TURISMO CON IDENTIDAD: POTENCIANDO EL DESARROLLO TERRITORIAL DESDE LA DIVERSIDAD CULTURAL BOLIVARENSE

Perfil del Proyecto – “Bolívar está en ti”

1. Descripción general

“Bolívar está en ti” es una iniciativa de El Universal que busca posicionar al departamento de Bolívar en la agenda nacional, exaltando su riqueza turística, cultural y humana. Durante cuatro meses, se implementará una estrategia integral de comunicación y activación que despierte el orgullo, fortalezca la identidad y promueva la participación ciudadana.

La campaña contará con acciones en medios masivos, plataformas digitales, espacios urbanos y entornos comunitarios, llevando el mensaje a todos los rincones del departamento y proyectando su esencia al país y al mundo.

“Bolívar está en ti” se alinea perfectamente con el plan de desarrollo “Bolívar me Enamora 2024–2027” aprobado en el 2024, con cinco líneas estratégicas que incluye como eje “Crecimiento económico y oportunidad de empleo para todos”, donde el turismo es sector prioritario junto con TIC, agro y minería sostenible.

La Ley 1101 de 2006 establece que la política de turismo debe incluir estrategias para promover el patrimonio histórico y cultural, especialmente en sitios declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO
□
Esta misma norma crea la figura de Línea de Inversión Territorial, mediante la cual entidades públicas y comunidades étnicas pueden acceder a recursos para proyectos de promoción, sostenibilidad ambiental y competitividad

“Bolívar está en ti” Contribuye al crecimiento económico a través del turismo cultural y comunitario. Promueve justicia social al incluir comunidades afro, indígenas y raizales en la narrativa turística y refuerza la gestión ambiental con la promoción de un turismo sostenible.

Además de que aporta a la construcción de una institucionalidad fuerte, al proyectar la Gobernación como aliada del talento local.

2. Objetivo central

Posicionar a Bolívar como un referente de cultura, diversidad, talento y desarrollo, fortaleciendo el sentido de pertenencia de sus habitantes y proyectando su valor al ámbito nacional e internacional.

3. Objetivos específicos

1. Visibilizar el potencial turístico, cultural, artístico, deportivo y económico de los 46 municipios de Bolívar.
2. Fortalecer la identidad y el orgullo bolivarense a través de narrativas positivas y cercanas.
3. Promover la participación de la comunidad en actividades culturales, educativas y artísticas.
4. Proyectar la imagen de Bolívar en plataformas nacionales e internacionales.
5. Acompañar la gestión de la Gobernación como promotora del talento local y aliada del desarrollo.

4. Público objetivo

- Público interno: Habitantes de los 46 municipios de Bolívar (niños, jóvenes, adultos y adultos mayores).
- Público nacional: Colombianos interesados en el turismo, la cultura y las oportunidades de inversión.
- Público internacional: Viajeros, inversionistas y medios especializados en cultura, turismo y desarrollo.

5. Estrategia de acción

- Narrativa emocional: relatos que conecten con las raíces, la historia y la proyección del departamento de Bolívar.
- Ejecución multiplataforma:
- Medios impresos y digitales de El Universal.
- Vallas y señalética en puntos estratégicos.
- Videos promocionales en aviones.
- Murales urbanos en municipios y cabeceras.
- Campañas en redes sociales con piezas audiovisuales cortas y dinámicas.
- Activaciones culturales y educativas en colegios y comunidades.
- Eventos y momentos clave: participación en ferias, fiestas y celebraciones relevantes del departamento.

Programa de Tv para ser emitido por Telecaribe que promueva la cultura, visibilice el talento bolivarense y muestre la majestad de los sitios turísticos del departamento de Bolívar

6. Beneficios para la Gobernación de Bolívar

Para la Gobernación de Bolívar es vital la promoción del departamento como destino turístico más allá de Cartagena. Bolívar es historia, es tradición y es magia. Destinos como Mompox, San Juan Nepomuceno, San Jacinto o Calamar entre otros nos transportan a historias inimaginables de ferrocarriles, de comunicación por el río, que seguramente contagiarán a miles de turistas.

Terrenos inexplorados y novedosos que invitan a visitar como el Santuario de Flora y Fauna de los Colorados nos llevan a la necesidad de promocionar a este departamento.

En el territorio bolivarense surge la necesidad de promocionar el talento bolivarense, desde las manos que tejen hasta grandes voces que enamorarán al mundo.

- Fortalece su imagen como aliada del territorio y promotora del talento local.
- Genera conexión emocional con la ciudadanía a través del periodismo, la cultura y las emociones.
- Incrementa la proyección nacional e internacional del departamento.
- Deja un legado tangible: murales, señalética, libro conmemorativo, eventos y piezas audiovisuales

7. Cierre del proyecto

1. Libro conmemorativo con las mejores imágenes e historias del recorrido por Bolívar.
2. Gran evento de cierre que celebre la diversidad, el talento y la identidad bolivarense, con participación de autoridades, artistas y comunidad.

Eslogan

Porque Bolívar no solo está en el mapa… Bolívar está en ti… y también en el mundo



8 **Marco legal colombiano**

Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo): base normativa para el fomento del turismo en Colombia.

Ley 1101 de 2006: impulsa la promoción y competitividad turística, con énfasis en el patrimonio cultural.

Ley 1558 de 2012: fortalece la institucionalidad del turismo e incluye la participación de las entidades territoriales.

Ley 2068 de 2020: fomenta la sostenibilidad, formalización y promoción turística, priorizando territorios emergentes.

Artículo 18 de la Ley General de Turismo (PTE – Proyectos Turísticos Especiales): permite catalogar proyectos estratégicos de gran impacto que pueden acceder a financiamiento preferente del MinCIT y FONTUR.

Constitución Política de 1991 (Art. 52, 70 y 72): reconoce el derecho a la cultura y la obligación del Estado de promoverla, así como la protección del patrimonio cultural.
Proyectos Turísticos Especiales (PTE)

Según el Artículo 18 de la Ley General de Turismo (actualizado hasta agosto de 2025), los PTE son infraestructuras estratégicas de gran escala que requieren planeación y financiamiento específicos, liderados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) en coordinación con autoridades territoriales y puedan implicar contratación fiduciaria sin las limitantes de la Ley 80 de Contratación Leyes.