POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO

BUCARAMANGA

Documento técnico de formulación • 2026



ACCESIBLE • MICE • GASTRONÓMICO • COMUNITARIO

Contenido

Introducción 4
1. Marco de referencia 5
1.1 Marco jurídico nacional e internacional 8
1.2 Marco jurídico departamental y municipal 18
1.3 Marco conceptual 25
1.4 Marco referencial 41
1.5 Marco jurídico del turismo gastronómico 44
1.6 Marco conceptual y referencial del turismo gastronómico 48
2. Diagnóstico 64
2.1 Turismo accesible 65
2.2 Turismo comunitario 66
2.3 Turismo MICE 67
2.4 Turismo gastronómico 67
2.5 Descripción del problema público 68
3. Formulación de la Política Pública de Turismo 68
3.1 Objetivo general 68
3.2 Objetivos específicos 68
3.3 Ejes estratégicos 69
4. Implementación 69
4.1 Plan de acción 71
4.2 Construcción de las líneas estratégicas 79
4.3 Memoria del proceso participativo 80
4.4 Triangulación e integración del diagnóstico 84
4.5 Árbol integrado de problemas 88
4.6 Sistematización de las mesas de participación 92
5. Seguimiento y evaluación 96
6. Financiamiento 96

Lista de tablas

Tabla 1. Síntesis comparada del marco jurídico....14
Tabla 2. Estructura jerárquica del marco normativo....22
Tabla 3. Arquitectura normativa....24
Tabla 4. Macroconcepto: turismo....28
Tabla 5. Macroconcepto: gobernanza turística....30
Tabla 6. Macroconcepto: competitividad turística....32
Tabla 7. Macroconcepto: turismo comunitario....34
Tabla 8. Macroconcepto: turismo MICE....36
Tabla 9. Conceptos operativos de integración....38
Tabla 10. Referentes de políticas públicas turísticas....42
Tabla 11. Beneficios económicos, sociales y territoriales....43
Tabla 12. Normograma del turismo gastronómico....44
Tabla 13. Componentes del turismo gastronómico....58
Tabla 14. Actores de la política pública....58
Tabla 15. Problemáticas y oportunidades del turismo gastronómico....59
Tabla 16. Matriz DOFA del turismo gastronómico....59
Tabla 17. Marco normativo del turismo gastronómico....64
Tabla 18. Causas y consecuencias del turismo accesible....65
Tabla 19. Causas y consecuencias del turismo comunitario....66
Tabla 20. Causas y consecuencias del turismo MICE....67
Tabla 21. Causas y consecuencias del turismo gastronómico....67
Tabla 22. Eje estratégico de turismo accesible....69
Tabla 23. Eje estratégico de turismo comunitario....70
Tabla 24. Eje estratégico de turismo MICE....70
Tabla 25. Eje estratégico de turismo gastronómico....71
Tabla 26. Plan de acción de turismo accesible....72
Tabla 27. Plan de acción de turismo comunitario....74
Tabla 28. Plan de acción de turismo MICE....75
Tabla 29. Plan de acción de turismo gastronómico....77
Tabla 30. Triangulación del diagnóstico turístico....85
Tabla 31. Sistematización de las mesas de participación....92

Lista de figuras

Figura 1. Árbol integrado de problemas de la Política Pública de Turismo de Bucaramanga....89

Introducción

La Política Pública de Turismo de Bucaramanga se concibe como el instrumento de orientación de largo plazo para fortalecer la gestión del destino y coordinar la actuación de las entidades públicas, el sector privado, los gremios, la academia y las comunidades. Su propósito es responder de manera organizada a las brechas de gobernanza, infraestructura, conectividad, accesibilidad, promoción, competitividad y apropiación territorial que limitan el aprovechamiento del potencial turístico de la ciudad.

La formulación se estructura en cuatro ejes estratégicos: turismo accesible, turismo MICE, turismo gastronómico y turismo comunitario. Cada eje parte de una problemática específica, un objetivo y líneas de intervención que permiten traducir los hallazgos del diagnóstico en acciones institucionales, productos, responsables e indicadores de seguimiento.

El componente diagnóstico se apoyó en revisión documental y normativa, análisis técnico y mesas de trabajo con actores del ecosistema turístico. Estos espacios permitieron contrastar las condiciones del territorio, validar causas y efectos, recoger propuestas y construir una lectura integrada de los desafíos del sector. La triangulación de estas fuentes sustenta la definición de los ejes estratégicos y aporta legitimidad al proceso de formulación.

El documento toma como referencia la organización técnica de otras políticas públicas municipales y presenta, de manera articulada, el marco jurídico y referencial, el marco conceptual, el diagnóstico, la descripción del problema público, los objetivos, los ejes estratégicos, el plan de acción y los mecanismos generales de implementación y seguimiento. Esta estructura facilita su lectura, actualización y posterior adopción mediante los instrumentos administrativos correspondientes.

1. Marco de referencia

El marco jurídico internacional de la política pública de turismo de Bucaramanga presenta la evolución del derecho internacional y de la gobernanza global del turismo ha desplazado la comprensión de esta actividad desde una lógica predominantemente económica hacia una visión más compleja, en la que el turismo aparece vinculado a la protección del patrimonio, la conservación de la biodiversidad, la acción climática, la accesibilidad, la participación comunitaria, la diversidad cultural y la calidad de los servicios. Desde esa perspectiva, la política pública municipal no se formula en un vacío regulatorio, sino en diálogo con compromisos internacionales asumidos por Colombia y con estándares programáticos que orientan la acción estatal en materia de continuidad, inclusión y competitividad. Esta lectura resulta especialmente pertinente para Bucaramanga, porque permite justificar que el gestión turística, el turismo comunitario y el turismo MICE no sean tratados como líneas inconexas, sino como expresiones complementarias de una misma estrategia de desarrollo territorial (Bogotá D.C., 2023; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MinCIT], 2020).

La importancia de este marco para Colombia radica en que aporta una base de interpretación jurídica que amplía el alcance de la política sectorial. Gracias a él, el turismo deja de ser entendido únicamente como un sector de servicios orientado a captar visitantes y se consolida como una práctica territorial sometida a principios de continuidad, corresponsabilidad, protección de derechos y equilibrio entre aprovechamiento económico y preservación de los soportes sociales, culturales y ambientales del destino. Para una política pública local, este marco también cumple una función metodológica: ordena la intervención estatal desde criterios reconocidos internacionalmente y ofrece un lenguaje común para articular el nivel municipal con el nacional y el global. En otras palabras, el marco jurídico internacional no solo fortalece la validez del capítulo; también permite inscribir la política de Bucaramanga en una trayectoria contemporánea del turismo como asunto de interés público (MinCIT, 2020; United Nations Statistics Division [UNSD], 2008).

Comunidades, participación y enfoque territorial del turismo

La evolución del derecho internacional también ha fortalecido la posición de las comunidades en los procesos de desarrollo. En el campo turístico, ello se refleja en instrumentos y orientaciones que insisten en la participación, la consulta, la protección de los saberes y el reconocimiento de los actores territoriales como sujetos de derechos y no como meros elementos decorativos del destino. En esa línea, el Convenio 169 de la OIT sobre pueblos indígenas y tribales, ratificado por Colombia en 1991, constituye un referente clave porque consolida principios de participación, respeto por las instituciones propias y protección de la relación de los pueblos con sus territorios. Aunque no sea un tratado específicamente turístico, su pertinencia para el turismo comunitario es evidente cuando las actividades se desarrollan sobre territorios o prácticas culturales vinculadas a comunidades étnicas o locales (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 1989/1991).

Este marco se complementa con los Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia, que conciben el turismo comunitario como una estrategia de aprovechamiento responsable de recursos y capacidades locales, asociada a empleo, ingresos, transformación social y fortalecimiento del

territorio. Su valor para Bucaramanga es significativo porque permite sustentar que el turismo comunitario no debe ser tratado como un apéndice residual de la política, sino como un enfoque de desarrollo local que incorpora autogestión, participación, identidad cultural y redistribución del valor generado por la actividad turística (Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia, s. f.).

Ética del turismo y responsabilidad pública

En el plano sectorial, el Código Ético Mundial para el Turismo, adoptado en 1999, constituye un hito en la consolidación de principios internacionales para un turismo responsable. Aunque se trata originalmente de un instrumento de soft law, su influencia ha sido considerable en la formulación de políticas turísticas nacionales y locales, al establecer criterios sobre respeto a las comunidades anfitrionas, protección del patrimonio, gestión ambiental responsable, accesibilidad y distribución equitativa de beneficios. Su desarrollo posterior en la Convención Marco sobre Ética del Turismo, aprobada en 2017 por la Asamblea General de ONU Turismo, refuerza esta tendencia a dotar al turismo de un contenido normativo y no meramente promocional (ONU Turismo, 1999/2017).

Para la política pública de Bucaramanga, este bloque aporta algo más que un repertorio de buenas intenciones. Ofrece un marco de principios para orientar la actuación del Estado, del empresariado y de los visitantes, y permite traducir el derecho internacional en criterios concretos de gobernanza local: respeto por la comunidad receptora, protección de los recursos turísticos, responsabilidad empresarial, inclusión y accesibilidad. Así, la ética del turismo adquiere un lugar propio dentro del capítulo, no como discurso reputacional, sino como fundamento de la responsabilidad pública en la gestión del destino (ONU Turismo, 1999/2017; MinCIT, 2020).

Diversidad cultural y patrimonio vivo

La ampliación contemporánea del concepto de patrimonio también ha incidido directamente en la regulación internacional del turismo. La Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, adoptada en 2003 y ratificada por Colombia en 2008, y la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, adoptada en 2005 y ratificada por Colombia en 2013, consolidan una visión según la cual la cultura no se agota en bienes materiales ni en repertorios estáticos, sino que incluye prácticas, expresiones, conocimientos y técnicas vivas, portadas por comunidades concretas (UNESCO, 2003/2008, 2005/2013).

Su importancia para la política pública de Bucaramanga es profunda. Estos instrumentos obligan a superar los enfoques que reducen la cultura local a un atractivo consumible para visitantes y exigen, en cambio, formular estrategias que fortalezcan las condiciones de reproducción de esa cultura, reconozcan a sus portadores y eviten dinámicas de banalización o folklorización. En términos de turismo comunitario y de identidad territorial, este marco permite justificar con mayor solidez la inclusión de rutas culturales, prácticas gastronómicas, memorias urbanas y expresiones locales dentro de la oferta turística, pero siempre bajo lógicas de salvaguarda, participación y corresponsabilidad (UNESCO, 2003/2008, 2005/2013).

Accesibilidad e inclusión en el turismo

La Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, adoptada en 2006 y ratificada por Colombia en 2011, constituye otro componente indispensable de este marco jurídico internacional. Su relevancia para el turismo va más allá del reconocimiento abstracto del derecho al esparcimiento o a la recreación. En realidad, introduce la obligación de garantizar accesibilidad, eliminar barreras y asegurar condiciones de participación en igualdad para las personas con discapacidad en servicios, espacios e infraestructuras, incluidos los turísticos. Desde esta perspectiva, el turismo accesible no es una línea opcional, sino una exigencia derivada de un tratado internacional de derechos humanos (Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, 2006/2011).

En Bucaramanga, este componente tiene especial importancia para el turismo urbano y para el segmento MICE, ambos dependientes de equipamientos, movilidad, información y servicios que deben ser utilizables por diferentes tipos de población. La accesibilidad fortalece, al mismo tiempo, la dimensión inclusiva de la política y la competitividad del destino, porque amplía la calidad de la experiencia y la capacidad de recepción del territorio. En este punto, el marco jurídico internacional muestra con claridad que inclusión y competitividad no son objetivos incompatibles, sino dimensiones que pueden y deben reforzarse mutuamente en una política pública contemporánea de turismo (Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, 2006/2011; MinCIT, 2009).

En el caso de Bucaramanga, estas orientaciones permiten reforzar la idea de que el turismo comunitario debe ocupar un lugar estructural dentro de la política pública, no por razones retóricas, sino porque ofrece una vía legítima para construir valor territorial con arraigo social. De este modo, el marco internacional contribuye a desplazar enfoques extractivos de valorización cultural y a consolidar un modelo en el que la comunidad participa de manera efectiva en la definición y apropiación de los beneficios del turismo (Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia, s. f.; ONU Turismo, s. f.).

Síntesis

En conjunto, este marco jurídico internacional demuestra que la política pública de turismo de Bucaramanga no se sostiene únicamente en la legislación sectorial interna, sino en un entramado más amplio de obligaciones y orientaciones internacionales que redefinen el sentido mismo de la actividad turística. Los tratados sobre patrimonio, biodiversidad, cambio climático, diversidad cultural, accesibilidad y participación comunitaria, junto con las agendas globales de desarrollo y los instrumentos sectoriales de ética y orientación turística, muestran que el turismo debe ser concebido simultáneamente como actividad económica, práctica territorial y campo de responsabilidad pública. Desde esta perspectiva, el gestión turística opera como criterio rector, el turismo comunitario como expresión de participación, arraigo y redistribución del valor, y el turismo MICE como estrategia de especialización urbana y competitividad del destino. En consecuencia, el componente internacional no solo legitima la formulación de la política pública municipal, sino que le proporciona una base jurídica y programática coherente con la evolución contemporánea del turismo en Colombia y en el mundo (Bogotá D.C., 2023; MinCIT, 2020; OMC, 1995; UNESCO, 1972/1983).

1.1 Marco jurídico nacional e internacional

El marco jurídico nacional de la política pública de turismo de Bucaramanga constituye la pieza que traduce al ordenamiento colombiano los principios y compromisos del escenario internacional y, al mismo tiempo, los vuelve operativos en la escala territorial. Su función no es mostrar cómo el derecho colombiano ha construido una base normativa que permite comprender el turismo como actividad económica estratégica, como función social vinculada al bienestar y al aprovechamiento del tiempo libre, y como campo de intervención pública atravesado por exigencias de continuidad, ordenamiento territorial, protección del patrimonio, accesibilidad, competitividad y participación. En consecuencia, este marco no debe leerse una columna vertebral jurídica que articula Constitución, leyes sectoriales, normas transversales y lineamientos de política pública para hacer posible una acción estatal coherente en el ámbito municipal (Constitución Política de Colombia, 1991; Ley 300 de 1996; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MinCIT], 2020).

En el caso de Bucaramanga, esta arquitectura normativa adquiere una importancia particular porque la política pública propuesta no se limita a promover el turismo como actividad de mercado, sino que busca consolidar un modelo territorialmente gobernado, responsable, incluyente y especializado. Por ello, el marco jurídico nacional debe ser capaz de explicar tres asuntos de manera articulada: por qué el municipio está habilitado para formular una política pública propia; bajo qué condiciones jurídicas puede hacerlo; y cómo esa formulación debe armonizarse con las reglas nacionales del turismo, del ambiente, de la cultura, de la planeación y de la inclusión. Desde esa lógica, el presente apartado se organiza de lo más general a lo más particular y de lo más antiguo a lo más reciente, con el fin de mostrar la progresiva densificación normativa que hoy permite sustentar una política pública de gestión turística, MICE y comunitario en el contexto municipal (Ley 152 de 1994; Ley 136 de 1994; Ley 1551 de 2012).

Fundamentos constitucionales y legitimidad de la intervención pública en turismo

El primer soporte del marco jurídico nacional se encuentra en la Constitución Política de 1991, no porque esta regule el turismo de manera expresa como sector autónomo, sino porque establece los principios y mandatos que legitiman la intervención pública en esta materia. En efecto, el artículo 2 define como fines esenciales del Estado la promoción de la prosperidad general y la efectividad de los principios, derechos y deberes; el artículo 8 impone la obligación de proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación; el artículo 52 reconoce el derecho a la recreación, al deporte y al aprovechamiento del tiempo libre; el artículo 79 consagra el derecho colectivo a gozar de un ambiente sano; y el artículo 311 atribuye al municipio la responsabilidad de ordenar el desarrollo de su territorio y promover el mejoramiento social y cultural de sus habitantes (Constitución Política de Colombia, 1991).

La importancia de estas disposiciones para la política pública turística es profunda. En conjunto, permiten afirmar que el turismo, en el ordenamiento colombiano, no puede concebirse exclusivamente como actividad privada ni como simple iniciativa promocional. Su ejercicio se encuentra constitucionalmente vinculado a la protección del ambiente, al resguardo del patrimonio, al bienestar de la población y a la competencia municipal para orientar el desarrollo territorial. Esta lectura es especialmente relevante para Bucaramanga, pues proporciona la base jurídica para que el municipio no se limite a apoyar eventos o

campañas de promoción, sino que asuma la formulación de una política pública en sentido estricto, capaz de ordenar, priorizar y regular la acción institucional en torno al turismo como parte de su proyecto de desarrollo local (Constitución Política de Colombia, 1991; Ley 388 de 1997).

La Ley General de Turismo y la configuración del sector como asunto de interés público

Sobre ese fundamento constitucional se estructura el régimen sectorial del turismo en Colombia, cuyo eje central es la Ley 300 de 1996, Ley General de Turismo. Esta norma marcó un punto de inflexión al reconocer al turismo como "industria esencial para el desarrollo del país" y al dotarlo de un marco jurídico específico para su organización, promoción y regulación. Su relevancia no radica únicamente en haber consolidado un régimen para prestadores y servicios, sino en haber establecido que el turismo posee una función social y que su desarrollo requiere dirección pública, instrumentos de gestión y coordinación institucional (Ley 300 de 1996).

Esta ley es decisiva para la política pública de Bucaramanga por dos razones. En primer lugar, porque institucionaliza al turismo como un campo legítimo de intervención estatal y no solo como una actividad económica dejada a la libre dinámica del mercado. En segundo lugar, porque introduce elementos que hoy siguen siendo centrales para cualquier política territorial: formalización, registro, calidad, protección al usuario, mejoramiento de la oferta y articulación entre actores públicos y privados. Desde esta perspectiva, la Ley General de Turismo representa el núcleo jurídico a partir del cual pueden desarrollarse enfoques más específicos, como el gestión turística, el turismo comunitario o el turismo MICE, siempre dentro de un marco de regulación y planeación sectorial (Ley 300 de 1996; Política de Turismo Social, 2009).

Evolución normativa del sector y fortalecimiento institucional del turismo

La evolución posterior de la legislación turística muestra cómo el Estado colombiano ha transitado desde una regulación general del sector hacia una estructura más sofisticada de promoción, financiación, competitividad y formalización. La Ley 1101 de 2006 reformó la Ley 300 y fortaleció los mecanismos de financiación del turismo mediante la contribución parafiscal orientada a la promoción y competitividad del sector. Con ello, el turismo dejó de depender exclusivamente de la voluntad política coyuntural y pasó a contar con instrumentos más estables para fortalecer destinos, productos e iniciativas territoriales (Ley 1101 de 2006).

Más adelante, la Ley 1558 de 2012 profundizó ese proceso al robustecer la institucionalidad turística, actualizar instrumentos de promoción, reforzar el Registro Nacional de Turismo y desarrollar medidas relacionadas con calidad, seguridad turística y competitividad. Esta reforma es importante porque muestra que el legislador ya no concebía el turismo como un sector apoyado únicamente en ventajas naturales o culturales, sino como un campo que requiere gestión de destino, organización institucional y condiciones materiales adecuadas para competir en el ámbito nacional e internacional (Ley 1558 de 2012; Decreto 945 de 2014).

La Ley 2068 de 2020, expedida en un contexto de crisis y reactivación sectorial, profundizó todavía más esa tendencia. Su contenido reforzó la formalización, la innovación, la competitividad y la recuperación de

la actividad turística, actualizando el marco legal frente a nuevas dinámicas del sector. Para Bucaramanga, esta secuencia normativa es particularmente significativa porque demuestra que la política pública municipal se formula en un escenario donde el turismo ya cuenta con una base legal robusta, moderna y orientada a la gestión estratégica del destino. En otras palabras, el municipio no actúa en ausencia de referentes nacionales, sino dentro de una trayectoria jurídica que ha venido consolidando al turismo como asunto de interés público, coordinación institucional y desarrollo económico territorial (Ley 2068 de 2020).

Planeación pública, autonomía territorial y competencia municipal

La posibilidad de formular una política pública de turismo en Bucaramanga no depende únicamente de la legislación sectorial, sino también del régimen colombiano de planeación y organización territorial. La Ley 152 de 1994, orgánica del Plan de Desarrollo, establece que la acción pública debe orientarse mediante instrumentos de planeación, seguimiento y evaluación, lo que implica que las políticas sectoriales territoriales deben armonizarse con las prioridades estratégicas del ente territorial y con los mecanismos institucionales de ejecución pública. Esto significa que la política pública de turismo no puede concebirse como documento paralelo o desconectado del sistema de planeación municipal, sino como una herramienta que dialoga con el Plan de Desarrollo y con las orientaciones de largo plazo del territorio (Ley 152 de 1994).

En la misma dirección, la Ley 136 de 1994 y su reforma por la Ley 1551 de 2012 fortalecieron la autonomía municipal y modernizaron el régimen de los municipios. Estas normas son cruciales porque confirman que el municipio no es un simple ejecutor de decisiones nacionales, sino una entidad con capacidad para formular políticas públicas sectoriales en ejercicio de sus competencias constitucionales. En el caso de Bucaramanga, esta base jurídica es la que permite sostener que una política pública municipal de turismo no constituye una extralimitación, sino una expresión legítima de la función de ordenar el desarrollo del territorio y promover el mejoramiento económico, social y cultural de la población (Ley 136 de 1994; Ley 1551 de 2012).

Ordenamiento territorial como condición jurídica del desarrollo turístico

Uno de los aportes más importantes del marco jurídico nacional al diseño de la política pública de turismo consiste en impedir que el sector sea tratado al margen del ordenamiento territorial. La Ley 388 de 1997 estableció el régimen de ordenamiento territorial y fijó como ejes la función social y ecológica de la propiedad, la distribución equilibrada de cargas y beneficios, y la planificación del desarrollo físico del territorio. Para el turismo, esta norma es decisiva porque ubica la localización de actividades, equipamientos e infraestructuras en un marco de regulación del suelo, de protección ambiental y de articulación con el espacio público, la movilidad y las áreas de valor patrimonial o ecológico (Ley 388 de 1997).

Su importancia para Bucaramanga es particularmente alta. Una política pública de gestión turística, MICE y comunitario no puede operar como si el territorio fuera un soporte neutro disponible para cualquier uso. Por el contrario, debe reconocer que el desarrollo turístico depende de decisiones sobre dónde se ubican los equipamientos, qué áreas admiten ciertas actividades, qué espacios requieren protección especial y

cómo se previenen conflictos entre usos turísticos, ambientales, residenciales, patrimoniales y económicos. La propia lineamientos nacionales de gestión turística responsable advierte que la débil incorporación del turismo en los procesos de ordenamiento territorial ha favorecido en Colombia desarrollos desarticulados y poco responsables. Por ello, la articulación entre política turística y POT no es solo deseable; constituye una exigencia jurídica y técnica de primer orden para el municipio (MinCIT, 2020).

Patrimonio cultural y salvaguarda como límite y oportunidad del turismo

La legislación cultural constituye otro eje esencial de esta columna vertebral jurídica nacional. La Ley 397 de 1997, Ley General de Cultura, y la Ley 1185 de 2008, que la modifica y adiciona, consolidan un régimen de protección, salvaguardia, conservación, divulgación y continuidad del patrimonio cultural de la Nación. Para la política pública de turismo, estas normas cumplen una doble función. Por una parte, establecen límites claros a cualquier forma de aprovechamiento turístico que banalice, degrade o descontextualice los bienes y manifestaciones culturales. Por otra, habilitan la articulación legítima entre turismo, patrimonio, identidad y memoria, siempre que esa articulación se realice bajo criterios de protección y participación (Ley 397 de 1997; Ley 1185 de 2008).

Esta relación es especialmente significativa para Bucaramanga, donde el turismo comunitario y el fortalecimiento de experiencias territoriales con identidad local requieren una base jurídica que no convierta la cultura en simple insumo de mercadeo. La legislación cultural colombiana permite precisamente evitar ese riesgo: el patrimonio puede integrarse a la política turística, pero no como recurso disponible para su explotación irrestricta, sino como ámbito de valor social que exige salvaguarda, reconocimiento de portadores y manejo institucional adecuado. De este modo, el marco jurídico nacional fortalece la articulación entre turismo, cultura e identidad territorial sin disolver la primacía de la protección patrimonial (Ley 397 de 1997; Política para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, 2009).

Inclusión, accesibilidad y función social del turismo

La dimensión inclusiva de la política pública municipal también encuentra respaldo claro en el ordenamiento colombiano. La Ley 361 de 1997 y la Ley 1618 de 2013 establecen obligaciones dirigidas a garantizar la integración social y el pleno ejercicio de derechos de las personas con discapacidad, incluyendo criterios de accesibilidad, eliminación de barreras y adecuación de servicios y espacios. Aunque no se trate de leyes turísticas en sentido estricto, sus efectos sobre el sector son directos, pues obligan a que la infraestructura, la información y la prestación de servicios turísticos sean diseñadas desde una lógica de inclusión y accesibilidad (Ley 361 de 1997; Ley 1618 de 2013).

Esta dimensión se refuerza con la Política de Turismo Social de 2009, que reconoce la función social del turismo y lo vincula con el derecho al descanso, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, en particular para poblaciones con mayores barreras de acceso. Su aporte al capítulo no consiste solo en ampliar el universo de beneficiarios del turismo, sino en reafirmar que el sector, en Colombia, tiene una responsabilidad pública que va más allá de la rentabilidad económica. Para Bucaramanga, ello implica que la política pública debe incorporar accesibilidad universal, eliminación de barreras físicas y comunicativas,

y estrategias de inclusión de grupos con necesidades diferenciales, especialmente en el turismo urbano y en el segmento MICE, donde la calidad de la experiencia depende de la capacidad real del destino para ser usado por toda la población (MinCIT, 2009).

Turismo comunitario como desarrollo local con sustento jurídico nacional

El turismo comunitario no cuenta en Colombia con una ley autónoma y cerrada que lo regule de manera exclusiva; sin embargo, sí dispone de un soporte normativo y programático suficientemente robusto para justificar su incorporación estructural en una política pública territorial. Ese soporte se construye a partir de la función social del turismo reconocida en la Ley 300 de 1996, de la orientación inclusiva de la Política de Turismo Social y, especialmente, de los Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia, que lo definen como estrategia de aprovechamiento responsable de recursos y capacidades locales, vinculada al empleo, los ingresos, la organización comunitaria, la identidad y el fortalecimiento del territorio (Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia, 2012).

Su importancia para Bucaramanga es alta porque permite sostener jurídicamente que el turismo comunitario no debe concebirse como línea marginal, subsidiaria o meramente asistencial. Por el contrario, puede y debe ser entendido como enfoque de desarrollo territorial, en el cual la comunidad participa de manera efectiva en la planificación, gestión y apropiación del valor generado por el turismo. A ello se suma la pertinencia de normas como la Ley 590 de 2000, orientada al fortalecimiento de micro, pequeñas y medianas empresas, que resulta relevante para numerosas iniciativas asociativas, solidarias y de base comunitaria que se insertan en la cadena de valor turística. En este sentido, el marco jurídico nacional permite dotar al turismo comunitario de densidad institucional y económica, y no solo de legitimidad social (Ley 590 de 2000; Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia, 2012).

Competitividad, calidad y viabilidad del turismo MICE

La legislación y la política nacional también ofrecen soporte suficiente para justificar el turismo MICE como uno de los ejes de la política pública de Bucaramanga. Si bien no existe una ley especial dedicada a reuniones, incentivos, congresos y exhibiciones, el ordenamiento colombiano ha venido fortaleciendo las condiciones normativas que hacen viable este segmento: formalización, calidad, seguridad, infraestructura, articulación institucional y promoción competitiva del destino. En esta dirección, el documento Competitividad: el desafío para alcanzar un turismo de clase mundialresulta especialmente valioso, pues plantea la necesidad de fortalecer la gestión integral del destino, la calidad de los servicios, la infraestructura estratégica, la facilitación turística y la formación del talento humano como bases de la competitividad sectorial (MinCIT, 2009).

Para Bucaramanga, este soporte es suficiente para entender el MICE como expresión de especialización urbana dentro de la política pública municipal. En otras palabras, el turismo de reuniones no requiere una legislación autónoma para ser jurídicamente legítimo; basta con reconocer que se apoya en la Ley General de Turismo y sus reformas, y en la evolución del enfoque estatal hacia una gestión de destinos más

competitiva, segura, conectada y organizada. No obstante, precisamente por tratarse de un segmento intensivo en servicios, infraestructura y reputación urbana, su desarrollo debe estar subordinado a la continuidad territorial y no formularse como una línea promocional desligada de la planeación urbana y de la capacidad real del municipio para soportarlo (Ley 300 de 1996; Ley 1558 de 2012; MinCIT, 2009).

Políticas nacionales recientes y coherencia programática del sector

Síntesis jurídica nacional

Leído de manera sistemática, el marco jurídico nacional muestra que Colombia ha construido una base suficientemente robusta para sustentar políticas públicas territoriales de turismo con orientación responsable, incluyente y competitiva. La Constitución proporciona el fundamento de legitimidad; la Ley General de Turismo y sus reformas organizan el sector y consolidan su función pública; la legislación de planeación, régimen municipal y ordenamiento territorial habilita la actuación local y exige articulación institucional; la normativa ambiental y cultural establece límites y criterios de protección; y los documentos nacionales de política permiten aterrizar esa base jurídica en enfoques específicos como turismo social, turismo comunitario, continuidad y competitividad. En consecuencia, la política pública de Bucaramanga no aparece como una creación aislada, sino como desarrollo municipal de una estructura normativa nacional ya consolidada (Constitución Política de Colombia, 1991; Ley 300 de 1996; MinCIT, 2020; MinCIT, 2022).

Esta columna vertebral jurídica también permite establecer con claridad la lógica interna de la política pública municipal: el gestión turística se apoya en la convergencia entre orden constitucional, legislación ambiental, ordenamiento territorial y política sectorial; el turismo comunitario encuentra soporte en la función social del turismo, en la legislación de inclusión y fortalecimiento territorial y en los lineamientos nacionales específicos; y el turismo MICE se sustenta en la evolución del régimen sectorial hacia la competitividad, la calidad, la formalización y la especialización urbana. Esa articulación evita fragmentaciones innecesarias y ofrece a Bucaramanga un soporte jurídico coherente para formular una política pública sólida, viable y alineada con los desarrollos contemporáneos del turismo en Colombia.

Tabla 1. Síntesis comparada del marco jurídico

Eje temático	Marco jurídico internacional	Desarrollo en el marco jurídico nacional	Alcance para Bucaramanga

Eje temático	Marco jurídico internacional	Desarrollo en el marco jurídico nacional	Alcance para Bucaramanga
gestión turística	Convención sobre el Patrimonio Mundial (1972), Convenio sobre la Diversidad Biológica (1992), CMNUCC (1992), Acuerdo de París (2015), Agenda 2030	Constitución de 1991, Ley 99 de 1993, Ley 388 de 1997, Ley 300 de 1996, lineamientos nacionales de gestión turística responsable (2020)	Ordena la política bajo criterios de conservación, adaptación, gestión de impactos y continuidad territorial
Turismo comunitario	Convenio 169 de la OIT (1989), instrumentos de ONU Turismo sobre participación y comunidades, convenciones UNESCO sobre patrimonio inmaterial y diversidad cultural	Ley 300 de 1996, Política de Turismo Social (2009), Lineamientos de Turismo Comunitario (2012), Ley 590 de 2000	Permite incorporar participación, autogestión, identidad y distribución territorial de beneficios
Turismo MICE	GATS/OMC (1995), Nueva Agenda Urbana (2016), lineamientos internacionales sobre competitividad y servicios	Ley 300 de 1996, Ley 1558 de 2012, Ley 2068 de 2020, política de competitividad turística (2009), Plan Sectorial de Turismo 2022-2026	Sustenta la especialización urbana del destino en congresos, reuniones y eventos con soporte en calidad, conectividad e infraestructura

Eje temático	Marco jurídico internacional	Desarrollo en el marco jurídico nacional	Alcance para Bucaramanga
Patrimonio cultural y natural	Convención UNESCO de 1972, Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003), Convención sobre Diversidad de las Expresiones Culturales (2005)	Constitución de 1991, Ley 397 de 1997, Ley 1185 de 2008	Vincula turismo con protección patrimonial, memoria, cultura local y uso responsable del territorio
Inclusión y accesibilidad	Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (2006), Código Ético Mundial para el Turismo (1999)	Ley 361 de 1997, Ley 1618 de 2013, Política de Turismo Social (2009)	Obliga a incorporar accesibilidad universal, eliminación de barreras e inclusión como criterio de calidad del destino
Gobernanza y planeación	Agenda 2030, Nueva Agenda Urbana, instrumentos de ONU Turismo sobre ética y gobernanza	Ley 152 de 1994, Ley 136 de 1994, Ley 1551 de 2012, Ley 388 de 1997, Plan Sectorial de Turismo 2022-2026	Justifica la formulación de una política pública municipal articulada con planeación, POT y coordinación interinstitucional

Referencias bibliográficas del marco jurídico internacional

Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático. (1992). Naciones Unidas.

Convenio sobre la Diversidad Biológica. (1992). Naciones Unidas.

Nueva Agenda Urbana. (2016). Naciones Unidas.

Organización Internacional del Trabajo. (1989). Convenio sobre pueblos indígenas y tribales, 1989 (núm. 169).

Organización Mundial del Comercio. (1995). Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS/GATS).

Organización Mundial del Turismo. (1999). Código Ético Mundial para el Turismo. OMT.

Organización Mundial del Turismo. (2017). Convención Marco sobre Ética del Turismo. OMT.

United Nations Statistics Division. (2008). International recommendations for tourism statistics 2008. United Nations.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (1972). Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. UNESCO.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2003). Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. UNESCO.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2005). Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales. UNESCO.

United Nations. (2006). Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad. Naciones Unidas.

Referencias bibliográficas del marco jurídico nacional

Colombia. Congreso de la República. (1991). Constitución Política de Colombia.

Colombia. Congreso de la República. (1993). Ley 99 de 1993, por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el sector público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones.

Colombia. Congreso de la República. (1994). Ley 136 de 1994, por la cual se dictan normas tendientes a modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios.

Colombia. Congreso de la República. (1994). Ley 152 de 1994, por la cual se establece la Ley Orgánica del Plan de Desarrollo.

Colombia. Congreso de la República. (1996). Ley 300 de 1996, por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.

Colombia. Congreso de la República. (1997). Ley 361 de 1997, por la cual se establecen mecanismos de integración social de las personas con limitación y se dictan otras disposiciones.

Colombia. Congreso de la República. (1997). Ley 388 de 1997, por la cual se modifica la Ley 9 de 1989 y la Ley 3 de 1991 y se dictan otras disposiciones.

Colombia. Congreso de la República. (1997). Ley 397 de 1997, por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura; se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias.

Colombia. Congreso de la República. (2000). Ley 590 de 2000, por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.

Colombia. Congreso de la República. (2006). Ley 1101 de 2006, por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.

Colombia. Congreso de la República. (2008). Ley 1185 de 2008, por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997 - Ley General de Cultura - y se dictan otras disposiciones.

Colombia. Congreso de la República. (2012). Ley 1551 de 2012, por la cual se dictan normas para modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios.

Colombia. Congreso de la República. (2012). Ley 1558 de 2012, por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.

Colombia. Congreso de la República. (2013). Ley 1618 de 2013, por medio de la cual se establecen las disposiciones para garantizar el pleno ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad.

Colombia. Congreso de la República. (2020). Ley 2068 de 2020, por la cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). Competitividad: El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). Política de turismo social: Hacia un turismo accesible e incluyente para todos los colombianos.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2022). Plan sectorial de turismo 2022-2026: Turismo en armonía con la vida.

1.2 Marco jurídico departamental y municipal

Introducción

La política pública de cultura y turismo en el municipio de Bucaramanga se sustenta en un entramado normativo multinivel que articula disposiciones nacionales, departamentales y municipales. Este marco jurídico refleja la progresiva institucionalización de la cultura y el turismo como ejes de desarrollo económico y social, bajo los principios de legalidad, legitimidad y eficiencia administrativa. El análisis que sigue desglosa esta arquitectura normativa desde una perspectiva que integra la jerarquía de las normas, sus competencias, alcances y efectos jurídicos.

Fundamento Constitucional y Normativa Nacional

La Garantía de Derechos Culturales

El ordenamiento jurídico colombiano consagra en el artículo 70 de la Constitución Política que "la cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad colombiana." Esta disposición no es meramente declarativa, sino una obligación estatal de promover, proteger y garantizar el acceso y disfrute de bienes y servicios culturales.

La Ley 678 de 2001 constituye el mecanismo de control fiscal que respalda la integridad de la gestión pública cultural. Al establecer la acción de repetición contra servidores públicos que causen daño patrimonial, esta norma nacional deviene en garantía de que los recursos destinados a cultura y turismo sean ejecutados conforme a los principios de responsabilidad y transparencia.

1.2 La Economía Naranja como Política Nacional

Aunque no se evidencia en el análisis una cita explícita a normas nacionales sobre economía naranja, el Decreto Municipal 0401 de 2020 que delimita Áreas de Desarrollo Naranja, reconoce implícitamente la existencia de una política nacional en la materia. Esta integración revela la cascada normativa: los municipios operacionalizan directivas nacionales mediante actos reglamentarios que adaptan objetivos generales a contextos territoriales específicos.

2. Nivel Departamental: Ordenanzas como Normas Territoriales

2.1 Jerarquía y Vinculatoriedad

Las ordenanzas departamentales, específicamente las del departamento de Santander; aunque clasificadas como normas de jerarquía "medio" en algunos casos, adquieren carácter de normas territoriales con obligatoriedad para los municipios circunscritos. La Ordenanza 013 de 2020 sobre el Plan de Desarrollo Departamental de Santander ostenta jerarquía "alto (territorial)" precisamente porque contiene directrices marco que los municipios deben incorporar en sus políticas sectoriales.

2.2 Sectores Estratégicos: Turismo, Ambiente y Economía Local

El análisis revela una batería de ordenanzas temáticas que institucionalizan la cultura y el turismo como pilares del desarrollo:

1. Ordenanza 026 de 2023 (Aviturismo): Desarrolla gestión turística con protección de biodiversidad, operacionalizando el mandato constitucional del derecho al ambiente sano (art. 79 C.P.).

2. Ordenanza 052 de 2022 (Festival del Café) y Ordenanza 073 de 2026 (Feria del Fique): Institucionalizan eventos como política pública, reconociendo que la cultura y la tradición son activos económicos territoriales.
3. Ordenanza 021 de 2022 (Panela como Producto Cultural): Integración innovadora que eleva productos tradicionales a la categoría de patrimonio inmaterial, generando valor agregado sin desconocer raíces culturales.
4. Ordenanza 064 de 2021 (Educación Ambiental): Establece la base normativa para la continuidad, condición sine qua non para un turismo responsable.

2.3 Límites y Competencias

Las ordenanzas departamentales fijan marcos de acción, pero respetan la autonomía municipal consagrada en el artículo 311 de la C.P. Así, la Ordenanza 043 de 2020 (RAP Gran Santander) funciona como instrumento de coordinación interinstitucional sin suprimir competencias municipales específicas.

3. Nivel Municipal: Los Decretos como Actos Reglamentarios

3.1 Estructura Jerárquica Interna

Los decretos municipales, clasificados uniformemente como normas de jerarquía "bajo (reglamentario)," guardan entre sí una arquitectura de relación donde algunos actúan como pisos sobre los cuales se construyen otros:

Decreto Fundacional: 0185 de 2017

El Decreto 0185 de 2017 que reglamenta la política pública de turismo constituye el acto normativo fundamental del sector. Como "base operativa," cumple la función de desagregación normativa: toma el mandato general de la Ordenanza Departamental y lo operacionaliza mediante procedimientos, competencias y obligaciones específicas. Su validez reposa en el principio de legalidad, es decir, debe encontrar fundamento en acuerdos o leyes previas.

Decretos de Ejecución Administrativa: 0099 de 2018, 0401 de 2020, 0162 de 2024

Estos actos reglamentarios desempeñan funciones de implementación sectorial:

1. El Decreto 0099 de 2018 crea el comité de contribución parafiscal cultural, instrumento que garantiza la destinación específica de recursos conforme a la ley nacional que autoriza estos tributos. Revela el principio de especialidad presupuestal: sin acto administrativo que los cree, los fondos parafiscales permanecerían desafectados.
2. El Decreto 0401 de 2020 delimita espacios geográficos (Áreas de Desarrollo Naranja), acto que requiere precisión técnica y legal para generar efectos en derechos de propiedad y usos del suelo.
3. El Decreto 0162 de 2024 delega funciones conforme a la Ley 489 de 1998 (régimen de lo contencioso-administrativo), respetando límites constitucionales a la delegación de funciones.

3.2 Decretos de Policía: Función Pública de Orden

Una categoría especial la constituyen los decretos que regulan eventos masivos (0136, 0117, 0194, 0525 relativos a Feria Bonita). Estos actos ejercen función de policía administrativa, es decir, ejercicio de potestades discrecionales del alcalde para regular conductas que puedan afectar orden público, seguridad y convivencia.

Aunque su naturaleza es temporal (anuales), su reiteración estructural (2022, 2023, 2024, 2025) evidencia que han adquirido estabilidad institucional. Jurídicamente, esto plantea la pregunta sobre si deberían incorporarse a un acuerdo municipal con carácter permanente, sometiendo la función discrecional a parámetros normativos más estables.

3.3 Decretos Transversales: Garantías de Transparencia

El Decreto 0057 de 2022 sobre gestión documental es un acto reglamentario transversal cuya función excede lo sectorial. Fundamenta el derecho de acceso a información pública (art. 23 C.P.) y establece procedimientos para el control administrativo. Su cumplimiento es vinculante para todas las dependencias municipales y genera obligaciones positivas de documentación, archivo y disponibilidad de información.

3.4 Decretos de Gestión Interna: Límites Constitucionales

El Decreto 0285 de 2024 sobre modificación de horarios laborales es acto administrativo interno que afecta derechos de los servidores públicos. Su análisis jurídico debe considerar el respeto a derechos laborales, negociación colectiva (si aplica) y principios de buena fe administrativa.

4. Nivel Municipal: Los Acuerdos como Normas de Regulación General

4.1 Jerarquía y Función Legislativa

Los acuerdos del Concejo Municipal constituyen "leyes municipales" en sentido material (art. 313 C.P.). Su jerarquía es media respecto a decretos, pero superior como expresión de la voluntad del órgano colegiado representativo.

4.2 Acuerdos Presupuestales: El Principio de Legalidad del Gasto

Los Acuerdos 010, 016 de 2024, 032 y 033 de 2025 versan sobre adiciones presupuestales y vigencias futuras. Estos actos responden a una máxima constitucional: "sin apropiación no hay gasto válido."

El análisis jurídico debe enfatizar que:

1. Acuerdo 010 de 2024 y 016 de 2023: Realizan adiciones al presupuesto vigente, requiriendo existencia de recursos de libre disponibilidad o reasignaciones autorizadas.
2. Acuerdo 032 de 2025: Expande el financiamiento del sector cultural, operacionalizando el mandato constitucional de promoción de derechos culturales.
3. Acuerdo 033 de 2025: Compromete recursos para vigencias futuras, institución que requiere sólida proyección financiera. Aunque permite planificación a largo plazo, puede generar restricciones fiscales para administraciones futuras.

4.3 Acuerdos de Política Pública: Materialización de Derechos

El Acuerdo 011 de 2024 sobre promoción de artistas locales materializa el derecho consagrado en el artículo 70 C.P. No es acto discrecional sino implementación de un deber constitucional. Su aprobación transita desde decisión política a obligación legal.

Los Acuerdos 043 de 2024 (Festival de la Hamburguesa), 018 de 2025 (Travesía Municipal Rural) y 019 de 2025 (Evento Estratégico) institucionalizan manifestaciones culturales como política pública, lo que implica:

1. Permanencia: Dejan de ser eventos puntuales para convertirse en programas estructurales.
2. Financiamiento: Requieren apropiaciones presupuestales recurrentes.
3. Evaluación: Deben ser sometidos a valoración de impacto según directrices de evaluación de políticas públicas.

5. Articulación Jerárquica y Principio de Legalidad

5.1 La Cascada Normativa

El marco jurídico opera como cascada donde cada nivel depende del anterior:

Tabla 2. Estructura jerárquica del marco normativo

CONSTITUCIÓN POLÍTICA (art. 70, 79, 311)
↓
LEYES NACIONALES (Ley 678/01, Ley 489/98)
↓
ORDENANZAS DEPARTAMENTALES (Plan de Desarrollo, Aviturismo, Ambiente)
↓
ACUERDOS MUNICIPALES (Autorizaciones presupuestales, políticas sectoriales)
↓
DECRETOS MUNICIPALES (Reglamentación operativa)

Implicación jurídica: Un decreto que contraviene un acuerdo municipal es acto administrativo nulo; un acuerdo que viola ordenanza departamental es norma inválida; y cualquier norma inferior que contraviene mandatos constitucionales es inconstitucional.

5.2 Validez y Control de Legalidad

La validez de cada acto reglamentario municipal depende de:

1. Competencia material: ¿Corresponde al alcalde (decretos) u órgano colegiado (acuerdos) expedir la norma?
2. Procedimiento: ¿Se siguieron trámites de expedición según estatutos administrativos?
3. Fundamentación: ¿Existe norma superior que autorize el acto?
4. Motivación: ¿Se justificaron las decisiones administrativas?

Estos aspectos son susceptibles de control jurisdiccional mediante acciones administrativas (nulidad y restablecimiento del derecho) y acciones populares (para derechos colectivos como ambiente y patrimonio cultural).

6. Temas Críticos de Análisis Jurídico

6.1 Conflicto Potencial entre Temporalidad y Permanencia

La reiteración anual de decretos sobre Feria Bonita (2022, 2023, 2024, 2025) plantea cuestión de técnica legislativa. Si el evento ha adquirido carácter permanente (como evidencia su continuidad), sería más apropiado regular mediante acuerdo municipal que establezca directrices generales, permitiendo que decreto anual las desarrolle específicamente. Esto mejoraría certidumbre jurídica y reduciría riesgo de actos administrativos impugnables.

6.2 Integración de Sectores: Ambiente, Turismo y Cultura

El Decreto 0296 de 2024 (Mesa técnica Cumbre de Páramos) y ordenanzas sobre aviturismo y educación ambiental evidencian integración intersectorial. Jurídicamente, esto es positivo porque:

Evita normativas contradictorias.

Optimiza recursos administrativos.

Respeta principio de gestión ambiental responsable.

Sin embargo, requiere mecanismos claros de coordinación para resolver conflictos competenciales.

6.3 Destino Turístico Inteligente: Alineación con Estándares Internacionales

El Decreto 0281 de 2025 que crea Comité de Destino Turístico Inteligente representa innovación normativa al alinear política municipal con estándares internacionales. Esto implica obligación de:

Adopción de indicadores internacionalmente reconocidos.

Participación en esquemas de certificación y benchmarking.

Compatibilidad con Objetivos de Desarrollo responsable (ODS).

Jurídicamente, genera nuevas obligaciones administrativas y expone al municipio a evaluación externa.

6.4 Delegación de Competencias y Responsabilidad Administrativa

El Decreto 0162 de 2024 delega funciones en Instituto de Cultura. Conforme a Ley 489/98, esta delegación no puede incluir funciones que la ley reserve al alcalde (como potestad reglamentaria). Sin embargo, la

administración de bienes de interés cultural es función delegable. El análisis jurídico debe verificar que acto de delegación establezca:

Límites explícitos de delegación.

Mecanismos de supervisión y revocatoria.

Responsabilidad subsidiaria del alcalde ante terceros.

7. Tabla Resumen: Arquitectura Normativa

Tabla 3. Arquitectura normativa

Nivel Normativo	Instrumento	Jerarquía	Función Principal	Control Jurisdiccional
Nacional	Ley 678/2001	Alto	Control fiscal y responsabilidad	Acción de tutela, apelación
Nacional	Ley 489/1998	Alto	Régimen administrativo	Nulidad y restablecimiento
Departamental	Ordenanza 013/2020	Alto (territorial)	Marco de desarrollo	Acción de nulidad
Departamental	Ordenanzas temáticas	Medio	Política sectorial	Acción de nulidad
Municipal	Acuerdos	Medio-Alto	Norma general vinculante	Acción de nulidad
Municipal	Decretos	Bajo	Acto reglamentario	Nulidad y acción popular

8. Conclusiones: Una Política Pública Fundada en Legalidad

El marco jurídico analizado revela una política pública de cultura y turismo progresivamente institucionalizada, donde:

Jerarquía normativa respetada: Cada acto reglamentario municipal encuentra fundamento en acuerdo previo o norma superior.

Integración multinivel: Ordenanzas departamentales se despliegan en acuerdos municipales que se operacionalizan mediante decretos.

Garantías de legitimidad: Inclusión de derechos culturales, participación social y transparencia administrativa.

Desafíos pendientes:

Necesidad de consolidar mediante acuerdos lo que hoy es regulación anual

Reforzar mecanismos de coordinación interinstitucional

Establecer sistemas de evaluación de política pública

Mejorar técnica legislativa en actos reglamentarios

En síntesis, la política pública de turismo municipal para Bucaramanga se sustenta en un modelo normativo jerárquico, articulado y progresivo, que transita desde mandatos constitucionales generales hasta actos administrativos específicos. Su validez descansa en el respeto riguroso del principio de legalidad en todos sus niveles.

Anexos

Normograma

1.3 Marco conceptual

comunitario en Bucaramangaa construcción del marco conceptual de una política pública de turismo constituye una tarea estratégica, en la medida en que define los referentes teóricos, normativos y analíticos que orientan la comprensión del sector, delimitan sus principales categorías de intervención y dotan de coherencia el diseño de objetivos, líneas de acción e instrumentos de gestión. En el caso de Bucaramanga, esta acción adquiere una relevancia particular, dado que el turismo no puede seguir siendo entendido exclusivamente como una actividad de promoción del destino o de incremento de flujos de visitantes, sino como un campo de acción pública estrechamente vinculado con el desarrollo territorial, la gestión ambiental responsable, la competitividad urbana, la inclusión social, la valorización del patrimonio y la generación de bienestar para las comunidades receptoras.

Desde esta perspectiva, el presente capítulo propone una organización conceptual de lo "más universal a lo particular", con el propósito de ofrecer una arquitectura analítica sólida para la formulación de la política pública de gestión turística, MICE y turismo comunitario en Bucaramanga. En primer lugar, se parte de una comprensión amplia del turismo como fenómeno social, económico, cultural y territorial, lo que permite reconocer su carácter sistémico y su condición de objeto legítimo de intervención estatal. En segundo lugar, se sitúa el gestión turística como el eje rector de la política, en tanto principio transversal que debe orientar todas las tipologías, prácticas e instrumentos del sector. A partir de este fundamento, se desarrollan categorías transversales indispensables para la acción pública, como la gobernanza turística, la competitividad, la cadena de valor, la inteligencia del destino y las herramientas de planificación y control territorial. Finalmente, se profundiza en dos enfoques estratégicos que resultan especialmente pertinentes para Bucaramanga: el turismo comunitario, como expresión de autogestión, arraigo e inclusión territorial, y el turismo MICE, como segmento de especialización urbana, posicionamiento y dinamización económica.

Esta estructura no responde únicamente a una lógica expositiva, sino a una decisión metodológica y política. Formular una política pública de turismo exige evitar la fragmentación conceptual y superar visiones sectoriales que separan artificialmente continuidad, competitividad e inclusión. Por el contrario, el enfoque adoptado en este capítulo asume que dichos elementos deben integrarse dentro de una misma matriz de análisis, en la cual el crecimiento turístico solo adquiere legitimidad si se encuentra articulado con la conservación del patrimonio natural y cultural, la distribución socialmente equilibrada de los beneficios, la participación efectiva de los actores territoriales y el fortalecimiento de las capacidades

institucionales del destino. En otras palabras, el turismo se entiende aquí no como un fin en sí mismo, sino como una herramienta de desarrollo territorial que debe ser gobernada de manera responsable, planificada y responsable.

La pertinencia de este marco conceptual se sustenta, además, en el diálogo entre diversas fuentes de política sectorial, documentos oficiales y literatura académica especializada que han permitido identificar tanto los consensos como las transformaciones recientes en la manera de pensar el turismo en Colombia. De este modo, el capítulo recoge aportes provenientes de la política nacional de gestión turística, los lineamientos de turismo comunitario, la política de turismo social, los desarrollos en competitividad turística y referentes recientes de política pública territorial, articulándolos con necesidades y potencialidades específicas del contexto bumangués. Esta aproximación permite evitar la simple reproducción de definiciones generales y avanzar, en cambio, hacia una construcción conceptual situada, capaz de responder a las particularidades de una ciudad-región con vocación para articular turismo urbano, servicios, patrimonio, experiencias comunitarias y eventos de alcance académico, empresarial e institucional.

En ese sentido, el capítulo no solo define conceptos, sino que establece relaciones entre ellos, jerarquiza su relevancia y los traduce en una lógica útil para la formulación de la política pública. Así, el gestión turística opera como criterio superior de orientación; la gobernanza y la competitividad se entienden como categorías transversales que hacen posible la implementación; el turismo comunitario introduce la dimensión de participación, identidad y redistribución territorial del valor; y el turismo MICE aporta una perspectiva de especialización estratégica y posicionamiento del destino. La integración de estas dimensiones permite proyectar una política pública que no se limite a aumentar la demanda, sino que apunte a consolidar un modelo turístico territorialmente gobernado, económicamente viable, socialmente incluyente y ambientalmente responsable.

Con base en lo anterior, el presente marco conceptual busca ofrecer una base rigurosa para comprender el turismo en Bucaramanga como un sistema complejo de relaciones, oportunidades y tensiones que requiere dirección pública, visión de largo plazo y capacidad de articulación multi actor. Más que un repertorio de definiciones, este capítulo pretende constituirse en una plataforma analítica para orientar la toma de decisiones, fortalecer la legitimidad de la política y dotar al municipio de una perspectiva integral desde la cual pensar el turismo como parte de su proyecto de desarrollo responsable.

El punto de partida de este desarrollo conceptual consiste, por tanto, en precisar qué se entiende por turismo y por qué este debe asumirse como un objeto legítimo de política pública. Antes de abordar sus

enfoques específicos -responsable, comunitario o MICE- resulta necesario comprender el turismo en su dimensión más amplia, es decir, como un fenómeno social, económico, cultural y territorial cuya complejidad desborda la noción tradicional de actividad de servicios. Solo a partir de esta definición general es posible fundamentar, con rigor analítico, la necesidad de una intervención pública orientada no solo a promover el destino, sino a planificar sus usos, regular sus impactos, articular actores, proteger el patrimonio y garantizar que los beneficios derivados de la actividad turística se traduzcan en valor territorial, bienestar colectivo y desarrollo responsable para Bucaramanga.

1.3.1 Turismo: fundamento de la política pública

El turismo debe ser entendido, en un primer nivel conceptual, como un fenómeno de movilidad que genera relaciones económicas, sociales y culturales entre visitantes, territorios y comunidades receptoras. No obstante, para efectos de una política pública local, esta definición debe ampliarse hacia una comprensión territorial e institucional: el turismo también es un modo de organizar el espacio, activar cadenas productivas, representar simbólicamente la ciudad, gestionar recursos patrimoniales y coordinar actores públicos y privados. Esta lectura resulta especialmente útil para Bucaramanga, pues impide que la política quede restringida a la promoción del destino y la sitúa, en cambio, en el terreno del desarrollo territorial, la gobernanza urbana y la construcción de valor público.

Tabla 4. Macroconcepto: turismo

Subcategoría	Definición ampliada	Integración en la política pública de Bucaramanga
Fenómeno turístico	Conjunto de desplazamientos y actividades realizadas fuera del entorno habitual por motivos de ocio, negocios u otros fines personales	Permite asumir el turismo como un hecho social y económico con efectos territoriales

Subcategoría	Definición ampliada	Integración en la política pública de Bucaramanga
Sistema turístico	Red de relaciones entre demanda, oferta, comunidad receptora, recursos, instituciones, infraestructura y regulación	Justifica una política intersectorial y multinivel
Función social del turismo	Capacidad del turismo para contribuir al bienestar, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la inclusión	Conecta la política con el enfoque de derechos y con el turismo social
Destino turístico	Espacio físico y funcional donde se integran atractivos, servicios, accesibilidad, imagen e institucionalidad	Permite pensar a Bucaramanga como destino urbano-regional
Turismo como objeto de política pública	Campo de acción estatal mediante planificación, regulación, promoción, monitoreo e incentivos	Fundamenta la formulación de una política pública propia

1.3.2 Gobernanza turística y corresponsabilidad

El gestión turística no puede materializarse sin una arquitectura de gobernanza. La política distrital de Bogotá 2023-2033 resulta especialmente útil como referente conceptual porque ubica la mejora de la gobernanza del sistema turístico como el primer objetivo específico de la política y la vincula con apropiación territorial, formalización, seguridad, fortalecimiento institucional, participación y visibilización del destino. Aunque Bucaramanga no debe duplicar mecánicamente ese modelo, sí puede extraer una lección central: la política turística solo es consistente cuando se piensa como sistema de coordinación entre actores y no como suma de programas aislados. (Bogotá D.C., 2023).

En ese sentido, la gobernanza turística puede definirse como el entramado de relaciones, reglas, capacidades e instancias de coordinación mediante el cual el Estado, el sector privado, las comunidades, la academia y otros actores participan en la orientación del desarrollo turístico. No se trata solo de coordinación administrativa, sino de una forma de gobierno relacional que distribuye responsabilidades, habilita participación, produce información y legitima decisiones. La Política de Turismo Social y los Lineamientos de Turismo Comunitario refuerzan esta visión al incorporar como principios la participación social, la corresponsabilidad y la función social del turismo. Para Bucaramanga, ello resulta especialmente pertinente porque la articulación entre gestión turística, turismo comunitario y turismo MICE exige coordinación entre el municipio, el IMCT, la Cámara de Comercio, los prestadores, las comunidades locales, la academia y los actores de promoción del destino.

La evidencia institucional disponible muestra, además, que Bucaramanga ya ha comenzado a activar mecanismos de coordinación en torno al segmento MICE. Los informes de gestión de la OFAI reportan la existencia de una mesa estratégica de turismo MICE integrada por la OFAI, la subdirección de turismo del IMCT, representantes hoteleros, Cámara de Comercio y Agencia Destino Santander. Este dato no solo sirve como antecedente operativo, sino como argumento para sostener que la gobernanza debe ser reconocida explícitamente en el marco conceptual y no tratada como un asunto secundario de implementación.

Tabla 5. Macroconcepto: gobernanza turística

Subcategoría	Definición ampliada	Integración en la política pública de Bucaramanga

Subcategoría	Definición ampliada	Integración en la política pública de Bucaramanga
Coordinación interinstitucional	Articulación entre dependencias municipales, actores regionales y niveles de gobierno	Evita fragmentación entre cultura, turismo, ambiente y desarrollo económico
Participación multiactor	Inclusión de empresas, comunidades, academia y Estado en decisiones estratégicas	Aumenta legitimidad y pertinencia de la política
Corresponsabilidad	Distribución de deberes entre actores públicos, privados y sociales	Hace viable la continuidad como compromiso compartido
Liderazgo público	Capacidad estatal para orientar, regular y priorizar	Impide que la política quede subordinada a intereses parciales
Fortalecimiento institucional	Mejora de capacidades técnicas, normativas y operativas del sistema turístico local	Sostiene la implementación de la política
Monitoreo y evaluación	Seguimiento a resultados, impactos y aprendizajes	Permite ajustes y mejora continua

1.3.3 Competitividad turística

La competitividad turística debe aparecer en el marco conceptual como categoría transversal, pero subordinada a la continuidad. El documento "Competitividad: el desafío para alcanzar un turismo de clase mundial" define la competitividad como la capacidad de crear valor agregado integrando factores económicos, sociales y culturales de modo que se logren objetivos de rentabilidad y continuidad superiores. El mismo documento insiste en la importancia de los convenios de competitividad, la calidad de los servicios, los productos, las empresas, la infraestructura regional, la conectividad y el papel del sector público en la creación de condiciones para competir. Esta visión es valiosa porque impide reducir la competitividad a mercadeo o a crecimiento de llegadas y la vincula con capacidades estructurales del destino.

La literatura sobre competitividad turística regional en Colombia, refuerza esa lectura al mostrar que el desempeño turístico depende de variables como infraestructura, entorno institucional, calidad del capital humano, recursos patrimoniales y condiciones territoriales. En consecuencia, para Bucaramanga la competitividad debe ser entendida como la capacidad de consolidar ventajas diferenciales responsables mediante calidad, innovación, formalización, accesibilidad, seguridad, conectividad y reputación territorial. Esta categoría es especialmente importante porque permite articular los dos grandes enfoques específicos de la política: el turismo comunitario aporta autenticidad, inclusión y valor territorial; mientras que el MICE aporta especialización, posicionamiento y dinamización de servicios urbanos.

Tabla 6. Macroconcepto: competitividad turística

Subcategoría	Definición ampliada	Integración en la política pública de Bucaramanga
Calidad turística	Estándares de servicio, seguridad, experiencia y satisfacción	Mejora la reputación del destino y la fidelización
Innovación	Desarrollo de nuevos productos, procesos y experiencias	Diferencia la oferta local y fortalece especialización

Subcategoría	Definición ampliada	Integración en la política pública de Bucaramanga
Infraestructura y conectividad	Equipamientos, movilidad, conectividad regional y soporte logístico	Clave para MICE, turismo urbano y articulación regional
Formalización	Inserción de prestadores en marcos normativos y de calidad	Mejora control, trazabilidad y confianza
Capital humano	Capacidades y formación del talento vinculado al sector	Eleva la productividad y la especialización
Inteligencia de mercados	Uso de información para segmentar, posicionar y tomar decisiones	Hace más precisa la acción pública
Reputación territorial	Imagen consolidada del destino ante visitantes e inversionistas	Esencial para el posicionamiento de Bucaramanga
Cadena de valor	Articulación de servicios y proveedores que conforman la experiencia turística	Permite medir quién captura el valor generado

1.3.4 Turismo comunitario

Dentro del marco conceptual propuesto, el turismo comunitario constituye el enfoque que introduce con mayor claridad la dimensión de inclusión territorial del valor turístico. Los Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia lo vinculan con una estrategia local de aprovechamiento responsable de recursos y capacidades, capaz de generar empleo, ingresos y transformación social en comunidades con recursos limitados o históricamente excluidas. El documento base de Bucaramanga coincide con esta perspectiva al definirlo como un modelo que promueve la participación directa de las comunidades en la planificación, gestión y operación de las actividades turísticas, sustentado en autogestión, participación social, distribución equitativa de beneficios e identidades culturales locales.

Conceptualmente, el turismo comunitario no se agota en la participación decorativa de la población local. Su rasgo central es que la comunidad organizada se reconoce como sujeto de decisión, gestión y apropiación del valor generado por la actividad turística. De ahí que sus subcategorías centrales deban ser la participación comunitaria, la gestión comunitaria, la asociatividad, la economía solidaria, la identidad cultural, el capital social y el desarrollo local. Este enfoque se fortalece además por su vínculo con la Política de Turismo Social, que reconoce el derecho al turismo, la participación social, la corresponsabilidad y la función social de la actividad, e incluso plantea un turismo social de base comunitaria para comunidades receptoras.

La pertinencia de este enfoque para Bucaramanga es alta. No solo por su entorno rural y periurbano, sino también por la posibilidad de articular rutas culturales, gastronomía local, patrimonio cotidiano, turismo de naturaleza cercana, experiencias barriales y circuitos de economía popular. En este sentido, el turismo comunitario no debe concebirse como un complemento marginal de la política, sino como uno de sus pilares, en la medida en que ofrece una vía concreta para redistribuir beneficios, fortalecer identidad territorial y evitar modelos extractivos de aprovechamiento turístico. La literatura indexada sobre turismo de base comunitaria coincide en que este enfoque puede contribuir al desarrollo económico y social siempre que existan capacidades organizativas, apoyo institucional y formas de gobernanza incluyentes.

Tabla 7. Macroconcepto: turismo comunitario

Subcategoría	Definición ampliada	Integración en la política pública de Bucaramanga

Subcategoría	Definición ampliada	Integración en la política pública de Bucaramanga
Participación comunitaria	Incidencia efectiva de la comunidad en decisiones, prioridades y control de la actividad	Garantiza legitimidad y apropiación social del turismo
Gestión comunitaria	Administración colectiva de servicios y experiencias turísticas	Fortalece autonomía y continuidad organizativa
Autogestión	Capacidad de la comunidad para definir, operar y sostener iniciativas propias	Núcleo político del enfoque comunitario
Asociatividad	Cooperación entre actores locales para mejorar escala y negociación	Facilita articulación con instituciones y mercado
Economía solidaria	Distribución cooperativa del valor y fortalecimiento de redes locales	Mantiene beneficios en el territorio
Identidad cultural	Conjunto de saberes, prácticas, tradiciones y memorias de la comunidad	Base de autenticidad y diferenciación del producto
Capital social	Redes de confianza y cooperación comunitaria	Mejora resiliencia y gobernanza del modelo

Subcategoría	Definición ampliada	Integración en la política pública de Bucaramanga
Desarrollo local	Dinamización económica y fortalecimiento territorial derivados del turismo	Convierte el turismo en herramienta de inclusión
Patrimonialización crítica	Valoración del patrimonio sin vaciarlo de sentido social	Evita folklorización y mercantilización destructiva

1.3.5 Turismo MICE

El turismo MICE -Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions- debe ser incorporado como el enfoque de especialización urbana de la política pública de Bucaramanga. El documento base lo define correctamente como un segmento orientado a reuniones corporativas, congresos, convenciones, viajes de incentivo y ferias empresariales, caracterizado por requerir articulación entre infraestructura para eventos, oferta hotelera, servicios logísticos, transporte y capacidad institucional. También subraya que este segmento genera mayor gasto promedio por visitante y dinamiza la hotelería, la gastronomía, el transporte y otros servicios especializados.

Su relevancia conceptual es mayor que la simple organización de eventos. El turismo MICE proyecta a la ciudad como nodo de intercambio académico, científico, corporativo y empresarial, y por ello se vincula estrechamente con competitividad, reputación urbana, economía del conocimiento y visibilidad externa. Para Bucaramanga, esta tipología tiene fundamento empírico y no solo aspiracional: la administración municipal ha reconocido capacidades locales y ha puesto en marcha una mesa estratégica de turismo MICE con actores públicos y privados. En el marco conceptual, esto permite tratar el MICE como un segmento estratégico para la especialización del destino, siempre que su desarrollo se subordine a criterios de continuidad, accesibilidad y articulación con la economía local.

Para enriquecer el marco conceptual, el MICE debe incluir además categorías como marca ciudad, servicios especializados, gobernanza de eventos, legado del evento y desestacionalización. Estas subcategorías ayudan a evitar una mirada meramente transaccional del segmento y permiten comprender que el valor

de un evento no se limita a la ocupación hotelera o al gasto inmediato, sino que puede expresarse en redes de cooperación, visibilidad, transferencia de conocimiento, inversión y posicionamiento de la ciudad en circuitos nacionales e internacionales.

Tabla 8. Macroconcepto: turismo MICE

Subcategoría	Definición ampliada	Integración en la política pública de Bucaramanga
Reuniones y eventos	Encuentros corporativos, institucionales, académicos o profesionales	Núcleo básico del segmento MICE
Viajes de incentivo	Programas empresariales de reconocimiento y motivación	Amplían la demanda de servicios especializados
Congresos y convenciones	Reuniones científicas o profesionales de varios días	Posicionan la ciudad como nodo de conocimiento
Ferias y exposiciones	Plataformas de exhibición, intercambio y negocios sectoriales	Dinamizan la economía local y la proyección empresarial
Servicios especializados	Logística, montaje, catering, traducción, tecnología y soporte técnico	Elevan el valor agregado del destino
Marca ciudad	Imagen urbana asociada a innovación, negocios y calidad	Refuerza reputación y atracción de eventos

Subcategoría	Definición ampliada	Integración en la política pública de Bucaramanga
Gobernanza de eventos	Coordinación público-privada para captar, operar y evaluar eventos	Da continuidad institucional al segmento
Legado del evento	Beneficios duraderos en redes, conocimiento e inversión	Amplía la medición del impacto MICE
Desestacionalización	Distribución de flujos en periodos menos turísticos	Mejora estabilidad y uso de capacidad instalada

1.3.6 Turismo social, accesibilidad e inteligencia del destino

Aunque la política pública de Bucaramanga se concentra en gestión turística, MICE y turismo comunitario, conviene incorporar dos categorías adicionales que fortalecen su coherencia interna. La primera es el turismo social, no como un cuarto eje paralelo, sino como fundamento normativo de inclusión y función social del turismo. La Política de Turismo Social en Colombia sostiene que el turismo debe contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida, garantizar el derecho a la recreación y al aprovechamiento del tiempo libre, y adoptar un enfoque diferencial hacia personas con recursos limitados, jóvenes, personas mayores y población con discapacidad. Además, vincula el turismo social con el desarrollo integral de las comunidades receptoras y con instrumentos de apoyo para iniciativas de base comunitaria. Esto permite afirmar que, en Bucaramanga, el turismo comunitario puede comprenderse también como una forma territorializada de inclusión turística.

La segunda categoría es la de destino turístico inteligente, especialmente útil para integrar gobernanza, innovación, tecnología, continuidad y accesibilidad. La literatura y los desarrollos institucionales de SEGITTUR han consolidado estos cinco pilares como base del modelo de destino inteligente. En el caso de Bucaramanga, este concepto no debería introducirse como moda tecnológica, sino como subestructura de gestión: uso de datos para la toma de decisiones, señalización e información turística, monitoreo de flujos, accesibilidad, interoperabilidad institucional y mejoramiento continuo de la experiencia de visitantes y residentes.

Finalmente, el marco conceptual debe conservar herramientas operativas como cadena de valor, capacidad de carga y límites de cambio aceptable. Su función es traducir los grandes principios de la política en criterios observables de gestión. La cadena de valor permite identificar cómo se distribuyen los beneficios del turismo; la capacidad de carga ayuda a establecer umbrales de uso; y los límites de cambio aceptable permiten evaluar hasta qué punto las transformaciones producidas por el turismo siguen siendo compatibles con la conservación del entorno, la experiencia del visitante y la calidad de vida de la comunidad residente.

Tabla 9. Conceptos operativos de integración

Concepto	Definición ampliada	Integración en la política pública de Bucaramanga
Turismo social	Conjunto de acciones orientadas a garantizar el derecho al turismo y la recreación con enfoque diferencial	Refuerza la dimensión inclusiva de la política
Destino turístico inteligente	Modelo de gestión basado en gobernanza, innovación, tecnología, continuidad y accesibilidad	Mejora decisiones, monitoreo y calidad de la experiencia
Cadena de valor turística	Articulación de eslabones que producen la experiencia turística	Permite medir distribución del beneficio económico

Concepto	Definición ampliada	Integración en la política pública de Bucaramanga
Capacidad de carga	Nivel máximo de uso compatible con conservación y bienestar	Sirve para ordenamiento y prevención de saturación
Límites de cambio aceptable	Umbrales de transformación tolerables en un destino	Aporta criterios cualitativos de control
Monitoreo de impactos	Seguimiento sistemático a efectos del turismo en territorio y población	Hace evaluable la política pública

En términos analíticos, el turismo es el fenómeno universal y el objeto de intervención pública; el gestión turística es el criterio rector que ordena la política; la gobernanza y la competitividad son categorías transversales que permiten traducir continuidad en capacidad institucional y desempeño territorial; el turismo comunitario expresa la dimensión de inclusión, autogestión, identidad y desarrollo local; el turismo MICE expresa la dimensión de especialización urbana, posicionamiento y dinamización económica; y las categorías operativas -turismo social, destino inteligente, cadena de valor, capacidad de carga y monitoreo- permiten aterrizar el marco conceptual en instrumentos concretos de gestión. Esta arquitectura evita que la política pública se limite a aumentar el número de visitantes y, en cambio, la orienta hacia un turismo con valor territorial, beneficios socialmente distribuidos, identidad local fortalecida y proyección estratégica de Bucaramanga como destino urbano-regional.

1.3.7 Referencias del marco conceptual

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). Política de turismo social: Hacia un turismo accesible e incluyente para todos los colombianos.

Politica-de-Turismo-Social

Marco conceptual PP Turismo

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2022). Plan sectorial de turismo 2022-2026: Turismo en armonía con la vida.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s. f.). Competitividad: El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s. f.). Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia.

Oficina de Asuntos Internacionales de Bucaramanga. (2025). Informe de gestión enero-marzo 2025.

Secretaría de Estado de Turismo de España & SEGITTUR. (2019). Desarrollo conceptual de destinos turísticos inteligentes.

United Nations Statistics Division. (2008). International recommendations for tourism statistics 2008.

Duran, D. (2020). Determinantes de la competitividad turística regional en Colombia.

Martínez, C. O. (2021). Cambio climático y competitividad turística en las regiones de Colombia.

1.4 Marco referencial

Política Pública de Turismo en Bucaramanga con Enfoque en Turismo MICE, responsable y Comunitario

El desarrollo turístico contemporáneo se caracteriza por la necesidad de integrar enfoques que promuevan el crecimiento económico, la gestión ambiental responsable y la inclusión social. En este sentido, Bucaramanga, capital del departamento de Santander, presenta condiciones favorables para consolidar un modelo turístico integral basado en estos principios.

La ciudad se ha posicionado como un centro urbano estratégico en el nororiente colombiano, destacándose por su desarrollo empresarial, su infraestructura de servicios y su oferta académica. Estas características permiten proyectarla como un destino con alto potencial para el turismo MICE, el cual se enfoca en la realización de eventos corporativos, académicos y comerciales. Este segmento contribuye significativamente a la dinamización económica, al incrementar el flujo de visitantes y fortalecer sectores como el hotelería, el transporte y la gastronomía.

De manera complementaria, el gestión turística se constituye en un eje fundamental para orientar el desarrollo turístico hacia la protección de los recursos naturales y culturales. Este enfoque busca equilibrar el crecimiento económico con la conservación ambiental, promoviendo prácticas responsables que

minimicen los impactos negativos del turismo. En Bucaramanga, su implementación resulta clave debido a la cercanía a ecosistemas naturales y al crecimiento urbano que experimenta la ciudad.

Por otra parte, el turismo comunitario se presenta como una alternativa que promueve la participación de las comunidades locales en la actividad turística. Este modelo permite fortalecer la identidad cultural, generar ingresos y fomentar la inclusión social. En el área de influencia de Bucaramanga, este enfoque contribuye a diversificar la oferta turística mediante experiencias auténticas en zonas rurales y periurbanas.

La articulación de estos tres enfoques permite construir un modelo integral de desarrollo turístico que fortalece la competitividad del destino, garantiza la continuidad de los recursos y promueve la equidad social. En este sentido, la política pública de turismo debe orientarse hacia la integración de estos componentes, consolidando a la ciudad como un destino innovador y responsable.

1.4.1 Referentes de políticas públicas turísticas

A continuación, se presentan referentes de políticas públicas a nivel nacional e internacional que integran enfoques de turismo MICE, responsable y comunitario, los cuales sirven como base para la formulación de la política turística en Bucaramanga.

Tabla 10. Referentes de políticas públicas turísticas

Nombre de la Política Pública	Ciudad / País	Resumen (Enfoque MICE, responsable y Comunitario)	Referencia (APA 7)
lineamientos nacionales de gestión turística responsable	Colombia	Promueve un modelo de desarrollo turístico basado en la gestión ambiental responsable, social y económica. Fortalece el turismo comunitario mediante la participación local y el uso responsable de los recursos. Sienta bases para el desarrollo del turismo MICE bajo criterios responsables.	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). lineamientos nacionales de gestión turística responsable en Colombia.
Plan Sectorial de Turismo	Colombia	Define estrategias para mejorar la competitividad turística, impulsando el turismo MICE como motor económico. Integra continuidad como eje transversal y promueve la inclusión de comunidades locales en la cadena de valor.	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2022). Plan Sectorial de Turismo 2022-2026.
Plan Maestro de Turismo	Bogotá	Orienta el desarrollo turístico con énfasis en turismo de negocios (MICE). Incluye continuidad mediante prácticas responsables y fomenta la participación comunitaria en experiencias culturales.	Instituto Distrital de Turismo. (2017). *Plan Maestro de Turismo de Bogotá*.
Política Pública de Turismo	Medellín	Busca posicionar la ciudad como destino MICE internacional. Integra continuidad y promueve el turismo comunitario en territorios locales con enfoque cultural y social.	Alcaldía de Medellín. (2011). *Política pública de turismo de Medellín*.
Plan de Desarrollo Turístico	Cartagena	Enfocado en gestión turística para la conservación del patrimonio. Promueve el turismo comunitario en zonas vulnerables y fortalece el turismo MICE como estrategia económica.	Alcaldía de Cartagena. (2020). *Plan de desarrollo turístico de Cartagena*.

Nombre de la Política Pública	Ciudad / País	Resumen (Enfoque MICE, responsable y Comunitario)	Referencia (APA 7)
Estrategia de gestión turística	Barcelona	Promueve un turismo responsable que minimiza impactos negativos. Incluye participación comunitaria y regulación del turismo masivo, además del desarrollo del turismo MICE responsable.	Ayuntamiento de Barcelona. (2017). *Plan estratégico de turismo 2020*.
Plan Turismo 2030	Buenos Aires	Busca posicionar la ciudad como líder en turismo MICE. Integra continuidad en eventos y promueve el turismo comunitario y cultural como herramienta de inclusión social.	Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. (2019). *Plan de turismo 2030*.

1.4.2 Impactos económicos, sociales y territoriales

El análisis de los beneficios del turismo en Bucaramanga permite comprender de manera integral cómo la implementación de una política pública que articule turismo MICE, gestión turística y turismo comunitario puede impactar positivamente en distintos niveles.

El cuadro a continuación sintetiza los beneficios económicos, sociales y ambientales asociados a cada enfoque, mostrando cómo estas estrategias contribuyen no solo al crecimiento económico de la ciudad, sino también al fortalecimiento de la identidad cultural, la inclusión social y la protección del entorno natural. Este análisis proporciona una visión clara de las ventajas de un modelo turístico integral, que busca generar desarrollo responsable y equitativo para la comunidad local y para los visitantes.

Tabla 11. Beneficios económicos, sociales y territoriales

Tipo de Beneficio	Descripción	Ejemplos según enfoque turístico
Económicos	Incremento de ingresos, generación de empleo y dinamización de sectores complementarios.	- Turismo MICE: ocupación hotelera, transporte, alimentación. - Turismo comunitario: venta de artesanías, guías locales, hospedaje rural. - gestión turística: atracción de turistas responsables con alto gasto promedio.
Sociales	Fortalecimiento de la identidad cultural, inclusión social y participación comunitaria.	- Turismo comunitario: empoderamiento de comunidades locales, conservación de tradiciones. - Turismo MICE: integración de actores locales en eventos. - gestión turística: educación ambiental y cultural para visitantes y residentes.
Ambientales	Conservación de recursos naturales, protección del patrimonio cultural y reducción de impactos negativos.	- gestión turística: gestión de residuos, uso eficiente de recursos, protección de ecosistemas. - Turismo comunitario: promoción de prácticas responsables en zonas rurales.- Turismo MICE: planificación de eventos con bajo impacto ambiental (certificaciones verdes, reducción de consumo energético).

1.4.3 Estrategias para turismo MICE

- Desarrollo de infraestructura especializada en convenciones y salas de reuniones.
- Creación de paquetes integrales para empresas y organizaciones, combinando alojamiento, transporte y actividades culturales.
- Promoción internacional de Bucaramanga como destino de eventos corporativos y académicos.

- Implementación de certificaciones de continuidad en eventos para minimizar impactos ambientales.

1.4.4 Estrategias para turismo comunitario

- Formación y acompañamiento a comunidades locales para ofrecer experiencias turísticas auténticas.
- Desarrollo de productos turísticos basados en la cultura, tradiciones y gastronomía local.
- Integración de zonas rurales y periurbanas en la oferta turística, diversificando experiencias.
- Promoción de asociaciones comunitarias para la gestión conjunta de servicios turísticos.

1.4.5 Síntesis del marco referencial

El análisis de los referentes evidencia que las políticas turísticas exitosas integran la competitividad económica con la gestión ambiental responsable y la inclusión social. En este sentido, la ciudad de Bucaramanga tiene la oportunidad de consolidar un modelo turístico basado en el fortalecimiento del turismo MICE, la implementación de prácticas responsables y la promoción del turismo comunitario.

Esta articulación permitirá posicionar a la ciudad como un destino turístico competitivo, responsable e innovador, alineado con las tendencias globales del sector.

1.4.6 Referencias bibliográficas

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. Tourism Management, 29(3), 403-428.

Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el turismo comunitario. Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. Free Press.

1.5 Marco jurídico del turismo gastronómico

Tabla 12. Normograma del turismo gastronómico

Nivel	Norma / Documento	Tipo de Norma	Descripción	Relación con el Turismo Gastronómico
Nacional	Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo	Ley	Organiza y regula el sector turístico colombiano.	Permite desarrollar el turismo gastronómico como producto turístico nacional.
Nacional	Ley 1558 de 2012	Ley	Modifica la Ley General de Turismo y fortalece la competitividad turística.	Impulsa la promoción de la gastronomía como experiencia turística y cultural.
Nacional	Política de Turismo Cultural	Política Pública Nacional	Promueve el patrimonio cultural y turístico del país.	Reconoce la gastronomía tradicional como patrimonio cultural y

Nivel	Norma / Documento	Tipo de Norma	Descripción	Relación con el Turismo Gastronómico
				atractivo turístico.
Nacional	lineamientos nacionales de gestión turística responsable	Política Nacional	Orienta el turismo bajo criterios de continuidad.	Fomenta prácticas gastronómicas responsables y responsables.
Nacional	Plan Sectorial de Turismo 2022-2026	Plan Nacional	Define estrategias de desarrollo turístico del país.	Incluye la promoción del turismo gastronómico regional.
Departamental	Plan Departamental de Desarrollo de Santander	Ordenanza / Plan Departamental	Establece estrategias económicas y turísticas del departamento.	Promueve la gastronomía santandereana como atractivo regional.
Departamental	Política Departamental de Turismo de Santander	Política Departamental	Orienta el fortalecimiento del turismo en Santander.	Incentiva rutas gastronómicas y promoción culinaria regional.
Municipal	Plan de Desarrollo Municipal	Acuerdo Municipal / Plan Municipal	Define programas y proyectos del municipio.	Puede incluir ferias, festivales y fortalecimiento gastronómico local.
Municipal	Política Pública Municipal de Turismo	Política Pública Municipal	Establece lineamientos para el desarrollo turístico local.	Integra la gastronomía como producto turístico municipal.
Municipal	Acuerdos Municipales de Cultura y Turismo	Acuerdo Municipal	Reglamenta actividades culturales y turísticas locales.	Facilita eventos gastronómicos y promoción de emprendimientos culinarios.

El turismo gastronómico se ha consolidado como una de las modalidades turísticas con mayor crecimiento e impacto en el desarrollo económico, cultural y social de los territorios. Esta actividad no solo permite la promoción de la cocina tradicional y los productos autóctonos, sino que también fortalece la identidad cultural, dinamiza la economía local y genera nuevas oportunidades para emprendedores, restaurantes y comunidades vinculadas al sector turístico. En Colombia, la gastronomía representa un elemento fundamental de la diversidad cultural del país y constituye un atractivo diferenciador para visitantes nacionales e internacionales.

En este contexto, el marco jurídico del turismo gastronómico está conformado por un conjunto de leyes, políticas públicas, planes de desarrollo y acuerdos territoriales que orientan la planificación, promoción y fortalecimiento de esta actividad en los niveles nacional, departamental y municipal. Estas normas buscan garantizar un gestión turística, competitivo e incluyente, promoviendo la preservación del patrimonio cultural gastronómico y el aprovechamiento responsable de los recursos locales.

Asimismo, el marco jurídico permite establecer las competencias de las entidades públicas y privadas en la gestión del turismo gastronómico, facilitando la articulación institucional y el desarrollo de estrategias orientadas a posicionar la gastronomía como un producto turístico de alto valor cultural y económico. De

esta manera, las disposiciones legales contribuyen al fortalecimiento de la identidad regional, la promoción de las tradiciones culinarias y el impulso del desarrollo territorial mediante experiencias turísticas basadas en la cultura alimentaria de cada región.

1. Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo

Tipo de norma: Ley Nacional

La Ley 300 de 1996 constituye la base jurídica del turismo en Colombia, ya que organiza el sector turístico y define las competencias del Estado, las entidades territoriales y los prestadores de servicios turísticos. Esta norma reconoce el turismo como una actividad esencial para el desarrollo económico, social y cultural del país.

En relación con el turismo gastronómico, esta ley permite que la gastronomía sea entendida como parte de la oferta turística nacional, promoviendo la creación de productos y experiencias asociadas a la identidad cultural de las regiones. Además, impulsa la participación de restaurantes, mercados tradicionales, cocinas típicas y festivales gastronómicos dentro de la cadena de valor turística, favoreciendo la generación de empleo y el fortalecimiento económico local.

2. Ley 1558 de 2012

Tipo de norma: Ley Nacional

La Ley 1558 de 2012 modifica la Ley General de Turismo y fortalece las estrategias de competitividad, promoción y continuidad turística en Colombia. Su principal objetivo es consolidar al turismo como un motor de desarrollo económico mediante políticas públicas más modernas y articuladas.

Esta ley tiene una relación directa con el turismo gastronómico porque fomenta la diversificación de la oferta turística y reconoce la importancia de los elementos culturales dentro de las experiencias de viaje. Gracias a esta norma, las regiones pueden promover sus tradiciones culinarias como atractivos turísticos, fortaleciendo la identidad local y aumentando la competitividad de los destinos. Asimismo, impulsa la inversión y el apoyo institucional para eventos gastronómicos y emprendimientos relacionados con la cocina tradicional.

3. Política de Turismo Cultural

Tipo de norma: Política Pública Nacional

La Política de Turismo Cultural, desarrollada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Ministerio de Cultura, busca integrar el patrimonio cultural colombiano con las actividades turísticas. Esta política reconoce que las tradiciones, costumbres y expresiones culturales representan un elemento fundamental para atraer visitantes y fortalecer la identidad de las comunidades.

Dentro de esta política, la gastronomía es considerada patrimonio cultural inmaterial, debido a que refleja la historia, las costumbres y la diversidad de cada territorio. Por esta razón, el turismo gastronómico se convierte en una herramienta para preservar recetas tradicionales, promover productos autóctonos y fortalecer el sentido de pertenencia cultural. Además, esta política impulsa festivales, ferias y rutas gastronómicas como mecanismos de promoción turística y conservación cultural.

5. Plan Sectorial de Turismo 2022-2026

Tipo de norma: Plan Nacional

El Plan Sectorial de Turismo 2022-2026 es el instrumento mediante el cual el Gobierno Nacional define las estrategias y prioridades para fortalecer el turismo colombiano durante ese periodo. Este plan busca incrementar la competitividad turística, promover la continuidad y fortalecer la promoción internacional de los destinos del país.

El turismo gastronómico ocupa un papel importante dentro de este plan, ya que se reconoce como una experiencia diferenciadora capaz de atraer visitantes nacionales e internacionales. A través de este instrumento se promueve la creación de rutas gastronómicas, la valorización de la cocina tradicional y el fortalecimiento de emprendimientos culinarios regionales. Además, se busca posicionar la gastronomía colombiana como parte de la identidad y marca país.

6. Plan Departamental de Desarrollo de Santander

Tipo de norma: Ordenanza / Plan Departamental

El Plan Departamental de Desarrollo de Santander contiene las estrategias, programas y proyectos orientados al crecimiento económico, social y turístico del departamento. Este documento establece prioridades de inversión pública y lineamientos para fortalecer sectores estratégicos como el turismo.

En relación con el turismo gastronómico, el plan reconoce la importancia de la cocina santandereana como elemento de identidad cultural y atractivo turístico regional. A través de este instrumento se promueve la realización de ferias gastronómicas, el fortalecimiento de restaurantes típicos y la promoción de productos tradicionales como parte de la oferta turística del departamento. Además, se busca impulsar el emprendimiento local y dinamizar la economía mediante el turismo culinario.

7. Política Departamental de Turismo de Santander

Tipo de norma: Política Departamental

La Política Departamental de Turismo de Santander orienta las acciones institucionales para mejorar la competitividad turística y fortalecer el posicionamiento del departamento como destino turístico responsable. Esta política busca integrar actores públicos y privados en torno al desarrollo turístico regional.

Dentro de esta política, la gastronomía santandereana se considera un recurso estratégico para atraer turistas y fortalecer la identidad cultural del territorio. Por ello, se impulsan iniciativas como rutas gastronómicas, promoción de platos típicos, apoyo a emprendimientos culinarios y articulación de eventos gastronómicos regionales. Asimismo, esta política contribuye a preservar las tradiciones culinarias y a generar oportunidades económicas para las comunidades locales.

8. Plan de Desarrollo Municipal

Tipo de norma: Acuerdo Municipal / Plan Municipal

El Plan de Desarrollo Municipal es el instrumento de planificación mediante el cual cada municipio define sus objetivos, programas y proyectos de gobierno. Este documento establece las acciones que se desarrollarán durante el periodo administrativo para fortalecer diferentes sectores, incluyendo el turismo.

En el ámbito del turismo gastronómico, el plan municipal puede incluir estrategias orientadas a promover la cocina local, fortalecer festivales gastronómicos, apoyar emprendimientos culinarios y mejorar la infraestructura turística. Además, este instrumento permite integrar la gastronomía dentro de los procesos de desarrollo económico y cultural del municipio, convirtiéndola en un factor de identidad y competitividad territorial.

9. Política Pública Municipal de Turismo

Tipo de norma: Política Pública Municipal

La Política Pública Municipal de Turismo define los lineamientos y estrategias para organizar y fortalecer la actividad turística en el municipio. Su objetivo es orientar las acciones institucionales hacia un gestión turística, competitivo e incluyente.

En cuanto al turismo gastronómico, esta política permite consolidar la gastronomía local como producto turístico, promoviendo la participación de restaurantes, cocineros tradicionales y productores locales. También impulsa actividades como ferias culinarias, mercados típicos y experiencias gastronómicas que fortalecen la economía y la identidad cultural del municipio. Asimismo, contribuye a mejorar la promoción turística y la articulación entre los diferentes actores del sector.

10. Acuerdos Municipales sobre Cultura y Turismo

Tipo de norma: Acuerdo Municipal

Los acuerdos municipales son normas aprobadas por el concejo municipal para reglamentar y orientar diferentes actividades dentro del territorio. En materia turística y cultural, estos acuerdos permiten establecer programas, incentivos y regulaciones relacionadas con el desarrollo turístico local.

Respecto al turismo gastronómico, los acuerdos municipales pueden facilitar la organización de festivales gastronómicos, la promoción de productos típicos, el fortalecimiento de emprendimientos culinarios y la protección de las tradiciones alimentarias locales. Además, estos instrumentos permiten asignar recursos y generar estrategias que integren la gastronomía dentro de la oferta turística municipal, fortaleciendo el desarrollo económico y cultural de la comunidad.

1.6 Marco conceptual y referencial del turismo gastronómico

Introducción

El turismo se ha consolidado en las últimas décadas como una de las actividades económicas, sociales y culturales de mayor importancia a nivel mundial, debido a su capacidad para generar empleo, dinamizar las economías locales, fortalecer la identidad de los territorios y promover procesos de desarrollo responsable. Más allá de ser una actividad asociada únicamente al ocio y la recreación, el turismo constituye un instrumento estratégico para la valorización del patrimonio cultural, el fortalecimiento de las comunidades y la diversificación de las economías regionales. En este contexto, han surgido nuevas

modalidades turísticas orientadas a satisfacer las demandas de viajeros que buscan experiencias auténticas, diferenciadas y vinculadas con las particularidades culturales de los destinos que visitan.

Dentro de estas tendencias, el turismo gastronómico ha adquirido una relevancia significativa como una de las modalidades de mayor crecimiento en el ámbito internacional. La gastronomía ha dejado de ser considerada únicamente un servicio complementario de la actividad turística para convertirse en un atractivo principal capaz de motivar desplazamientos, generar experiencias memorables y fortalecer la identidad de los territorios. Actualmente, los turistas no solo buscan conocer paisajes o monumentos, sino también experimentar las tradiciones culinarias, los sabores locales, los productos autóctonos y las prácticas culturales asociadas a la alimentación de cada región.

La gastronomía representa una expresión viva del patrimonio cultural de los pueblos. A través de ella se transmiten conocimientos, costumbres, técnicas ancestrales y formas de relación social que reflejan la historia y la identidad de las comunidades. En consecuencia, el turismo gastronómico se convierte en una herramienta para la preservación del patrimonio cultural inmaterial, al tiempo que contribuye al fortalecimiento de las economías locales mediante la articulación de diferentes actores de las cadenas productivas relacionadas con la producción agrícola, la transformación de alimentos, la prestación de servicios turísticos y la comercialización de productos tradicionales.

En Colombia, la riqueza cultural y gastronómica de las regiones constituye una oportunidad para diversificar la oferta turística nacional y fortalecer el posicionamiento de los destinos en mercados cada vez más competitivos. La diversidad geográfica, climática y cultural del país ha permitido el desarrollo de tradiciones culinarias únicas que forman parte del patrimonio de las diferentes regiones. En este sentido, el turismo gastronómico ha sido reconocido por las políticas nacionales de turismo como un segmento con alto potencial para generar desarrollo económico, inclusión social, fortalecimiento empresarial y conservación cultural.

El departamento de Santander se destaca por poseer una de las identidades gastronómicas más representativas del país. Su cocina tradicional es el resultado de procesos históricos, culturales y productivos que han dado origen a preparaciones emblemáticas como el cabrito, la pepitoria, el mute santandereano, la carne oreada, las arepas santandereanas y las hormigas culonas, entre otras expresiones culinarias reconocidas a nivel nacional e internacional. Estas manifestaciones gastronómicas constituyen un patrimonio cultural que refleja las costumbres, tradiciones y formas de vida de las comunidades santandereanas.

Bucaramanga, como capital del departamento y principal centro urbano de la región, concentra una importante oferta gastronómica conformada por restaurantes, cafés, plazas de mercado, emprendimientos culinarios, productores locales y establecimientos especializados que contribuyen a la consolidación de la ciudad como un referente gastronómico regional. Asimismo, su ubicación estratégica, infraestructura turística, conectividad y capacidad empresarial generan condiciones favorables para el fortalecimiento de productos turísticos basados en la gastronomía y la cultura alimentaria santandereana.

No obstante, a pesar del potencial existente, se identifican desafíos relacionados con la articulación institucional, la promoción especializada de la gastronomía como atractivo turístico, la formalización

empresarial, la innovación de productos turísticos, la preservación de las tradiciones culinarias y la integración de los diferentes actores que conforman la cadena de valor del turismo gastronómico. Estas situaciones evidencian la necesidad de diseñar e implementar instrumentos de planificación que permitan orientar el desarrollo ordenado y responsable de este sector, garantizando su contribución al crecimiento económico, la competitividad territorial y la conservación del patrimonio cultural.

En este contexto surge la necesidad de formular una Política Pública de Turismo Gastronómico para Bucaramanga, entendida como una herramienta de planificación estratégica que permita establecer lineamientos, objetivos, programas y acciones orientadas al fortalecimiento de la gastronomía como factor de desarrollo turístico, económico, cultural y social. La formulación de esta política pública busca generar una visión compartida entre los diferentes actores del sector, promoviendo la articulación institucional, la participación ciudadana, la innovación, la continuidad y la competitividad del destino.

El presente documento desarrolla los elementos conceptuales, teóricos, normativos e institucionales que fundamentan la construcción de una política pública orientada al fortalecimiento del turismo gastronómico en Bucaramanga. Para ello, se analizan los principales enfoques relacionados con el turismo, la gastronomía, el patrimonio cultural, el desarrollo territorial, la continuidad y la gobernanza turística, así como los marcos legales que orientan la gestión del turismo en Colombia. De igual manera, se identifican las potencialidades, oportunidades y desafíos que enfrenta la ciudad para consolidarse como un destino gastronómico competitivo y responsable.

La importancia de esta política pública radica en su capacidad para contribuir al desarrollo económico local mediante la generación de empleo, el fortalecimiento de emprendimientos gastronómicos, la dinamización de cadenas productivas, la atracción de visitantes y el incremento de la competitividad territorial. Asimismo, busca promover la conservación de las tradiciones culinarias santandereanas, fortalecer la identidad cultural de la ciudad y fomentar la participación de las comunidades en los procesos de desarrollo turístico.

Finalmente, la construcción de una Política Pública de Turismo Gastronómico para Bucaramanga representa una oportunidad para convertir la riqueza culinaria del territorio en un activo estratégico de desarrollo, permitiendo que la gastronomía se consolide como un elemento diferenciador de la oferta turística local y como un mecanismo para impulsar el crecimiento responsable, la inclusión social y el reconocimiento cultural de la ciudad a nivel regional, nacional e internacional.

1.6.1 Marco conceptual

Turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo como el conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos.

El turismo es una actividad multidimensional que involucra aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales, generando impactos directos e indirectos sobre los territorios receptores.

Turismo Gastronómico

El turismo gastronómico es una modalidad de turismo en la que los visitantes se desplazan motivados por el interés de conocer, degustar y experimentar la cultura culinaria de un destino.

Incluye actividades como:

Degustación de platos típicos.

Visitas a mercados tradicionales.

Participación en festivales gastronómicos.

Rutas culinarias.

Experiencias de cocina tradicional.

Conocimiento de procesos productivos alimentarios.

La gastronomía se convierte en un elemento diferenciador capaz de fortalecer la identidad y competitividad de los destinos turísticos.

Gastronomía

La gastronomía es el conjunto de conocimientos, técnicas, tradiciones y prácticas relacionadas con la preparación, presentación y consumo de alimentos.

Desde una perspectiva cultural, la gastronomía representa la historia, costumbres y formas de vida de una comunidad, constituyéndose en un patrimonio que fortalece la identidad territorial.

Patrimonio Cultural

La UNESCO define el patrimonio cultural como el conjunto de bienes, manifestaciones, conocimientos y expresiones que una sociedad reconoce como parte de su identidad y legado histórico.

Dentro del turismo gastronómico, el patrimonio cultural incluye:

Recetas tradicionales.

Técnicas culinarias ancestrales.

Productos autóctonos.

Costumbres alimentarias.

Festividades asociadas a la gastronomía.

Patrimonio Cultural Inmaterial

Corresponde a los conocimientos, prácticas, expresiones y saberes transmitidos de generación en generación que fortalecen la identidad cultural de las comunidades.

La cocina tradicional santandereana constituye una manifestación de patrimonio cultural inmaterial debido a su valor histórico, social y cultural.

Identidad Cultural

La identidad cultural es el conjunto de valores, costumbres, tradiciones y manifestaciones que permiten a una comunidad reconocerse y diferenciarse de otras.

La gastronomía representa uno de los elementos más visibles de la identidad cultural de un territorio, ya que refleja su historia, recursos naturales y formas de vida.

Destino Turístico

Un destino turístico es un espacio geográfico que cuenta con atractivos, servicios, infraestructura y experiencias capaces de motivar el desplazamiento de visitantes.

La competitividad de un destino depende de su capacidad para ofrecer experiencias diferenciadas y de calidad.

Producto Turístico

Es la combinación de atractivos, servicios, actividades e infraestructura que conforman la experiencia turística ofrecida a los visitantes.

En turismo gastronómico, un producto turístico puede estar compuesto por:

Restaurantes.

Rutas gastronómicas.

Ferias culinarias.

Experiencias de cocina tradicional.

Mercados locales.

Degustaciones de productos típicos.

Ruta Gastronómica

Es un recorrido organizado que permite a los visitantes conocer establecimientos, productos, preparaciones y tradiciones culinarias características de un territorio.

Las rutas gastronómicas contribuyen a diversificar la oferta turística y fortalecer las economías locales.

Experiencia Turística

La experiencia turística corresponde al conjunto de sensaciones, emociones, aprendizajes y vivencias que experimenta una persona durante su viaje.

En el turismo gastronómico, la experiencia está asociada no solo al consumo de alimentos, sino también al contacto con la cultura local, las tradiciones y los procesos de preparación.

Competitividad Turística

La competitividad turística es la capacidad de un destino para atraer visitantes y generar beneficios económicos de manera responsable frente a otros destinos competidores.

Factores como la calidad de los servicios, la innovación, la promoción y la autenticidad de la oferta gastronómica influyen directamente en la competitividad turística.

Desarrollo Territorial

Es el proceso mediante el cual un territorio aprovecha sus recursos económicos, culturales, sociales y ambientales para mejorar las condiciones de vida de su población.

La gastronomía puede convertirse en un motor de desarrollo territorial al generar empleo, fortalecer cadenas productivas y promover la identidad cultural.

Economía Naranja

La economía naranja comprende las actividades relacionadas con la creatividad, la cultura y el patrimonio como generadoras de valor económico.

La gastronomía forma parte de este enfoque debido a su capacidad para transformar conocimientos tradicionales y expresiones culturales en productos turísticos y experiencias de mercado.

Encadenamiento Productivo

Se refiere a la articulación de diferentes actores económicos que participan en la producción, transformación, comercialización y consumo de bienes y servicios.

En el turismo gastronómico intervienen:

Agricultores.

Productores rurales.

Transportadores.

Restaurantes.

Hoteles.

Operadores turísticos.

Comerciantes.

Gobernanza Turística

La gobernanza turística es el proceso mediante el cual actores públicos, privados, académicos y comunitarios participan en la planificación, gestión y desarrollo del turismo.

La coordinación entre estos actores resulta fundamental para garantizar la continuidad y competitividad del turismo gastronómico.

Política Pública

Una política pública es el conjunto de decisiones, programas, proyectos y acciones desarrolladas por el Estado para atender necesidades o problemáticas colectivas.

La política pública de turismo gastronómico busca orientar el desarrollo, promoción y fortalecimiento de la gastronomía como atractivo turístico y factor de desarrollo económico y cultural para Bucaramanga.

Seguridad Alimentaria

La seguridad alimentaria se refiere a la disponibilidad, acceso y consumo adecuado de alimentos inocuos y nutritivos para toda la población.

En el turismo gastronómico, este concepto es relevante porque garantiza la calidad, inocuidad y confianza de los productos ofrecidos a los visitantes.

Calidad Turística

La calidad turística hace referencia al cumplimiento de estándares que permiten satisfacer las expectativas de los visitantes respecto a los servicios turísticos.

La calidad en la gastronomía involucra aspectos como:

Atención al cliente.

Inocuidad alimentaria.

Presentación de productos.

Infraestructura.

Innovación.

Autenticidad cultural.

1.6.2 Fundamentación teórica

Bucaramanga se ha consolidado como centro de servicios, comercio y gastronomía regional, concentrando una importante oferta de restaurantes, plazas de mercado, cafés especializados y emprendimientos gastronómicos.

No obstante, aún existen desafíos relacionados con la promoción turística, la articulación institucional, la formalización empresarial y la consolidación de productos turísticos gastronómicos integrados.

2.1. Concepto de Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2023), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos. Esta actividad involucra una compleja interacción entre visitantes, comunidades receptoras, empresas prestadoras de servicios y entidades gubernamentales.

Por su parte, el Diccionario de Turismo de la OMT define el turismo como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el desplazamiento de personas fuera de su lugar habitual de residencia, generando impactos económicos, sociales y culturales en los destinos visitados.

2.2. Concepto de Gastronomía

La Real Academia Española (RAE, 2024) define la gastronomía como el arte de preparar una buena comida y el conjunto de conocimientos relacionados con la cocina y la alimentación. Sin embargo, desde una perspectiva académica, la gastronomía trasciende la preparación de alimentos y constituye una expresión cultural que refleja la historia, las tradiciones, los saberes y la identidad de una comunidad.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), las prácticas alimentarias forman parte del patrimonio cultural inmaterial, ya que representan conocimientos transmitidos de generación en generación que fortalecen el sentido de pertenencia y la diversidad cultural de los pueblos.

2.3. Turismo Gastronómico

La Organización Mundial del Turismo define el turismo gastronómico como una modalidad turística en la que la experiencia relacionada con la alimentación, los productos locales y las tradiciones culinarias constituyen una de las principales motivaciones del viaje.

Hall y Sharples (2003) sostienen que el turismo gastronómico permite conectar a los visitantes con la cultura local a través de experiencias culinarias auténticas, generando un mayor valor agregado a los destinos turísticos.

Bajo esta perspectiva, la gastronomía se convierte en un atractivo turístico capaz de diferenciar un territorio, fortalecer su imagen y aumentar la competitividad del destino.

2.4. Patrimonio Cultural Gastronómico

El patrimonio cultural gastronómico está conformado por los conocimientos, prácticas, recetas, ingredientes y tradiciones culinarias que una comunidad ha construido históricamente.

La UNESCO (2003) señala que el patrimonio cultural inmaterial incluye usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas que las comunidades reconocen como parte integrante de su identidad cultural.

En el caso de Santander, platos tradicionales como la pepitoria, el cabrito, la carne oreada, el mute santandereano y las hormigas culonas constituyen manifestaciones del patrimonio gastronómico regional que pueden convertirse en elementos diferenciadores de la oferta turística.

2.5. Teoría del Desarrollo Local

El desarrollo local es entendido como un proceso de crecimiento económico y transformación social que surge desde las capacidades y recursos propios de un territorio.

Autores como Boisier (2005) afirman que el desarrollo local implica la movilización de recursos humanos, culturales, económicos e institucionales para mejorar las condiciones de vida de la población.

Aplicado al turismo gastronómico, este enfoque reconoce que la cocina tradicional, los productores locales, los mercados campesinos y los emprendimientos gastronómicos representan activos estratégicos para el desarrollo económico de Bucaramanga.

2.6. Teoría de la Competitividad Territorial

Michael Porter (1990) plantea que la competitividad de un territorio depende de su capacidad para generar ventajas diferenciadoras frente a otros destinos.

En el ámbito turístico, la competitividad se relaciona con la calidad de los servicios, la innovación, la continuidad y la capacidad de ofrecer experiencias únicas a los visitantes.

La gastronomía santandereana constituye un factor diferenciador que puede fortalecer el posicionamiento de Bucaramanga como destino turístico regional y nacional.

2.7. Teoría de la Experiencia Turística

Pine y Gilmore (1999), mediante la teoría de la economía de la experiencia, sostienen que los consumidores actuales no buscan únicamente bienes o servicios, sino experiencias memorables.

En consecuencia, el turista gastronómico no solo desea consumir alimentos, sino participar en actividades que involucren emociones, aprendizaje cultural e interacción con las comunidades locales.

Las rutas gastronómicas, festivales culinarios, mercados tradicionales y experiencias de cocina típica son ejemplos de productos turísticos basados en la experiencia.

2.9. Política Pública y Gobernanza Turística

Según Roth (2014), una política pública es un conjunto de decisiones y acciones desarrolladas por las autoridades públicas para responder a problemas colectivos identificados por la sociedad.

La gobernanza turística, por su parte, hace referencia a la articulación entre el sector público, privado, académico y comunitario para la planificación y gestión de los destinos turísticos.

Este enfoque es fundamental para la construcción de una Política Pública de Turismo Gastronómico en Bucaramanga, ya que requiere la participación coordinada de entidades gubernamentales, empresarios, organizaciones comunitarias, universidades y gremios del sector.

1.6.3 Turismo gastronómico y desarrollo territorial

El turismo gastronómico contribuye a:

Incrementar el flujo de visitantes.

Generar empleo directo e indirecto.

Fortalecer emprendimientos locales.

Preservar tradiciones culinarias.

Impulsar cadenas productivas agroalimentarias.

Promover la identidad cultural del territorio.

Diversos estudios internacionales demuestran que los turistas destinan una parte significativa de su gasto a experiencias gastronómicas, convirtiendo este sector en uno de los principales dinamizadores económicos de los destinos turísticos.

1.6.4 Contexto de Bucaramanga y Santander

Santander posee una riqueza gastronómica reconocida a nivel nacional. Entre sus principales productos representativos se encuentran:

Cabrito santandereano.

Pepitoria.

Hormigas culonas.

Carne oreada.

Mute santandereano.

Arepa santandereana.

Dulces típicos regionales.

Bucaramanga se ha consolidado como centro de servicios, comercio y gastronomía regional, concentrando una importante oferta de restaurantes, plazas de mercado, cafés especializados y emprendimientos gastronómicos.

No obstante, aún existen desafíos relacionados con la promoción turística, la articulación institucional, la formalización empresarial y la consolidación de productos turísticos gastronómicos integrados.

Componentes del Turismo Gastronómico

Tabla 13. Componentes del turismo gastronómico

Componente	Descripción	Aporte al Turismo
Gastronomía tradicional	Platos típicos y recetas ancestrales	Fortalece identidad cultural
Restaurantes	Oferta culinaria formal	Aumenta experiencia del visitante
Mercados locales	Productos autóctonos	Dinamiza economía local
Festivales gastronómicos	Eventos culinarios	Incrementa flujo turístico
Productores rurales	Materias primas locales	Genera encadenamientos productivos
Escuelas de cocina	Formación gastronómica	Mejora calidad y competitividad

Actores de la Política Pública de Turismo Gastronómico

Tabla 14. Actores de la política pública

Actor	Función
Alcaldía de Bucaramanga	Liderazgo institucional
Instituto de Cultura y Turismo	Planeación y promoción
Restaurantes y empresarios	Prestación de servicios
Cámaras de Comercio	Fortalecimiento empresarial
Academia	Investigación y formación
Comunidad local	Conservación cultural
Gobernación de Santander	Articulación regional
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Lineamientos nacionales

Problemáticas y Oportunidades

Tabla 15. Problemáticas y oportunidades del turismo gastronómico

Problemáticas	Oportunidades
Débil promoción gastronómica	Posicionamiento regional
Escasa articulación institucional	Integración de actores
Baja formalización empresarial	Fortalecimiento empresarial
Limitadas rutas gastronómicas	Creación de productos turísticos
Poca internacionalización	Atracción de nuevos mercados
Insuficiente innovación	Desarrollo de experiencias gastronómicas

1.6.5 Matriz DOFA

La siguiente matriz DOFA permite identificar los factores internos y externos que influyen en el desarrollo del turismo gastronómico en Bucaramanga y sirve como base para la formulación de estrategias de fortalecimiento del sector.

Tabla 16. Matriz DOFA del turismo gastronómico

FORTALEZAS (Factores Internos Positivos)	DEBILIDADES (Factores Internos Negativos)
Amplia riqueza gastronómica tradicional santandereana.	Escasa articulación entre los actores del sector gastronómico y turístico.
Reconocimiento nacional de platos típicos como el cabrito, la pepitoria, el mute y las hormigas culonas.	Ausencia de una estrategia especializada de promoción del turismo gastronómico.
Ubicación estratégica de Bucaramanga como centro económico y turístico regional.	Limitada integración de la gastronomía dentro de los paquetes turísticos existentes.

FORTALEZAS (Factores Internos Positivos)	DEBILIDADES (Factores Internos Negativos)
Diversidad de restaurantes y establecimientos gastronómicos.	Insuficiente señalización y orientación turística relacionada con la oferta gastronómica.
Existencia de productos agropecuarios locales que fortalecen la identidad culinaria.	Débil posicionamiento de Bucaramanga como destino gastronómico a nivel nacional e internacional.
Presencia de mercados tradicionales y plazas de mercado con potencial turístico.	Escasez de estadísticas específicas sobre turismo gastronómico.
Crecimiento de emprendimientos gastronómicos innovadores.	Baja inversión en innovación gastronómica y desarrollo de experiencias turísticas.
Cercanía a municipios con gran tradición gastronómica que pueden complementar la oferta turística.	Limitada capacitación en bilingüismo y atención al turista internacional.
Existencia de instituciones académicas con programas relacionados con turismo y gastronomía.	Poca articulación entre la academia y el sector productivo.
Tradiciones culinarias transmitidas entre generaciones.	Escasa implementación de tecnologías para la promoción y comercialización turística.
Condiciones climáticas favorables para la realización de eventos gastronómicos durante todo el año.	Débil aprovechamiento del patrimonio gastronómico como producto turístico.
Infraestructura urbana adecuada para la recepción de visitantes.	Falta de una marca gastronómica consolidada para Bucaramanga.
Presencia de gremios empresariales organizados.	Baja participación comunitaria en la planificación turística.
Diversidad cultural que enriquece la oferta gastronómica local.	Escasos incentivos para la formalización de pequeños emprendimientos gastronómicos.
Potencial para desarrollar rutas gastronómicas urbanas y rurales.	Insuficiente promoción de la gastronomía tradicional entre las nuevas generaciones.
OPORTUNIDADES (Factores Externos Positivos)	**AMENAZAS (Factores Externos Negativos)**
Crecimiento mundial del turismo experiencial y gastronómico.	Incremento de los costos de producción y operación del sector gastronómico.
Mayor interés de los turistas por experiencias auténticas y culturales.	Competencia de otros destinos gastronómicos consolidados en Colombia.
Políticas nacionales que promueven el turismo cultural y gastronómico.	Posible pérdida de recetas y tradiciones culinarias ancestrales.
Incremento del turismo interno en Colombia.	Cambios en las tendencias de consumo alimentario que reduzcan la demanda de platos tradicionales.
Desarrollo de plataformas digitales para promoción de destinos turísticos.	Crisis económicas que afecten el gasto turístico.
Crecimiento de mercados interesados en la gastronomía local y responsable.	Informalidad empresarial dentro del sector turístico y gastronómico.
Posibilidad de crear festivales gastronómicos de alcance nacional e internacional.	Aumento de la competencia de franquicias y cadenas internacionales.
Articulación con programas de economía naranja y	Deterioro de la imagen del destino por problemas de

FORTALEZAS (Factores Internos Positivos)	DEBILIDADES (Factores Internos Negativos)
patrimonio cultural.	seguridad o movilidad.
Acceso a recursos de cooperación nacional e internacional para proyectos turísticos.	Reducción de recursos públicos destinados a promoción turística.
Tendencia hacia el consumo de productos locales y responsables.	Impactos del cambio climático sobre la producción agrícola regional.
Fortalecimiento de las redes sociales como herramientas de promoción turística.	Pérdida de identidad cultural por procesos de globalización gastronómica.
Posibilidad de desarrollar rutas gastronómicas regionales con municipios vecinos.	Disminución del flujo turístico por situaciones sanitarias o emergencias.
Interés creciente por el turismo comunitario y rural.	Migración de talento humano calificado hacia otras ciudades.
Participación en redes nacionales e internacionales de turismo gastronómico.	Falta de continuidad de las políticas públicas entre administraciones.
Potencial para atraer inversión privada en proyectos turísticos y gastronómicos.	Incremento de la competencia entre destinos emergentes de turismo gastronómico.

Estrategias derivadas de la Matriz DOFA

Estrategias FO (Fortalezas - Oportunidades)

Estas estrategias buscan aprovechar las fortalezas internas de Bucaramanga para sacar el máximo provecho de las oportunidades que ofrece el crecimiento del turismo gastronómico a nivel nacional e internacional.

Diseñar y consolidar rutas gastronómicas que integren restaurantes, mercados tradicionales, productores locales y experiencias culinarias auténticas de la cocina santandereana.

Posicionar a Bucaramanga como un destino gastronómico competitivo mediante la creación de una marca turística que destaque su identidad culinaria y cultural.

Fortalecer y ampliar la realización de festivales, ferias y eventos gastronómicos que atraigan visitantes nacionales e internacionales.

Promover alianzas entre productores rurales, cocineros tradicionales y empresarios gastronómicos para generar experiencias turísticas integrales.

Aprovechar las plataformas digitales y las redes sociales para difundir la oferta gastronómica local y mejorar el posicionamiento del destino.

Impulsar la creación de productos turísticos innovadores basados en la gastronomía tradicional y contemporánea de la región.

Gestionar recursos nacionales e internacionales para el desarrollo de proyectos relacionados con el turismo gastronómico responsable.

Estrategias DO (Debilidades - Oportunidades)

Estas estrategias buscan superar las debilidades identificadas aprovechando las oportunidades existentes en el entorno.

Diseñar programas permanentes de capacitación en turismo gastronómico, servicio al cliente, bilingüismo, marketing digital e innovación para empresarios y trabajadores del sector.

Crear un observatorio de turismo gastronómico que permita generar estadísticas, indicadores y estudios especializados para la toma de decisiones.

Implementar campañas de promoción y mercadeo turístico enfocadas en destacar la gastronomía santandereana como uno de los principales atractivos de la ciudad.

Fortalecer la articulación entre el sector público, privado, académico y comunitario para desarrollar proyectos conjuntos de promoción y fortalecimiento gastronómico.

Incentivar la formalización de emprendimientos gastronómicos mediante programas de asistencia técnica y acceso a oportunidades de financiación.

Desarrollar procesos de transformación digital que permitan mejorar la visibilidad y comercialización de la oferta gastronómica local.

Promover la investigación académica relacionada con la gastronomía, el patrimonio cultural y el turismo en Bucaramanga.

Estrategias FA (Fortalezas - Amenazas)

Estas estrategias utilizan las fortalezas existentes para reducir o enfrentar las amenazas externas que pueden afectar el desarrollo del turismo gastronómico.

Implementar programas de salvaguardia y preservación de las recetas, técnicas culinarias y tradiciones gastronómicas santandereanas.

Fortalecer los estándares de calidad en los establecimientos gastronómicos para aumentar la competitividad frente a otros destinos turísticos del país.

Promover el consumo de productos locales para fortalecer las cadenas productivas regionales y reducir la dependencia de insumos externos.

Desarrollar estrategias de diferenciación basadas en la autenticidad y el valor cultural de la gastronomía santandereana.

Impulsar programas de relevo generacional que permitan transmitir los conocimientos culinarios tradicionales a nuevas generaciones.

Diversificar la oferta gastronómica manteniendo la identidad cultural del territorio para responder a las nuevas tendencias del mercado turístico.

Fortalecer la promoción de Bucaramanga como destino seguro, responsable y culturalmente atractivo.

Estrategias DA (Debilidades - Amenazas)

Estas estrategias buscan minimizar las debilidades internas y prevenir los efectos negativos de las amenazas externas.

Diseñar e implementar un sistema de seguimiento, monitoreo y evaluación de la Política Pública de Turismo Gastronómico.

Fortalecer los mecanismos de gobernanza turística para mejorar la coordinación entre las entidades públicas, privadas y comunitarias.

Crear incentivos para la formalización, continuidad y modernización de pequeñas y medianas empresas gastronómicas.

Implementar programas de conservación y documentación del patrimonio gastronómico local para evitar la pérdida de saberes tradicionales.

Desarrollar planes de contingencia que permitan responder a situaciones de crisis económicas, sanitarias o ambientales que puedan afectar el turismo.

Consolidar una estrategia permanente de promoción turística que garantice la continuidad del posicionamiento gastronómico de Bucaramanga más allá de los cambios de administración.

Fomentar la participación activa de las comunidades locales en los procesos de planificación y desarrollo del turismo gastronómico.

1.6.6 Síntesis estratégica

La Política Pública de Turismo Gastronómico de Bucaramanga debe orientarse al fortalecimiento de la identidad culinaria santandereana, la promoción del destino, la innovación en productos turísticos, la preservación del patrimonio cultural gastronómico, el fortalecimiento empresarial y la articulación institucional. Estas estrategias permitirán consolidar a Bucaramanga como un destino gastronómico

competitivo, responsable y reconocido a nivel nacional e internacional, generando beneficios económicos, sociales y culturales para la ciudad y sus habitantes.

1.6.7 Conclusiones

El turismo gastronómico representa una oportunidad estratégica para diversificar la oferta turística de Bucaramanga, fortalecer su identidad cultural y generar desarrollo económico responsable. La formulación de una política pública específica permitirá articular esfuerzos institucionales, empresariales y comunitarios orientados al aprovechamiento de la gastronomía como factor de competitividad territorial y posicionamiento turístico de la ciudad.

Tabla 17. Marco normativo del turismo gastronómico

Norma	Tipo	Aporte al Turismo Gastronómico
Constitución Política de Colombia (1991)	Constitución	Protección del patrimonio cultural y desarrollo territorial.
Ley 300 de 1996	Ley General de Turismo	Establece principios y organización del sector turístico.
Ley 1101 de 2006	Ley	Fortalece la financiación y promoción turística.
Ley 1558 de 2012	Ley	Moderniza la Ley General de Turismo.
Ley 2068 de 2020	Ley	Promueve continuidad, competitividad y recuperación del sector turístico.
Ley 397 de 1997	Ley General de Cultura	Protección del patrimonio cultural material e inmaterial.
Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026	Ley	Incluye estrategias de fortalecimiento turístico y desarrollo territorial.

Congreso de Colombia. (1991). Constitución Política de Colombia. Bogotá, Colombia.

Congreso de Colombia. (1996). Ley 300 de 1996. Ley General de Turismo. Bogotá, Colombia.

Congreso de Colombia. (2006). Ley 1101 de 2006 por la cual se modifica la Ley General de Turismo. Bogotá, Colombia.

Congreso de Colombia. (2012). Ley 1558 de 2012 por la cual se modifica la Ley General de Turismo. Bogotá, Colombia.

Congreso de Colombia. (2020). Ley 2068 de 2020 por la cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. Bogotá, Colombia.

Concejo de Bucaramanga. (2024). Política pública de turismo para Bucaramanga.

2. Diagnóstico

En el marco del proceso de formulación de la Política Pública de Turismo de Bucaramanga, se desarrolló un ejercicio participativo con integrantes del Consejo Municipal de Turismo, actores institucionales y representantes del sector turístico, con el propósito de identificar las principales problemáticas, necesidades, barreras y oportunidades asociadas al desarrollo turístico de la ciudad.

A partir de preguntas orientadoras construidas para cada uno de los ejes estratégicos definidos en la política pública -turismo accesible, turismo comunitario, turismo MICE y turismo gastronómico- se recopiló información cualitativa que permitió reconocer percepciones, experiencias y factores estructurales que actualmente limitan la consolidación de Bucaramanga como un destino turístico competitivo, responsable, incluyente y articulado.

El ejercicio evidenció coincidencias importantes entre los diferentes actores consultados, especialmente en aspectos relacionados con las deficiencias de infraestructura turística y urbana, la limitada articulación institucional, las barreras de accesibilidad, la necesidad de fortalecer la gestión ambiental responsable, las dificultades en materia de seguridad y movilidad, así como la baja promoción y posicionamiento turístico de la ciudad.

De igual manera, las respuestas obtenidas permitieron identificar problemáticas particulares en cada uno de los ejes estratégicos, las cuales reflejan brechas específicas que afectan el desarrollo integral del turismo en Bucaramanga.

A partir del análisis cualitativo de la información recopilada, se consolidaron las siguientes problemáticas centrales por eje estratégico: 1. Barreras de accesibilidad e inclusión turística, 2. Baja integración comunitaria al desarrollo turístico, 3. Baja competitividad para la captación de eventos, 4. Debilidad económica y competitiva del sector gastronómico.

2.1 Turismo accesible

Tabla 18. Causas y consecuencias del turismo accesible

CAUSAS	CONSECUENCIAS
Deficiencias en infraestructura accesible: Existen limitaciones en rampas, andenes, pisos podotáctiles y accesos adecuados en espacios turísticos y públicos, dificultando la movilidad de personas con discapacidad o movilidad reducida.	**Limitación en el acceso turístico:** Las personas con discapacidad o movilidad reducida encuentran barreras físicas y urbanas que restringen su acceso pleno a la oferta turística de la ciudad.
Insuficiente señalización inclusiva: Hay poca implementación de señalización braille, semáforos sonoros y sistemas de orientación accesible en espacios turísticos y urbanos.	**Baja autonomía y seguridad:** Los visitantes con discapacidad visual o auditiva presentan dificultades para desplazarse de manera segura e independiente.
Falta de transporte turístico accesible: El sistema de movilidad turística no cuenta con suficientes servicios adaptados e	**Disminución de la experiencia turística:** Las barreras físicas y de movilidad afectan

CAUSAS	CONSECUENCIAS
incluyentes.	negativamente la calidad de la experiencia de visitantes y turistas.
Escasa implementación de normas de accesibilidad: Muchos espacios turísticos y comerciales no cumplen estándares de accesibilidad universal.	**Rezago frente a otros destinos:** Bucaramanga pierde competitividad frente a ciudades que han fortalecido su oferta turística inclusiva.
Débil formación del talento humano: Existe poca capacitación en atención diferencial, lengua de señas y braille.	**Atención turística poco incluyente:** Los servicios turísticos presentan limitaciones para atender adecuadamente poblaciones diferenciales.
Baja inversión en accesibilidad: Hay limitada asignación de recursos para adecuaciones accesibles e infraestructura incluyente.	Débil consolidación del turismo accesible: La ciudad presenta dificultades para posicionarse como destino turístico inclusivo y responsable.
Falta de articulación institucional: Existe baja coordinación entre entidades responsables del turismo accesible e incluyente.	**Persistencia de exclusión social:** Las personas con discapacidad continúan enfrentando barreras para ejercer plenamente su derecho al turismo.

2.2 Turismo comunitario

Tabla 19. Causas y consecuencias del turismo comunitario

CAUSAS	CONSECUENCIAS
Percepción de inseguridad: Algunos sectores con potencial turístico presentan problemáticas relacionadas con seguridad y convivencia.	**Disminución del flujo de visitantes:** Los turistas limitan sus visitas a territorios comunitarios y culturales.
Baja difusión de rutas comunitarias: Existe poca promoción de experiencias y circuitos turísticos comunitarios.	**Escasa visibilidad de la oferta local:** Las iniciativas comunitarias presentan bajo reconocimiento turístico y comercial.
Desconocimiento del patrimonio cultural: Existe poca apropiación y reconocimiento del patrimonio histórico y cultural de la ciudad.	**Pérdida de identidad cultural:** Se debilita la preservación y valorización de tradiciones y memoria local.
Escasa participación comunitaria: Las comunidades tienen limitada participación en procesos de planificación y desarrollo turístico.	**Débil empoderamiento territorial:** Las comunidades tienen poca incidencia en decisiones relacionadas con el turismo local.
Falta de fortalecimiento organizativo: Existen debilidades en capacidades empresariales, asociativas y de gestión comunitaria.	Baja competitividad comunitaria: Las iniciativas locales presentan dificultades para consolidarse y mantenerse responsables.
Débil articulación institucional y privada: Hay poca integración entre comunidades, sector privado y entidades públicas.	**Limitadas oportunidades económicas:** Se reducen las posibilidades de generación de ingresos y empleo local.
Insuficiente inversión territorial: Los territorios comunitarios presentan limitaciones en infraestructura y equipamientos turísticos.	Deterioro de espacios turísticos comunitarios: Se afecta la calidad y continuidad de las experiencias turísticas locales.
Baja inclusión de poblaciones vulnerables: Jóvenes, mujeres y poblaciones vulnerables tienen baja participación en el sector turístico.	**Persistencia de brechas sociales:** Se mantienen desigualdades económicas y sociales en los territorios.

2.3 Turismo MICE

Tabla 20. Causas y consecuencias del turismo MICE

CAUSAS	CONSECUENCIAS
Limitada conectividad aérea: La ciudad presenta pocas rutas aéreas directas nacionales e internacionales.	**Dificultades para atraer eventos:** Se limita la llegada de organizadores, asistentes y visitantes especializados.
Insuficiente infraestructura para eventos: Existen limitaciones en recintos y espacios adecuados para grandes eventos.	**Restricción de eventos de gran escala:** Bucaramanga pierde oportunidades para albergar congresos y convenciones.
Déficit hotelero especializado: Hay limitada oferta de hoteles de categorías AA y AAA.	**Baja capacidad de alojamiento:** Se dificulta la atención de visitantes en eventos masivos**.**
Escasa articulación institucional y gremial: Existe poca coordinación entre actores públicos y privados del sector MICE.	**Débil promoción del destino:** La ciudad presenta baja visibilidad en mercados especializados de eventos.
Insuficiente inversión en promoción: Hay pocos recursos destinados a estrategias de posicionamiento del destino MICE.	**Pérdida de competitividad: Bucaramanga pierde oportunidades frente a otros destinos del país.**
Problemas de movilidad urbana: La movilidad interna presenta dificultades de acceso y desplazamiento.	**Afectación de la experiencia logística:** Organizadores y asistentes enfrentan limitaciones operativas y de conectividad.
Escasa innovación tecnológica: La oferta de eventos presenta baja incorporación tecnológica y digital.	**Baja modernización del sector:** Se reduce la competitividad e innovación del turismo de reuniones.

2.4 Turismo gastronómico

Tabla 21. Causas y consecuencias del turismo gastronómico

CAUSAS	CONSECUENCIAS
Incremento de costos operativos: Han aumentado los costos de insumos, arriendos y funcionamiento de establecimientos gastronómicos.	Disminución de rentabilidad: Los negocios gastronómicos presentan menores márgenes financieros y viabilidad económica.
Sobrecarga tributaria: El aumento de impuestos afecta la capacidad económica y operativa del sector.	**Limitación del crecimiento empresarial:** Los establecimientos presentan dificultades para expandirse y fortalecerse.
Alta competencia gastronómica: Existe saturación de algunos segmentos del mercado gastronómico.	**Cierre de establecimientos:** Algunos restaurantes y negocios no logran sostenerse financieramente.
Percepción de inseguridad: Algunos corredores gastronómicos presentan problemáticas de seguridad y convivencia.	**Disminución del flujo de clientes:** Los consumidores y turistas reducen visitas a zonas gastronómicas.
Deficiencias de movilidad y acceso: Hay dificultades de desplazamiento y acceso a corredores turísticos y gastronómicos.	**Menor dinamización económica:** Se afecta la actividad comercial y turística de diferentes sectores de la ciudad.
Escasa promoción gastronómica: Existe baja difusión y posicionamiento de la identidad culinaria local.	**Baja diferenciación turística:** Bucaramanga pierde posicionamiento como destino gastronómico

CAUSAS	CONSECUENCIAS
	competitivo.
Limitado apoyo institucional: Hay pocos incentivos y estrategias de fortalecimiento empresarial para el sector.	**Dificultades para emprendimientos:** Los negocios presentan limitaciones para innovar, crecer y mantenerse en el mercado.
Baja transformación digital: El sector presenta rezagos en innovación y herramientas tecnológicas.	**Pérdida de competitividad:** Los establecimientos enfrentan dificultades frente a nuevas dinámicas y tendencias del mercado.

2.5 Descripción del problema público

Bucaramanga presenta debilidades estructurales en la planificación, articulación institucional, infraestructura, continuidad, accesibilidad, competitividad y promoción de destino, lo que limita la consolidación de una oferta turística responsable, incluyente y competitiva.

3. Formulación de la Política Pública de Turismo

3.1 Objetivo general

Fortalecer el desarrollo turístico de Bucaramanga mediante la implementación de estrategias orientadas al fortalecimiento de la gobernanza, la planificación, la infraestructura, la accesibilidad, la continuidad, la innovación, la competitividad y la promoción del destino, con el fin de consolidar una oferta turística integral, incluyente y competitiva que contribuya al desarrollo económico, social, cultural y ambiental del municipio.

3.2 Objetivos específicos

Consolidar la competitividad y el posicionamiento de Bucaramanga como destino de Turismo MICE mediante la articulación institucional, el mejoramiento de las condiciones del destino, la innovación, la promoción estratégica y el fortalecimiento de las capacidades del sector, con el propósito de incrementar la captación de eventos nacionales e internacionales y contribuir al desarrollo económico, social y turístico responsable del municipio.

Promover el desarrollo del turismo accesible en Bucaramanga mediante la articulación institucional, el mejoramiento de las condiciones de accesibilidad universal, la innovación, la promoción de una cultura inclusiva y el fortalecimiento de las capacidades del sector, con el propósito de consolidar al municipio como un destino turístico competitivo, responsable e incluyente, que garantice el acceso y disfrute de la actividad turística para todas las personas en condiciones de equidad.

Impulsar el desarrollo territorial del turismo comunitario en Bucaramanga mediante la articulación institucional, la puesta en valor del patrimonio cultural y comunitario, el fortalecimiento de las capacidades locales y el posicionamiento de las experiencias turísticas, con el propósito de consolidar un modelo de

gestión turística, inclusivo y competitivo que fortalezca la identidad territorial, dinamice las economías locales y contribuya al desarrollo social y cultural del municipio.

Fortalecer el desarrollo del turismo gastronómico en Bucaramanga mediante la articulación institucional, la puesta en valor de la identidad gastronómica, el fortalecimiento de la competitividad, la innovación y el posicionamiento del destino, con el propósito de consolidar al municipio como un referente gastronómico responsable, competitivo y generador de desarrollo económico, cultural y turístico.

3.3 Ejes estratégicos

Eje estratégico 1. Accesibilidad universal e inclusión para un turismo sin barreras

Eje estratégico 2. Desarrollo territorial y fortalecimiento del turismo comunitario

Eje estratégico 3. Competitividad y posicionamiento de Bucaramanga como destino de Turismo MICE

Eje estratégico 4. Competitividad, identidad y posicionamiento de Bucaramanga como destino de turismo gastronómico.

4. Implementación

Eje Estratégico 1. Accesibilidad universal e inclusión para un turismo sin barreras

Tabla 22. Eje estratégico de turismo accesible

Eje Estratégico	Objetivo Específico	Líneas Estratégicas
Eje Estratégico 2. Accesibilidad universal e inclusión para un turismo sin barreras (Turismo Accesible)	Promover el desarrollo del turismo accesible en Bucaramanga mediante la articulación institucional, el mejoramiento de las condiciones de accesibilidad universal, la innovación, la promoción de una cultura inclusiva y el fortalecimiento de las capacidades del sector, con el propósito de consolidar al municipio como un destino turístico competitivo, responsable e incluyente, que garantice el acceso y disfrute de la actividad turística para todas las personas en condiciones de equidad.	**1.** Gestión institucional para la accesibilidad turística. **2.** Entornos turísticos accesibles y movilidad universal. **3.** Calidad, inclusión y atención para un turismo accesible. **4.** Promoción del turismo accesible y posicionamiento del destino. **5.** Accesibilidad universal e innovación para un turismo inclusivo.

Eje Estratégico 2. Desarrollo territorial y fortalecimiento del turismo comunitario

Tabla 23. Eje estratégico de turismo comunitario

Eje Estratégico	Objetivo Específico	Líneas Estratégicas
Eje Estratégico 3. Desarrollo territorial y fortalecimiento del turismo comunitario	Impulsar el desarrollo territorial del turismo comunitario en Bucaramanga mediante la articulación institucional, la puesta en valor del patrimonio cultural y	**1.**Participación comunitaria y articulación territorial. **2.** Patrimonio, identidad y

Eje Estratégico	Objetivo Específico	Líneas Estratégicas
	comunitario, el fortalecimiento de las capacidades locales y el posicionamiento de las experiencias turísticas, con el propósito de consolidar un modelo de gestión turística, inclusivo y competitivo que fortalezca la identidad territorial, dinamice las economías locales y contribuya al desarrollo social y cultural del municipio.	fortalecimiento comunitario. **3.** Seguridad y recuperación del espacio público para el fortalecimiento territorial. **4.** Posicionamiento del turismo comunitario. 5.Innovación, continuidad y fortalecimiento empresarial del turismo comunitario.

Eje estratégico 3. Competitividad y posicionamiento de Bucaramanga como destino de Turismo MICE

Tabla 24. Eje estratégico de turismo MICE

Eje Estratégico	Objetivo Específico	Líneas Estratégicas
Eje Estratégico 1. Competitividad y posicionamiento de Bucaramanga como destino de Turismo MICE	Consolidar la competitividad y el posicionamiento de Bucaramanga como destino de Turismo MICE mediante la articulación institucional, el mejoramiento de las condiciones del destino, la innovación, la promoción estratégica y el fortalecimiento de las capacidades del sector, con el propósito de incrementar la captación de eventos nacionales e internacionales y contribuir al desarrollo económico, social y turístico responsable del municipio.	**1.** Coordinación institucional para el desarrollo del Turismo MICE. **2.** Infraestructura, conectividad y movilidad para el Turismo MICE. **3.** Posicionamiento y promoción del destino MICE. **4.** Desarrollo empresarial, innovación y competitividad del Turismo MICE. 5. Transformación digital y continuidad del Turismo MICE.

Eje estratégico 4. Competitividad, identidad y posicionamiento de Bucaramanga como destino de turismo gastronómico.

Tabla 25. Eje estratégico de turismo gastronómico

Eje Estratégico	Objetivo Específico	Líneas Estratégicas
Eje Estratégico 4. Competitividad, identidad y posicionamiento de Bucaramanga como destino de turismo gastronómico (Turismo Gastronómico)	Fortalecer el desarrollo del turismo gastronómico en Bucaramanga mediante la articulación institucional, la puesta en valor de la identidad gastronómica, el fortalecimiento de la competitividad, la innovación y el posicionamiento del destino, con el propósito de consolidar al municipio como un referente gastronómico responsable, competitivo y generador de desarrollo económico, cultural y turístico.	**1.**Articulación institucional para el fortalecimiento del turismo gastronómico. **2.** Fortalecimiento de la identidad gastronómica y la infraestructura turística. **3.**Competitividad, fortalecimiento empresarial e innovación gastronómica.

Eje Estratégico	Objetivo Específico	Líneas Estratégicas
		4. Posicionamiento y comercialización del destino gastronómico.
		5. Desarrollo económico y continuidad del turismo gastronómico.

Implementación

4.1 Plan de acción

En este sentido, el Plan de Acción organiza la cadena de valor de la Política Pública, articulando los recursos, procesos, productos y resultados esperados para garantizar una gestión eficiente, coordinada y orientada al logro de los objetivos estratégicos. Asimismo, establece los mecanismos necesarios para el seguimiento, monitoreo y evaluación permanente de las acciones implementadas, permitiendo identificar oportunidades de mejora y realizar los ajustes requeridos para asegurar el cumplimiento de las metas planteadas.

La implementación de la política se fundamenta en los principios de gobernanza, participación, articulación institucional, continuidad, inclusión, innovación y corresponsabilidad, promoviendo el trabajo conjunto entre las entidades del orden municipal, departamental y nacional, el sector privado, la academia, las organizaciones sociales y las comunidades, como actores fundamentales para el fortalecimiento del turismo en Bucaramanga.

En este marco, la Política Pública se estructura en cuatro ejes estratégicos, los cuales responden a las principales problemáticas y oportunidades identificadas durante el proceso de diagnóstico participativo. Cada eje estratégico incorpora un conjunto de líneas de acción orientadas a fortalecer el Turismo MICE, el Turismo Accesible, el Turismo Comunitario y el Turismo Gastronómico, mediante la ejecución de acciones específicas que contribuyan a consolidar un turismo más competitivo, responsable, incluyente e innovador.

A continuación, se presenta el Plan de Acción de la Política Pública de Turismo de Bucaramanga, organizado por ejes estratégicos y líneas de acción, en el que se describen las actividades, los responsables y corresponsables, las metas e indicadores que orientarán la implementación, el seguimiento y la evaluación de la política durante su período de ejecución.

EJE ESTRATÉGICO 1.

Objetivo: Promover el desarrollo del turismo accesible en Bucaramanga mediante la articulación institucional, el mejoramiento de las condiciones de accesibilidad universal, la innovación, la promoción de una cultura inclusiva y el fortalecimiento de las capacidades del sector, con el propósito de consolidar al municipio como un destino turístico competitivo, responsable e incluyente, que garantice el acceso y disfrute de la actividad turística para todas las personas en condiciones de equidad.

Accesibilidad universal e inclusión para un turismo sin barreras (Turismo Accesible)

Tabla 26. Plan de acción de turismo accesible

Líneas de acción	Acciones	Responsables	Corresponsables
Gestión institucional para la accesibilidad turística	Crear una mesa técnica de turismo accesible para coordinar la implementación de acciones orientadas a garantizar la accesibilidad universal en el municipio.	Instituto Municipal de Cultura y Turismo (IMCT)	Alcaldía de Bucaramanga, Secretaría de Desarrollo Social, Consejo Municipal de Discapacidad, Cámara de Comercio.
Gestión institucional para la accesibilidad turística	Incorporar el enfoque de accesibilidad universal en los planes, programas y proyectos del sector turístico.	Secretaría de Planeación	IMCT, Secretaría de Infraestructura, Secretaría de Desarrollo Social.
Gestión institucional para la accesibilidad turística	Formular lineamientos y protocolos para la implementación de buenas prácticas de accesibilidad en los establecimientos turísticos.	IMCT	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ICONTEC.
Entornos turísticos accesibles y movilidad universal	Adecuar los principales atractivos turísticos con infraestructura accesible, rampas, senderos, baños adaptados y mobiliario urbano incluyente.	Secretaría de Infraestructura	IMCT, Secretaría de Desarrollo Social.
Entornos turísticos accesibles y movilidad universal	Fortalecer la señalización turística mediante la incorporación de sistemas braille, pictogramas, información táctil y recursos audiovisuales accesibles.	IMCT	Oficina TIC, Instituto Municipal de Cultura.
Entornos turísticos accesibles y movilidad universal	Gestionar el mejoramiento del transporte público y turístico con criterios de accesibilidad universal.	Dirección de Tránsito	Área Metropolitana, empresas transportadoras.
Calidad, inclusión y atención para un turismo accesible	Desarrollar programas permanentes de capacitación dirigidos a prestadores de servicios turísticos sobre atención inclusiva y accesibilidad universal.	SENA	IMCT, universidades, Cámara de Comercio.
Calidad, inclusión y atención para un turismo accesible	Promover certificaciones de calidad en turismo accesible para establecimientos turísticos.	IMCT	ICONTEC, Ministerio de Comercio.
Calidad, inclusión y atención para un turismo accesible	Implementar campañas de sensibilización dirigidas a empresarios y ciudadanía sobre turismo inclusivo.	Secretaría de Desarrollo Social	IMCT, organizaciones de personas con discapacidad.
Promoción del turismo accesible y posicionamiento del destino	Diseñar campañas de promoción que posicionen a Bucaramanga como un destino turístico incluyente y accesible.	IMCT	ProColombia, Cámara de Comercio.
Promoción del turismo accesible y posicionamiento del destino	Elaborar material promocional accesible en formatos físicos y digitales para todos los visitantes.	IMCT	Oficina TIC, operadores turísticos.

Líneas de acción	Acciones	Responsables	Corresponsables
Promoción del turismo accesible y posicionamiento del destino	Participar en eventos nacionales e internacionales especializados en turismo accesible para fortalecer el posicionamiento del municipio.	IMCT	Ministerio de Comercio, FONTUR.
Accesibilidad universal e innovación para un turismo inclusivo	Implementar herramientas tecnológicas que faciliten la experiencia turística de personas con discapacidad.	Oficina TIC	IMCT, universidades.
Accesibilidad universal e innovación para un turismo inclusivo	Crear una plataforma digital con información accesible sobre atractivos, rutas y servicios turísticos.	Oficina TIC	IMCT, Cámara de Comercio.
Accesibilidad universal e innovación para un turismo inclusivo	Promover proyectos de innovación social que fortalezcan la inclusión y accesibilidad en el sector turístico.	IMCT	Ministerio TIC, universidades, sector privado.

EJE ESTRATÉGICO 2.

Objetivo: Impulsar el desarrollo territorial del turismo comunitario en Bucaramanga mediante la articulación institucional, la puesta en valor del patrimonio cultural y comunitario, el fortalecimiento de las capacidades locales y el posicionamiento de las experiencias turísticas, con el propósito de consolidar un modelo de gestión turística, inclusivo y competitivo que fortalezca la identidad territorial, dinamice las economías locales y contribuya al desarrollo social y cultural del municipio.

Desarrollo territorial y fortalecimiento del turismo comunitario

Tabla 27. Plan de acción de turismo comunitario

Líneas de acción	Acciones	Responsables	Corresponsables
Participación comunitaria y articulación territorial	Crear mesas comunitarias de turismo para fortalecer la participación ciudadana en la planificación y gestión del turismo.	IMCT	Juntas de Acción Comunal, organizaciones comunitarias.
Participación comunitaria y articulación territorial	Fortalecer los procesos de articulación entre comunidades, instituciones públicas, academia y sector privado.	IMCT	Cámara de Comercio, universidades.
Participación comunitaria y articulación territorial	Diseñar estrategias de participación para la formulación y seguimiento de proyectos turísticos comunitarios.	Secretaría de Planeación	IMCT, organizaciones sociales.
Patrimonio, identidad y fortalecimiento comunitario	Desarrollar programas de educación patrimonial que promuevan la identidad cultural y el sentido de pertenencia.	Instituto Municipal de Cultura	Secretaría de Educación, universidades.
Patrimonio, identidad y fortalecimiento	Fortalecer rutas patrimoniales, culturales y comunitarias como	IMCT	Comunidades, operadores

Líneas de acción	Acciones	Responsables	Corresponsables
comunitario	productos turísticos.		turísticos.
Patrimonio, identidad y fortalecimiento comunitario	Capacitar a líderes comunitarios en gestión turística, formulación de proyectos y emprendimiento.	SENA	IMCT, Cámara de Comercio.
Seguridad y recuperación del espacio público para el fortalecimiento territorial	Implementar estrategias de seguridad turística en barrios, corredores y zonas con potencial turístico comunitario.	Secretaría del Interior	Policía Nacional, IMCT.
Seguridad y recuperación del espacio público para el fortalecimiento territorial	Recuperar espacios públicos para el desarrollo de actividades culturales y turísticas comunitarias.	Secretaría de Infraestructura	IMCT, comunidades organizadas.
Seguridad y recuperación del espacio público para el fortalecimiento territorial	Mejorar la iluminación, señalización y mobiliario urbano en los principales corredores turísticos comunitarios.	Secretaría de Infraestructura	Alumbrado Público, IMCT.
Posicionamiento del turismo comunitario	Diseñar campañas de promoción para visibilizar experiencias, rutas y emprendimientos comunitarios.	IMCT	Cámara de Comercio, medios de comunicación.
Posicionamiento del turismo comunitario	Integrar el turismo comunitario dentro de la estrategia de promoción turística del municipio.	IMCT	Gobernación de Santander, ProColombia.
Posicionamiento del turismo comunitario	Crear plataformas digitales para la comercialización de experiencias comunitarias.	Oficina TIC	IMCT, operadores turísticos.
Innovación, continuidad y fortalecimiento empresarial del turismo comunitario	Promover el fortalecimiento empresarial de emprendimientos comunitarios mediante asistencia técnica y acceso a financiación.	Secretaría de Desarrollo Social	Fondo Emprender, Cámara de Comercio.
Innovación, continuidad y fortalecimiento empresarial del turismo comunitario	Incentivar proyectos de innovación social y economía solidaria aplicados al turismo comunitario.	IMCT	SENA, universidades.
Innovación, continuidad y fortalecimiento empresarial del turismo comunitario	Implementar buenas prácticas ambientales y de continuidad en los emprendimientos turísticos comunitarios.	Secretaría de Ambiente	IMCT, comunidades.

EJE ESTRATÉGICO 3.

Consolidar la competitividad y el posicionamiento de Bucaramanga como destino de Turismo MICE mediante la articulación institucional, el mejoramiento de las condiciones del destino, la innovación, la promoción estratégica y el fortalecimiento de las capacidades del sector, con el propósito de incrementar la captación de eventos nacionales e internacionales y contribuir al desarrollo económico, social y turístico responsable del municipio.

Competitividad y posicionamiento de Bucaramanga como destino de Turismo MICE

Tabla 28. Plan de acción de turismo MICE

Líneas de acción	Acciones	Responsables	Corresponsables
Coordinación institucional para el desarrollo del Turismo MICE	Crear una Mesa Municipal Permanente de Turismo MICE que articule a las entidades públicas, el sector privado, la academia, los gremios y organizadores de eventos para coordinar la implementación de la política pública.	Instituto Municipal de Cultura y Turismo (IMCT)	Alcaldía de Bucaramanga, Cámara de Comercio de Bucaramanga, Gobernación de Santander, universidades, gremios turísticos.
Coordinación institucional para el desarrollo del Turismo MICE	Formular un plan anual de trabajo para la coordinación interinstitucional, definiendo responsabilidades, metas e indicadores para el fortalecimiento del Turismo MICE.	IMCT	Secretaría de Planeación, Cámara de Comercio, sector privado.
Coordinación institucional para el desarrollo del Turismo MICE	Implementar mecanismos permanentes de seguimiento y evaluación de las acciones desarrolladas para el fortalecimiento del segmento MICE.	Secretaría de Planeación	IMCT, Observatorio Turístico, universidades.
Infraestructura, conectividad y movilidad para el Turismo MICE	Gestionar proyectos para la construcción, adecuación y modernización de infraestructura especializada para congresos, convenciones, ferias y eventos de gran formato.	Secretaría de Infraestructura	IMCT, Gobernación de Santander, FONTUR, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
Infraestructura, conectividad y movilidad para el Turismo MICE	Fortalecer la conectividad aérea, terrestre y urbana mediante la gestión de nuevas rutas nacionales e internacionales y el mejoramiento de los corredores turísticos.	Alcaldía de Bucaramanga	Aerocivil, Área Metropolitana, Terminal de Transportes, Aeropuerto Internacional Palonegro.
Infraestructura, conectividad y movilidad para el Turismo MICE	Implementar estrategias de movilidad para facilitar el desplazamiento de visitantes durante la realización de eventos nacionales e internacionales.	Dirección de Tránsito	Secretaría de Infraestructura, Policía de Tránsito, IMCT.
Posicionamiento y promoción del destino MICE	Diseñar e implementar una estrategia integral de mercadeo para posicionar a Bucaramanga como destino competitivo para reuniones, incentivos, congresos y eventos.	IMCT	ProColombia, Cámara de Comercio, Bureau de Convenciones, operadores turísticos.
Posicionamiento y promoción del destino MICE	Participar en ferias nacionales e internacionales especializadas en Turismo MICE para promocionar la oferta del municipio.	IMCT	Ministerio de Comercio, FONTUR, sector empresarial.
Posicionamiento y promoción del destino MICE	Elaborar material promocional físico y digital que visibilice la infraestructura, la oferta hotelera, gastronómica y cultural disponible para el segmento MICE.	IMCT	Oficina TIC, Cámara de Comercio, empresarios turísticos.
Desarrollo empresarial,	Desarrollar programas de	Cámara de Comercio	SENA, universidades, IMCT.

Líneas de acción	Acciones	Responsables	Corresponsables
innovación y competitividad del Turismo MICE	fortalecimiento empresarial para prestadores de servicios turísticos y organizadores de eventos.	de Bucaramanga	
Desarrollo empresarial, innovación y competitividad del Turismo MICE	Implementar programas de formación en organización de eventos, atención al cliente, idiomas, innovación y calidad turística.	SENA	IMCT, universidades, gremios turísticos.
Desarrollo empresarial, innovación y competitividad del Turismo MICE	Promover la certificación en normas de calidad turística y continuidad para empresas del sector MICE.	IMCT	ICONTEC, Ministerio de Comercio, Cámara de Comercio.
Transformación digital y continuidad del Turismo MICE	Implementar plataformas tecnológicas para la promoción, reserva y comercialización de la oferta turística MICE.	Oficina TIC	IMCT, Cámara de Comercio, sector privado.
Transformación digital y continuidad del Turismo MICE	Promover la adopción del modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI) mediante el uso de tecnologías de información, analítica de datos e innovación.	IMCT	Oficina TIC, universidades, Ministerio TIC.
Transformación digital y continuidad del Turismo MICE	Incorporar criterios de gestión ambiental responsable, social y económica en la organización de eventos y en la prestación de servicios turísticos especializados.	Secretaría de Ambiente	IMCT, empresarios turísticos, gremios, Ministerio de Ambiente.

EJE ESTRATÉGICO 4.

Fortalecer el desarrollo del turismo gastronómico en Bucaramanga mediante la articulación institucional, la puesta en valor de la identidad gastronómica, el fortalecimiento de la competitividad, la innovación y el posicionamiento del destino, con el propósito de consolidar al municipio como un referente gastronómico responsable, competitivo y generador de desarrollo económico, cultural y turístico.

Competitividad, identidad y posicionamiento de Bucaramanga como destino de turismo gastronómico

Tabla 29. Plan de acción de turismo gastronómico

Líneas de acción	Acciones	Responsables	Corresponsables
Articulación institucional para el fortalecimiento del turismo gastronómico	Crear una Mesa Municipal de Turismo Gastronómico para coordinar la implementación de la política pública.	IMCT	Cámara de Comercio, ACODRÉS, universidades.
Articulación institucional para el fortalecimiento del turismo gastronómico	Formular un plan de fortalecimiento del turismo gastronómico mediante alianzas público-privadas.	IMCT	Secretaría de Desarrollo Económico, empresarios gastronómicos.
Articulación institucional para el fortalecimiento del turismo gastronómico	Fortalecer la coordinación entre productores, cocineros tradicionales, restaurantes y operadores turísticos.	IMCT	Cámara de Comercio, asociaciones gastronómicas.

Líneas de acción	Acciones	Responsables	Corresponsables
Fortalecimiento de la identidad gastronómica y la infraestructura turística	Identificar, documentar y salvaguardar el patrimonio gastronómico tradicional de Bucaramanga.	Instituto Municipal de Cultura	Academia, cocineros tradicionales.
Fortalecimiento de la identidad gastronómica y la infraestructura turística	Mejorar la infraestructura de plazas de mercado, corredores gastronómicos y espacios destinados a la gastronomía local.	Secretaría de Infraestructura	Secretaría de Salud, IMCT.
Fortalecimiento de la identidad gastronómica y la infraestructura turística	Diseñar rutas gastronómicas que integren la oferta culinaria con el patrimonio cultural y turístico del municipio.	IMCT	Operadores turísticos, empresarios gastronómicos.
Competitividad, fortalecimiento empresarial e innovación gastronómica	Implementar programas de capacitación en innovación, servicio al cliente, calidad, transformación digital y continuidad.	SENA	Cámara de Comercio, universidades.
Competitividad, fortalecimiento empresarial e innovación gastronómica	Promover programas de asistencia técnica y fortalecimiento empresarial para restaurantes y emprendimientos gastronómicos.	Cámara de Comercio	IMCT, Secretaría de Desarrollo Económico.
Competitividad, fortalecimiento empresarial e innovación gastronómica	Facilitar el acceso a programas de financiación para fortalecer la competitividad del sector gastronómico.	Secretaría de Desarrollo Económico	Fondo Emprender, entidades financieras.
Posicionamiento y comercialización del destino gastronómico	Diseñar campañas de mercadeo para posicionar a Bucaramanga como destino gastronómico nacional e internacional.	IMCT	ProColombia, Cámara de Comercio.
Posicionamiento y comercialización del destino gastronómico	Fortalecer la realización de festivales, ferias, concursos y eventos gastronómicos de ciudad.	IMCT	ACODRÉS, empresarios gastronómicos, Gobernación.
Posicionamiento y comercialización del destino gastronómico	Crear plataformas digitales para la promoción y comercialización de la oferta gastronómica local.	Oficina TIC	IMCT, empresarios del sector.
Desarrollo económico y continuidad del turismo gastronómico	Promover el consumo de productos locales y el fortalecimiento de las cadenas de abastecimiento regionales.	Secretaría de Desarrollo Rural	IMCT, asociaciones de productores.
Desarrollo económico y continuidad del turismo gastronómico	Implementar estrategias de gestión ambiental responsable para reducir desperdicios y promover buenas prácticas en los establecimientos gastronómicos.	Secretaría de Ambiente	Secretaría de Salud, ACODRÉS.
Desarrollo económico y continuidad del turismo gastronómico	Fomentar la generación de empleo y el emprendimiento gastronómico como estrategia de desarrollo económico local.	Secretaría de Desarrollo Económico	SENA, Cámara de Comercio, IMCT.

Análisis de la construcción de los ejes y líneas estratégicas

4.2 Construcción de las líneas estratégicas

En cada mesa se presentó el problema central y sus principales causas y efectos, y posteriormente se planteó una pregunta estratégica para orientar la discusión hacia posibles soluciones y necesidades de intervención. Los participantes validaron y complementaron el diagnóstico desde su experiencia, permitiendo identificar problemáticas recurrentes y oportunidades de fortalecimiento.

A partir de estos aportes se agruparon las necesidades en grandes ámbitos de intervención y se formularon los objetivos específicos, ejes y líneas estratégicas de la política. De esta manera, se estableció una relación lógica entre:

Diagnóstico → Problema → Participación → Necesidades de intervención → Objetivo → Eje estratégico → Líneas estratégicas.

El proceso permitió definir cuatro ejes:

Turismo MICE: orientado a competitividad, infraestructura, conectividad, promoción, innovación y continuidad.

Turismo Accesible: enfocado en accesibilidad universal, movilidad, inclusión, calidad, promoción e innovación.

Turismo Comunitario: dirigido al desarrollo territorial, participación comunitaria, patrimonio, seguridad, posicionamiento y fortalecimiento empresarial.

Turismo Gastronómico: centrado en articulación institucional, identidad, infraestructura, competitividad, innovación, promoción, desarrollo económico y continuidad.

En este sentido, las líneas estratégicas no fueron definidas de manera aislada, sino que representan la síntesis de las problemáticas identificadas en el diagnóstico y de las propuestas y necesidades expresadas por los actores participantes. Esto permitió construir una estructura de política pública orientada a responder de manera integral a los principales desafíos del turismo en Bucaramanga.

1. Mesa de Trabajo de Turismo MICE

La mesa de trabajo de Turismo MICE, desarrollada el 18 de junio de 2026, se constituyó como un espacio técnico-participativo para analizar las condiciones actuales de Bucaramanga frente al desarrollo del turismo de reuniones, incentivos, congresos, convenciones, ferias y eventos.

La jornada inició con una contextualización del proceso de formulación de la Política Pública de Turismo de Bucaramanga, explicando a los participantes el propósito de la mesa y la importancia de identificar colectivamente las principales dificultades que limitan la consolidación del segmento MICE.

Posteriormente, el equipo de planificación del instituto municipal de turismo presentó el árbol de problemas del Turismo MICE, explicando a los participantes la relación existente entre las causas que originan una problemática, el problema central y sus principales efectos.

4.3 Memoria del proceso participativo

Como mecanismo para orientar la discusión se formuló la siguiente pregunta:

> **¿Cómo se puede fortalecer la gobernanza turística y la coordinación público-privada para superar las debilidades en infraestructura que limitan la atracción de eventos de gran formato?**

Esta pregunta permitió orientar el diálogo hacia la relación entre gobernanza, coordinación institucional, infraestructura, competitividad y capacidad de atracción de eventos.

Los participantes analizaron las dificultades existentes para que Bucaramanga pueda competir como destino de reuniones, congresos, convenciones y eventos de gran formato. A partir de sus intervenciones se identificaron aspectos relacionados con la necesidad de mejorar la coordinación entre entidades públicas, empresarios, gremios, academia y organizadores de eventos.

Uno de los principales aportes estuvo relacionado con las limitaciones de infraestructura para eventos de gran formato, señalándose la necesidad de fortalecer y modernizar los espacios existentes y mejorar la capacidad instalada para atender congresos, convenciones, ferias y eventos de mayor escala.

De igual manera, se identificaron dificultades relacionadas con la conectividad aérea y terrestre, la movilidad urbana y la promoción especializada del destino. Los participantes plantearon que Bucaramanga debe fortalecer su posicionamiento como ciudad de eventos y complementar la experiencia MICE con productos gastronómicos, culturales, naturales y de bienestar.

Los aportes permitieron validar que las dificultades del Turismo MICE no corresponden exclusivamente a la infraestructura física, sino que responden a un conjunto de factores relacionados con gobernanza, conectividad, movilidad, infraestructura, promoción, articulación sectorial y competitividad.

Como resultado del ejercicio participativo, se consolidó el problema central relacionado con las limitaciones de Bucaramanga para consolidarse como destino competitivo de Turismo MICE, asociadas a la baja conectividad aérea, la insuficiente promoción y posicionamiento del destino, la limitada infraestructura y equipamientos para eventos de gran formato y la débil articulación entre actores públicos, privados y académicos.

Los aportes de la mesa permitieron fortalecer y validar las causas relacionadas con la débil articulación institucional y sectorial, la insuficiente infraestructura turística, las deficiencias en movilidad y conectividad y la baja competitividad y promoción turística. Estas condiciones generan efectos como una menor capacidad para atraer eventos, restricciones para competir por eventos nacionales e internacionales y una limitada consolidación del segmento MICE en Bucaramanga.

2. Mesa de Trabajo de Turismo Accesible

La mesa de trabajo de Turismo Accesible, desarrollada el 16 de junio de 2026, tuvo como propósito analizar las condiciones que permiten o limitan la participación plena de las personas con discapacidad y movilidad reducida en las actividades, servicios y experiencias turísticas de Bucaramanga.

La jornada inició con la presentación del proceso de formulación de la Política Pública de Turismo y la explicación del propósito específico de la mesa. Posteriormente, el equipo de planificación del instituto municipal de turismo presentó el árbol de problemas del Turismo Accesible, explicando a los participantes la relación entre las causas, el problema central y las consecuencias.

Pregunta estratégica planteada

Para orientar el ejercicio participativo se formuló la siguiente pregunta:

> **¿De qué manera la implementación de estándares de accesibilidad universal y la formación en atención inclusiva pueden reducir las brechas sociales y mejorar la experiencia del turista con discapacidad?**

La pregunta permitió orientar la discusión hacia la identificación de las barreras físicas, comunicativas, tecnológicas, operativas y actitudinales que afectan la experiencia de las personas con discapacidad.

Los participantes señalaron que las dificultades de accesibilidad no se limitan a la existencia o ausencia de infraestructura física. También existen barreras relacionadas con el transporte, la señalización, la información turística, la comunicación y la capacidad de los prestadores para ofrecer una atención adecuada e incluyente.

Se destacó la necesidad de fortalecer la capacitación de los prestadores de servicios turísticos en atención incluyente, servicio al cliente, lenguaje de señas y herramientas de comunicación accesible, además de incorporar criterios de accesibilidad universal en la infraestructura turística y urbana.

Otro aporte importante estuvo relacionado con la necesidad de aprovechar la transformación digital y las tecnologías accesibles para facilitar el acceso a la información turística y mejorar la autonomía de los visitantes con discapacidad.

La discusión permitió comprender que la accesibilidad debe abordarse como un componente transversal de la política pública, involucrando infraestructura, movilidad, señalización, capacitación, tecnología, información y asignación de recursos.

Como resultado del ejercicio, se consolidó el problema central relacionado con las limitaciones de Bucaramanga para consolidarse como un destino turístico accesible e incluyente, debido a la insuficiente disponibilidad de transporte adaptado, las barreras existentes en la infraestructura turística y urbana, la limitada señalización accesible, la escasa formación especializada de los prestadores de servicios y la insuficiente asignación de recursos para implementar condiciones de accesibilidad universal.

Los aportes de los participantes permitieron, de esta manera, complementar el árbol inicial y ampliar la comprensión de la accesibilidad desde una perspectiva de derechos, inclusión social y calidad de la experiencia turística.

3. Mesa de Trabajo de Turismo Comunitario

La mesa de trabajo de Turismo Comunitario, desarrollada el 18 de junio de 2026, permitió incorporar las perspectivas de líderes comunitarios, representantes territoriales, entidades públicas y actores vinculados con procesos comunitarios y turísticos de Bucaramanga.

La jornada comenzó con una contextualización sobre la Política Pública de Turismo y una explicación del objetivo de la mesa. Posteriormente se presentó el árbol de problemas del Turismo Comunitario, explicando a los participantes que este instrumento permitiría organizar las situaciones identificadas en causas, problema central y consecuencias.

Pregunta estratégica planteada

La pregunta formulada a los participantes fue:

> **¿Qué acciones son necesarias para fomentar la apropiación del patrimonio cultural y mejorar la percepción de seguridad, garantizando así una mayor participación de las comunidades locales?**

Esta pregunta permitió orientar la discusión hacia cuatro elementos fundamentales: apropiación del patrimonio, participación comunitaria, seguridad territorial y fortalecimiento de las capacidades locales.

Los participantes reconocieron que Bucaramanga posee recursos culturales, históricos y patrimoniales con potencial para desarrollar experiencias comunitarias; sin embargo, señalaron que existe una limitada apropiación de estos recursos y una insuficiente articulación entre las iniciativas comunitarias y las estrategias institucionales de promoción turística.

Uno de los principales aportes estuvo relacionado con el desconocimiento que existe en algunos territorios sobre su propio patrimonio y sobre las posibilidades de convertirlo en experiencias turísticas. Esta situación afecta la construcción de identidad, el sentido de pertenencia y la participación comunitaria.

También se identificó la necesidad de fortalecer las capacidades de los líderes y organizaciones comunitarias mediante procesos de formación, asistencia técnica, formulación de proyectos, emprendimiento y gestión turística.

La seguridad constituyó otro componente importante del diálogo. Los participantes señalaron dificultades relacionadas con iluminación, recuperación del espacio público y percepción de inseguridad en algunos territorios con potencial turístico.

Asimismo, se evidenció la necesidad de fortalecer la promoción y visibilización de rutas, experiencias y emprendimientos comunitarios, de manera que estos puedan integrarse progresivamente a la oferta turística de Bucaramanga.

Como resultado de la discusión se consolidó el problema central relacionado con la limitada promoción de la oferta turística comunitaria, la débil apropiación del patrimonio cultural e histórico, la insuficiente visibilización de rutas y experiencias locales y las condiciones de seguridad que afectan la consolidación de iniciativas de turismo comunitario.

La pregunta estratégica permitió, por tanto, ampliar el análisis más allá de la promoción turística y reconocer que el Turismo Comunitario requiere fortalecer simultáneamente identidad, participación, seguridad, gobernanza, capacidades locales y competitividad territorial.

4. Mesa de Trabajo de Turismo Gastronómico

El proceso participativo correspondiente al Turismo Gastronómico se desarrolló en dos momentos, los días 26 de junio y 23 de julio de 2026, permitiendo profundizar progresivamente en la identificación, discusión y validación de las problemáticas que afectan al sector gastronómico como componente estratégico de la actividad turística de Bucaramanga.

La metodología inició con la presentación del proceso de formulación de la Política Pública de Turismo y la contextualización de la importancia de la gastronomía como producto turístico. Posteriormente, se presentó el árbol de problemas, explicando a los participantes la relación entre causas, problema central y efectos.

Pregunta estratégica planteada

La pregunta orientadora de la mesa fue:

> **¿Qué estrategias de innovación y transformación digital se requieren para mitigar la debilidad económica del sector y posicionar la gastronomía como un producto estratégico de la ciudad?**

La pregunta permitió orientar la discusión hacia la necesidad de analizar la gastronomía desde una perspectiva económica, turística, empresarial, cultural y de innovación.

Los participantes identificaron como principales dificultades los altos costos operativos, las cargas tributarias, la inseguridad, las dificultades de movilidad y acceso, la reducción de ventas, el cierre progresivo de establecimientos y las dificultades para posicionar la oferta gastronómica como producto turístico.

Uno de los aportes centrales fue la propuesta de fortalecer el posicionamiento de Bucaramanga como “Capital del Sabor”, reconociendo que la gastronomía puede convertirse en un elemento diferenciador del destino.

También se planteó la importancia de trabajar inicialmente con zonas gastronómicas que ya cuentan con oferta consolidada, desarrollando planes piloto que permitan evaluar modelos de intervención y posteriormente ampliar las acciones hacia otros sectores de la ciudad.

Los participantes resaltaron igualmente la necesidad de evitar que el desarrollo de corredores gastronómicos se concentre en zonas con condiciones de inseguridad o dificultades de acceso, planteando la importancia de acompañar cualquier estrategia de promoción con acciones de seguridad, movilidad, iluminación, parqueaderos, espacio público e infraestructura.

Un aporte especialmente relevante fue la relación entre gastronomía y Turismo MICE. Los participantes señalaron que las empresas y organizadores de eventos reconocen debilidades en la oferta gastronómica

disponible para complementar congresos, convenciones y eventos empresariales. Por esta razón, se planteó la necesidad de articular restaurantes, hoteles, operadores turísticos y organizadores de eventos para desarrollar experiencias gastronómicas asociadas al turismo de reuniones.

Durante las discusiones también se utilizaron experiencias de otras ciudades como referentes para identificar mecanismos de promoción y financiación. Se destacó la importancia de los festivales gastronómicos como instrumentos capaces de generar flujo de visitantes, visibilización mediática y posicionamiento del destino.

Los participantes también plantearon la necesidad de estudiar mecanismos de financiación permanente para la promoción turística y gastronómica, así como fortalecer la articulación entre el sector público, empresarios, gremios, productores y demás actores de la cadena de valor.

Como resultado del proceso participativo, se consolidó el problema relacionado con las dificultades que presenta Bucaramanga para consolidar y posicionar su oferta gastronómica como un producto turístico competitivo, situación asociada a factores económicos, de seguridad, movilidad, infraestructura, continuidad empresarial, promoción y articulación sectorial.

4.4 Triangulación e integración del diagnóstico

La triangulación del diagnóstico de la Política Pública de Turismo de Bucaramanga permitió contrastar y relacionar los hallazgos obtenidos mediante las mesas de trabajo de Turismo MICE, Turismo Accesible, Turismo Comunitario y Turismo Gastronómico, junto con los análisis técnicos, antecedentes sectoriales y ejercicios de identificación de problemas desarrollados durante el proceso de formulación.

Este ejercicio permitió establecer que las problemáticas identificadas por los diferentes actores no corresponden a situaciones aisladas ni exclusivas de una determinada modalidad turística. Por el contrario, se evidenciaron situaciones recurrentes y factores estructurales que atraviesan transversalmente los diferentes segmentos del turismo, particularmente en materia de gobernanza, infraestructura, conectividad, accesibilidad, promoción, competitividad, fortalecimiento empresarial, seguridad, apropiación territorial y continuidad.

La triangulación permitió identificar, por ejemplo, que la débil articulación institucional y sectorial señalada en el Turismo MICE se relaciona directamente con las dificultades de coordinación identificadas en el Turismo Comunitario y Gastronómico, así como con la limitada implementación de acciones de accesibilidad universal. De igual manera, las deficiencias de infraestructura y movilidad no afectan únicamente a los visitantes que participan en eventos, sino que constituyen barreras transversales para las personas con discapacidad, las comunidades que desarrollan experiencias turísticas y los visitantes que acceden a zonas y establecimientos gastronómicos.

Asimismo, las dificultades de promoción y posicionamiento del destino aparecen como un elemento común. En el Turismo MICE se relacionan con la limitada promoción especializada de Bucaramanga como destino de reuniones y eventos; en el Turismo Comunitario, con la baja visibilización de rutas, experiencias y emprendimientos locales; en el Turismo Gastronómico, con la necesidad de posicionar la ciudad como

destino gastronómico; y en el Turismo Accesible, con la necesidad de comunicar adecuadamente la oferta accesible disponible.

La triangulación también evidenció que las dificultades de infraestructura, movilidad, seguridad y espacio público tienen efectos directos sobre la experiencia turística y sobre la competitividad del destino. Estas condiciones inciden en la posibilidad de atraer eventos de gran formato, acceder a atractivos y experiencias, recorrer territorios comunitarios y consolidar corredores gastronómicos.

Por otra parte, los aportes de las mesas permitieron identificar una relación estrecha entre fortalecimiento empresarial, innovación, transformación digital y viabilidad económica. Las dificultades económicas expresadas por el sector gastronómico, las necesidades de fortalecimiento de los prestadores vinculados al MICE y las necesidades de capacitación de actores comunitarios muestran que la competitividad turística de Bucaramanga requiere fortalecer las capacidades empresariales y organizativas de los diferentes actores de la cadena de valor.

En este sentido, la triangulación permitió pasar de una lectura fragmentada por tipos de turismo hacia una comprensión integral del sistema turístico de Bucaramanga, identificando problemas comunes y particularidades de cada segmento que deben ser abordados de manera articulada mediante la política pública.

Tabla 30. Triangulación del diagnóstico turístico

Dimensión	Situaciones recurrentes	Evidencia convergente	Lectura diagnóstica integrada
Gobernanza, articulación institucional y sectorial	Débil coordinación entre entidades públicas, sector privado, gremios, academia y comunidades; ausencia o debilidad de espacios permanentes de articulación; acciones sectoriales fragmentadas; limitada continuidad en la gestión turística.	Mesas de Turismo MICE, Accesible, Comunitario y Gastronómico; diagnóstico sectorial y ejercicios de formulación de la política pública.	La gestión turística de Bucaramanga presenta una articulación institucional y sectorial insuficiente para coordinar de manera permanente las acciones, recursos, responsabilidades y decisiones necesarias para consolidar un destino turístico competitivo, incluyente y responsable.
Infraestructura turística, urbana y espacio público	Infraestructura insuficiente o desarticulada; limitaciones para eventos de gran formato; barreras físicas de accesibilidad; deficiencias en espacios gastronómicos; necesidad de recuperación y adecuación del espacio público; insuficiencia de equipamientos especializados.	Mesas MICE, Accesible, Comunitario y Gastronómico; árboles de problemas y diagnóstico técnico.	**Las limitaciones de infraestructura turística y urbana reducen la capacidad de Bucaramanga para ofrecer experiencias competitivas, accesibles y de calidad, afectando tanto la atracción de visitantes como el desarrollo de productos turísticos especializados.**
Movilidad, conectividad y accesibilidad universal	Baja conectividad aérea; dificultades de movilidad urbana; transporte adaptado insuficiente; señalización limitada; barreras físicas y comunicativas; dificultades de acceso a zonas turísticas y gastronómicas.	Mesas MICE y Accesible; aportes de Turismo Comunitario y Gastronómico; diagnóstico técnico.	**Las deficiencias en conectividad, movilidad y accesibilidad constituyen barreras transversales que afectan la llegada, circulación y permanencia de los visitantes y limitan la consolidación de Bucaramanga como destino turístico competitivo e incluyente.**

Dimensión	Situaciones recurrentes	Evidencia convergente	Lectura diagnóstica integrada
Competitividad, promoción y posicionamiento del destino	Promoción insuficiente y fragmentada; bajo posicionamiento nacional e internacional; limitada promoción especializada; poca visibilidad de experiencias comunitarias y gastronómicas; necesidad de fortalecer la imagen turística de Bucaramanga.	Mesas MICE, Comunitario y Gastronómico; diagnóstico y ejercicios de posicionamiento turístico.	**Bucaramanga presenta dificultades para posicionar de manera diferenciada su oferta turística y comunicar sus atributos y productos especializados, lo que limita su capacidad para competir con otros destinos nacionales e internacionales.**
Fortalecimiento empresarial y desarrollo económico	Altos costos operativos; dificultades de acceso a financiación; baja capacidad empresarial; necesidad de asistencia técnica; insuficiente formalización y fortalecimiento de emprendimientos; cierre de establecimientos gastronómicos.	Especialmente mesa de Turismo Gastronómico; aportes de MICE y Comunitario; diagnóstico económico-sectorial.	La limitada capacidad empresarial y las condiciones económicas adversas afectan la continuidad de los prestadores y emprendimientos turísticos, restringiendo la generación de empleo, inversión, innovación y crecimiento de la cadena de valor turística.
Desarrollo del turismo comunitario, identidad y apropiación territorial	Baja visibilización de rutas y experiencias; débil apropiación del patrimonio; limitada participación comunitaria; necesidad de formación de líderes; problemas de seguridad en algunos territorios; escaso reconocimiento de iniciativas locales.	Mesa de Turismo Comunitario; aportes territoriales y diagnóstico del segmento.	**El turismo comunitario presenta un potencial territorial y cultural que aún no se encuentra plenamente integrado a la oferta turística de Bucaramanga debido a limitaciones de promoción, capacidades, articulación, seguridad y apropiación del patrimonio.**
Turismo accesible e inclusión	Falta de transporte adaptado; infraestructura con barreras; señalización accesible insuficiente; limitada formación en atención incluyente; escasez de recursos; baja implementación de criterios de diseño universal.	Mesa de Turismo Accesible; árbol de problemas y diagnóstico sectorial.	**La accesibilidad turística no se encuentra incorporada de manera transversal en la planificación y gestión del destino, generando barreras que restringen la participación plena de personas con discapacidad y movilidad reducida.**
Turismo gastronómico y fortalecimiento de la oferta	Altos costos; cargas tributarias; inseguridad; dificultades de movilidad y parqueo; cierre de establecimientos; débil posicionamiento; necesidad de corredores y rutas gastronómicas; baja articulación entre actores.	Mesas de Turismo Gastronómico del 26 de junio y 23 de julio de 2026; aportes de empresarios y actores sectoriales.	**La gastronomía cuenta con potencial para constituirse en un producto turístico estratégico, pero enfrenta condiciones económicas, territoriales, institucionales y de promoción que limitan su consolidación y competitividad.**
Turismo MICE y capacidad para eventos	Limitada infraestructura para eventos de gran formato; baja conectividad; dificultades de movilidad; promoción especializada insuficiente; necesidad de mayor articulación entre actores; debilidad en oferta complementaria.	Mesa de Turismo MICE del 18 de junio de 2026; diagnóstico del segmento.	**Bucaramanga dispone de capacidades y actores vinculados al turismo de reuniones, pero persisten restricciones de infraestructura, conectividad, promoción y gobernanza que disminuyen su capacidad para competir por eventos nacionales e internacionales.**
Innovación, transformación digital e inteligencia	Uso limitado de herramientas digitales; necesidad de plataformas de promoción y	Mesas de MICE y Gastronómico; propuestas de	**La transformación digital y el uso estratégico de información constituyen oportunidades aún**

Dimensión	Situaciones recurrentes	Evidencia convergente	Lectura diagnóstica integrada
turística	comercialización; baja utilización de datos para la toma de decisiones; necesidad de innovación en productos y servicios.	fortalecimiento de los cuatro segmentos.	**insuficientemente aprovechadas para mejorar la promoción, comercialización, gestión y toma de decisiones del destino.**
Seguridad y condiciones territoriales para la actividad turística	Percepción de inseguridad; dificultades en algunos barrios y corredores; iluminación insuficiente; necesidad de recuperación del espacio público; afectación de la experiencia turística.	Principalmente Turismo Comunitario y Gastronómico; aportes de MICE y diagnóstico territorial.	Las condiciones de seguridad y percepción territorial inciden directamente en la decisión de visita, permanencia y desplazamiento de los turistas, constituyéndose en un factor transversal de competitividad y continuidad del destino.
gestión ambiental responsable, social y económica	Necesidad de incorporar buenas prácticas ambientales; reducción de desperdicios; fortalecimiento de continuidad empresarial; inclusión social; necesidad de integrar criterios responsables en eventos y servicios turísticos.	Propuestas de los segmentos MICE, Comunitario, Accesible y Gastronómico; diagnóstico sectorial.	La continuidad requiere pasar de acciones aisladas a un enfoque transversal que integre dimensiones ambientales, sociales, culturales y económicas en la planificación y prestación de servicios turísticos.

Elaboración propia con base en la triangulación de los aportes de las mesas de trabajo de Turismo MICE, Turismo Accesible, Turismo Comunitario y Turismo Gastronómico, árboles de problemas, diagnóstico técnico y documentos de sistematización del proceso de formulación de la Política Pública de Turismo de Bucaramanga

4.5 Árbol integrado de problemas

En la parte central del árbol se ubica el problema principal, el cual sintetiza la situación que enfrenta la ciudad: Bucaramanga presenta limitaciones para consolidarse como un destino turístico competitivo, responsable, accesible e innovador, debido a debilidades en la gobernanza del sector, la infraestructura turística, la conectividad, la promoción del destino, el fortalecimiento empresarial y la articulación entre los diferentes actores que participan en la actividad turística. Esta situación dificulta el aprovechamiento de las potencialidades del municipio y limita la consolidación de una oferta turística diversa y de calidad.

Figura 1. Árbol integrado de problemas de la Política Pública de Turismo de Bucaramanga



Política Pública de Turismo de Bucaramanga

Fuente: elaboración propia con base en la triangulación de las mesas de turismo accesible, MICE, gastronómico y comunitario.

Las raíces del árbol representan las causas estructurales que originan el problema central. Estas causas evidencian que las dificultades del turismo no obedecen a un único factor, sino a un conjunto de condiciones institucionales, económicas, sociales y de infraestructura que requieren una intervención coordinada.

La primera causa corresponde a la débil gobernanza y articulación institucional del turismo. Se evidencia una limitada coordinación entre las entidades públicas, el sector privado, la academia, los gremios y las

comunidades, lo que dificulta la planificación conjunta, la toma de decisiones y la ejecución de proyectos estratégicos. Asimismo, la ausencia de espacios permanentes de coordinación y seguimiento reduce la capacidad institucional para gestionar recursos, promover inversiones y consolidar una visión compartida del desarrollo turístico del municipio.

La segunda causa hace referencia a la insuficiente infraestructura turística y la baja accesibilidad. Aunque Bucaramanga cuenta con importantes atractivos y una ubicación estratégica, aún existen deficiencias en la infraestructura destinada al turismo, tales como espacios públicos poco adecuados, limitada señalización turística, infraestructura insuficiente para congresos y eventos, plazas y corredores gastronómicos que requieren modernización y condiciones de accesibilidad que aún no garantizan la inclusión plena de las personas con discapacidad o movilidad reducida. Estas limitaciones afectan la calidad de la experiencia turística y reducen la competitividad del destino.

Como tercera causa se identifican las deficiencias en movilidad y conectividad, reflejadas en la limitada conectividad aérea nacional e internacional, la baja integración del transporte público con los principales atractivos turísticos, la insuficiencia de transporte accesible y las dificultades de movilidad en diferentes corredores turísticos. Estas condiciones restringen el acceso de visitantes y disminuyen la capacidad del municipio para competir con otros destinos turísticos nacionales e internacionales.

La cuarta raíz corresponde a la baja competitividad, innovación y fortalecimiento empresarial. Muchos prestadores de servicios turísticos presentan limitaciones para acceder a procesos de capacitación, transformación digital, asistencia técnica, certificaciones de calidad, innovación y mecanismos de financiación. Esta situación reduce la productividad del sector, limita la diversificación de productos turísticos y dificulta la generación de nuevas oportunidades económicas para empresarios y emprendedores.

La quinta causa es la débil promoción y posicionamiento turístico del municipio. Bucaramanga aún presenta una limitada presencia en mercados especializados, una estrategia de promoción insuficiente y un bajo aprovechamiento de herramientas digitales para la comercialización de sus productos turísticos. Esta situación afecta especialmente la visibilidad de segmentos estratégicos como el turismo de reuniones (MICE), el turismo gastronómico, el turismo comunitario y el turismo accesible, reduciendo la capacidad del destino para atraer nuevos visitantes e inversiones.

Como sexta causa se identifica la baja apropiación y diversificación de la oferta turística. Aunque el municipio dispone de un importante patrimonio cultural, gastronómico y comunitario, este no ha sido plenamente integrado dentro de productos turísticos estructurados y competitivos. La limitada articulación entre cultura, gastronomía, patrimonio, naturaleza y comunidad restringe la creación de experiencias diferenciadas capaces de incrementar la permanencia y el gasto de los visitantes.

Finalmente, la séptima causa corresponde a las limitaciones en inclusión, continuidad y seguridad turística. Persisten barreras físicas, comunicativas y actitudinales que dificultan el acceso universal al turismo, así como una limitada implementación de prácticas ambientales responsables y desafíos relacionados con la seguridad y la apropiación ciudadana de algunos espacios turísticos. Estos factores afectan tanto la percepción del destino como la calidad de la experiencia ofrecida a residentes y visitantes.

En la parte superior del árbol se presentan las consecuencias o efectos derivados de estas problemáticas. La primera de ellas es la disminución de la competitividad del destino frente a otras ciudades que han fortalecido su infraestructura, conectividad y estrategias de promoción. Como resultado, Bucaramanga enfrenta dificultades para atraer eventos nacionales e internacionales, incrementar el flujo de visitantes y posicionarse dentro de los principales destinos turísticos del país.

Otra consecuencia importante es la reducción de la generación de empleo, ingresos e inversión, ya que un sector turístico poco competitivo limita el crecimiento empresarial, disminuye las oportunidades para emprendedores y reduce el impacto económico que el turismo puede generar sobre otros sectores productivos como el comercio, el transporte, la cultura y la gastronomía.

De igual manera, las debilidades identificadas afectan la permanencia y el gasto promedio de los turistas, quienes encuentran una oferta menos diversificada y con menores niveles de articulación entre productos y experiencias. Esto repercute directamente en la rentabilidad del sector y en la capacidad del turismo para dinamizar la economía local.

Asimismo, la insuficiente promoción y consolidación de los diferentes segmentos turísticos genera una pérdida de oportunidades para el desarrollo social, cultural y territorial, limitando el reconocimiento del patrimonio local, la participación de las comunidades, el fortalecimiento de la identidad cultural y la preservación de los saberes tradicionales.

En términos generales, el árbol de problemas demuestra que las dificultades del turismo en Bucaramanga son de carácter multidimensional y requieren una respuesta integral que combine acciones de gobernanza, inversión en infraestructura, fortalecimiento empresarial, transformación digital, continuidad, accesibilidad, promoción y participación ciudadana. Esta visión integral justifica la formulación de una Política Pública de Turismo con horizonte de largo plazo, orientada a consolidar a Bucaramanga como un destino competitivo, innovador, responsable e incluyente, capaz de generar desarrollo económico, fortalecer el patrimonio cultural y mejorar la calidad de vida de la población mediante el aprovechamiento responsable de su potencial turístico.

4.6 Sistematización de las mesas de participación

Tabla 31. Sistematización de las mesas de participación

Fecha	Escenario	Lugar	Participación documentada	Perfiles representados	Enfoque específico
16-JUNIO	Mesa de Trabajo - Turismo MICE	Instituto municipal de cultura y turismo Café libro primer piso	7 participantes	Representantes del Instituto Municipal de Cultura y Turismo (IMCT), COTELCO, Destino Santander, CENFER, Neomundo, Oficina de Asuntos Internacionales (OFAI), Secretaría de Planeación, empresarios del sector turístico, gremios, academia y equipo técnico de planificación.	Diagnóstico participativo orientado a identificar las principales problemáticas y oportunidades del Turismo MICE. Se validaron aspectos relacionados con gobernanza, articulación público-privada, infraestructura para eventos, conectividad, promoción del destino, competitividad, innovación, transformación digital y posicionamiento de Bucaramanga como destino

Fecha	Escenario	Lugar	Participación documentada	Perfiles representados	Enfoque específico
					de reuniones, incentivos, congresos y eventos.
18-JUNII	Mesa de Trabajo - Turismo Accesible	Instituto municipal de cultura y turismo Café libro primer piso	16 participantes	Personas con discapacidad, organizaciones sociales, fundaciones, representantes del sector turístico, operadores turísticos, academia, entidades públicas, gremios, IMCT y demás actores relacionados con la accesibilidad universal.	Espacio de participación orientado a identificar barreras físicas, comunicativas, tecnológicas y actitudinales que limitan el desarrollo del turismo accesible. Se priorizaron acciones relacionadas con accesibilidad universal, infraestructura incluyente, movilidad, señalización, tecnologías accesibles, capacitación, sensibilización, gobernanza y fortalecimiento de la oferta turística para personas con discapacidad y movilidad reducida.
19-JUNIO	Mesa de Trabajo - Turismo Comunitario	Instituto municipal de cultura y turismo Café libro primer piso	23 participantes	Líderes comunitarios, Juntas de Acción Comunal, organizaciones sociales, gestores culturales, emprendedores turísticos, academia, entidades públicas, IMCT y representantes de procesos comunitarios.	Diagnóstico participativo sobre apropiación del patrimonio cultural, fortalecimiento de la identidad territorial, participación ciudadana, seguridad turística, recuperación de espacios públicos, fortalecimiento de rutas comunitarias, promoción de experiencias locales, articulación institucional y desarrollo del turismo comunitario como estrategia de desarrollo económico y social.
26 JUNIO Y 23 DE JULIO	Mesa de Trabajo - Turismo Gastronómico	Instituto municipal de cultura y turismo Café libro primer piso	16 participantes	Restaurantes, cocineros tradicionales, chefs, productores agroalimentarios, emprendedores gastronómicos, operadores turísticos, gremios, Cámara de Comercio, academia, entidades públicas, IMCT y demás actores de la cadena de valor gastronómica.	Diagnóstico participativo para fortalecer el turismo gastronómico mediante la identificación de problemáticas y oportunidades relacionadas con la preservación del patrimonio gastronómico, diseño de rutas culinarias, fortalecimiento empresarial, asistencia técnica, innovación, transformación digital, continuidad, promoción del destino, comercialización y articulación entre productores, restaurantes y operadores turísticos.

El proceso de formulación de la Política Pública de Turismo de Bucaramanga se fundamentó en un ejercicio participativo que permitió vincular a los principales actores relacionados con el desarrollo turístico del municipio. Con el propósito de construir una política pública basada en las necesidades, expectativas y oportunidades identificadas por el territorio, se desarrollaron diferentes mesas de trabajo especializadas, organizadas de acuerdo con los cuatro ejes estratégicos turísticos priorizados: Turismo

MICE, Turismo Accesible, Turismo Comunitario y Turismo Gastronómico. Estas mesas constituyeron el principal mecanismo de participación ciudadana para la construcción colectiva del diagnóstico y la definición de las líneas estratégicas de la política pública.

El cuadro de sistematización resume la información más relevante de cada una de estas jornadas de trabajo, presentando aspectos como la fecha de realización, el escenario de participación, el lugar donde se desarrolló la actividad, el número de participantes registrados, los perfiles representados y el enfoque específico abordado en cada mesa. Esta sistematización permite evidenciar la diversidad de actores convocados, el carácter participativo del proceso y la metodología empleada para recoger los aportes de los diferentes sectores vinculados al turismo en Bucaramanga.

La Mesa de Turismo MICE reunió representantes de entidades públicas, gremios, empresarios, academia y organizaciones relacionadas con la organización de reuniones, congresos, convenciones, ferias e incentivos. Durante este espacio se identificaron las principales limitaciones que enfrenta Bucaramanga para consolidarse como un destino competitivo para el turismo de reuniones, entre ellas la necesidad de fortalecer la gobernanza turística, mejorar la infraestructura especializada, ampliar la conectividad aérea y terrestre, consolidar estrategias de promoción nacional e internacional y fortalecer la articulación entre los diferentes actores del sector. Los aportes obtenidos permitieron construir un diagnóstico participativo orientado a incrementar la competitividad del municipio dentro del mercado nacional e internacional de eventos.

Por su parte, la Mesa de Turismo Accesible se constituyó como un escenario de diálogo entre organizaciones de personas con discapacidad, prestadores de servicios turísticos, instituciones públicas, academia y representantes de la sociedad civil. El objetivo principal fue identificar las barreras físicas, comunicativas, tecnológicas y actitudinales que actualmente limitan el acceso universal al turismo en Bucaramanga. A partir de este ejercicio se priorizaron acciones relacionadas con la implementación de infraestructura accesible, el fortalecimiento de la señalización incluyente, la capacitación del talento humano, el desarrollo de herramientas tecnológicas, la movilidad accesible y la incorporación del enfoque de accesibilidad universal en la planificación turística del municipio.

La Mesa de Turismo Comunitario permitió la participación de líderes comunitarios, organizaciones sociales, gestores culturales, representantes de Juntas de Acción Comunal, academia, entidades públicas y emprendedores locales. Durante este espacio se analizaron las principales problemáticas relacionadas con la baja apropiación del patrimonio cultural, la limitada participación ciudadana en la planificación turística, la necesidad de fortalecer la seguridad en los territorios con potencial turístico y la escasa promoción de las experiencias comunitarias. Asimismo, se destacó la importancia de fortalecer la identidad cultural, promover la recuperación de espacios públicos, consolidar rutas comunitarias y generar procesos permanentes de formación y fortalecimiento organizacional que permitan convertir el turismo comunitario en una estrategia de desarrollo local responsable.

En la Mesa de Turismo Gastronómico participaron representantes de restaurantes, cocineros tradicionales, productores agroalimentarios, empresarios gastronómicos, operadores turísticos, gremios, academia y entidades públicas. Este espacio permitió reconocer la gastronomía como uno de los principales factores

de identidad y diferenciación del destino Bucaramanga. Los participantes identificaron la necesidad de fortalecer el patrimonio gastronómico, mejorar la articulación entre productores locales y establecimientos gastronómicos, diseñar rutas culinarias, impulsar festivales y eventos especializados, promover procesos de innovación y transformación digital, fortalecer la asistencia técnica y empresarial, facilitar el acceso a programas de financiación y desarrollar estrategias de promoción que posicionen a Bucaramanga como un destino gastronómico competitivo a nivel nacional e internacional.

La participación de estos actores permitió consolidar un proceso de construcción colectiva caracterizado por el diálogo, la concertación y la validación de las principales problemáticas del sector turístico. A través de metodologías participativas se identificaron las causas estructurales que afectan el desarrollo del turismo en Bucaramanga, así como las oportunidades y acciones necesarias para fortalecer cada uno de los segmentos estratégicos priorizados. Los resultados obtenidos en estas mesas sirvieron como base para la elaboración del diagnóstico territorial, la construcción del árbol de problemas, la formulación de objetivos estratégicos, la definición de líneas de acción y la estructuración del plan de implementación de la Política Pública de Turismo.

En términos generales, el cuadro de sistematización evidencia que el proceso de formulación de la Política Pública de Turismo de Bucaramanga fue desarrollado bajo un enfoque de gobernanza participativa, promoviendo la vinculación de actores públicos, privados, académicos y comunitarios. Este ejercicio permitió garantizar que las decisiones incorporadas en la política pública respondieran a las necesidades reales del territorio, fortaleciendo la legitimidad del proceso y consolidando una hoja de ruta orientada a posicionar a Bucaramanga como un destino turístico competitivo, responsable, accesible, innovador e incluyente, capaz de generar desarrollo económico, fortalecer el patrimonio cultural y mejorar la calidad de vida de la población mediante el turismo

5. Seguimiento y evaluación

El seguimiento de la política se realizará a partir del plan de acción, mediante indicadores de producto y resultado asociados a cada eje estratégico. Las entidades responsables deberán reportar avances, dificultades, recursos ejecutados y evidencias de cumplimiento con la periodicidad definida por la instancia de coordinación turística.

La evaluación deberá valorar la pertinencia, eficacia, eficiencia y resultados de las intervenciones, así como los cambios observados en accesibilidad, competitividad MICE, fortalecimiento gastronómico y participación comunitaria. Los resultados servirán para ajustar metas, responsables y mecanismos de articulación sin alterar la finalidad de la política.

6. Financiamiento

La implementación se financiará mediante la articulación de recursos municipales, proyectos de inversión, cooperación, alianzas con actores públicos y privados y demás fuentes legalmente disponibles. La programación presupuestal anual deberá guardar correspondencia con las metas del plan de acción y con las competencias de las entidades responsables.