

ENFOQUE PARA EL DESARROLLO ECONOMICO DEL TURISMO RELIGIOSO Y CULTURAL EN TUNJA BOYACÁ

Diego Alexander Fonseca Higuera

German Fernando Walteros Pirazan

RESUMEN

Tunja como capital del departamento de Boyacá ha generado expectativas para el desarrollo económico a través de la diversificación turística para la cual se requiere un compromiso desde el gobierno la academia y el sector empresarial que facilite una aproximación al valor arquitectónico y religioso propio de la ciudad, lo mismo que el potencial humano en el campo histórico. La metodología utilizada se dio a partir del estado del arte de proyectos adelantados en diferentes universidades lo mismo que la interpretación de los planes de desarrollo.

De esta manera se sintetizan resultados como la necesidad de restaurar obras históricas y religiosas, generar un acto administrativo que manifieste el interés de las autoridades en el plano turístico y lo mismo que fomentar la señalización de la ciudad para el turismo de propios y visitantes.

Palabras Clave

Patrimonio cultural

Turismo religioso

Peregrinación

Economía local

ABSTRACT

Tunja as the capital of the department of Boyacá has generated expectations for economic development through tourist diversification for which a commitment from the government, the academy and the business sector is required to facilitate an approach to the architectural and religious value of the city, the same as human potential in the historical field. The methodology used was based on the state of the art of projects carried out in different universities as well as the interpretation of development plans.

In this way, results are synthesized such as the need to restore historical and religious works to generate an administrative act that expresses the interest of the authorities in the tourist field and the same as to promote the signage of the city for tourism by locals and visitors.

Keywords

- Cultural heritage
- Business tourism
- Local economy

OBJETIVOS

Objetivo general:

Analizar el enfoque económico generado con el turismo religioso y cultural en Tunja para promover el desarrollo regional y la contribución al flagelo de la pandemia.

Objetivos específicos:

1. Elaborar un diagnóstico de la realidad turística de Tunja
2. Establecer alianzas estratégicas para mejorar las relaciones entre el sector gubernamental y la academia para potencializar el turismo religioso y cultural.
3. Elaborar una propuesta de estructura administrativa para gestionar el turismo

INTRODUCCIÓN

La ciudad de Tunja posee una gran infraestructura colonial, (palacios, conventos, iglesias y valiosos tesoros artísticos, pinturas, esculturas y monumentos, muchos de estos son únicos en el país, su mayor riqueza desde tiempos ancestrales está en las iglesias, es tan notable su arquitectura, sin embargo la mayoría se encuentra en deterioro y muy pocas veces reconocidos, valorados y apropiados por la comunidad tunjana, de ahí la importancia de incursionar y aprovechar su patrimonio religioso que según la Organización Mundial del Turismo (2012) “Es de gran importancia para los visitantes y propios, reconocido como un fenómeno que está en crecimiento tanto en países en vía de desarrollo como en países desarrollados, el cual puede ser ejecutado a través de acciones administrativas, educativas, comunitarias y por su puesto de instituciones eclesiásticas, que permitan conservar, valorar, divulgar y disfrutar de esta ruta turística religiosa que posee la ciudad, logrando generar una oportunidad de negocio y siendo una fuente de desarrollo económico para la ciudad.”

En este sentido en la presente investigación se da a conocer la importancia de fortalecer y valorar el patrimonio religioso como actividad turística, tomando en consideración las edificaciones religiosas que posee esta ciudad, siendo este un producto admirado por la humanidad, como lo define Maldonado (2012) quien afirma que “el turismo religioso corresponde a los desplazamientos que efectúan las personas a lugares donde existe la presencia de un atractivo espiritual que no necesariamente tiene que profesar una religión” .Para la llegada de visitantes a estos lugares se ha generado la práctica del turismo religioso, como motor de desarrollo económico, social y cultural, que se puede clasificar en material o inmaterial. Teniendo en cuenta que el primero hace referencia a la entrega física producida por los

antepasados que requieren mayor relevancia con el pasar del tiempo, mientras que el segundo se refiere a los rasgos distintivos, espirituales e intelectuales como las creencias las tradiciones y los valores de esta manera, la riqueza del patrimonio de un destino hace que el turismo tenga grandes posibilidades de desarrollo.

En el campo internacional se puede resaltar a países como México que reúne la cultura religiosa latinoamericana, dado que, a lo largo de su implementación, se muestra la homogeneidad de las prácticas y creencias religiosas de cada uno de los países, cabe mencionar que la religión que más se profesa es la fe católica. La religión ha sido un elemento de suma importancia para las decisiones de político, social, cultural y para la construcción

Para Coh (1948) el turismo comercial está centrado en el papel de visitante que desempeña el turista, donde se comercializa una relación de tal forma que el turismo es visto como una industria de hospitalidad. Para el mismo autor esta perspectiva mercantilista ubica al turismo en un intercambio de servicios sin creación de valor para la sociedad, aunque si genera ganancia económica para el anfitrión y satisface al invitado por tanto prima la transitoriedad, lo no repetitivo y asimétrico del encuentro. Es de vital relevancia que el turismo se considere como un eje que interviene en la formalización de empresa y la disminución del desempleo. De manera tal que el principal objetivo de este proyecto se refiere a divulgar las fortalezas y bondades del turismo religioso en la ciudad de Tunja como eje de desarrollo económico.

Teniendo en cuenta como se manifiesta en “Cuadernos de Turismo” (2006), el turismo también es una práctica social de naturaleza espacial que conlleva a la realización de actividades económicas que ha demostrado su eficacia como motor de desarrollo. Esta capacidad de generar riqueza, rentabilidad y empleo, lo mismo que de contribuir a la reconstrucción de tejido social en zonas desfavorecidas y marginadas, también al mantenimiento del patrimonio, unido a la

necesidad de espacios de recreación que demanda la población, como soporte para explicar que el Turismo debe ser aún más apoyado por parte de los gobiernos y de la gestión pública. El contexto exige pensar en una globalización de los destinos, lo mismo que diversificar los productos turísticos en una filosofía de la calidad, como estrategia para mantener los mercados cada vez más competitivos.

Según Lanzarote (1995) los principios de sostenibilidad deben estar soportados a un largo plazo, viables ecológicamente y económicamente equitativos desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales como aparece explícitamente en la Carta Mundial del Turismo.

Para Porcal (2006) la Estrategia Territorial de Navarra, la cual se constituye en un instrumento cúspide de ordenación territorial de las comunidades y las regiones, lamentablemente el sector turístico se ha diagnosticado como un sector poco desarrollado y con mayor razón en las regiones donde se detecta una demanda interior baja, con escaso nivel de promoción externa y con una necesidad urgente de incrementar la oferta de servicios en torno al mismo, solo pensando en la parte urbana y quedando pendiente otro potencial como es el turismo rural

En consonancia con esta propuesta, se observó que Boyacá en su Plan de Desarrollo 2020 y 2024, “considera potencializar la región como un destino turístico de calidad e integrarlo al desarrollo económico empresarial del Departamento, lo mismo que aumentar las oportunidades para los profesionales del sector, mejorar la efectividad de la gestión frente al turismo en las comunidades y fortalecer la divulgación y promoción de todos los atractivos turísticos valiosos en los territorios.” p.16

En el Plan de Desarrollo de Tunja se destaca la gran diversidad turística en el campo religioso, patrimonial y cultural, que se manifiesta en las fiestas religiosas, el arte, los paisajes, la gastronomía, etc. Indudablemente, la capital boyacense es un territorio de profundas creencias

religiosas-cristianas, que desde siempre ha otorgado una gran importancia a la tradición y su historia así lo demuestra. Por lo que se requiere promocionar con mayor fuerza el turismo religioso, cultural y patrimonial sumado con las masivas peregrinaciones que se realizan en honor a los Santos Patronos de la religión católica, porque como lo resalta Jimeno Jurío (2004) toda peregrinación puede ser entendida como un viaje motivado por cuestiones religiosas y realizado por una persona creyente a un espacio considerado sagrado.

Según el Diccionario de la R.A.E. peregrinar es ir en romería a un Santuario por devoción o por voto mientras que se denomina peregrino a toda aquella persona que realiza esa ruta. Un trayecto que como es sabido se hace caminando o movilizándose en cualquier medio de transporte. Mientras que antiguamente el romero se caracterizaba por ser únicamente la persona de Fe y solo marchaban o se movían arrodillados para cumplir una promesa con un sacrificio ofrecido a la religión, llamados también penitentes, ya en el campo moderno para realizar una peregrinación puede hacerse de manera colectiva es decir con un número más elevado de personas, quienes para emprenderla deben disponer de tiempo de recreación, y de condiciones físicas adecuadas que permiten reconocer y motivar el desarrollo local aprovechando los entornos culturales, los mitos y leyendas y las áreas artísticas que contribuyen a enriquecer el patrimonio inmaterial, como lo referencia (Flores,2008) .

Puede decirse por consiguiente que las peregrinaciones constituyen una forma actual del turismo religioso, porque quien lo práctica está motivado por un devoción específica.

Para Vukonic (1997) las peregrinaciones que hoy en día se comercializan siguiendo los cauces tradicionales de promoción turística (agencias de viaje)y también las nuevas estrategias de difusión como las páginas Webs especializadas en este tipo de turismo en las que se da a conocer las ofertas relativas a las Rutas organizadas por grupos de oración, asociaciones

religiosas, comunidades, parroquias etc., para entender que la peregrinación tiene un profundo sentido religioso, es un acto de culto y va unido a la oración, a la penitencia, practicadas tanto en el viaje como en el lugar sagrado.

En síntesis, el turismo religioso actualmente está ligado al turismo cultural y la peregrinación se considera como una forma de viaje religioso y se puede realizar de manera autónoma e independiente o se puede contratar a través de una agencia de viajes, que utiliza modernos medios de transporte, durante la estancia y mientras se realiza la visita al Santuario, pero como lo clasifica Smith (1992) no todos los peregrinos son turistas y tampoco todos los turistas son peregrinos. Pero ambos tipos de viajeros son considerados polos opuestos de una gradación continua, porque un extremo lo ocupa el peregrino piadoso y el otro el turista netamente secular, pero ambos le generan ingresos al territorio. Lo que permite en primer lugar como lo expresa Martínez (2009) a las personas buscar mecanismos para lograr un balance personal, convergiendo aspectos de relevancia en los destinos considerados de Fe, que también ayuda a las personas en su búsqueda de bienestar, primero el aspecto religioso, porque permite que los individuos experimente momentos de paz y bienestar y segundo lugar favorece los aspectos económicos, pues las personas adquieren hospedaje, alimento, suvenires, vestido, etc.

De otra parte, se crea una articulación entre los residentes del lugar y el turista ayudando a favorecer la originalidad de las tradiciones religiosas y a los valores culturales y patrimoniales, en este último el Ministerio de Cultura se orienta por una serie de publicaciones de la UNESCO sobre PATRIMONIO MUNDIAL EN MANOS DE LOS JÓVENES (2001) los cuales ayudan a promover, valorar proteger y difundir el Patrimonio Cultural Colombiano, como una herramienta pedagógica para comprender, pero sobre todo facilitar a toda la población crear conciencia para

diseñar proyectos que rescaten el Patrimonio cultural y también se pueda transferir a las nuevas generaciones.

Es pertinente que todas las profesiones se orienten a la restauración del Patrimonio porque es una riqueza cultural y a su vez es un atractivo turístico porque ciudades como Tunja son reconocidas a nivel nacional y mundial por su riqueza arquitectónica y colonial, que además está muy bien conservada.

Lo que favorece y complementa la música, la orfebrería, la cerámica de municipios aledaños como Ráquira, las artesanías para que se analice detenidamente el contexto y se diseñe una estructura administrativa que ayude a gestionar estas riquezas y potencialidades del Municipio, y así provocar otras alternativas en el plano económico ya que actualmente la ciudad depende en su totalidad de la población estudiantil, y ya se comprobó que en crisis como la que se está viviendo que es la pandemia, la economía quedo en un estado no deseado.

Según datos históricos a lo largo de la Región Andina en la cual se encuentra Boyacá existieron congregaciones indígenas que le dieron identidad a los territorios, fueron excelentes agricultores, se distinguieron en el arte del tejido y confeccionaban la cestería en vivos colores, que fueron heredando a los campesinos de los diferentes pueblos que como lo expresa Fontal son bienes tangibles que reflejan una herencia cultural de un pueblo, y que se transmiten de generación en generación como una forma de mantener el contacto.

Según la Unesco (2012), el patrimonio hace parte de la memoria que ayuda a la construcción de la Cultura de un pueblo, pero además brinda la posibilidad de revisar actitudes y valores propios de la producción histórica y cultural a través del tiempo, junto a testimonios de carácter espiritual y religioso de una época determinada.

Tunja posee una valiosa infraestructura colonial llena de historia, con un legado de cultura, monumentos religiosos con declaratorias, que reconocen a la ciudad por sus valías arquitectónicas, folclóricas, patrimoniales, que hacen que la visiten con gusto y respeto, pero aún falta que se convierta en una de las fuentes de desarrollo económico, social, cultural con una acertada oferta turística, teniendo en cuenta que se introducen nuevos mercados. El turismo religioso representa un producto atractivo y relevancia para el contexto internacional, para quienes se les puede realizar una ruta religiosa turística ya que a las personas les gusta apreciar la arquitectura colonial, los hermosos templos, lo mismo que sus historias de muchos siglos que no ha sido expresada, pues escuchar los relatos, es emocionante y fascinante para los visitantes y propios. Son oportunidades de negocio que motivan a muchos emprendedores que no encuentran opciones de trabajo.

También es necesario cambiar la costumbre de promover visitas al Departamento únicamente en épocas de temporada como Semana Santa, y demás festividades ya nombradas anteriormente sino fomentarlas durante todo el año. El turismo religioso es un tema bastante interesante para todos los factores que intervienen en el desarrollo y en el medio en que se da. Difundir es una tarea para todos los estamentos que se entienda los beneficios y efectos que tiene una ruta tanto para la población como para los visitantes. No se cuenta con ella es de vital importancia también diseñarla.

METODOLOGÍA

Para el presente proyecto se utilizó la metodología de orden descriptivo- cualitativo teniendo en cuenta los fenómenos históricos y culturales de la ciudad de Tunja. Quien ha diseñado una

ruta religiosa en el plan de desarrollo departamental y municipal destacando principalmente la Semana Santa, la celebración de la Virgen del Milagro y las peregrinaciones en torno a las 12 iglesias más destacadas de la ciudad las cuales han permitido aumentar el turismo religioso tanto en Tunja como en municipios aledaños teniendo en caso de Soracá que moviliza entre 3.000 y 5.000 feligreses de todo el país. (Alcaldía de Soracá, 2018).

La metodología fue aplicada en el momento de realizar las encuestas dirigidas a visitantes extranjeros, a los habitantes de la región y a estudiantes de las carreras de hotelería y turismo y de las ciencias sociales de diferentes universidades.

Población y muestra

Para la elaboración de la investigación se acudió a información proporcionada por la ejecución de proyectos de diferentes universidades del municipio de Tunja referidas a la economía local, al patrimonio cultural y al turismo empresarial, igualmente se indago en el plan de desarrollo municipal y departamental y el DANE para cumplir con los objetivos planteados

La población seleccionada se ubicó en visitantes nacionales, extranjeros y habitantes de la ciudad con una población representativa de 30 encuestados quienes son considerados como el mercado objetivo para el sector interesado

De otra parte, como investigadores se acudió a la observación de campo con las comunidades de la ciudad de Tunja desde la formación de la carrera de pregrado como tema de interés para la creación de empresa donde se obtuvo un conocimiento más amplio y real y se pudo observar de la potencialidad que tiene el municipio en el turismo religioso y cultural del cual se pudo elaborar un diagnóstico de la realidad turística. En mención.

ANALISIS DE RESULTADOS

Encuestas aplicadas a empresarios turísticos, visitantes locales y extranjeros

1. Tipo de visitante

___ Local

___ Extranjero



Explicación: El 90% de los encuestados son visitantes locales quienes manifiestan interés por el turismo religioso por la comida y hotelería en Tunja.

Como se observa, los resultados orientan a realizar una reflexión del valioso recurso humano que hay en el departamento quienes brindan un buen trato y amabilidad con los visitantes, siendo este una gran fortaleza para mejorar el crecimiento económico del municipio, que por ser capital es representativo para todo el departamento.

2. Rango de edad

___ 18 – 28

___ 29 – 39

___ 40 – 50

___ 51 – 61

___ 62 o más



Explicación: La gran mayoría de los entrevistados oscilan entre los 29 a 39 años como turistas con tendencia religiosa y cultural. Sin embargo se observa el interés turístico en todas las edades lo que indica que los servicios que brinda la ciudad deben reflejar la calidad y el gusto por la atención al cliente turístico.

Para lo cual es necesario tomar mayor iniciativa en resaltar aún más el patrimonio religioso, que como se observa en las gráficas puede ser una gran oportunidad para fomentar el turismo en la región porque existe según la investigación realizada la conservación del patrimonio cultural y religioso que permanecen subvalorados y deben ser gestionados para el turismo principalmente extranjero con el fin de estimular mayor interés por la ciudad.

3. ¿El motivo de su visita es por?
 - a) Turista religioso
 - b) Turista de patrimonio cultural
 - c) Actividad económica

d) Otro, ¿Cuál? _____



Explicación: Como se observa en la gráfica la mayoría de los encuestados indicaron que su mayor interés de visitar la ciudad es para realizar actividades de orden económico y también por el atractivo del patrimonio cultural que posee la ciudad. Lo cual indica una oportunidad para promover el desarrollo económico y aprovechar el patrimonio cultural como elemento esencial para dicho desarrollo. Acogiendo las sugerencias dadas por los comerciantes y empresarios.

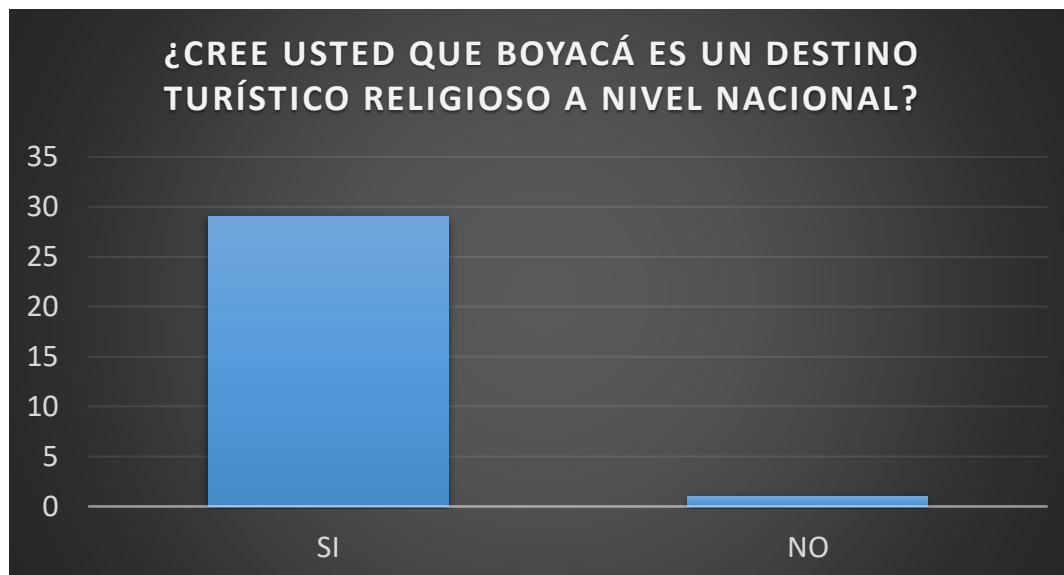
Para lo cual es preciso mencionar la historia y la riqueza cultural de Tunja en todas las artes principalmente en la literatura, la música, la pintura, la danza entre otras lo cual permite analizar la necesidad de fortalecer otras áreas tan importantes como la gastronomía que se convierte en un elemento indispensable para el turismo como complemento al buen servicio.

4. ¿Cree usted que Boyacá es un destino turístico religioso a nivel nacional?

___ SI

___ NO

¿Cuál? _____



Explicación: Gran porcentaje de las personas encuestadas contestaron que Boyacá es un destino religioso. Principalmente Tunja su capital a lo largo de la historia ha sido reconocida por su riqueza cultural que se relaciona con las festividades importantes a nivel nacional especialmente en su celebración de semana Santa con sus respectivas costumbres y tradiciones tan importante como la celebración que se hace en Popayán

5. ¿Cuál cree que es el principal evento turístico por el que es reconocido la ciudad de Tunja?
- Semana Santa
 - Semana de la cultura
 - Aguinaldo Boyacense
 - Patrimonio religioso (Iglesias, templos)
 - Otro, ¿Cuál? _____



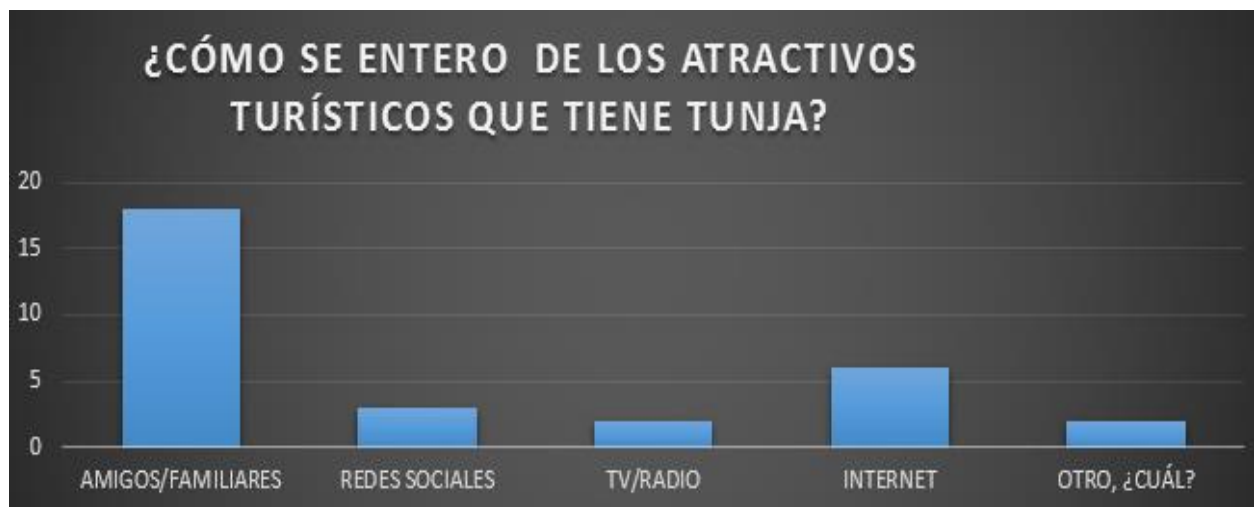
Explicación: De acuerdo con la interpretación de esta pregunta se visualiza que la ciudad de Tunja cuenta con un reconocimiento por el aguinaldo boyacense el cual se viene desarrollando desde el año 1955 lo que indica que se tienen las condiciones necesarias para el entretenimiento cultural y con la capacidad para recibir turistas de diferentes partes del país y del extranjero. También se observa el posicionamiento de la semana internacional de la cultura, la semana santa y las celebraciones religiosas y de peregrinación en los diferentes sectores de la ciudad.

En este sentido como investigadores se considera tomar las experiencias significativas de otros lugares que han dado muy buenos resultados como lo es Popayán, Buga, Cartagena y Mompo, como ejemplo de una eficiente gestión del patrimonio que pueden brindar conocimientos metodológicos para el manejo logístico del turismo internacional y nacional.

También se observa que el rango de edad de los visitantes es un poco cerrado que lleva a definir nuevas estrategias para potencializar el mercado objetivo y brindan diversas opciones de gustos estilos acordes a las diferentes edades que son las que deben integrar el turismo como herramienta para el desarrollo territorial y como base para un soporte económico con un inventario cultural y religioso ya existente pero que sin duda alguna como profesionales de la administración es pertinente insistir en la gerencia de todo este cumulo de activos que pueden ayudar a disminuir el desempleo que actualmente acongoja a la ciudad, porque la pandemia ha

perjudicado el contexto económico y Tunja ha sido una de las capitales más perjudicadas por ser una ciudad con misión estudiantil que de repente cambio de la presencialidad a la virtualidad dejando múltiples consecuencias en el orden financiero, el turismo puede convertirse en este momento en un modelo local de desarrollo y de transformación.

6. ¿Cómo se llegó a enterar de los atractivos turísticos que tiene la ciudad?
- Amigos / Familiares
 - Redes Sociales
 - Tv, Radio
 - Internet
 - Otro ¿Cuál?



Explicación: Del total de las personas encuestadas respondieron haber sido referenciados por amigos y familiares de los atractivos turísticos de Tunja, sin embargo es necesario adecuar las otras formas de comunicar y publicitar la ciudad para que el visitante experimente todos los atractivos que ofrece la ciudad.

7. ¿Está usted capacitado para ofertar servicios turísticos y culturales?

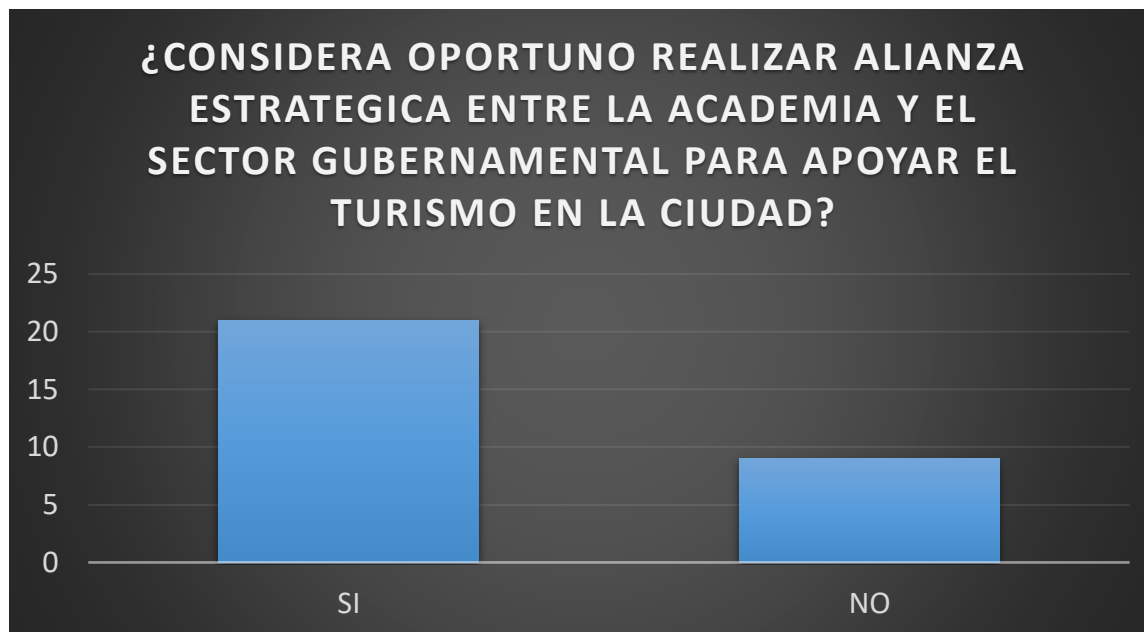
- a) Si
- b) No



Explicación: Se puede evidenciar por medio de los resultados que el 20% de los servidores en Turismo están medianamente preparados según lo expresaron de manera directa en razón a que requieren capacitaciones en un portafolio de servicios más amplio relacionados con historias religiosas, patrimonio arquitectónico, turismo de naturaleza, intercambio de voluntariado con países Europeos y turismo de salud y bienestar entre otros. El 80% restante solicitan de manera prioritaria capacitación adecuada en todo lo relacionado con el turismo especialmente en las tendencias actuales ya que no ha sido posible explotar el turismo como oportunidad económica.

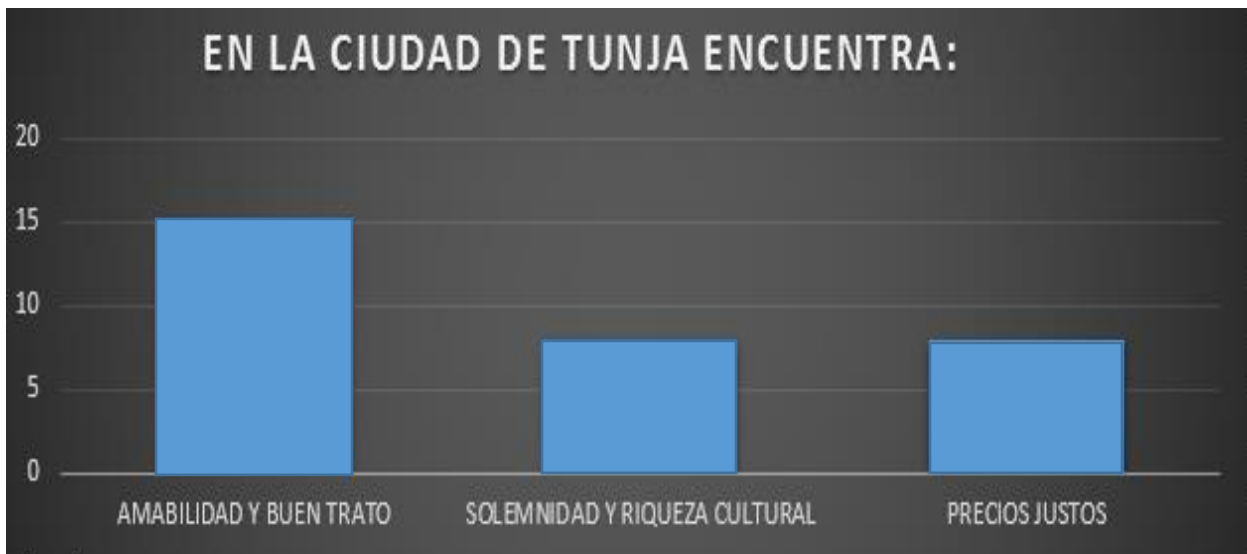
8. ¿Considera oportuno realizar alianza estratégica entre la academia y el sector gubernamental para apoyar el turismo en la ciudad?

- a) Si
- b) No



Explicación: Como lo evidencia la gráfica el 82% de los encuestados respondieron que están de acuerdo con realizar alianzas estratégicas especialmente entre el gobierno y la academia como entes importantes para generar articulación entorno a la investigación con la generación de proyectos diseñados acorde a las necesidades de cada contexto para no continuar mirando el turismo como algo muy generalizado en el país porque cada territorio tiene sus propias fortalezas y se requiere mayor educación.

9. La ciudad de Tunja se caracteriza
 - a) Amabilidad y buen trato
 - b) Solemnidad y riqueza cultural
 - c) Precios justos

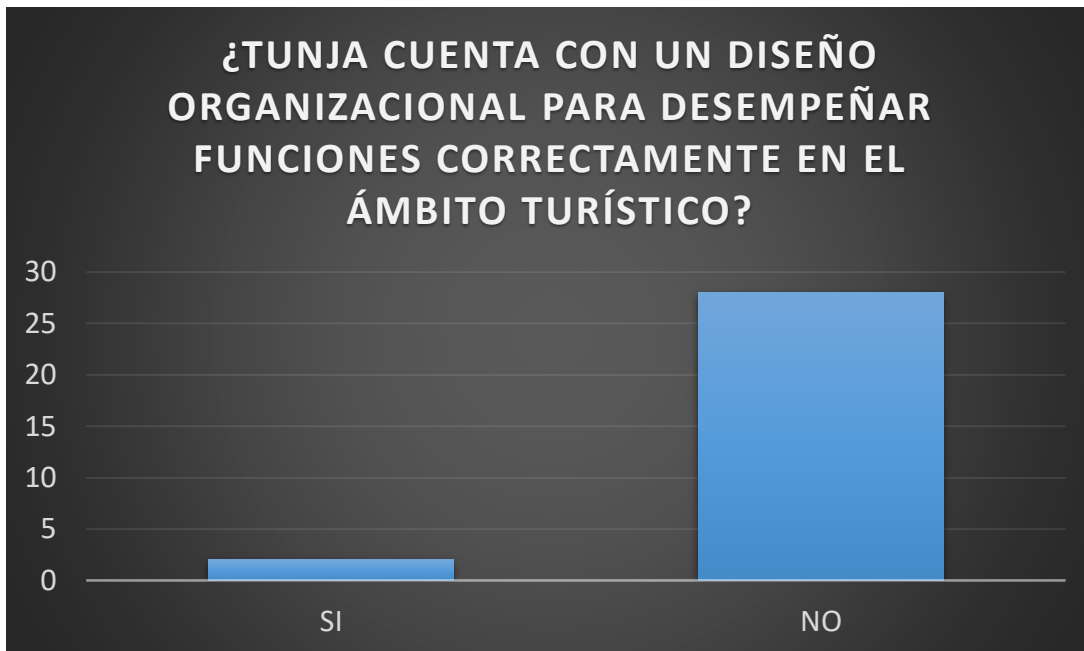


Explicación: Teniendo en cuenta los resultados visibles Tunja en definitiva tiene imagen de destino turístico, por todas las características ya mencionadas, pero también es importante resaltar que la identidad cultural refleja amabilidad y buen trato para con el visitante lo que permite apostar en el crecimiento espiritual de las personas promoviendo su bienestar y referenciando muy bien a la ciudad en otros lugares. Con respecto a la solemnidad y a precios justos también son elementos que se constituyen en oportunidad para beneficio del turista y en un crecimiento económico para quien ofrece los servicios principalmente en hoteles, restaurantes, agencias de viaje y comercio en general. Sin embargo es conveniente que el gobierno analice la situación de transporte ya que a nivel nacional se considera como la ciudad que tiene la gasolina más costosa del país, dándole una publicidad negativa a la ciudad.

10) ¿Tunja cuenta con un diseño organizacional para desempeñar funciones correctamente en el ámbito Turístico?

a) Si

b) No



Explicación: Según los resultados observados se identifica la necesidad manifiesta por los encuestados en generar una estructura administrativa con proyección futurista que sea competitiva en razón a que se vive una crisis económica y es necesario crear empresas turísticas que mejoren el desempleo y la dependencia del tema político que se evidencia en la ciudad. Manifiestan la falta de una infraestructura física apropiada para el tema turístico, un plan de medios para promocionar la riqueza turística existente la falta de capacitación del personal de acuerdo al manejo de nuevas herramientas administrativas y la preparación gerencial en turismo lo mismo que la creación de políticas que beneficien el tema.

El presente proyecto de investigación como observan ayuda a determinar una aproximación real para diagnosticar el turismo en la ciudad de Tunja especialmente el religioso identificando para los profesionales en el campo administrativo y económico una oportunidad para continuar explorando como eje importante de la economía regional.

De la información obtenida se dan 2 propuestas, una relacionada con la articulación y la formalización de alianzas estratégicas entre el gobierno y el sector académico para apoyar el

turismo en Boyacá. Propósito que fue realizado por los investigadores con el acercamiento a los 2 sectores de lo cual se concretó con la Secretaria de cultura y turismo de Tunja trabajar sobre las necesidades principalmente de capacitación, de promoción en los temas ya expuestos en el análisis de resultados.

De otra parte también hubo acercamiento con la Directora de Cotelco de la ciudad de Tunja con quien se acordó brindar la información del presente proyecto para el estudio de competitividad turística que ellos adelantan para determinar las fortalezas y la diversidad cultural presente en la ciudad.

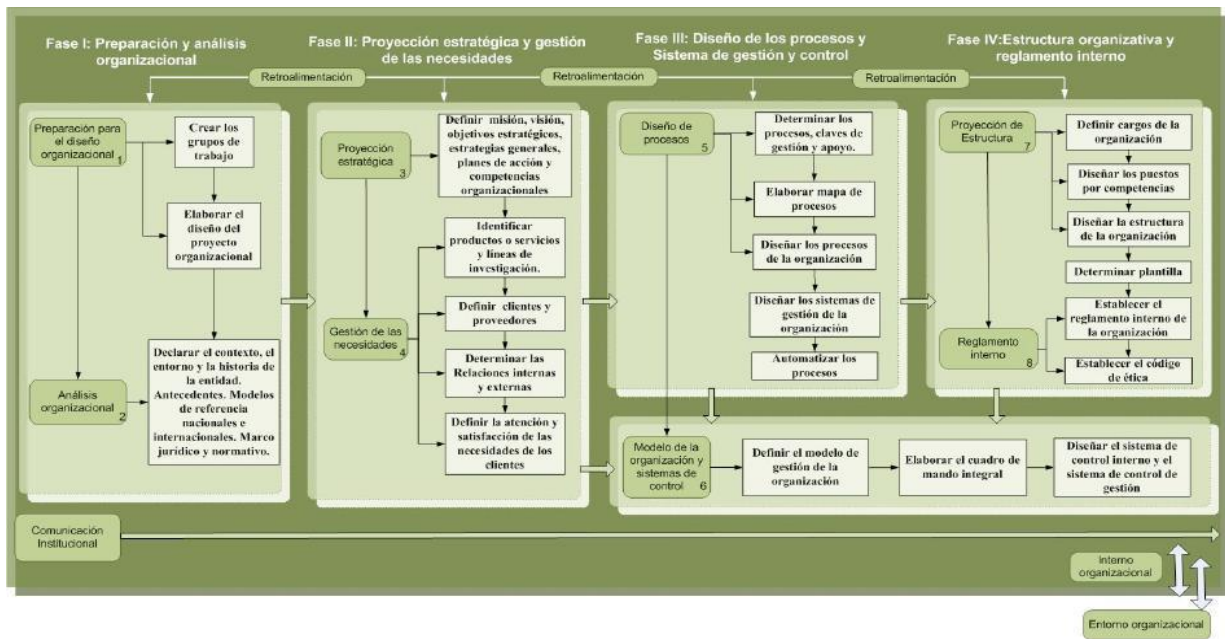


Fuente: Autor

Dando respuesta a otra falencia detectada en el análisis de resultados en la que se adolece de una estructura administrativa que potencialice el turismo en la ciudad, por tal motivo se le sugirió al gobierno municipal elaborar un plan de acción para el desarrollo de una estructura administrativa para operacionalizar el turismo en la ciudad que facilite el crecimiento económico y fortalezca el posicionamiento de la ciudad en torno al turismo religioso, respetando que corresponde a una función netamente del gobierno pero que fue detectada en la investigación. Pero que como investigadores y profesionales en Administración se puede aportar en la propuesta del diseño organizacional que mejore la problemática expuesta.

También es de vital importancia involucrar a los turistas para determinar en conjunto la estructura administrativa que solucione la operatividad y se haga más visible la gestión administrativa del turismo en la región.

Como uno de los objetivos del proyecto es contribuir con el diseño de la estructura administrativa se propuso en los encuentros realizados con ellos una estructura sencilla para hacer aplicada en una primera etapa con el compromiso de continuar elaborando lineamientos científicos y técnicos que mejoren la gestión administrativa tomando como referencia diferentes modelos de autores especializados. En este caso se propone.



Fuente: Ailed Labrada Sosa (2012).

CONCLUSIONES

- El turismo cultural y religioso puede ser un servicio que mejora la calidad de vida de las personas en doble vía tanto el visitante como el comerciante, teniendo en cuenta que a nivel mundial la industria turística ha sido el motor para restablecer las economías que se han debilitado en los diferentes continentes.
- Un diseño organizacional contribuye al fortalecimiento y dinamización del turismo en la ciudad ya que comprende una estructura administrativa científica que involucre las actuales tendencias en el campo empresarial, Teniendo en cuenta el liderazgo en los modelos de negocio como lo plantea Ailed Labrada (2012).
- Articular el gremio empresarial con el sector gubernamental y académico generan estrategias para empoderar el sector del turismo ya que cada uno brinda condiciones

que cubren necesidades expuestas por el sector turístico y por los visitantes con el propósito de trabajar mancomunadamente por la economía local.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía Mayor de Tunja. (2020). *Plan de Desarrollo Municipal de Tunja _2020-2023*.

Recuperado https://www.tunja-boyaca.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-municipal-de-tunja-_20202023

Bermúdez Cifuentes, O. C. & Betancourt Camacho, J. A. (s.f.). *Diagnóstico Estratégico para*

“La Ciudad de Tunja”, Una de las Siete Maravillas de Boyacá. Recuperado de

<https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1481/3/ANEXO.pdf>

Corredor Rodríguez, L. M., Dunga, C., Jaramillo Strouss, J., & Rave Contreras, C. (2015).

Modelo de gestión cultural para el arte itinerante con ciencia y tecnología. (Trabajo de grado). Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Bogotá.

<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/11901/Modelo%20de%20gesti>

[o%CC%81n%20cultural%20final.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=El%20proyect
o%20consiste%20en%20disc%C3%B1ar,generar%20experiencias%20y%20aprendizajes
%20para](#)

Huertas Mesa, E. F. (2018). *Centro cultural para artes escénicas y visuales en la ciudad de Tunja*. (Documento tesis). Universidad Jorge Tadeo Lozano. Bogotá. Recuperado de

<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/6892?locale-attribute=pt>

Wilches Torres, L. D. & Niño Amézquita, J. L. (2018). *Internacionalización territorial y competitividad local en Tunja (Boyacá – Colombia)*. Recuperado de

https://www.regionalstudies.org/wp-content/uploads/2018/07/Laura_Daniela_Wilches_Torres.pdf

