



El futuro  
es de todos

Gobierno  
de Colombia

# TURISMO CULTURAL OPORTUNIDAD PARA DESESTACIONALIZAR EL TURISMO

2021





## CONCEPTO

**Turismo Cultural es la actividad que no sólo contribuye al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo el turismo cultural una modalidad en la que convergen políticas culturales y turísticas, portador de valores y respeto por los recursos, tanto culturales como naturales. (UNESCO)**



# CONCEPTO

**Turismo Cultural es el movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales como viajes de estudio, viajes a festivales u otros eventos artísticos, visitas a sitios o monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte, el folklore y las peregrinaciones (OMT)**

# PATRIMONIO CULTURAL

El Patrimonio Cultural se define como el conjunto de todos los bienes materiales, las representaciones inmateriales, los productos y las manifestaciones culturales que son fiel expresión de la Nación y reconoce que un bien o una manifestación pueden considerarse como patrimonio de la Nación cuando son reconocidos por las comunidades como parte de su identidad puesto que se “atribuyen, entre otros, valores o intereses de tipo histórico, artístico, científico, estético o simbólico en campos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico” (MinCultura- Colombia)



# PATRIMONIO CULTURAL



Fuente fotografías: [www.pixabay.com](http://www.pixabay.com)

# PERFIL DEL TURISTA CULTURAL



El turista cultural es un perfil alto

Hay dos grandes segmentos:

1. Los turistas con interés especial en la cultura, corresponden al segmento del “Turismo cultural”, es decir, su tamaño y valor son directamente imputables a los valores culturales del país que motivan a los turistas a realizar un viaje

# PERFIL DEL TURISTA CULTURAL



2. Los turistas con interés ocasional en la cultura pertenecen a otros segmentos turísticos con diversas motivaciones, en ellos la cultura es un valor agregado al que sólo se imputa directamente el gasto adicional que realizan en el país cuando consumen actividades o servicios relacionados con la cultura

# PLANIFICACIÓN DEL TURISMO CULTURAL

- **Elaboración de un análisis cualitativo de la oferta cultural**
- **Revisión del inventario de recursos y atractivos turísticos culturales**
  - **Lista de bienes de interés cultural BIC**
  - **Lista representativa del patrimonio cultural inmaterial**
  - **Inventario de recursos y atractivos culturales**
  - **Oferta incluida en páginas web**
- **Identificar una propuesta de productos innovadores**
- **Definir un posicionamiento como destino cultural**
- **Criterios:**
  - **Singularidad**
  - **Reconocimiento**
  - **Seguridad en destino**
  - **Madurez y capacidad receptiva del destino**
  - **Accesibilidad y servicios**





# PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS DEL TURISMO CULTURAL



Fuente: Plan de  
Negocios Turismo  
Cultural - Colombia 2017

# DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO CULTURAL

## ESTACIONALIDAD

Venta todo el año / dependencia de disponibilidad de productos o servicios / necesidad de desestacionalización

## SEGMENTOS Y NICHOS

Familias / parejas / honeymooners / MICE / purista cultural / cultural aficionado / weekenders / convencionales / baby boomers / cazadores de recompensas / cazadores de íconos

## MERCADOS

Doméstico / extranjero

## ACCIONES PRIORITARIAS Y SOSTENIBILIDAD

Capacidad de carga / acciones sostenibles económicas, medioambientales y socioculturales





# SOSTENIBILIDAD EN TURISMO CULTURAL





- Proteger patrimonio cultural
- Propiciar la participación de las comunidades locales y etnias
- Promover la cultura local o regional
- Apoyar los grupos locales organizados
- Impulsar y promover la inversión en mejora de infraestructura turística
- Promover la protección patrimonial y divulgación cultural
- Patrimonio cultural se deberá convertir en el motor para el desarrollo sostenible
- Mantener el arraigo de costumbres y tradiciones



# MARKETING DEL TURISMO CULTURAL

- **Objetivos:**
  1. Puesta en Valor y promoción de un segmento específico de la oferta turística
  2. Mejora de la imagen del destino
- **Dirigidas a:**
  - a. Puristas culturales
  - b. Turistas ocasionales culturales
- **Características:**
  1. Accesibilidad / sistema de reservas anticipado / disponibilidad de entradas
  2. Programación de eventos culturales
  3. Promoción y Comercialización / canales / publicidad



EL TURISMO CULTURAL ES UNA  
OPORTUNIDAD SIN TEMPORADAS!

TAIKU PALDIES ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ TANAN благодаря  
SHUKRAN DANKE TERMA KASSIH DÍKY  
GRATIAS 감사합니 MATONDO MAAKE NANNI DIAKUIU  
HYALA THANK YOU MERCI MOCHCHAKKERAM DIOLCH  
TÄNAN YOU SPASIBO дякую FALEMINDERIT

# GRACIAS

תודה ASANTE CHOKRANE ESKERRAK MISAOTRA GRAZIE  
谢谢 OBRIGADO ARIGATO VINAKA  
SULPÁY SPASIBO  
DIOLCH ACIU DIOLCH WELALIN TAK KÖSZÖNÖM  
EKELE NGIYABONGA MATUR NUWUN KIITOS DZIEKUJĘ