competitividad Caldas, 2014) contempla tres tipos de turismo como pilares como grupos de interés en el departamento de Caldas:

**Figura 2.** Grupos de interés turismo en Caldas



Fuente: Elaboración con base en Un Modelo de Turismo para Caldas 2014- 2025 (Comisión Competitividad Caldas, 2014)

En el caso del presente artículo se toma hace énfasis en el Turismo Cultural que radica en la ciudad de Manizales. Entre las actividades culturales y de patrimonio cultural se encuentran el Centro Histórico (Monumento Nacional), Monumento a los Colonizadores, Catedral Basílica, museos. Por otra parte cuenta con manifestaciones culturales como la Feria de Manizales, Festival Internacional de Teatro.

En el Modelo de Turismo para Caldas 2014- 2025 (Comisión Competitividad Caldas, 2014) evidencia dentro del turismo cultural, la ciudad cuenta con el festival de la imagen, Manizales grita Rock, Temporada sinfónica, Festival de café, arte y orquídeas. También existe la declaratoria de Paisaje Cultural Cafetero (Patrimonio Cultural de la Humanidad), que plantea la posibilidad de realizar turismo cultural como recurso para el desarrollo de la región.

Según reporte la Cámara de Comercio del año 2017, la cadena de valor de turismo en Caldas cuenta Registro Nacional de Turismo:

3 Agencias de viajes mayoristas, 45 Agencias de viajes operadoras, 43 Agencias de viajes y de turismo, 80 guías de turismo, 39 hostal, 138 hoteles, 17 operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones, 2 parques temáticos.

### 3. CATEGORÍAS PARA MODELO DE GESTIÓN

El Diagnostico Cultural de Colombia (Ministerio de Cultura, 2013), enmarca el sector cultural a partir de la dimensión económica, tratando en este caso las siguientes dinámicas:

**Figura 3.** Dimensión económica turismo



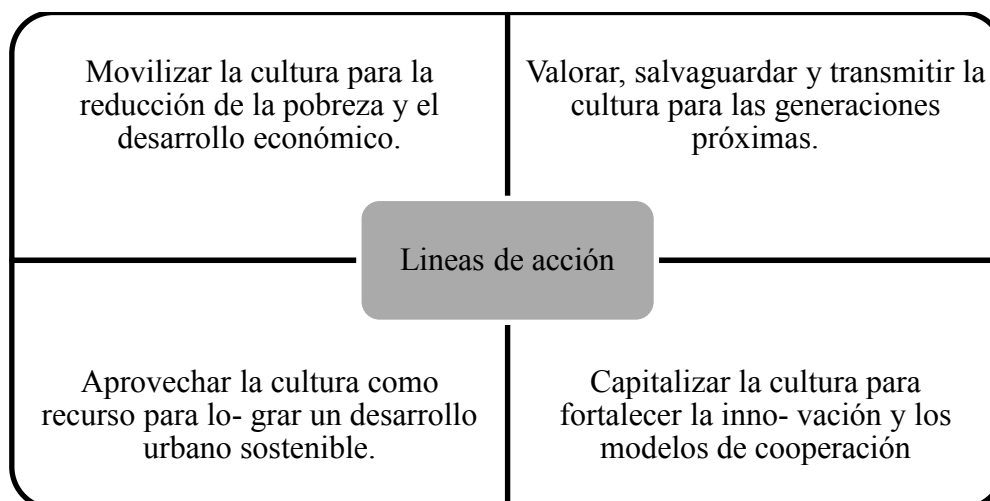
Fuente: Elaboración propia con base en Diagnostico Cultural de Colombia (Ministerio de Cultura, 2013)

Dicha dimensión económica aborda a las Industrias Culturales, en la cual se encuentra integrado el sector del turismo. Lo económico, en el sector cultural no solo parte del producto interno bruto y el consumo cultural, sino que incluye aspectos sociales, medioambientales, culturales y como eje transversal se encuentra la sostenibilidad, por ende, también se inserta en el turismo cultural. Sin embargo, en la dimensión de la gestión en la cultura, el Diagnostico cultural de Colombia, enuncia que es “altamente informal, complejo, dinámico y subjetivo” (Ministerio de Cultura, 2013. p.22).

El Turismo cultural en Colombia, de acuerdo con el último reporte del Foro Económico Mundial, *The Travel & Tourism Competitiveness Report* (UNWTO & WTTC2017, p. 31), señala que el entorno empresarial cuenta con un ineficiente marco de referencia legal. La agenda de las Naciones Unidas, que rige a partir del año 2015, según lo enunciado en el Diagnostico Cultural de Colombia (Ministerio de Cultura, 2013, p. 27) a partir de la UNESCO, resalta que una especificidad mediante un marco político y operativo (de gestión) puede orientar a que las organizaciones e iniciativas de desarrollo conduzcan a “beneficios sostenibles” principalmente a los activos culturales que hacen parte del patrimonio cultural.

La UNESCO (Ministerio de Cultura, 2013, p.27), definen líneas de acción, para el desarrollo de las organizaciones e iniciativas de desarrollo, en la que concierne al turismo cultural se encuentran:

Figura 4. Líneas de Acción Turismo Cultural



Fuente: Elaboración propia con base en Diagnóstico Cultural de Colombia

Se incluye según la UNESCO, al turismo cultural dentro de las industrias culturales dado que representa sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural (Rey, B. G., et al, 2012). La Cultura, según la Resolución 65/166 de 2011 (Naciones Unidas), es vista como “fuente de enriquecimiento que contribuye en forma significativa al desarrollo sostenible de las comunidades locales, los pueblos y las naciones, que los empodera para que desempeñen un papel activo en las iniciativas de desarrollo y constituye fuente de identidad, innovación y creatividad.” Según la Ley General de Turismo de Colombia, Ley 300 de 1996, (MINCIT & MINCULTURA, 2007) se reconoce al turismo como una actividades para el desarrollo económico del país y se entiende que los objetivos de política están relacionado con la competitividad y sostenibilidad.

De este modo, para la identificación de las categorías que intervienen en el diseño de un modelo para la gestión del turismo cultural sostenible se elabora el siguiente cuadro que integra las acciones de gestión de la Política de Turismo Cultural (MINCIT & MINCULTURA, 2007):

**Tabla 2.** Categorías de estudio modelo de gestión

Categorías	Acciones
Sostenibilidad	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conservación del patrimonio cultural. Recursos culturales como elemento fundamental de desarrollo turístico</li> <li>2. Generación de empleo a comunidad local que contribuyan a la reducción de la pobreza.</li> <li>3. Evaluación y seguimiento a indicadores de impactos como medidas preventivas</li> <li>4. Promover los valores culturales como elementos de productos turísticos</li> <li>5. Promover la inversión para el mejoramiento de infraestructura</li> <li>6. Promover la corresponsabilidad institucional</li> </ol>



Oferta Cultural	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promoción de rutas o circuitos turísticos culturales mediante ordenamiento y planificación a través de levantamiento de información, inventarios turísticos.</li> <li>2. Orientar eventos culturales como productos turísticos.</li> <li>3. Fortalecimiento a la gastronomía tradicional de destinos turísticos como identidad local.</li> </ol>
Investigación de mercados	<p>Promover investigación en:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. turistas locales con interés en expresiones culturales (patrimonio culturales)</li> <li>2. Turistas con interés especial en la cultural externos</li> <li>3. Turistas con interés ocasional que gustan de otro tipo de turismo pero que pueden tener el aspecto cultural y de patrimonio como valor agregado.</li> </ol>
Producto turístico cultural	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. A partir de los atractivos turísticos que existan en la localidad como expresiones culturales y de patrimonio cultural unida a la investigación de mercados se identifican los productos básicos de los destinos turísticos.</li> <li>2. En el diseño de producto debe contemplar las bases de sostenibilidad turística.</li> <li>3. Propender por una unificación de productos turísticos en la cadena de valor local en la creación de clústeres turísticos culturales.</li> <li>4. Obtener asistencia técnica de acuerdo a los lineamientos normativos del Estado</li> </ol>
Participación de las comunidades receptoras	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Como mecanismo de apropiación social y comunitaria del patrimonio como labor del Estado y de los gestores de recursos culturales y partes interesadas.</li> </ol>
Formación del talento humano	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Como complemento y articulación de la cadena productiva se integra programas de formación y sensibilización de la integración de los bienes culturales a la actividad turística.</li> <li>2. El Gobierno Nacional promueve entidades educativas con programas de formación en turismo como es el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje)</li> <li>3. Investigación en turismo cultural por parte del sector académico público y privado.</li> <li>4. Certificaciones de calidad turística</li> </ol>
Gestión de información	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Creación integral de sistemas de información y divulgación cultural y turística para comunidad local y visitantes.</li> <li>2. Utilización de sistemas de información geográfica y sistemas digitales para la generación de rutas o recorridos turísticos que permitan integrar los productos turísticos.</li> </ol>
Mercadeo y promoción del turismo cultural	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Creación de la ventaja competitiva del turismo a partir de las caracterizaciones de los productos turísticos.</li> <li>2. Creación de plan de mercadeo especializado en relación al turismo cultural mediante una investigación de mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.</li> </ol>

Información	1. Actualización constante captación, registro de datos mediante el establecimiento de indicadores cualitativos y cuantitativos e inventarios de turismo
Financiación	Estampillas procultura departamental y municipal Fondos de cofinanciación Incentivos fiscales Alianzas estratégicas: Educación, comunicaciones, medio ambiente, comercio Vinculación Empresa privada Articulación Plan sectorial de turismo Cooperación internacional Recursos parafiscales Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Ministerio de Cultura Banco de proyectos

Fuente: Elaboración Propias con base en Política de Turismo Cultural (MINCIT & MINCULTURA, 2007)

#### **4. CONCLUSIONES**

El diseño de un modelo de gestión requiere la creación y organización de paquetes turísticos donde se integre la cadena de valor del sector turístico (Hoteles, hostales, guías de turismo, operadoras turísticas, entre otros). La integración de una planificación de desarrollo turístico es imperante para identificar qué tiene y cuál es el alcance de rutas y productos turísticos que puede ofrecer la ciudad de Manizales con respecto al sector cultural. Se hace necesario unificar el turismo cultural, de aventura y de naturaleza con controles de calidad que provengas no solo de las entidades estatales sino de la comunidad local por la conservación del patrimonio cultural.

Primordialmente las estrategias de gestión para el sector de turismo cultural requiere de la utilización categórica de sostenibilidad en el uso responsable de los bienes y manifestaciones culturales y dada la creciente tendencia de demanda de lo “auténtico” es necesario prever a través de un modelo de gestión los riesgos y las formas de competitividad que resulta hacer sostenible el sector del turismo cultural. Por otra parte, los programas de formación deben estar ligados a la preparación de guías que promuevan el reconocimiento y sensibilización de los productos turísticos tanto a la comunidad local como a los turistas.

El uso de medios digitales y tecnologías de la información y de comunicación requieren estar presentes en el momento de comercializar los productos turísticos mediante la prestación de servicios integrales entre lo tecnológico y la sostenibilidad del turismo cultural. Igualmente, el sector del turismo requiere de sistemas de información para promover la investigación de mercados y así definir estrategias para crear atraer mayor población a las rutas y productos previamente establecidos en la localidad y se comercializa por la cadena de valor del sector de turismo.

Finalmente, reconocer las categorías que intervienen en el diseño de un modelo permite definir lineamientos para la gestión del turismo cultural sostenible. En términos prácticos, los investigadores e interesados en el turismo cultural pueden conocer las variables

que influyen en la operación turística para hacer más eficiente la gestión de las organizaciones en torno a la sostenibilidad del turismo cultural.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Alcaldía de Manizales. (2016). Plan de Desarrollo 2016-2019. Manizales.

Álvarez, I. (2006). Introducción a la calidad. España: Ideas propias.

Breakey, N. M., & Breakey, H. E. (2015). Tourism and Aldo Leopold’s “cultural harvest”: creating virtuous tourists as agents of sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(1), 85–103.

Comisión de Competitividad. (2014). Modelo de Turismo para Caldas. Manizales

Congreso de la República. (1996). Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996. Bogotá: Corporación Nacional de Turismo.

Diéguez Castrillón, M. I., Gueimonde Canto, A., Sinde Cantorna, A. I., & Blanco Cerradelo, L. (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *CULTUR: Revista de Cultura E Turismo*, 5(2), 101–124. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3743052&info=resumen&idioma=SPA>

Dinero.com. (24 de diciembre de 2015). ¿Será el turismo uno de los motores de crecimiento en el 2016? Obtenido de <http://www.dinero.com/economia/articulo/turismo-motor-crecimiento-economico-progreso-social/217537>

Glaesser, D. (17 y 18 de febrero de 2014). Desarrollo sostenible del turismo en sitios del patrimonio mundial. Seminario Internacional sobre Gestión de los Destinos Turísticos del Patrimonio Cultural. Santo Domingo.

Kim, C. Y Dwyer, L. (2003): “Destination Competitiveness and Bilateral Tourism Flows Between Australia and Korea”. *The Journal of Tourism Studies*, 14 (2):55-67.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) & Ministerio de Cultura (MINCULTURA). Política de Turismo Cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio. Bogotá D.C.

Ministerio de Cultura. (2013). Diagnóstico Cultural de Colombia. Bogotá D.C. Disponible en: [http://www.mincultura.gov.co/areas/fomento-regional/Documents/L\\_DiagnosticoDlloCultural\\_2013.pdf](http://www.mincultura.gov.co/areas/fomento-regional/Documents/L_DiagnosticoDlloCultural_2013.pdf)

Rey, B. G., Ruz, R. G., Ramos, A.I., Prieto, P. J., Soto-Labbe, M. P., Rivas, H. P. (2012). Estudio y revisión de los marcos normativos para el fortalecimiento empresarial de Colombia. Cartagena de Indias, D.T. Y C.

Sanchez Arciniegas, C. I. (09 de febrero de 2011). Foro de Patrimonio, Artesanías y Turismo. Obtenido de Instituto Distrital de Patrimonio Cultural.

Thorsby, D. (2008). *Economía y Cultura*. México: Cambridge University Press.

UNESCO. (2014). *Gestión del Patrimonio Mundial*. Paris, Francia: UNESCO / ICCROM / COMOS / UICN.

World Tourism Organization (UNWTO) & World Travel and Tourism Council (WTTC). (2017). *Travel and Tourism Competitiveness Report Colombia*. Obtenido de <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/country-profiles/#economy=COL>

Zambrano, Carlos. (2015). *Modelo de gestión del turismo cultural: Nemocón*. Bogotá, Ediciones EAN.