



Libertad y Orden

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Viceministerio de Turismo



artesanías de colombia

**POLÍTICA DE TURISMO Y ARTESANÍAS:
Iniciativas conjuntas para el impulso y la
promoción del patrimonio artesanal y el
turismo colombiano.**

Documento de política

Bogotá D.C., septiembre de 2009

POLÍTICA DE TURISMO Y ARTESANÍAS:

Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano.

**MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
VICEMINISTERIO DE TURISMO – ARTESANÍAS DE COLOMBIA**

Ministro de Comercio, Industria y Turismo

Luis Guillermo Plata

Viceministro de Turismo

Oscar Rueda García

Directora de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo

Clara Inés Sánchez Arciniegas

Directora de Análisis Sectorial y Promoción Turística

Sandra Milena Gómez Prada

Coordinador Grupo de Competitividad y Desarrollo Sostenible del Turismo

Víctor Rafael Fernández Ávila

Autores

Clara Inés Sánchez Arciniegas

Arturo Bravo

Beatriz Helena Pérez Rosas

Artesanías de Colombia S.A.

Gerente General

Paola Andrea Muñoz Jurado

Subgerente de Desarrollo

Manuel José Moreno Brociner

Subgerente Comercial

Ángela María Quevedo

Subgerente Administrativo

Juan Carlos Cabrera

**Bogotá, Colombia
2009**

TABLA DE CONTENIDO

1. CONTEXTO	4
2. ANTECEDENTES.....	9
3. MARCO LEGAL	11
4. PRINCIPIOS	13
5. MARCO CONCEPTUAL.....	14
6. OBJETIVOS.....	16
6.1 OBJETIVO GENERAL	16
6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
7. EJES TEMÁTICOS	17
8. LINEAMIENTOS DE POLÍTICA DE TURISMO Y ARTESANÍAS	18
8.1. INSERCIÓN DE LA ARTESANÍA EN LAS ESTRATEGIAS DE GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO	18
8.2. FORTALECIMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS A TRAVÉS DE LAS POLÍTICAS DE DESARROLLO PARA EL TURISMO	19
8.3. FOMENTO A LA PROMOCIÓN TURÍSTICA MEDIANTE EL FORTALECIMIENTO DE LAS ARTESANÍAS COMO COMPONENTE DE LOS PRODUCTOS TURISTICOS COLOMBIANOS	21
8.4. PROMOCIÓN DE ALIANZAS ESTRATEGICAS PARA EL FOMENTO A LA INVERSIÓN EN LAS ACCIONES CONJUNTAS DE LOS SECTORES DE TURISMO Y ARTESANÍAS	22
9. GESTIÓN DE LA POLÍTICA DE TURISMO Y ARTESANÍAS.....	22
10. ACTORES QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DE LA POLÍTICA	23
11. RESUMEN EJECUTIVO	23
ANEXO 1. OFICIOS ARTESANALES EN COLOMBIA.....	27
BIBLIOGRAFÍA	28

POLÍTICA DE TURISMO Y ARTESANÍAS:
“Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano.”

1. CONTEXTO

La globalización impone nuevos retos al desarrollo humano, especialmente los relacionados con el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales, promoviendo su inclusión y el fortalecimiento de sus identidades culturales.

El renacer del interés local para articularse eficientemente en las dinámicas globales, permite identificar en los sectores de turismo y de artesanías desafíos y oportunidades comunes: las artesanías reviven y se transforman cuando encuentran nuevos mercados y son capaces de competir en ellos, como los que le ofrece el turismo; de otra parte el turismo encuentra una posibilidad de diversificación, a partir del aprovechamiento sostenible del patrimonio cultural que se preserva en el oficio artesanal.

Las técnicas artesanales tradicionales se incorporan en la noción del patrimonio intangible, razón por la cual esta expresión de los pueblos es vulnerable y requiere de la intervención de los Estados y del trabajo de las comunidades para su salvaguardia y sostenibilidad en el tiempo.

Se estima que las artesanías representan cerca de una cuarta parte de las microempresas en el mundo en desarrollo, vinculando a diversos grupos de población y comunidades étnicas¹, lo cual demuestra el efecto social multiplicador del sector, que genera empleos en el corto plazo y fortalece la identidad cultural.

“En Colombia, el sector de artesanías vincula a más 350.000 personas que se dedican a oficios artesanales, representando el 15% del empleo de la industria manufacturera.

La población de artesanos corresponde principalmente a jefes de hogar y está integrada por un 60% de mujeres y un 40% de hombres. Por oficios, un 57,5% se dedican a la tejeduría en sus diferentes modalidades. El resto se ocupan en el trabajo en madera (13,5%), en la alfarería y la cerámica (9,8%), en la marroquinería (3,5%) y en la joyería-orfebrería (2,4%).

Los principales mercados para la producción artesanal son los municipios en los que habitan los artesanos. Sólo 1,3% de los talleres artesanales censados exporta y, además, lo hacen de manera ocasional. El 85% de las ventas en el ámbito nacional se realizan en el municipio de origen, un 8%, en otros municipios y un 3%, en otros departamentos.”²

Este hecho denota la posibilidad que tiene el turismo como espacio de comercialización de las artesanías y como factor para mostrar las identidades culturales del país ante los colombianos y el mundo.

¹ En Colombia se reconocen 5 etnias: Indígena, Afrocolombiana, Raizal, Palenquera y ROM.

² Artesanías de Colombia. Entorno económico del sector de artesanías. Ubicación en el contexto nacional. Bogotá, 2006.

“Un mapa artesanal de Colombia mostraría bien definidas las zonas productoras. Al sur, el departamento de Nariño es el núcleo principal, con un 14% de los artesanos del país. En el centro, Boyacá y Tolima representan respectivamente el 8% y el 5% del total nacional. El resto de la producción se ubica en los departamentos de la Costa Atlántica: *Atlántico con el 16%, Sucre con el 10%, Córdoba con el 9% y Cesar con el 7%.*”³

“El sector de artesanías, además de tener importancia en el desarrollo cultural del país, es relevante en términos de generación de empleo e ingresos para segmentos especiales de la población.”⁴ En la dimensión regional de las apuestas productivas regionales, ocho departamentos han fijado su vocación hacia las artesanías: Bolívar, Boyacá, Cauca, Córdoba, Guaviare, Nariño, Quindío y Sucre. Aparte de su importante participación económica, el sector artesanal constituye un espacio significativo para la construcción de cohesión social y en muchas zonas indígenas esta actividad es el único medio para generar valor con destino al intercambio⁵. Ello sin contar con el potencial exportador, que según cifras de Proexport, ha venido creciendo en una tasa promedio de 10% anual en los últimos 5 años.

De otra parte, la dinámica del sector turismo es cada vez más contundente tanto en Colombia como en el mundo. Según proyecciones de la Organización Mundial del Turismo - OMT, el turismo internacional mantendrá la tendencia a crecer en forma sostenida a una tasa anual promedio del 4%, igualmente se espera una diversificación de los productos y destinos turísticos cada vez mayor. De otra parte, la OMT señala que “el turismo se ha convertido en uno de los principales agentes del comercio internacional. En la actualidad, los ingresos de exportación generados por turismo internacional ocupan la cuarta posición a nivel mundial, después de los combustibles, los productos químicos y los productos automotrices, mientras que en muchos países en desarrollo el turismo es la primera categoría de exportación.”⁶

De esta manera, el turismo es cada vez más aceptado como un real agente para la gestión del patrimonio cultural, en la medida en que la cultura se asume como un factor de desarrollo económico, altamente rentable y con importantes aportaciones a los Productos Internos Brutos (PIB's) de las naciones: la contribución al PIB de las industrias culturales “se sitúa en un rango que va desde un poco menos del 1% del PIB en los países más pobres, a algo más del 6% en los países más ricos.”⁷

En el ámbito colombiano, el turismo ha venido creciendo hasta ubicarse, según los reportes del Banco de la República, en el tercer renglón de exportaciones después del petróleo y el carbón: las llegadas de turistas internacionales al país alcanzaron en 2008 la cifra de 1,2 millones de personas que generaron alrededor de 2500 millones de dólares en divisas, reportando un crecimiento del 6% en las divisas generadas por la actividad, frente al 2007⁸.

Por tales razones, en Colombia, el turismo juega un papel estratégico y fundamental en el desarrollo económico, social y cultural de las regiones, constituyéndose en su

³ *Ibidem.*

⁴ Colombia. Departamento Nacional de Planeación - DNP. Agenda Interna para la productividad y competitividad. Bogotá, 2007.

⁵ *Ibidem.*

⁶ Organización Mundial del Turismo - OMT. Panorama del Turismo Internacional. Edición 2008. Madrid, 2008

⁷ Colombia. Departamento Nacional de Planeación - DNP - Ministerio de Cultura. Documento CONPES 3162. Lineamientos para la Sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010 “Hacia Una Ciudadanía Democrática Cultural”.

⁸ Colombia. Banco de la República. Bogotá, 2009.

principal apuesta productiva, dadas las vocaciones y ventajas comparativas que el país tiene para estructurar productos turísticos diferenciados.

En este sentido, se reconoce que el turismo contiene, dentro de sus características como hecho social y oportunidad para aprovechamiento del tiempo libre, la posibilidad de intercambiar experiencias culturales y de satisfacer motivaciones a través del consumo en los destinos turísticos, el cual tiene un reconocido efecto multiplicador que contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades receptoras.

La actividad creativa y comercial de los artesanos es conexas al desarrollo de la actividad turística. El artesano tiene en el turista, quizás su cliente directo más importante, a la vez que el turista tiene en la producción artesanal, una forma de llevar consigo un recuerdo simbólico o emblemático del destino visitado y parte de la memoria del viaje realizado.

Este hecho toma especial relevancia considerando que los principales mercados para la producción artesanal son los municipios en los que habitan los artesanos, toda vez que la orientación de la comercialización debe poseer un enfoque regional como incentivo propio de promoción de los destinos turísticos y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales.

En el marco de los convenios de competitividad turística que ha suscrito el Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con los 32 departamentos del país, donde se ha identificado la vocación turística regional, también se pueden identificar diferentes muestras de artesanías emblemáticas o representativas (ver cuadro 1), lo cual implica la puesta en marcha de estrategias conjuntas para la el desarrollo de los dos sectores.

Cuadro 1. Vocaciones turísticas de los departamentos y su relación con la producción de las artesanías emblemáticas de Colombia

DEPARTAMENTO	VOCACIÓN TURÍSTICA	MUNICIPIO	PRODUCTO ARTESANAL	MATERIALES	COMUNIDAD ARTESANAL
Amazonas	Eco-etnoturismo	Leticia La Chorrera	Productos varios y cestería	Palo sangre, palma de Yanshama, fibra de chocolatlillo	Artesanos indígenas
Antioquia	Negocios, ecoturismo, agroturismo	El Retiro	Muebles coloniales	madera	Artesanos campesinos y urbanos de El Retiro
		Carmen de Viboral	Cerámica	Arcillas, esmaltes	Artesanos campesinos y urbanos
		Santafé de Antioquia	Joyería	Oro	Artesanos Urbanos de Santafé de Antioquia
Arauca	Turismo rural		Campechanas, instrumentos musicales	Cuero, maderas	Artesanos urbanos
Atlántico	Negocios, Etnocultural, sol y playa, recreativo	Galapa	Máscaras de carnaval	Madera	Artesanos campesinos
		Usiacurí	Cestería	Palma de iraca	Artesanos campesinos
Boyacá	Histórico – cultural	Ráquira	Cerámica	Arcilla	Artesanos campesinos
		Nobsa	muebles coloniales	Madera	Artesanos campesinos y urbanos de Punta Larga
		Chiquinquirá	trabajos varios	Tagua	Artesanos campesinos y urbanos
		Duitama	Tejidos	Lana y galón de seda	Artesanos campesinos y urbanos
		Guacamayas	cestería	fique	Artesanos campesinos
		Cerínza	Cestería	esparto	Artesanos campesinos
Bolívar	Sol y Playa, Ecoturismo, turismo cultural	Mompox	joyería en filigrana	Oro y plata	Artesanos campesinos y urbanos
		San Jacinto	hamacas	Hilaza de algodón	Artesanos campesinos
Caldas	Ecoturismo, eventos	Manizales Aguadas	Sombrero y Calados	Palma de Iraca y maderas	Artesanos urbanos (Aguadas, Salamina)

DEPARTAMENTO	VOCACIÓN TURÍSTICA	MUNICIPIO	PRODUCTO ARTESANAL	MATERIALES	COMUNIDAD ARTESANAL
Cauca	Histórico cultural, etnoecoturístico, arqueológico	Popayán	Tejidos	Seda	Artesanos campesinos
		Timbío			
		Timbiqui	Cestería	Paja tetera y chocolatillo	Comunidad negra de Guapi
		Guapi			
		Silvia	Tejidos	Hilazas y lanas	Indígenas Guambianos
Caquetá	Eco-etnoturismo	Florencia	Talla, bisutería y objetos	Guadua, madera chonta y cedro	Artesanos urbanos, indígenas y campesinos
Casanare	Agroturismo	Yopal	Campechanas e instrumentos musicales	Cuero, maderas	Artesanos urbanos
Cesar	Cultural, Ecoturismo	Valledupar	Mochila	Fique	Indígenas Kankuamos
			Mochilas	Hilazas	Indígenas Arhuacos
Chocó	Ecoturismo, etnoturismo, sol y playa	Quibdó Litoral Bajo San Juan	Talla, cestería, bisutería	Madera, Werregue y Chaquiras	Artesanos afrocolombianos
Córdoba	Sol y playa, ecoturismo, turismo cultural	San Andrés de Sotavento	"sombrero vueltiao"	Caña flecha	Indígenas etnia Zenú de (S.A. de Sotavento)
		Rabolargo y Sabanal	Cestería	Calceta de plátano	Artesanos campesinos
		San Sebastián	Cerámica	Arcilla	Artesanos campesinos
Cundinamarca	Histórico cultural, agroturismo, ecoturismo, recreativo	Silvania	Muebles	mimbre	Artesanos campesinos y urbanos
		Zipaquirá	Talla	Sal vigua y marmaja	Artesanos campesinos y urbanos
		Fúquene	Cestería	Junco	Artesanos campesinos y urbanos
Guainía	Eco etnoturismo	Inirida	Talla	Madera y Cestería en chiqui-chiqui	Asociación de Artesanos indígenas
				Cerámica	Arcilla
Guajira	Eco etnoturismo	Maicao Riohacha	Mochilas y chinchorros	Hilaza de algodón	Indígenas etnia Wayuú
Guaviare	Eco etnoturismo	San José	Tejidos y cestería	Moriche, Fibra de chocolatillo (Yarumo)	Indígenas del Resguardo de Punare, Miraflores
Huila	Arqueológico, ecoturismo, turismo cultural	Pitalito	Cerámica y trabajos en cuero	Arcilla y cuero	Artesanos campesinos
		La Jagua Garzón San Agustín	Sombrero, talla en piedra y tejidos	Iraca, piedra y fique	Artesanos campesinos y urbanos de Suaza y San Agustín
Magdalena	Sol y playa, ecoturismo,	Santa Marta	Talla	Coco, piedra jabón	Artesanos urbanos y campesino de Santa Marta
		Sevilla Los Cocos	Cestería	Calceta de plátano	Artesanos campesinos
Meta	Agroturismo, ecoturismo eventos	Puerto Gaitán	Trabajos en cuero (urbano), Talla en madera, cestería y tejidos (indígena)	Cuero, Madera, Chocolatillo, cumare	Artesanos urbanos de Villavicencio, indígenas del resguardo Wacoyo
Nariño	Eco-etnoturismo, cultural	Pasto	Barniz de Pasto y tallas en madera	Mopa-mopa y Madera	Artesanos campesinos y urbanos de Pasto, Sandoná e Ipiales
		Sandoná	sombreros	Palma de iraca	Artesanos campesinos y urbanos de Sandoná y Linares
		Barbacoas	Filigrana	Oro	Comunidad negra de Barbacoas
Norte de Santander	Histórico cultural, compras	Sardinata Tibú	Talla en madera Cestería	Cedro Fibra vegetal	Artesanos campesinos, urbanos. Indígenas Motilón – Bari del Catatumbo

DEPARTAMENTO	VOCACIÓN TURÍSTICA	MUNICIPIO	PRODUCTO ARTESANAL	MATERIALES	COMUNIDAD ARTESANAL
Putumayo	Eco-etnoturismo,	Sibundoy	Tejidos y Bancos	Hilaza, lana y madera	Artesanos indígenas
Quindío	Agroturismo		trabajo en guadua	Guadua	Artesanos campesinos y urbanos
Risaralda	Ecoturismo, Turismo rural	Belén de Umbria Pereira	tejidos	Seda	Artesanos campesinos y urbanos
San Andrés y Providencia	Sol y Playa	San Andrés Isla	Cestería	Wild pine y grass bone	Raizales
Santander	Turismo de aventura, congresos y convenciones	Curití	Tapetes, Ruanas, cobijas y productos decorativos	Fique, lana, pauche	Artesanos campesinos
Sucre	Sol y Playa, Eco-etnoturismo	Morroa	Hamacas de Morroa	Hilaza de algodón	Artesanos campesinos
Tolima	Recreativo, ecoturismo, cultural	La Chamba Guamo	cerámica negra y roja	Arcilla roja y negra	Artesanos campesinos y urbanos con ancestros Pijao de la Chamba
		Ibagué Melgar	Trabajos varios	Mimbres Calabazos Guagua	Artesanos campesinos y urbanos de Ibagué
Valle del Cauca	Agroindustrial y recreativo histórico cultural, ecoturismo, agroturismo, congresos y convenciones	Litoral del San Juan Buenaventura	Cestería y talla	Palma de Werregue, Chocolatillo y Madera	Indígenas Waunana (Pichimá, Puerto Pizarro. -Margen del Valle-)
		Cartago Anserma Nuevo	Bordados	Hilosedas	Artesanos urbanos
Vaupés	Eco-etnoturismo	Mitú	Talla en madera, cestería, tejeduría, alfarería	Chambira, tirita, juajua	Artesanos indígenas y campesinos
Vichada	Eco-etnoturismo	Cumaribo	Tejeduría	Cumare y moriche	Artesanos indígenas y campesinos

Fuente: Viceministerio de Turismo y Artesanías de Colombia

Como parte de su comportamiento habitual, el turista generalmente adquiere productos artesanales durante sus experiencias culturales en el destino o como recuerdo de su viaje. La artesanía se constituye entonces en un objeto imaginado que motiva al turista a revivir y recordar su vivencia de viaje, fomenta su deseo de volver o se muestra como demostración de su paso por el territorio, convirtiéndose en difusor de la imagen e identidad cultural de una nación.

Actualmente, dentro de la diversificación de los diferentes productos turísticos, el turismo cultural está teniendo un auge muy importante; ya que es la cultura la que condiciona la experiencia de viaje del turista y es la que garantiza que ésta sea “nueva”, “única”, “innovadora” y “diferente”, donde prima el intercambio de experiencias, con la idiosincrasia y la forma de vida de la comunidad receptora del destino turístico.

Así, en la medida en que las proyecciones de crecimiento del turismo extranjero hacia Colombia continúen aumentando⁹ y el turismo interno siga igualmente creciendo, las oportunidades para el sector artesanal aumentan. Sin embargo, también pueden aumentar los riesgos de caer en la práctica de producción de objetos artesanales en forma masiva, sin carga simbólica, es decir, una pérdida paulatina de las tradiciones culturales. De allí, la necesidad de apoyar el desarrollo sostenible del sector artesanal,

⁹ Según la meta propuesta por el Gobierno Nacional en 2010, el país aspira a obtener 4 millones de llegadas de turistas provenientes del exterior.

en forma articulada entre los entes gubernamentales y el sector productivo artesanal y hacer de las artesanías colombianas un ícono de promoción de la imagen turística del país.

Los elementos diferenciadores de los productos artesanales colombianos, tanto tradicionales como contemporáneos, representan un potencial promotor de las economías regionales y de nivel nacional, por lo que se hace necesaria la generación de políticas de mediano y largo plazo que conviertan las ventajas comparativas del sector en ventajas competitivas, implementadas mediante estrategias que fortalezcan al sector integrando los eslabones de la cadena productiva que lo conforman, a otros sectores productivos como el del turismo.

Las artesanías colombianas cuentan con un potencial muy importante en el desarrollo de diferenciadores de los productos turísticos, considerando que son un complemento de identidad y autenticidad de la experiencia turística.

En este contexto, la artesanía debe recuperar su rol como componente funcional en la cadena de valor del turismo; el turismo debe encontrar en la artesanía una ventaja competitiva que diversifique sus productos, sustentada en la identidad cultural del patrimonio inmaterial que promueve, preserva y defiende el oficio artesanal. De igual forma, el sector turístico puede ofrecer al sector de artesanías una complementariedad como espacio novedoso de comercialización de sus productos, de promoción, valoración y dignificación del oficio artesanal.

Con este propósito, los sectores deben tener estrategias conjuntas para reinventarse y adaptarse a las tendencias de clase mundial a las que le apuesta la transformación productiva de Colombia, fortaleciendo su competitividad de manera conjunta y considerándose mutuamente como una oportunidad de desarrollo.

De igual forma, la integración de los sectores de turismo y artesanías, debe permitir a las regiones colombianas superar problemáticas tales como la pobreza, la marginalidad y el desempleo, contribuyendo al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio y cumpliendo con el sentido social y potencialidad económica derivado de estas dos actividades.

2. ANTECEDENTES

Si bien esta política constituye una primera muestra de interrelación de iniciativas gubernamentales entre el turismo y la artesanía, hay que manifestar que esta relación ha estado presente de manera activa en la gestión pública, dado el carácter productivo y cultural de ambos sectores, así como su importancia y presencia en el territorio nacional.

Este hecho es evidente desde 1964, cuando se constituye Artesanías de Colombia como sociedad comercial de responsabilidad limitada y la entonces Empresa Colombiana de Turismo se constituyó como uno de sus principales aportantes.

Posteriormente en 1965, Artesanías de Colombia se convierte en Sociedad anónima y mediante el Decreto Ley 2974 de 1968, es vinculada al Ministerio de Desarrollo Económico, donde la Corporación Nacional de Turismo hacía parte de sus accionistas y órganos de administración.

Posteriormente, el Gobierno Nacional a través de los Decretos 2399 de 1987 y 1620 de 1991, aprueban y adoptan los estatutos de Artesanías de Colombia. El Decreto

1620 de 2002, estableció la estructura y funciones de sus dependencias, donde consolida su exitosa labor de promoción y el desarrollo de todas las actividades económicas, sociales, educativas y culturales, necesarias para el progreso de los artesanos del país y de la industria artesanal, donde se contempló al turismo como una actividad posible de apoyo a la promoción de los productos y oficios artesanales.

Actualmente, es una sociedad de economía mixta de gran reconocimiento a nivel nacional e internacional por el apoyo al sector artesanal, vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, quien hace parte de su Junta Directiva, delegando al Viceministro de Turismo, reforzando el compromiso de este sector con la industria artesanal y su innegable vinculación.

Artesanías de Colombia S.A., tiene el objeto de contribuir al progreso del sector artesanal mediante el mejoramiento tecnológico, la investigación, el desarrollo de productos y la capacitación del recurso humano, impulsando la comercialización de artesanías colombianas. Esta entidad tiene como misión la de “contribuir al mejoramiento integral del sector artesanal estimulando el desarrollo profesional del recurso humano y garantizando la sostenibilidad del medio ambiente y la preservación del patrimonio cultural vivo, con el fin de elevar su competitividad.”¹⁰

Colombia ante el crecimiento constante de los flujos turísticos nacionales e internacionales en los últimos años viene adelantando políticas y estrategias para diversificar sus productos turísticos y basado en la diversidad de su patrimonio, impulsa el turismo cultural como uno de sus productos turísticos prioritarios, promoviendo su desarrollo competitivo y las identidades de las regiones.

Conscientes de las potencialidades del sector, todos los departamentos han priorizado al turismo en sus apuestas productivas.¹¹ Con base en estas propuestas regionales, el Gobierno Nacional a través del Viceministerio De Turismo, ha adelantado una serie de actuaciones estratégicas, en concordancia con el Plan Sectorial de Turismo 2007-2010, “Colombia: destino turístico de clase mundial” dando mayor énfasis al mejoramiento del producto y a la promoción nacional e internacional, en este último caso para la captación de más turistas con mayor capacidad de gasto. De esta manera, se vienen consolidando los procesos regionales de turismo para disponer de una oferta de productos altamente competitivos para los mercados nacionales e internacionales. Estos logros permitirán afianzar la competitividad de industria turística para que sea el motor de desarrollo de las regiones y como una fuente generadora de empleo y de divisas.

De igual manera, y en concordancia con lo establecido en la Política de Turismo Cultural, esta propuesta de articulación del sector de artesanías y turismo, responde al propósito de “lograr que los objetos artesanales formen parte del turismo cultural. Las artesanías reviven y se transforman cuando encuentran nuevos mercados y son capaces de competir en ellos. La revitalización y el rescate de esta actividad permite reforzar el patrimonio cultural de nuestra nación, porque en el arte de los pueblos reside parte de la identidad que nos representa y nos distingue”.¹²

¹⁰ Sitio en Internet de Artesanías de Colombia. www.artesantiasdecolombia.com.co . Citado el 20 de mayo de 2009.

¹¹ Colombia. Departamento Nacional de Planeación -DNP, Agenda interna, obra citada.

¹² Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Ministerio de Cultura, Política de Turismo Cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio. Bogotá, 2007.

3. MARCO LEGAL

Las siguientes disposiciones constituyen las bases sobre las cuales las instituciones y los diferentes actores públicos, privados y la comunidad, construyen y determinan el alcance, la integridad y la naturaleza de la participación en la presente política:

- Constitución Política de 1991, que consagra como obligación del Estado y de las personas, proteger las riquezas culturales y naturales de la nación y reconoce a Colombia como país multicultural y diverso. Estos principios sirven de base para la definición del papel del Estado sobre la cultura y para fijar políticas de desarrollo en torno a la cultura. Igualmente la Carta Magna, en su artículo 333, que destaca la función social de la empresa como base del desarrollo, criterio fundamental de la responsabilidad del sector privado del turismo y de las artesanías.
- Convención de la UNESCO para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, suscrita por Colombia como Estado Miembro de esta organización, donde se compromete a desarrollar programas y acciones para contribuir a la creación o a la consolidación de industrias culturales y cooperar en el desarrollo de las infraestructuras y las competencias necesarias; a apoyar la creación de mercados locales viables y facilitar el acceso de los bienes culturales de Colombia al mercado mundial y a los circuitos internacionales de distribución.¹³ A través de este instrumento internacional, el Gobierno Colombiano ha obtenido la declaración del Carnaval de Barranquilla como Obra Maestra del Patrimonio oral e Intangible de la Humanidad y del Palenque de San Basilio en la categoría de Espacio Cultural, expresiones que incorporan el elemento artesanal en los trajes, instrumentos musicales, saberes prácticos y demás tradiciones que integran el conglomerado de manifestaciones populares de las mismas, configurando excelentes oportunidades para el tema turístico en estas regiones.
- Ley 36 de 1984 “Ley del Artesano”: mediante la cual se reglamenta la profesión de artesano.
- Ley 300 de 1996, Ley General de Turismo, que reconoce al turismo como una actividad prioritaria para el desarrollo económico del país y de sus regiones e identifica las modalidades de turismo relacionadas con el aprovechamiento del patrimonio cultural. La norma establece igualmente que a través del Plan Sectorial de Turismo se deben definir los elementos para que el turismo encuentre condiciones favorables para su desarrollo en el ámbito cultural.
- Ley 397 de 1997, Ley General de Cultura, que de acuerdo con el mandato constitucional, estableció los roles de actuación del Estado frente a la cultura, a partir de la función social del patrimonio, su reconocimiento, aprovechamiento y protección, en coordinación con las entidades territoriales, estableciendo como principios, entre otros, la difusión del patrimonio cultural de la Nación. Esta norma señala, en su artículo 18, a la artesanía como una “expresión cultural tradicional” objeto de estímulos por parte del Estado, en desarrollo de los artículos 70, 71, y 72 de la Constitución Política de Colombia.

¹³UNESCO- Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural. París, 2001.

- Leyes 590 de 2000 y su reforma a través de la Ley 205 de 2004, donde se dictan disposiciones para la promoción y el fomento de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se establece su clasificación según sus activos y número de trabajadores, la cual regula las principales actuaciones de las empresas artesanales y turísticas.
- Ley 1101 de 2006, por la cual se modifica la Ley General de Turismo, en especial sus artículos 4, 5 y 6, que establecen el impuesto con destino al turismo como inversión social, su recaudo y destinación a la promoción y competitividad del sector.
- La Ley 1185 de 2008, que modifica la Ley General de Cultura, definiendo el patrimonio cultural y con base en este concepto amplía la gestión y la función del mismo para la sociedad colombiana.¹⁴
- Decreto 258 de 1987, que reglamenta la ley 36 de 1984 y organiza el registro nacional de artesanos y organizaciones gremiales de artesanos como función de la sociedad, en su artículo 30.
- Plan Decenal de Cultura 2001-2010, Hacia la construcción de una ciudadanía democrática cultural”, que destaca la producción artesanal como valiosa para la construcción de proyectos colectivos de Nación, en la que se generan condiciones para la sostenibilidad de la diversidad y el diálogo cultural, sin desconocer su importante papel como dinamizador de la economía.
- Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010 “Estado Comunitario: desarrollo para todos” que da especial trascendencia al turismo, como sector exportador y de gran importancia para la recuperación de la economía y la confianza de las regiones. Así mismo destaca al sector artesanal como fundamental para la productividad y la generación de empleo en las comunidades. Este plan establece los lineamientos para la política de desarrollo empresarial, donde se contempla el diseño e implementación de “estrategias específicas de productividad y competitividad para las micro, pequeñas y medianas empresas, para el sector artesanal, para el turismo y la producción de energías alternativas”.¹⁵
- Documento Conpes 3397 de 2005, que reconoce que turismo se ha convertido en un indicador del nivel de vida de la sociedad colombiana y es una importante fuente de ingresos de las economías. El documento propone lineamientos para el desarrollo del sector especialmente en materia de recuperación y sostenibilidad del patrimonio cultural y ambiental para la actividad, reconociendo a la cultura como un bien de consumo de primer orden

¹⁴ Según el artículo 1 de la Ley 1185 de 2008, el patrimonio cultural está “constituido por todos los bienes materiales, las manifestaciones inmateriales, los productos y las representaciones de la cultura que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la lengua castellana, las lenguas y dialectos de las comunidades indígenas, negras y *creoles*, la tradición, el conocimiento ancestral, el paisaje cultural, las costumbres y los hábitos, así como los bienes materiales de naturaleza mueble e inmueble a los que se les atribuye, entre otros, especial interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico.”

¹⁵ Colombia. Departamento Nacional de Planeación, DNP. Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010 “Estado comunitario: desarrollo para todos”. Bogotá, 2007.

que se constituye en un activo y un atractivo importante de nuestro país, el cual debe ser ofrecido con calidad a través del turismo.

- El documento Conpes 3484 de 2007, Política Nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas, como un esfuerzo público-privado, donde se promueven estrategias que impactan tanto al turismo como a la artesanía, dada su alta participación en el sector de las MIPYMES.
- Plan Sectorial de Turismo 2008-2010. “Colombia, destino turístico de clase mundial”, que tiene como objetivo, consolidar los procesos regionales de turismo de tal manera que se disponga de una oferta de productos y destinos altamente competitivos -de clase mundial- para los mercados nacionales e internacionales. Este Plan contempla como lineamiento específico la definición de políticas para los productos de turismo especializado, como es el caso del turismo cultural.
- Política de Turismo Cultural, “Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio”, que traza unos lineamientos estratégicos para articular las iniciativas de los sectores turístico y cultural de manera sostenible, fortaleciendo la gestión y promoción turística cultural; así como la organización y mejora de la oferta, diseñando productos de turismo cultural atractivos y diferenciados, que sean el mejor vehículo de comunicación de la enorme riqueza cultural del país. Una de las estrategias que promueve esta política se enuncia como “**Fortalecimiento de la cadena productiva artesanal en destinos turísticos culturales**”¹⁶, punto de partida para la formulación del presente documento.

4. PRINCIPIOS

- **Identidad:** En virtud de la contribución del turismo y la artesanía a la revalorización de las expresiones culturales locales y la preservación del patrimonio inmaterial, así como el refuerzo de la identidad en los destinos turísticos.
- **Sostenibilidad:** En virtud de la conservación y salvaguarda de los valores ancestrales y el medio ambiente en las formas propias de producción artesanal.
- **Equidad:** En virtud de generar acciones afirmativas que propicien condiciones de igualdad en el desarrollo de los derechos sociales, económicos, culturales y ambientales.
- **Coordinación:** A partir del cual las entidades que conforman los sectores de turismo y artesanías, actuarán de manera coordinada, en el ejercicio de sus funciones.
- **Concertación:** A partir del cual los diferentes actores integrantes de los sectores de turismo y artesanías, propiciarán acuerdos para asumir responsabilidades y tareas, que permitan el logro de los objetivos comunes.

¹⁶ Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Ministerio de Cultura. Política de Turismo Cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio, obra citada.

- **Calidad:** Como requisito fundamental para la creación de las ventajas competitivas de las empresas y destinos turísticos colombianos, a partir de la creación de productos turísticos y el mantenimiento de las condiciones de calidad en la producción artesanal.

5. MARCO CONCEPTUAL

- a) **Artesanía:** Actividad de transformación para la producción creativa de objetos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. La actividad se realiza a través de la estructura funcional e imprescindible de los oficios y sus correspondientes técnicas y está condicionada por el medio geográfico –que constituye la principal fuente de materias primas— así como por el marco sociocultural donde se desarrolla. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente. Se producen sin limitación refiriéndose a la cantidad y tienden a adquirir carácter de obras de arte¹⁷.
- b) **Artesano:** Se considera artesano a la persona que ejerce una actividad productiva de la que deriva principalmente su sustento en la que aplica un oficio concreto en un nivel preponderantemente manual, conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas, dentro de un proceso de producción vinculado a su contexto cultural, geográfico y social¹⁸.
- c) **Acciones afirmativas:** Políticas y medidas dirigidas a favorecer a determinadas personas o grupos, ya sea con el fin de eliminar o reducir las desigualdades de tipo social, cultural o económico que los afectan y/o para lograr que los miembros de un grupo subrepresentado, usualmente un grupo que ha sido discriminado, tenga una mayor representación.¹⁹
- d) **Artesanía emblemática:** Objeto u oficio artesanal que tiene la capacidad de reflejar uno o más sentimientos individuales o colectivos y de motivar niveles de sensibilidad y solidaridad social, en el ámbito local, regional, nacional e internacional.²⁰
- e) **Atractivo turístico:** Son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un país y que constituyen la principal atracción del turista motivando viajes y desplazamientos turísticos.²¹
- f) **Cadena de valor del sector de artesanías:** Forma de organización del sector artesanal que integra los eslabones de proveeduría de materias primas, diseño, producción, comercialización y venta de los productos

¹⁷ Artesanías de Colombia S.A

¹⁸ Ibid

¹⁹ Colombia. Corte Constitucional, Sentencia T-317 29-03-00. Bogotá, 2000.

²⁰ Adaptado de Jaramillo, Ruth. Gestión Cultural, Universidad Externado de Colombia, 2008.

²¹ Adaptado de Jiménez, Luis Fernando. Teoría Turística, Universidad Externado de Colombia. Bogotá, 1986.

artesanales. Su objetivo es incrementar la productividad y mejorar la competitividad del sector artesanal, generando condiciones que permitan aumentar la participación del sector en la estructura económica nacional y en las exportaciones.

- g) **Cadena de valor del turismo:** Forma de organización del sector turístico que integra a los proveedores de todos los productos y servicios que forman parte de la experiencia de turista, desde la planificación de su viaje, la permanencia en el destino turístico, hasta su regreso a su lugar de residencia al mismo. Pretende identificar fuentes de ventaja competitiva en las actividades generadoras de valor y los márgenes que éstas aportan para el sector, en cada etapa o componente de un viaje turístico.
- h) **Destino turístico:** Unidad de planificación y gestión del territorio que como espacio geográfico delimitado, define imágenes y percepciones determinantes en su competitividad en el mercado turístico. El destino turístico se caracteriza por la presencia de atractivos, infraestructura básica, planta turística, superestructura y demanda, como conjunto de bienes y servicios turísticos ofrecidos al visitante o turista, en la zona y por diversos grupos humanos entre los cuales se encuentra la comunidad local.²²
- i) **Etnoturismo:** Es el turismo especializado y dirigido que se realiza en territorios de los grupos étnicos con fines culturales, educativos y recreativos que permite conocer los valores culturales, forma de vida, manejo ambiental, costumbres de los grupos étnicos, así como aspectos de su historia.²³
- j) **Oficios artesanales:** Conjunto operativo de factores que conforman ramas especializadas del hacer y el saber productivos que transforman la materia prima mediante la aplicación de procedimientos, técnicas e instrumentos específicos que permiten la obtención de productos artesanales.²⁴
- k) **Producto turístico:** Es el resultado de la integración de los recursos naturales, actividades susceptibles a desarrollar, servicios turísticos e infraestructura, con objeto de satisfacer la demanda de esparcimiento y asignación del tiempo libre de los turistas.
- l) **Patrimonio inmaterial:** Conjunto complejo de activos sociales, de carácter cultural, que le dan a un grupo humano sentido, identidad y pertenencia. Comprende no sólo los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas de un grupo humano, que hunden sus raíces en el pasado y que se perpetúan en la memoria colectiva, sino también los apropiados socialmente en la vida contemporánea de las comunidades y colectividades sociales. Comprende además los instrumentos, los objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes a dichos activos sociales.²⁵

²² Unidad Sectorial de Normalización en Turismo Sostenible de la Universidad Externado de Colombia. NTSTS 001 -1. Destinos turísticos de Colombia Requisitos de Sostenibilidad. Bogotá, 2007.

²³ Colombia. Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996. Bogotá, 1996.

²⁴ En el anexo 1 se presenta el listado no exhaustivo de los oficios artesanales reconocidos en Colombia.

²⁵ Colombia. Ministerio de Cultura. Sitio en Internet del Ministerio www.mincultura.gov.co. Citado el 4 de agosto de 2009.

- m) **Salvaguardia:** “las medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial, comprendidas la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión -básicamente a través de la enseñanza formal y no formal- y revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos”²⁶.
- n) **Taller artesanal:** Unidad económica de producción a través de la cual es posible evaluar el estado económico del sector, su nivel de productividad y sus potenciales y limitaciones. Se ocupa básicamente de su nivel tecnológico de organización y el estado financiero del mismo²⁷.
- o) **Turismo cultural:** Aquel viaje motivado por conocer y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino. Instrumento, además, para el fortalecimiento de las identidades nacionales y sistema de educación y aprendizaje extraescolar.
- p) **Turismo:** “actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos”²⁸.

6. OBJETIVOS

6.1 OBJETIVO GENERAL

Integrar como propuesta de desarrollo conjunto sostenible y responsable, las cadenas productivas de los sectores turismo y artesanías, procurando la salvaguardia y la difusión de las tradiciones artesanales y por el beneficio económico, social y cultural de las comunidades y destinos.

6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 6.2.1 Impulsar la participación de los actores de sector de artesanías en las actividades de gestión y planificación del turismo.
- 6.2.2 Promover la creación de estímulos para la comercialización del producto artesanal a través de la cadena de valor del sector turístico.
- 6.2.3 Fomentar la incorporación del componente artesanal en las campañas de promoción de los destinos y productos turísticos colombianos.
- 6.2.4 Promover alianzas estratégicas para la inversión en el desarrollo de productos y destinos turísticos, en los cuales se privilegie su vocación artesanal.

²⁶ UNESCO, Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, París, 17 de octubre de 2003.

²⁷ Artesanías de Colombia S.A

²⁸ Organización Mundial del Turismo OMT. Madrid, 1991.

7. EJES TEMÁTICOS

Los siguientes ejes temáticos deberán verse reflejados en las diferentes acciones estratégicas derivadas de esta política:

- SALVAGUARDIA DEL PATRIMONIO CULTURAL

La preservación del Patrimonio Cultural se considera un eje fundamental y transversal a implementarse en esta política de Turismo y Artesanías, debido a la fuerte necesidad de darle un mayor desarrollo a estos sectores bajo la motivación de preservar el patrimonio material e inmaterial colombiano, potencializando la calidad, bajo el reconocimiento de las costumbres, que se traduzca en beneficios económicos, sociales y culturales para las comunidades productoras.

En este sentido, el diseño, comercialización de productos turísticos con componente artesanal implica una tarea de innovación y calidad, pero conservando los rasgos propios de la identidad cultural del destino, que muestre las singularidades de cada pueblo y revalorice las identidades culturales de los artesanos y sus comunidades.

- COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD

Luego de una revisión de las debilidades regionales en la materia y el *ranking* mundial de Competitividad del Turismo preparado por el Foro Económico Mundial, una de las prioridades previstas en el Plan Sectorial de Turismo 2007 - 2010, "Colombia: destino turístico de clase mundial", es el aumento de la competitividad del turismo, por tal motivo, las acciones en materia turística deben apostarle a la creación, desarrollo y consolidación de ventajas competitivas para su desarrollo, donde la ventaja comparativa del sector de artesanías puede constituirse en un factor diferenciador de la actividad turística.

Esta política debe velar por el aumento de la competitividad, no sólo para el desarrollo del turismo, sino también por el sector de artesanías, puesto que "La artesanía esta llamada a ser un rubro de ingresos, complementario o principal, en la medida en que este integrada al mercado y muestre al mundo la calidad y autenticidad que posee"²⁹. De igual forma, hay que desatacar que el turismo contribuye al mejoramiento de la competitividad del sector de artesanías, mejorando la calidad de vida de sus participantes.

- PERTINENCIA ÉTNICA Y DESARROLLO COMUNITARIO

Para las poblaciones indígenas, afrocolombianas y campesinas, que integran en forma mayoritaria (cerca del 70%) las comunidades artesanas, el producto artesanal es uno de los pocos bienes de intercambio con los que cuentan. Muchas de estas comunidades, a su vez, enfrentan condiciones de pobreza crítica y habitan en zonas afectadas por el conflicto armado por lo cual se constituyen en

²⁹ LOPEZ DE ROMAÑA, Pablo. Viceministerio de Turismo del Perú, "La Integración de la Artesanía en la Estrategia Nacional de Turismo y en las Actividades de Promoción" Presentación en el marco de la III conferencia Internacional sobre Turismo y Artesanía", Lima 2008.

poblaciones vulnerables y en riesgo de desplazamiento a los centros poblados, donde pueden sumarse a los cinturones de miseria. En consecuencia, mejorar el ingreso por concepto de su trabajo artesanal es vital para su subsistencia y puede constituirse en factor de retención en su región de origen, por tales razones, el fortalecimiento de su actividad artesanal constituye un apoyo de singular significación.

Los lineamientos estratégicos de esta política buscan generar un desarrollo del sector de artesanías a través de los mecanismos propios de difusión del turismo, en los cuales se debe tener presente el logro de beneficios económicos sociales y culturales para las comunidades productoras. En este sentido, es importante recordar la condición étnica de la gran mayoría de artesanos a lo largo del territorio nacional. Por ello, en aras de respetar sus usos y costumbres es claro que dentro del imaginario colectivo de desarrollo debemos recordar, que bajo los parámetros de las comunidades étnicas, este debe ser coherente con su cosmovisión, lo que algunos teóricos denominan *etnodesarrollo*.

En este orden de ideas, la inserción del sector de artesanías con componente étnico en la cadena productiva del turismo da lugar a la preparación de líneas de trabajo que respondan a las necesidades de maximización de los beneficios derivados de la producción, pero que sean pertinentes a sus formas propias de desarrollo. No obstante, esta interacción del sector de artesanías y del turismo debe permitir la implementación de mecanismos para la mejora en sus formas de producción y comercialización, sin detrimento de sus tradiciones ancestrales, teniendo en cuenta que este debe ser un proceso concertado, a través de los mecanismos propios de consulta previa con comunidades indígenas y afrocolombianas, así como el dialogo con el pueblo ROM.

8. LINEAMIENTOS DE POLÍTICA DE TURISMO Y ARTESANÍAS

Esta política acoge el interés del Gobierno nacional y especialmente del sector de Comercio, Industria y Turismo, donde las iniciativas de desarrollo empresarial, transformación productiva, competitividad, turismo y artesanías, confluyen en una iniciativa específica que permita la integración de las cadenas productivas y las estrategias propias dada sector.

Los lineamientos se refieren a los énfasis que deben aportar tanto los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo, como Artesanías de Colombia, y la articulación debida con otras instancias y actores, para fortalecer desde las regiones del país, la inserción equitativa, productiva y protagónica del sector artesanal en la cadena de turismo y en las políticas de promoción, competitividad y sostenibilidad que buscan hacer de Colombia un destino turístico de clase mundial.

8.1. INSERCIÓN DE LA ARTESANÍA EN LAS ESTRATEGIAS DE GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

Las cadenas de valor de los sectores de turismo y artesanías deben encontrar estrategias comunes que complementen e integren las ofertas artesanales y turísticas, facilitando y diferenciando su comercialización respectiva.

Con este propósito, las líneas de política se orientarán a:

- a) Identificar y valorar las cadenas y ofertas artesanales de los principales destinos turísticos, según las vocaciones y los productos potenciales que deban priorizarse, de manera que permitan adelantar proyectos de vinculación y fortalecimiento, en el ámbito de acción de esta política.
- b) Incorporar en las estrategias de investigación de mercados del turismo las preferencias de la demanda hacia el componente artesanal, de manera que permitan orientar la oferta turística, hacia el desarrollo de productos donde se vincule prioritariamente la oferta artesanal.
- c) Formular conjuntamente planes de acción, que se articulen a los convenios de competitividad y planes de desarrollo turísticos, permitiendo superar las barreras comunes y crear ventajas competitivas para los destinos turísticos y las comunidades artesanales.
- d) Coordinar acciones con los responsables del desarrollo turístico, cultural y artesanal a nivel nacional y territorial, así como con los prestadores de servicios turísticos, para la vinculación de ofertas artesanales dentro de los procesos de diseño de productos.
- e) Fortalecer la investigación de los contenidos etnoculturales, los valores de identidad, simbólicos y pertenencia, que la artesanía tiene para el turismo, en la verdadera búsqueda de su historia y en la comprensión de estos factores para poder transmitirlos a través del desarrollo de productos turísticos, especialmente en la interpretación de las expresiones artesanales como parte del patrimonio inmaterial.
- f) Promover, en el sector turístico en general y especialmente entre las entidades educativas de formación turística, el conocimiento de las expresiones artesanales nacionales, regionales y locales de manera que sean un elemento de reconocimiento de las identidades de Colombia.
- g) Impulsar la adopción de programas de manejo de impacto del turismo en las expresiones artesanales, donde se reflejen parámetros de sostenibilidad, respeto del saber colectivo, valores ancestrales y derechos de propiedad intelectual, identificando aquellos destinos turísticos, donde las expresiones de artesanías son vulnerables por su fragilidad o pérdida de autenticidad, derivada de los crecientes flujos turísticos.
- h) Incluir los intereses de los sectores de artesanías y turismo en las cifras de medición nacional, impulsando una cultura de la información y la comunicación, que permitan la implementación de estrategias que respondan y correspondan a las necesidades reales de los mismos.

8.2. FORTALECIMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS A TRAVÉS DE LAS POLÍTICAS DE DESARROLLO PARA EL TURISMO

Este lineamiento responde a la necesidad de crear espacios de valoración económica y sociocultural de la artesanía, maximizando los beneficios que genera el turismo a las comunidades receptoras, no sólo en la obtención de utilidades en nuevos mercados, sino también en la recuperación, revaloración y conservación de la expresión artesanal dentro de las poblaciones.

Las acciones en materia de comercialización de las artesanías a través del turismo, deben responder a los parámetros de comercio justo, en cuanto al valor agregado que posee la transformación manual propia de las expresiones artesanales que representan productos de significación simbólica, que logran apreciación social especial, en donde se deben emprender acciones para que sea aplicable a todas las formas y tipologías de turismo.

Con estos propósitos, las líneas de política se orientarán a:

- a) Incluir como requisitos de calidad y sostenibilidad para los prestadores y destinos turísticos, el apoyo a programas que promuevan y fomenten la artesanía local, así como programas de responsabilidad social, con preferencia a la inclusión de las comunidades artesanales a la cadena productiva del turismo.
- b) Aprovechar los beneficios tributarios existentes para las empresas privadas que apoyan la protección del patrimonio inmaterial, para aplicarlos prioritariamente en la protección de las expresiones artesanales vulnerables frente a los impactos del turismo.
- c) Informar y dar a conocer a los turistas los productos turísticos que han vinculado la oferta artesanal como parte de su prestación, con el fin de favorecer los espacios de comercialización de las empresas, de los sectores turístico y de artesanías.
- d) Promover iniciativas puntuales de vinculación del sector de artesanías con el sector turístico y comercial en general, en los principales destinos turísticos, que permitan mejorar la comercialización y el conocimiento por parte los turistas sobre las expresiones artesanales.
- e) Propiciar y facilitar iniciativas nacionales y regionales para la creación de oportunidades de negocio en la comercialización de las artesanías en los principales destinos turísticos.
- f) Promover el desarrollo de innovaciones en la comercialización de las artesanías en espacios turísticos, tales como como los hoteles tienda³⁰, desarrollo de posadas turísticas en las comunidades artesanales, museos y espacios culturales de expresiones artesanales; ferias de artesanías en sitios y eventos turísticos, entre otros.
- g) Promover nuevas vocaciones turísticas resaltando su componente artesanal, que permitan generar espacios para la presentación y comercialización de las expresiones artesanales, tales como creación de rutas turísticas temáticas artesanales, desarrollo de viajes de estudio a comunidades artesanales, visitas a talleres artesanales como parte de los recorridos turísticos, entre otras acciones, de turismo experiencial.
- h) Crear espacios, como parte de la infraestructura de servicios turísticos y de comercio asociado a la actividad en los destinos turísticos, en los cuales se privilegie la muestra, venta y apreciación de las artesanías.

³⁰ Establecimientos de alojamiento y hospedaje, en donde las artesanías se valoran como objetos de decoración y utilitarios en los alojamientos, con posibilidad de compra por parte de los turistas.

8.3. FOMENTO A LA PROMOCIÓN TURÍSTICA MEDIANTE EL FORTALECIMIENTO DE LAS ARTESANÍAS COMO COMPONENTE DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS COLOMBIANOS

Este lineamiento busca que las artesanías se conviertan en un componente prioritario en los planes de promoción y mercadeo del turismo en el ámbito nacional e internacional.

En este sentido, esta política guiará acciones entorno a:

- a) Desarrollar una iniciativa conjunta de promoción turística nacional e internacional que denote la riqueza artesanal del país, entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Proexport, el Fondo de Promoción Turística de Colombia, Artesanías de Colombia, las entidades territoriales y el sector privado del turismo y de las artesanías.
- b) Promover la participación del sector de artesanías y de turismo en diversos canales de comunicación, foros y demás organizaciones nacionales e internacionales de beneficio mutuo de los sectores.
- c) Promover la inserción del componente artesanal en las actividades, herramientas y campañas de promoción del turismo colombiano, vinculando a la artesanía como parte fundamental de la oferta turística regional y nacional.
- d) Promover buenas prácticas de promoción y exhibición de los productos artesanales para el turismo, evitando la mezcla de la artesanía autóctona con expresiones de producción industrial, nacionales, importados o de contrabando.
- e) Promover el valor agregado de producción sostenible de las artesanías como factor diferenciador del turismo, en el diseño de campañas de promoción de los destinos y productos turísticos con componente artesanal.
- f) Articular y apoyar las acciones de promoción con otras iniciativas que adelanten entidades nacionales, regionales y locales donde se integre la oferta artesanal a los productos turísticos.
- g) Implementar herramientas de promoción estratégica que permitan generar mayor impacto en el mercadeo de productos y destinos turísticos que vinculan la oferta artesanal.
- h) Incluir a las artesanías locales en los contenidos de las imágenes turísticas y en las campañas promocionales, que adelante el país y los destinos turísticos a nivel regional, nacional e internacional.
- i) Promover el desarrollo los componentes de información, investigación e innovación de las artesanías como herramientas para el desarrollo de argumentos de venta, promoción, mercadeo e interpretación de patrimonio de la oferta artesanal en los productos turísticos con contenido artesanal.

8.4. PROMOCIÓN DE ALIANZAS ESTRATEGICAS PARA EL FOMENTO A LA INVERSIÓN EN LAS ACCIONES CONJUNTAS DE LOS SECTORES DE TURISMO Y ARTESANÍAS

Para el fortalecimiento de la artesanía y el turismo en Colombia, son múltiples los actores que intervienen tanto del sector público y privado, del orden local, regional, nacional e internacional. En este sentido, se deben promover alianzas estratégicas que permitan fortalecer los recursos disponibles para el desarrollo conjunto de los sectores.

Se desarrollarán las siguientes acciones:

- Promover iniciativas para la consecución de mayores recursos para la recuperación, protección y promoción de las expresiones artesanales que se vinculan al turismo, dado su carácter como patrimonio cultural inmaterial.
- Crear redes entre los entes encargados de la gestión turística, cultural y artesanal, para proponer acciones de cooperación e identificar recursos para la implementación de esta política.
- Desarrollar alianzas entre las principales líneas de financiación directas e indirectas existentes en los sectores de turismo y de artesanías, tales como bancas de inversión, líneas de crédito y recursos de cooperación internacional.

9. GESTIÓN DE LA POLÍTICA DE TURISMO Y ARTESANÍAS

- **Ministerio de Comercio, Industria y Turismo:**

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en el ejercicio de sus funciones como rector de las políticas del sector turístico, debe coordinar la gestión de la Política de Turismo y Artesanías con los diferentes actores y entidades del orden nacional y territorial necesarios para su implementación a través de los diferentes mecanismos de gestión del turismo en las regiones.

- **Artesanías de Colombia S.A**

Artesanías de Colombia S.A, bajo el ejercicio de sus funciones como entidad de economía mixta, adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, debe contribuir en la gestión de la política de Turismo y Artesanías, para la inclusión de estrategias en los planes territoriales para los sectores del turismo y de artesanía.

- **Fondo de Promoción Turística**

El Fondo de Promoción Turística, en el ejercicio de sus funciones debe apoyar la ejecución de las acciones que se deriven de la política de Turismo y Artesanías, en materia de promoción interna del turismo, según lo dispuesto en la ley 1101 de 2006.

- **Proexport**

Proexport, en el ejercicio de sus funciones debe apoyar la ejecución de las acciones que se deriven de la política de Turismo y Artesanías, en materia de promoción internacional del turismo, según lo dispuesto en la ley 1101 de 2006.

10. ACTORES QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DE LA POLÍTICA

- Artesanías de Colombia S.A
- Unidad Administrativa Especial del Sistema de Parques Naturales de Colombia
- Ministerio del Interior y de Justicia
- Instituto Distrital de Turismo de Bogotá
- Ministerio de Cultura
- Fondo de Promoción Turística
- Sistema Nacional de Aprendizaje - SENA
- Federación Nacional de Guías de Turismo
- Organización AVIATUR
- Asociación Colombiana de Transporte Terrestre – ACOLTES
- Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo – ANATO
- Asociación Colombiana de Industria Gastronómica - ACODRES
- Universidad Externado de Colombia – Facultad de Administración Turística y Hotelera.
- Asociación Hotelera de Colombia – COTELCO
- COTELCO Joven

11. RESUMEN EJECUTIVO

MATRIZ DE LINEAMIENTOS- POLITICA DE TURISMO Y ARTESANÍAS: iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio y el turismo colombiano.

OBJETIVO GENERAL: *Promover la integración de las cadenas productivas de los sectores turismo y artesanías ,como propuesta de desarrollo conjunta sostenible y responsable, que propenda por la salvaguardia y la difusión de las tradiciones artesanales y por el beneficio económico, social y cultural de las comunidades y destinos*

EJES TRANSVERSALES: Salvaguardia del patrimonio cultural, competitividad y productividad; y pertinencia étnica y desarrollo comunitario

Temática	GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	PROMOCIÓN	INVERSIÓN
Objetivo Específico	Impulsar la participación de los actores de sector de artesanías en las actividades de gestión y planificación del turismo	Promover la creación de estímulos para la comercialización del producto artesanal a través de la cadena de valor del sector turístico	Fomentar la incorporación del componente artesanal en las campañas de promoción de los destinos y productos turísticos colombianos	Promover alianzas estratégicas para la inversión en el desarrollo de productos y destinos turísticos, en los cuales se privilegie su vocación artesanal.

MATRIZ DE LINEAMIENTOS- POLITICA DE TURISMO Y ARTESANÍAS: iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio y el turismo colombiano.

OBJETIVO GENERAL: Promover la integración de las cadenas productivas de los sectores turismo y artesanías, como propuesta de desarrollo conjunta sostenible y responsable, que propenda por la salvaguardia y la difusión de las tradiciones artesanales y por el beneficio económico, social y cultural de las comunidades y destinos

EJES TRANSVERSALES: Salvaguardia del patrimonio cultural, competitividad y productividad; y pertinencia étnica y desarrollo comunitario

Temática	GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	PROMOCIÓN	INVERSIÓN
Lineamiento	INSERCIÓN DE LA ARTESANÍA EN LAS ESTRATEGIAS DE GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO	FORTALECIMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS A TRAVÉS DE LAS POLÍTICAS DE DESARROLLO PARA EL TURISMO	FOMENTO A LA PROMOCIÓN TURÍSTICA MEDIANTE EL FORTALECIMIENTO DE LAS ARTESANÍAS COMO COMPONENTE DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS COLOMBIANOS	PROMOCIÓN DE ALIANZAS ESTRATEGICAS PARA EL FOMENTO A LA INVERSIÓN EN LAS ACCIONES CONJUNTAS DE LOS SECTORES DE TURISMO Y ARTESANÍAS
Acciones	Identificar y valorar las principales cadenas y ofertas artesanales de los principales destinos turísticos, según las vocaciones y los productos potenciales que deban priorizarse, de manera que permitan adelantar proyectos de vinculación y fortalecimiento, en el ámbito de acción de esta política.	Incluir como requisitos de calidad y sostenibilidad para los prestadores y destinos turísticos, el apoyo a programas que promuevan y fomenten la artesanía local, así como programas de responsabilidad social, con preferencia a la inclusión de las comunidades artesanales a la cadena productiva del turismo.	Desarrollar una iniciativa conjunta de promoción turística nacional e internacional que denote la riqueza artesanal del país, entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Proexport, el Fondo de Promoción Turística de Colombia, Artesanías de Colombia, las entidades territoriales y el sector privado del turismo y de las artesanías.	Promover iniciativas para la consecución de mayores recursos para la recuperación, protección y promoción de las expresiones artesanales que se vinculan al turismo, dado su carácter como patrimonio cultural inmaterial.
	Incorporar en las estrategias de investigación de mercados del turismo las preferencias de la demanda hacia el componente artesanal, de manera que permitan orientar la oferta turística, hacia el desarrollo de productos donde se vincule prioritariamente la oferta artesanal.	Aprovechar los beneficios tributarios existentes para las empresas privadas que apoyan la protección del patrimonio inmaterial, para aplicarlos prioritariamente en la protección de las expresiones artesanales vulnerables frente a los impactos del turismo.	Promover la participación del sector de artesanías y de turismo en diversos canales de comunicación, foros y demás organizaciones nacionales e internacionales de beneficio mutuo de los sectores.	Crear redes entre los entes encargados de la gestión turística, cultural y artesanal, para proponer acciones de cooperación e identificar recursos para la implementación de esta política.
	Formular conjuntamente planes de acción, que se articulen a los convenios de competitividad y planes de desarrollo turísticos, permitiendo superar las barreras comunes y crear ventajas competitivas para los destinos turísticos y las comunidades artesanales.	Informar y dar a conocer a los turistas los productos turísticos que han vinculado la oferta artesanal como parte de su prestación, con el fin de favorecer los espacios de comercialización de las empresas, de los sectores turístico y de artesanías.	Promover la inserción del componente artesanal en las actividades, herramientas y campañas de promoción del turismo colombiano, vinculando a la artesanía como parte fundamental de la oferta turística regional y nacional.	Desarrollar alianzas entre las principales líneas de financiación directas e indirectas existentes en los sectores de turismo y de artesanías, tales como bancas de inversión, líneas de crédito y recursos de cooperación internacional
	Coordinar acciones con los responsables del desarrollo turístico, cultural y artesanal a nivel nacional y territorial, así como con los prestadores de servicios turísticos, para la vinculación de ofertas artesanales dentro de los procesos de diseño de productos.	Promover iniciativas puntuales de vinculación del sector de artesanías con el sector turístico y comercial en general, en los principales destinos turísticos, que permitan mejorar la comercialización y el conocimiento por parte los turistas sobre las expresiones artesanales.	Promover buenas prácticas de promoción y exhibición de los productos artesanales para el turismo, evitando la mezcla de la artesanía autóctona con expresiones de producción industrial, nacionales, importados o de contrabando.	

MATRIZ DE LINEAMIENTOS- POLITICA DE TURISMO Y ARTESANÍAS: iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio y el turismo colombiano.

OBJETIVO GENERAL: *Promover la integración de las cadenas productivas de los sectores turismo y artesanías ,como propuesta de desarrollo conjunta sostenible y responsable, que propenda por la salvaguardia y la difusión de las tradiciones artesanales y por el beneficio económico, social y cultural de las comunidades y destinos*

EJES TRANSVERSALES: Salvaguardia del patrimonio cultural, competitividad y productividad; y pertinencia étnica y desarrollo comunitario

Temática	GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	PROMOCIÓN	INVERSIÓN
	Fortalecer la investigación de los contenidos etnoculturales, los valores de identidad, simbólicos y pertenencia, que la artesanía tiene para el turismo, en la verdadera búsqueda de su historia y en la comprensión de estos factores para poder transmitirlos a través del desarrollo de productos turísticos, especialmente en la interpretación de las expresiones artesanales como parte del patrimonio inmaterial.	Propiciar y facilitar iniciativas nacionales y regionales para la creación de oportunidades de negocio en la comercialización de las artesanías en los principales destinos turísticos.	Promover el valor agregado de producción sostenible de las artesanías como factor diferenciador del turismo, en el diseño de campañas de promoción de los destinos y productos turísticos con componente artesanal.	
	Promover, en el sector turístico en general y especialmente entre las entidades educativas de formación turística, el conocimiento de las expresiones artesanales nacionales, regionales y locales de manera que sean un elemento de reconocimiento de las identidades de Colombia.	Promover el desarrollo de innovaciones en la comercialización de las artesanías en espacios turísticos, tales como como los hoteles tienda , desarrollo de posadas turísticas en las comunidades artesanales, museos y espacios culturales de expresiones artesanales; ferias de artesanías en sitios y eventos turísticos, entre otros.	Articular y apoyar las acciones de promoción con otras iniciativas que adelanten entidades nacionales, regionales y locales donde se integre la oferta artesanal a los productos turísticos.	
	Impulsar la adopción de programas de manejo de impacto del turismo en las expresiones artesanales, donde se reflejen parámetros de sostenibilidad, respeto del saber colectivo, valores ancestrales y derechos de propiedad intelectual, identificando aquellos destinos turísticos, donde las expresiones de artesanías son vulnerables por su fragilidad o pérdida de autenticidad, derivada de los crecientes flujos turísticos.	Promover nuevas vocaciones turísticas resaltando su componente artesanal, que permitan generar espacios para la presentación y comercialización de las expresiones artesanales.	Implementar herramientas de promoción estratégica que permitan generar mayor impacto en el mercadeo de productos y destinos turísticos que vinculan la oferta artesanal.	
	Incluir los intereses de los sectores de artesanías y turismo en las cifras de medición nacional, impulsando una cultura de la información y la comunicación, que permitan la implementación de estrategias que respondan y correspondan a las necesidades reales de los mismos	Crear espacios, como parte de la infraestructura de servicios turísticos y de comercio asociado a la actividad en los destinos turísticos, en los cuales se privilegie la muestra, venta y apreciación de las artesanías.	Incluir a las artesanías locales en los contenidos de las imágenes turísticas y en las campañas promocionales, que adelante el país y los destinos turísticos a nivel regional, nacional e internacional.	

MATRIZ DE LINEAMIENTOS- POLITICA DE TURISMO Y ARTESANÍAS: iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio y el turismo colombiano.

OBJETIVO GENERAL: *Promover la integración de las cadenas productivas de los sectores turismo y artesanías ,como propuesta de desarrollo conjunta sostenible y responsable, que propenda por la salvaguardia y la difusión de las tradiciones artesanales y por el beneficio económico, social y cultural de las comunidades y destinos*

EJES TRANSVERSALES: Salvaguardia del patrimonio cultural, competitividad y productividad; y pertinencia étnica y desarrollo comunitario

Temática	GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	PROMOCIÓN	INVERSIÓN
	Incluir los intereses del sector de artesanías y turismo en las cifras de medición nacional		Promover el desarrollo los componentes de información, investigación e innovación de las artesanías como herramientas para el desarrollo de argumentos de venta, promoción, mercadeo e interpretación de patrimonio de la oferta artesanal en los productos turísticos con contenido artesanal.	
	Identificar las principales cadenas artesanales en los principales destinos turísticos, de manera que permitan adelantar proyectos de vinculación y fortalecimiento, así como la estructuración e identificación de mapas turísticos artesanales			

ANEXO 1.

OFICIOS ARTESANALES EN COLOMBIA

A continuación se presenta el listado, no exhaustivo, de los oficios artesanales reconocidos en Colombia:

- Alfarería
- Carpintería y ebanistería
- Cerámica
- Cestería
- Cerería y jabonería
- Construcción de instrumentos musicales
- Costura
- Estampado y pintura en tela
- Gastronomía
- Hilatura
- Joyería y orfebrería
- Lapidación
- Metalistería
- Talabartería y marroquinería
- Tejeduría
- Trabajo con amero
- Trabajo con cacho
- Trabajo con coco
- Trabajo con frutos secos
- Trabajo con papel hecho a mano
- Trabajo con papel maché
- Trabajo con semillas
- Trabajo con totumo
- Trabajo en guadua y bambú
- Trabajo en pauche o arboloco
- Trabajo en tagua
- Vitralería
- Vitrofundición
- Otros que no estén contemplados en esta lista y que sean objeto de rescate como patrimonio inmaterial.

BIBLIOGRAFÍA

ARTESANÍAS DE COLOMBIA. Artesanía Emblemática de Colombia por regiones. Bogotá, 2005. Sitio en Internet www.artesantiasdecolombia.com.co, Citado el 17 de julio de 2009.

ARTESANÍAS DE COLOMBIA. Entorno económico del sector de artesanías. Ubicación en el contexto nacional. Bogotá, 2006.

ARTESANÍAS DE COLOMBIA. www.artesantiasdecolombia.com.co . Sitio en Internet de la entidad, citado el 20 de mayo de 2009.

COLOMBIA. Banco de la República. Cifras de viajeros llegados al país. Bogotá, 2009.

COLOMBIA. Corte Constitucional, Sentencia T-317 29-03-00. Bogotá, 2000.

COLOMBIA. Departamento Nacional de Planeación - DNP - Ministerio de Cultura. Documento CONPES 3162. Lineamientos para la Sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010 “Hacia Una Ciudadanía Democrática Cultural”.

COLOMBIA. Departamento Nacional de Planeación - DNP. Agenda Interna para la productividad y competitividad. Bogotá, 2007.

COLOMBIA. Departamento Nacional de Planeación, DNP. Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010 “Estado comunitario: desarrollo para todos”. Bogotá, 2007.

COLOMBIA. Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996. Bogotá, 1996.

COLOMBIA. Ley General de Cultura Ley 397 de 1997. Bogotá, 1997.

COLOMBIA. Reforma de la Ley General de Cultura, Ley 1185 de 2008. Bogotá, 1996

COLOMBIA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Ministerio de Cultura, Política de Turismo Cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio. Bogotá, 2007.

COLOMBIA. Ministerio de Cultura. Sitio en Internet del Ministerio www.mincultura.gov.co. Citado el 4 de agosto de 2009.

JARAMILLO, Ruth. *Gestión Cultural*. Presentación en el marco del Diplomado de Turismo y Gestión cultural. Universidad Externado de Colombia, 2008.

JIMÉNEZ, Luis Fernando. Teoría Turística, Universidad Externado de Colombia. Bogotá, 1986.

LOPEZ DE ROMAÑA, Pablo. “*La Integración de la Artesanía en la Estrategia Nacional de Turismo y en las Actividades de Promoción*”. Presentación del Viceministerio de Turismo del Perú en el marco de la III conferencia Internacional sobre Turismo y Artesanía”, Lima 2008.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA – UNESCO. Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural. París, 2001.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA – UNESCO, Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, París, 17 de octubre de 2003.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO - OMT. Panorama del Turismo Internacional. Edición 2008. Madrid, 2008

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO- OMT. Sitio en Internet de la OMT. www.unwto.org, citado entre febrero y agosto de 2009.

SÁNCHEZ ARCINIEGAS, Clara Inés. Patrimonio cultural y turismo ético en América Latina y Colombia. Temas tiempo libre y turismo 1. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2000.

UNIDAD SECTORIAL DE NORMALIZACIÓN EN TURISMO SOSTENIBLE - UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA. NTSTS 001 -1. Destinos turísticos de Colombia, Requisitos de Sostenibilidad. Bogotá, 2007.