

Implementación de destinos turísticos inteligentes en el departamento del Meta: ¿solución o desafío?¹

Implementation of smart destinations in the department of Meta: solution or challenge?

Aura Luz Rodríguez *, Darwin Josué Meléndez Cox *

Recibido: 14 - 12 - 2020 / Aceptado: 14 - 12 - 2020 / Publicado: 01 - 02 - 2021

Resumen

El sector turístico se ha convertido en una actividad prometedora que mejora las condiciones territoriales y de crecimiento en los destinos. A raíz de ese gran potencial, se diseñó una alternativa vanguardista que va en la misma línea digital del mundo actual y de los viajeros internautas; esta se refiere a los *smart destinations* o destinos turísticos inteligentes (DTI), generado por el Gobierno Español en el 2012, como alternativa para fortalecer los destinos y volverlos más competitivos. Es así que el presente artículo hace un análisis de las condiciones del departamento del Meta, para determinar su avance con respecto al modelo DTI. La metodología utilizada es exploratoria – deductiva con un enfoque mixto, recurriendo a fuentes secundarias para brindar una aproximación del territorio. De esta manera, se pudo concluir que por supuesto los DTI son una gran solución para los destinos que adoptan dicho modelo, pero con respecto al Departamento, aún no está preparado.

Abstract

The tourism sector has become a promising activity that improves territorial conditions and growth in destinations. As a result of this great potential, an avant-garde alternative was designed that follows the same digital line of the current world and of Internet travelers; this refers to *smart destinations*, generated by the Spanish Government in 2012, as an alternative to strengthen destinations and make them more competitive. Thus, this article analyzes the conditions of the Meta department to determine its progress, with respect to the DTI model. The methodology used is exploratory - deductive with a mixed approach, resorting to secondary sources to provide an approximation of the territory. In this way, it could be concluded that, of course, DTIs are a great solution for destinations that adopt this model, but with respect to the Department, it is not yet ready.

Palabras claves:

Competitividad, destinos turísticos inteligentes, gobernanza, turismo.

Cómo citar: Rodríguez, A. y Meléndez Cox, D. (2020). Implementación de destinos turísticos inteligentes en el departamento del Meta: ¿solución o desafío? *Opinión Pública*, 15, 9-20.

Key words:

Competitiveness, smart destinations, governance, tourism.

Declaración de conflictos

de interés: los autores declaran no tener ningún conflicto de interés

¹ Este artículo se desarrolla en el marco del proyecto de investigación denominado: Análisis para la implementación de un modelo de Destino Turístico Rural Inteligente, como alternativa empresarial y de desarrollo sostenible en territorios priorizados por el conflicto armado: caso municipio de Mesetas del departamento del Meta, adscrito al Grupo de Investigación GIDECER de la Escuela de Ciencias Administrativas de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN.

* Profesional en Negocios Internacionales y estudiante de Maestría en Economía Solidaria para el Desarrollo Territorial. Docente de investigación de la Facultad de Administración de Empresas de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN Regional Meta. Contacto: aura_rodriguez@cun.edu.co

** Licenciado en Filosofía, Pensamiento Político y Económico y Licenciado en Filosofía y Educación Religiosa. Magíster en Ciencias Económicas de la Universidad Santo Tomás. Profesor e investigador de la Universidad Santo Tomás (Villavicencio, Meta). Contacto: darwinmelendez@usantotomas.edu.co

Introducción

El presente manuscrito refleja el análisis realizado al departamento del Meta como territorio susceptible de implementar el modelo de los destinos turísticos inteligentes (DTI) impartido desde el 2012 por España, o si, en caso de no ser susceptible, es una gran alternativa para mejorar la competitividad y desarrollo regional, pero no se cuenta con la infraestructura adecuada para hacer frente al nuevo paradigma turístico mundial.

De esta manera, se inicia con una aproximación conceptual del término “destinos turísticos inteligentes” o *Smart destinations*, para después proseguir con un análisis del contexto, contemplando la normatividad turística en Colombia, el turismo en Colombia, el turismo en el departamento del Meta y, por último, se contemplan los factores del territorio para determinar si el Departamento puede llegar a ser un DTI.

Destinos turísticos inteligentes: origen y concepto
El concepto nació en el año 2012 y fue impulsado por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo de España, en pro de fortalecer y posicionar aún más el destino, teniendo en cuenta que España es muy bien reconocido en el mercado turístico internacional por su excelente dedicación y prestigio en más de cincuenta años. Y en razón a esa experiencia, quiso innovar en la forma de desarrollar el turismo, a la vanguardia de las nuevas exigencias del mercado y de los viajeros internautas, cada vez más motivados por el uso de las TIC. De esa manera, un destino turístico inteligente se definió por SEGITTUR (SEGITTUR, 2015, p.32 y SEGITTUR, 2020, p.7) y el Subcomité de Normalización de Aenor, como:

Un espacio turístico innovador, accesibles para todos, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y la calidad de vida

de los residentes [...] comprometiéndose con el cumplimiento de los ODS de las Naciones Unidas.

Otro concepto es el de Romero (2012), difundido en una ponencia del Saló Internacional del Turismo, en la cual sostuvo que un destino turístico Inteligentes es “un destino comprometido con su entorno medioambiental, cultural y socioeconómico, en el que sus infraestructuras están dotadas de soluciones tecnológicas avanzadas que facilitan la interacción entre los turistas y el destino” (p.4).

Ese mismo concepto, pero para la Organización Mundial del Turismo, refiere a la “clave para el desarrollo sostenible y contribuyen, no solo a introducir mejoras para el sector turístico, sino también para el conjunto de la sociedad” (SEGITTUR, 2020, p.7).

Dado lo anterior, se incorporó el nuevo paradigma a la política turística española por medio del Plan Nacional e Integral de Turismo 2012 - 2015 (INVAT-TUR, Universidad de Alicante e Instituto Universitaria de Investigaciones Turísticas, 2015), llevando a cabo proyectos pilotos en destinos turísticos ubicados en España.

Es de resaltar que, al inicio del desarrollo de las políticas se determinaron cuatro ejes estratégicos, a saber: la innovación, la tecnología, la accesibilidad universal y la sostenibilidad (Rojas, 2019; SEGITTUR, 2015), en donde la gobernanza era un factor transversal; no obstante, tras los ajustes realizados al modelo de *Smart destination*, se añadió la gobernanza como un quinto eje, ya que, al igual que sucede con los ejes anteriores, se complementa y sin la gestión de este elemento son imposibles los cambios estructurales en el turismo (Ivars-Baidal *et al.*, 2017).

A continuación, se identifican los elementos de estudios de cada uno de los ejes. En el caso de la gobernanza, se mide la visión estratégica e implementación; la gestión eficiente; la gestión transparente,

abierta y participativa; y la gestión responsable y controlada de los gobernantes. La innovación se centra en los procesos de gestión; los productos y servicios; la comercialización y el marketing; y la formación. La tecnología se enfoca en las tecnologías aplicadas a la gobernanza; tecnologías aplicadas al marketing turístico; infraestructura tecnológica del destino; y los sistemas de conocimiento turístico.

La sostenibilidad se implementa en la gestión de la sostenibilidad turística; la conservación del patrimonio cultural; la conservación medioambiental; y en el desarrollo económico y social. Y, por último, la accesibilidad se relaciona con el marco normativo; la gestión de la accesibilidad; la implantación en el destino, y las herramientas tecnológicas para acceder a los destinos turísticos (SEGITTUR, 2020).

Metodología

La metodología utilizada en el presente artículo es exploratoria – deductiva, con enfoque mixto. Se enmarca en el proyecto de investigación “Análisis para la implementación de un modelo de Destino Turístico Rural Inteligente, como alternativa empresarial y de desarrollo sostenible en territorios priorizados por el conflicto armado: caso municipio de Mesetas del departamento del Meta”.

Para este manuscrito se hizo una revisión de fuentes secundarias con el objetivo de abordar el origen

y aproximación conceptual de los destinos turísticos inteligentes – DTI. Después de eso, hacer una identificación normativa y contextual del turismo en Colombia y en el departamento del Meta. Dicha información permitió analizar si el modelo de los DTI aplicado al Meta es una alternativa de desarrollo sostenible y competitivo para impulsar el sector, o si, todo lo contrario, existen diversos retos y desafíos a enfrentar en el territorio, antes de imaginarlo como un *smart destination* y que pueda aportar a la gestión turística.

Resultados

Normatividad turística en Colombia

En relación con la legislación colombiana, a partir de la Ley 63 de 1989, el turismo en Colombia hace parte integral del Sistema de Turismo Mundial y, por tanto, adopta sus principios universales, generando toda una política pública para el sector turismo en el país; lo cual otorga legitimidad y garantías a todo tipo de organización que busque articular a los actores del sector en pro de la promoción y desarrollo del sistema turístico, en cualquier región del País.

En concordancia con lo anterior, la Ley 300 de 1996 –considerada la Ley marco del Turismo en Colombia– establece, en su artículo 14, el principio de armonía regional, que brinda potestad a las entidades

territoriales (regiones y provincias) de ejercer sus funciones constitucionales y legales, relacionadas con el turismo de manera coordinada y armónica, con sujeción a las normas de carácter superior y a las directrices de la política nacional turística, a fin de garantizar un manejo unificado, racional y coherente del turismo. La Ley 300 de 1996 contempló figuras de asociación, tales como los círculos metropolitanos turísticos, e igualmente, desde 2016, MinCIT creó la figura de corredores turísticos, que son una estrategia de integración territorial, promovida en conjunto con las gobernaciones del país, que articula iniciativas en materia de gestión y promoción turística regional (MinCIT, 2016). Actualmente, se cuenta con 12 corredores en tres fases de desarrollo (Ana-

to, 2016). La fase I hace referencia a departamentos que deben enfocarse en la adecuación de la oferta; la fase II, a departamentos con atracción nacional; la fase III, a departamentos con atracción internacional. Es de precisar que el departamento del Meta se encuentra en el Corredor Llanos, junto con Casanare y Arauca; todos ellos hacen parte de la fase I (Fontur y MinCIT, 2016).

La Política Pública Nacional de Turismo (Ley 1558 de 2012) modifica la Ley 300 de 1996 y establece los principios de libertad de empresa, calidad, competitividad, concertación, coordinación, facilitación, planeación, sostenibilidad y fomento; dichos principios fueron ratificados por la Política Pública generada para el sector en el Departamento del Meta, a través de la ordenanza 868 de 2014.

El Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 “Turismo: el propósito que nos une”, hace parte del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018-2022: “Pacto por Colombia, pacto por la equidad”, tal como lo disponen los artículos 2º y 16º de la Ley 300 de 1996. Por tal razón, su ejecución se sustentará en las políticas, orientaciones, lineamientos y disposiciones complementarias establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo (2018 - 2022), que es la hoja de ruta que establece los objetivos de gobierno, fija programas, inversiones y metas para el cuatrienio. Permite evaluar sus resultados y garantiza la transparencia en el manejo del presupuesto. Este PND busca alcanzar la inclusión social y productiva, a través del emprendimiento y la legalidad. Legalidad como semilla, el emprendimiento como tronco de crecimiento y la equidad como fruto, para construir el futuro de Colombia (MinCIT, 2014).

El objetivo del Plan Sectorial de Turismo 2018 - 2022 es el de mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico, a partir de iniciativas de fortalecimiento de la productividad, la generación de valor y la corresponsabilidad entre los actores del sector turismo, así como su posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales (MinCIT, 2018).

El turismo en Colombia

Desde los años 90 del siglo XX el turismo ha cobrado una relevancia significativa en Colombia, como fuente de prosperidad económica; es una industria capaz de generar empleo, ingresos, gastos y divisas, convirtiéndose, por todo ello, en promotor del desarrollo, garantizando, —si se aprovecha debidamente— un crecimiento económico sostenible y sustentable, permitiendo, asimismo, el disfrute de los recursos sin provocar el deterioro del medio ambiente.

De acuerdo con cifras de ProColombia (2017), en el 2016 el turismo receptivo en Colombia creció un 14,5%; un aumento explicado, principalmente, por las llegadas de los extranjeros no residentes, o turistas, que llegaron a 2,9 millones.

Por otro lado, Colombia tiene un gran reto para los próximos años, ya que ProColombia (2019) notificó que el país quedó seleccionado como el principal destino para el turismo en el 2020, según el ranking de la Asociación de Turoperadores de Estados Unidos (USTOA). Además, *Tourism Cares*, organismo de NTA y USTOA (entidad que genera desarrollo social por medio del turismo), anunció a Colombia como destino para el *Meaningful Travel Summit* en septiembre de 2020: “viaje que se realiza cada año en un país distinto con grandes cadenas de hoteles, aerolíneas, turoperadores globales, asociaciones de turismo y prensa internacional, para explorar oportunidades de inversión en los proyectos de turismo comunitario que el destino ofrece”, lo anterior, antes de la contingencia mundial. Por consiguiente, es de resaltar la visibilización que está alcanzando Colombia en temas turísticos.

Dentro de otros reconocimientos manifestados por ProColombia (2019), en razón al gran potencial turístico del país, se resalta la edición de *Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*, en la que Colombia quedó en el puesto 55 entre 140 países; en los *World Travel Awards*, Colombia fue escogida como el Principal Destino de Suramérica 2019 (*South America's Leading Destination 2019*); el ICCA (*In-*

ternational Congress and Convention Association) subió a Colombia a la posición número 29 de un total de 147 como destino para el turismo de reuniones. Adicionalmente, por tercera vez consecutiva ocupó el primer puesto en el *Global Big Day*, al registrar 1.590 pájaros, 41 más que en el 2018, donde participaron 171 países.

En cuanto al movimiento de pasajeros, de acuerdo con la Aeronáutica Civil, en 2018 fueron movilizadas 37,8 millones de viajeros nacionales e internacionales, logrando un incremento del 6%. Se estima que al cierre de 2019 se reporte un crecimiento del 10%, con un total de 41 millones de pasajeros (Anato, 2019).

Como se puede evidenciar, ya que Colombia tiene un gran potencial, debe aprovechar el reconocimiento que está adquiriendo el país a nivel nacional e internacional para determinar un destino sostenible, innovador, responsable, acorde con las tendencias mundiales.

El turismo en el departamento del Meta

Durante los últimos diez años, en el Departamento del Meta se ha buscado promover el ecoturismo, el turismo de naturaleza y el turismo cultural, considerando su vocación histórica como fuente de ventaja comparativa; y no es para menos, dado que esta región del país goza de innumerables recursos que pueden ser fuente de atractivos turísticos con un gran componente de sustentabilidad ambiental; su biodiversidad en biomas identificados, ecosistemas naturales, flora y fauna, variedad de pisos térmicos, bosques naturales, cuerpos de agua, Parques Nacionales Naturales; todo rodeado de una mezcla de cultura y folklore, su gastronomía, las actividades propias de la idiosincrasia llanera, etnocultura, saberes ancestrales, paisaje, aventura, formaciones geológicas; todo lo cual es susceptible de aprovecharse para hacer del Departamento un destino atractivo para Colombia y el mundo, ofreciendo al turista múltiples experiencias inolvidables a lo largo y ancho de esta bella región del país (Instituto de Turismo del Meta, 2019).

Cifras dadas por el Centro de Pensamiento Turístico - Colombia (2018), en el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia, muestran que actualmente en el Departamento del Meta, el turismo participa con el 8,3 % en el empleo que se genera en la región; tiene una participación en el PIB regional de 3,5% y, de igual manera, tiene 1019 prestadores de servicios turísticos activos; lo cual muestra el potencial que tiene este sector.

Es de resaltar que el departamento del Meta está conformado por 29 municipios, 25 resguardos indígenas y en su zona geográfica se sitúan cinco PNN, que son: Sierra de la Macarena, Páramo de Sumapaz, Páramo de Chingaza, Tinigua y Cordillera de Los Picachos (Instituto de Turismo del Meta, 2014). Además, con sus regiones circunvecinas en el marco de los Llanos Orientales de Colombia, presenta innumerables recursos naturales y culturales que pueden consolidarse como atractivos para el turista, con un gran componente de sostenibilidad social, económica y ambiental, promoviendo de manera especial el ecoturismo, el turismo de naturaleza y el turismo cultural e incursionando en temas como el turismo de eventos y convenciones, el turismo de bienestar, el turismo científico, gastronómico, el etnoturismo y el turismo académico, entre otros.

Por lo anterior, el turismo se considera como una alternativa viable y sostenible para la reconciliación y el desarrollo de las comunidades que padecen las secuelas de la guerra. Por eso, en la Política Pública de Turismo del departamento del Meta se contempla el turismo como un eje de obligatoriedad a implementar por los 29 municipios que lo conforman, dado el gran potencial natural y cultural de los territorios, pero a su vez, para reducir los efectos negativos que dejó el conflicto armado en la zona (Instituto de Turismo del Meta, 2017). Sumado a lo anterior, en el Punto Uno del Acuerdo Final – firmado a partir de las negociaciones de La Habana en el 2016 en relación con la Reforma Rural Integral – se plantean iniciativas para el cierre de brechas de las zonas rurales del país, entre las que

se resaltan el turismo rural y se priorizan municipios del Meta (Gobierno de Colombia, FARC-EP, 2016). Con todo, se puede evidenciar que el departamento del Meta tiene un futuro promisorio tendiente al turismo rural, pero ¿es suficiente para que se convierta en un destino turístico inteligente?

¿El departamento del Meta, un destino turístico inteligente?

A continuación, se hará un análisis del Departamento para conocer si se puede definir como un potencial destino turístico inteligente.

Para comenzar, hay que considerar la gobernanza como un concepto relacionado con la responsabilidad social de las políticas, que esta direccionada hacia la “transparencia en la gestión, la participación pública en el diseño y aplicación de políticas, la responsabilidad de todos los agentes que intervienen en las políticas, la eficacia (con medidas objetivas y evaluables) y la coherencia en las acciones” (Ivars-Baidal *et al.*, 2017, p.16).

En este punto, se puede contemplar que la gobernanza es un eje de análisis transversal para los DTI, pues, con la gestión adecuada, se pueden generar las inversiones pertinentes para una verdadera transformación de los territorios. De manera que, se identificará cómo ha sido la responsabilidad social de las políticas turísticas y de gobierno en el Meta, como hilo conductor a los demás ejes (innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad). Se puede empezar aclarando que, mientras el “Eje cafetero” que reúne a tres departamentos, los cuales, en conjunto, constituyen una sexta parte de la extensión del Departamento del Meta: recibió en el 2019 a 57.928 turistas extranjeros, el Meta solo recibió, en el mismo año, cerca de 6.847 visitantes del exterior (Citur, 2020). Y es que el Meta no alcanza a recibir ni el 1% de los visitantes extranjeros no residentes en el país, que anualmente están llegando a Colombia, cuya cifra en el año 2018 fue de 4,3 millones y, en el 2019, de 4,5, de acuerdo con los cálculos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2020). Esto significa que, mientras Colombia se

está configurando como un destino atractivo para el resto del mundo, el Departamento del Meta no resulta atrayente dentro del espectro de posibilidades a visitar, al interior del país (y esto nada tiene que ver con la pandemia).

Dicho así, la competitividad turística regional, en el Meta, no pasa por su mejor momento. En los últimos años los indicadores para el sector han estado en franca decadencia. En los cuatro años anteriores al 2020, el Departamento ha pasado del puesto 11, en 2016, al puesto 16, en 2019, según el Índice de Competitividad Turística Regional (ICTR), elaborado por el Centro de Pensamiento Turístico en Colombia (2020); un dato que hace que el Meta obtenga una calificación deficiente, en todas las categorías de evaluación. Así, dentro de las categorías para el 2019, en temas como la Gestión de Destino, el Departamento obtuvo un puntaje de 5,08/10; en la gestión empresarial 1,63/10, en la estrategia de mercadeo 5,45/10, en infraestructura 5,95/10; en lo cultural 5,97/10; en lo ambiental 5,51/10; en lo económico 4,94/10; y en lo social 3,15/10. Esto quiere decir que, aunque el Meta tenga diversidad en naturaleza y cultura, presenta deficiencias especialmente en la gestión del Departamento como destino y en la configuración de una planta turística eficiente; lo cual quiere decir que hay sectores despreocupados por hacer del Meta un destino atractivo para el turista nacional y extranjero, como alternativa de la población metense. Asimismo, que no están preparados desde el sector empresarial para recibir a los visitantes en caso de que decidan llegar a la región. Esto significa que, las mayores deficiencias, se encuentran del lado de la oferta, como del lado de la demanda, por servicios de turismo.

Por un lado, desde la perspectiva de la demanda, que se relaciona con las motivaciones que tiene un turista para escoger al Departamento del Meta como su próximo destino, existen deficiencias notables, especialmente en la percepción de inseguridad, por situaciones de orden público, el desconocimiento local y nacional, de la oferta turística (campañas de

promoción insuficientes), escasa participación en ferias nacionales e internacionales especializadas en turismo, entre otros. Son pocos los destinos certificados en sostenibilidad; no existe una oferta sistemática de festividades y eventos regionales que integren a los municipios del departamento; no se han aprovechado de manera suficiente las declaratorias de patrimonio inmaterial de algunas tradiciones culturales de la región; no se ha recuperado la memoria histórica regional en torno a acontecimientos emblemáticos de la tradición y la cultura llanera y, por lo anterior, el diseño de productos turísticos se ha hecho de forma desarticulada sin una visión de territorio.

Ahora, desde el lado de la oferta, las mayores deficiencias se relacionan con los prestadores de servicios turísticos sin certificación de calidad turística, o sin certificación en sostenibilidad; temas como la informalidad, servicio de guía no certificada, informalidad laboral, dificultades para abrir o formalizar empresas, inexistencia de programas de bilingüismo para el turismo, deficiente formación especializada en turismo, calidad de los servicios públicos, deficiente conectividad (aérea, terrestre, fluvial), insuficiente conectividad digital y una deficiente administración del Gobierno: en términos de transparencia y gobernanza, en el manejo de los recursos públicos a disposición del sector turístico en el departamento.

Y es que, con relación a lo anterior, durante la última década, gobierno tras gobierno, se ha propuesto iniciativas diversas en los Planes Departamentales de Desarrollo, en torno a la promoción del turismo en sus diferentes modalidades para darle un impulso al sector; pero muchas de esas iniciativas no han visto la luz o han muerto tempranamente, o caminan a media marcha. De hecho, ninguno de los Gobiernos Departamentales anteriores ha logrado articular del todo a los diferentes actores del territorio (públicos y privados) en torno a una promoción y gestión sistemática y efectiva del Meta, como Destino Turístico para Colombia y el mundo. Solo por mencionar algunos ejemplos, en el 2008 se

empieza a promover – desde el Plan Departamental de Desarrollo “Unidos gana el Meta” – lo que a su momento se denominó la “Marca Meta”: se empieza a desarrollar el concepto de clusterización para el sector y se establecen programas que, para el año 2020, no habían encontrado su camino o habían funcionado a medias, como el caso del Observatorio del Sector Turístico, o el programa denominado “Colegios Amigos del Turismo” (Ordenanza 633 de 2008). En el 2010 y durante ese periodo de gobierno, sale a la luz el denominado Plan Maestro de Turismo del Meta, que establece como productos y ofertas del Destino Meta lo que hoy conocemos como las Rutas Turísticas, a saber: la Ruta del Embrujo Llanero, Ruta del Amanecer Llanero, la Ruta del Piedemonte, la Ruta Sierra de la Macarena y Villavicencio, que hoy se han convertido en Mesas Técnicas, pero que realmente no han tenido mayor impacto hasta la fecha (Instituto de Turismo del Meta, 2010).

Además de ello, se formularon otras iniciativas más concretas referidas, por ejemplo, al agroturismo, como la faena ganadera y turismo rural en Villavicencio, Acacias, Guamal, San Martín, Granada, Fuentedeoro y San Juan de Arama; un referente del Ecoturismo y turismo de aventura en La Macarena, con Caño Cristales, y otro relacionado con pesca y navegación fluvial, en el corredor Puerto López - Puerto Gaitán. Muchas de estas iniciativas no llegaron a concretarse.

En el Plan de Desarrollo 2012 - 2015 continuaron las buenas intenciones, aparecen – de nuevo – el Observatorio del Sector Turístico y el programa “Colegios Amigos del Turismo” y se integra al conjunto de buenos propósitos la llamada “Corporación Mixta”, para promover la imagen del departamento y la organización de eventos que, para el año 2020, no se había materializado, como tampoco la construcción de un centro de convenciones en Villavicencio. Ya se empiezan aquí a diversificar las apuestas en materia turística: aparte del turismo de naturaleza, el turismo de aventura y el ecoturismo, aparecen como

actividades promisorias el turismo aéreo sobre el Llano infinito, turismo de agua, ríos para la aventura, gastronomía del Llano, fusión de colores y sabores y el turismo de ciencia, étnico y cultural del Llano, lo cual se ha promovido a medias, más por el tesón de los empresarios locales que por un verdadero compromiso territorial y gubernamental (Jara- Urzola, 2012).

Quizás la gestión más importante en este gobierno fue la formulación y aprobación de la Política Pública de Turismo del Departamento, mediante Ordenanza 868 de 2014, que propone un escenario prometedor para el sector, especialmente porque le garantiza una gobernanza, que, si se llegara a estructurar algún día, podría superar en mucho las deficiencias que actualmente se presentan. Allí, por ejemplo, se establecen los Consejos Municipales de Turismo y el Consejo Departamental del Turismo, pero queda un vacío en la reglamentación referente a su composición, estructura, funciones, recursos y potestades. Solo dice que se crean los Consejos Municipales con representación subregional en una Mesa Técnica Departamental de Turismo, que trabajaría en conjunto con la Comisión Regional de Competitividad. Entre las cosas que se intuyen de esta Ordenanza es que una de sus funciones es la formulación de Planes de Desarrollo Turístico, en los niveles municipal y departamental, pero no presenta mayor desarrollo a estos postulados.

Como elemento novedoso, una iniciativa que se propuso en el marco de esta política pública del 2014 y que presenta un horizonte de tiempo hasta el 2032, fue la estructuración y fortalecimiento de la Casa Llanera en Bogotá, como una especie de consulado, para promover la identidad y cultura llanera en la capital del país; la cual funcionó durante los dos primeros años, pero después pasó a ser un negocio dirigido por particulares, desvirtuando la intención original.

Por su parte, el gobierno que culminó con el Plan de Desarrollo 2016 - 2019 se planteó una visión algo

presuntuosa, a saber, que “El Meta en el 2019 será una potencia nacional en Agroindustria y Turismo”. Una visión que está lejos de cumplirse, si se consideran las cifras de visitantes nacionales y extranjeros, referidas anteriormente. Dentro del Plan de Desarrollo se planteó hacer del Meta el destino turístico de naturaleza y cultura más competitivo y seguro de Colombia, promoviendo la Marca “META, Somos la ruta natural” y la Ruta Turística de la Paz; también propuso convertir el Distrito Regional de Manejo Integrado - Carimagua, en un sitio de interés agro turístico e impulsar el Centro de Convenciones de la Orinoquia; construir el Centro Turístico Cristo Rey y concha acústica, contribuir con el Macro proyecto Teleférico en el municipio de Villavicencio y elaborar el Plan Maestro de Uso y Desarrollo de Turismo de Naturaleza - Reserva Buenavista, vereda El Carmen. Adicionalmente, aparecen de nuevo en escena las propuestas que vienen llenando de tinta los planes de desarrollo desde el 2008, como el Observatorio Turístico del Meta, la Corporación Mixta de Turismo y los Colegios amigos del Turismo, los cuales no han despegado en debida forma y cuya materialización se requiere de manera urgente (Ordenanza 902 de 2016).

El tema de la insuficiente gestión administrativa por parte de los gobiernos departamentales anteriores no se puede explicar por la falta de recursos económicos. El sector Turismo es de los pocos sectores que tiene recursos propios. Verbigracia, en el año 1993, se crea por Ordenanza No. 103 la Estampilla de Fomento Turístico y Cultural y, en el año 2001, mediante Ordenanza No. 466, que aprueba el Estatuto de Rentas Tributarias del departamento del Meta, se establece el uso obligatorio de la Estampilla de Fomento Turístico para todos los contratos celebrados por las entidades públicas del orden departamental y municipal y las Actas de Posesión de los funcionarios públicos de los órdenes ya mencionados. Allí, ha quedado consagrado que la Estampilla tiene un valor equivalente al 2% del valor del contrato, correspondiente o al 2 % del valor salario asignado a la persona que se posesiona, todo lo cual se pasaría a

las cuentas del Instituto de Turismo del Meta, quien se ha de encargar de su administración.

Según la norma y de acuerdo con lo establecido por el Artículo 5 de la Ley 561 de 2000, los recursos recaudados por la Estampilla de Fomento Turístico serán destinados así: el 90% para el Instituto de Turismo del Meta, el 9% para los Municipios recaudadores, y el 1 % para los gastos de emisión de la Estampilla o de medio sustitutivo. Como se

mencionó, la salvaguarda y administración de estos recursos ha quedado en manos del Instituto de Turismo del Meta, que según lo dispuesto por el Decreto 1323 de 1998, deberá a través de su estructura orgánica —encabezada por una junta directiva con representación de los empresarios del sector— tomar las decisiones correspondientes a las apropiaciones presupuestales y al destino de los recursos acordes con los requerimientos contemplados en los planes sectoriales.

Conclusiones

Con base en el panorama presentado, el Sector Turístico en el Departamento del Meta necesita de próximos gobiernos que se pongan en marcha con una visión de largo plazo y con alcance territorial, en pro de aquello que ha quedado inconcluso y, asimismo, que se establezcan todas las acciones para garantizarle a la región una institucionalidad fortalecida; una identidad consolidada; una visibilidad del Departamento a todo nivel, tanto en el ámbito nacional como internacionalidad; una infraestructura física y digital robusta, que le garantice una conectividad permanente con Colombia y el resto del mundo; un sector empresarial preparado; un capital humano altamente cualificado; unas condiciones eficientes para el acceso a los destinos; y un modelo sostenible que permita aprovechar los

recursos naturales, presentes en el Meta de manera responsable. El reto para convertirse en un DTI es de gran magnitud para el departamento del Meta, pero tras una responsable y eficaz gobernanza se pueden aprovechar las fortalezas que tiene el departamento, eliminar las debilidades y empezar por impulsar y promover el eje de sostenibilidad, por su riqueza natural; bajo la consideración de que hay destinos turísticos inteligentes que iniciaron enfocándose en un solo eje.

Finalmente, se debe reconocer que existen muchas proyectos, planes y programas encaminados al fortalecimiento del sector; lo relevante es que se cumplan a cabalidad para, ahí sí, poder empezar a pensar al Meta como un DTR.

Referencias

Anato. (2016). *Corredores Turísticos*. Recuperado de <https://www.anato.org/es/corredores-tur%C3%ADsticos/corredores-tur%C3%ADsticos-0>

Anato. (2019). *Pese a la coyuntura actual, el turismo cerrará en 2019 con índices de crecimiento*. Recuperado de <https://www.anato.org/es/pese-la-coyuntura-actual-el-turismo-cerrar%C3%A1-en-2019-con-%C3%ADndices-de-crecimiento/pese-la-coyuntura>

Centro de Pensamiento Turístico de Colombia. (2018). *Índice de Competitividad Turística*

- Regional de Colombia – ICTRC 2018. Recuperado de Asociación Hotelera y Turística de Colombia Cotelco - Fundación Universitaria Cafam Unicafam: https://www.researchgate.net/publication/330637094_Indice_de_Competitividad_Turistica_Regional_de_Colombia_ICTRC_2018
- Centro de Pensamiento Turístico de Colombia. (2020). Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia – ICTRC 2019. Recuperado de <https://cptur.org/ICTRC/departamentos#meta>
- Citur- Centro de Información Turística de Colombia. (2020). *Estadísticas departamentales*. Recuperado de <http://www.citur.gov.co/estadisticas/departamental/index/05>
- Decreto 1323 de 1998. *Por medio del cual se establece la Estructura Orgánica, Dependencias, Planta de personal y Funciones del Instituto de Turismo del Meta*. Instituto de Turismo del Meta, Villavicencio, Meta, 24 de diciembre de 1998
- Departamento Nacional de Planeación. (2019). *Plan Nacional de Desarrollo 2018 – 2022: Pacto por Colombia, pacto por la equidad*. Bogotá, D.C., Colombia: Departamento Nacional de Planeación
- Fontur y MINCIT. (2016). *Corredores Turísticos del Realismo Mágico*. Recuperado de https://fontur.com.co/aym_image/files/Corredores%20Turisticos.pdf
- Gobierno de Colombia; FARC-EP. (2016). Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera. Acuerdo Final 24.11.2016.
- Instituto de Turismo del Meta. (2010). *Plan maestro de turismo del departamento del Meta 2010*. Villavicencio, Meta: Instituto de Turismo del Meta
- Instituto de Turismo del Meta. (2014). *Guía Turística del Meta*. Gobernación del Meta
- Instituto de Turismo del Meta. (2017). *Política Pública de turismo del Departamento del Meta*. Villavicencio, Meta: Instituto de Turismo del Meta
- Instituto de Turismo del Meta. (2019). *Turismo Meta*. Recuperado de <http://www.turismometa.gov.co/>
- INVAT-TUR: Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas, Universidad de Alicante e Instituto Universitaria de Investigaciones Turísticas. (2015). *Destinos turísticos inteligentes. Manual para la configuración de Destinos Turísticos Inteligentes*. Recuperado de <https://www.thinktur.org/media/Manual-de-destinos-tur%C3%ADsticos-inteligentes.pdf>
- Ivars- Baidal, J. A., Celdrán-Bernabeu, M. A. & Femenia-Serra, F. (2017). *Guía de implantación DTI*. Valencia, España: INVAT-TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas, Universidad de Alicante e Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas – IUIT. Recuperado de [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/74386/4/2017_Ivars-Baidal et al_Guia-de-implantacion-DTI-CV.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/74386/4/2017_Ivars-Baidal_et al_Guia-de-implantacion-DTI-CV.pdf)

- Jara- Urzola, A. (2012). *Plan de Desarrollo Departamental 2012 – 2015*. Villavicencio, Meta: Departamento del Meta
- Ley 63 de 1989. *Por medio de la cual se aprueban los estatutos de la Organización Mundial de Turismo (OMT)*. Sistema Único de Información Normativa, Bogotá. D.C., Colombia. 29 de noviembre de 1989
- Ley 300 de 1996. *Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones*. Función Pública, Bogotá. D.C., Colombia. 26 de Julio de 1996
- Ley 561 de 2000. *Por medio de la cual se autoriza a las Asamblea Departamental del Meta para ordenar la emisión de la “Estampilla de Fomento Turístico” y se dictan otras disposiciones*. Congreso de Colombia, Bogotá, D.C., Colombia. 02 de febrero de 2000
- 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*. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Bogotá. D.C., Colombia. 21 de noviembre de 2012
- MinCIT - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). *Plan Sectorial de Turismo 2014 - 2018 “Turismo para la construcción de la paz”*. Bogotá, D.C., Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Departamento Nacional de Planeación
- MinCIT - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). *Consejo Superior de Turismo*. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2821b805-c31a-46b8-9da1-547b4961366f>
- MinCIT - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022 “Turismo: el propósito que nos une”*. Bogotá, D.C., Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- MinCIT - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Informe de Turismo Enero – diciembre de 2019*. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/2019/diciembre/oe-turismo-enero-diciembre-12-03-2020-29abr2020.pdf.aspx>
- Ordenanza 103 de 1993. *Por el cual se reglamenta el manejo, emisión y recaudo de la Estampilla de Fomento Turístico y Cultural y se dictan otras disposiciones*. Asamblea Departamental del Meta, Villavicencio, Meta, 10 de diciembre de 1993
- Ordenanza 466 de 2001. *Por el cual se expide el Estatuto de Rentas Tributarias del Departamento del Meta*. Asamblea Departamental del Meta, Villavicencio, Meta, 31 de julio de 2001
- Ordenanza 633 de 2008. *Por medio de la cual se adopta el Plan de Desarrollo Económico y Social del Departamento del Meta para el período 2008- 2011, “UNIDOS Gana el Meta”*. Asamblea Departamental del Meta, Villavicencio, Meta, 31 de mayo de 2008

- Ordenanza 868 de 2014. *Por medio de la cual se establece la Política Pública de Turismo del Departamento del Meta*. Asamblea Departamental del Meta, Villavicencio, Meta, 30 de noviembre de 2014
- Ordenanza 902 de 2016. *Por medio de la cual se adopta el Plan de Desarrollo Económico y Social del Departamento del Meta para el periodo 2016-2019, "El META, Tierra de Oportunidades. Inclusión - Reconciliación - Equidad" y se dictan otras disposiciones*. Asamblea Departamental del Meta, Villavicencio, Meta, 31 de mayo de 2016
- Procolombia. (2017). *Turismo Sostenible*. Recuperado de https://procolombia.co/sites/default/files/presentacion_webinar_de_turismo_sostenible_27_de_julio.pdf
- Procolombia. (2019). *Estados Unidos recomienda a Colombia para hacer turismo en 2020*. Recuperado de <https://procolombia.co/noticias/estados-unidos-recomienda-colombia-para-hacer-turismo-en-2020>
- SEGITTUR - Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas. (2015). *Informe destinos turísticos: construyendo el futuro*. Madrid, España: Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.
- SEGITTUR - Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas. (2020). *Guía para acelerar la reactivación de destinos turísticos inteligentes en el contexto del #COVID19*. Recuperado de <https://www.segittur.es/actualidad/informes/guia-para-la-reactivacion-del-turismo-en-los-destinos-turisticos-inteligentes-ante-el-covid-19/>
- Rojas- Pérez, L. (2019). *Destinos turísticos inteligentes una aproximación a Castellón como destino inteligente* [Trabajo de tesis]. Castellón, España: Universitat Jaume
- Romero- Dexeus, C. (20 de abril de 2012). *Destinos inteligentes: construyendo ecosistemas para sonar* [ponencia]. Foro Saló Internacional de Turismo. SEGITTUR, Barcelona, España. Recuperado de <https://www.segittur.es/actualidad/informes/destinos-inteligentes-construyendo-ecosistemas-para-sonar/>