

# Ecoturismo como alternativa de desarrollo económico, ambiental y cultural: un reto en calidad, formación y consolidación de la economía naranja\*

*Ecotourism as an Alternative for Economic, Environmental, and Cultural Development: A Challenge in the Quality, Formation, and Consolidation of the Orange Economy*

Mónica Sofía Rico-Ramírez<sup>a</sup>, Juan Camilo Gómez-Caipa<sup>b</sup>

## RESUMEN

Colombia, particularmente, tiene una condición privilegiada, biodiversa y ambientalmente sostenible; sobresale en patrimonio inmaterial, material y ecológico, que la sitúan en uno de los ecosistemas más ricos en flora, fauna y cultura. Dentro de la economía se presenta la necesidad de incorporar la gestión cultural, los métodos administrativos y la calidad en el servicio para consolidar una categoría que lleve al desarrollo de productos en torno a la cultura. Lo anterior se denomina *Economía naranja*, y remite a un modelo de desarrollo ampliamente conocido. Así, cuando se habla de ecoturismo no solo se mencionan actividades recreativas, se incorpora también la cadena productiva, la integración social de grupos y culturas étnicas, campesinos, afrodescendientes y población migrante, viajeros, turistas y visitantes. Plantea la inclusión de los ecosistemas protegidos (reservas y parques naturales, sitios arqueológicos, monumentos naturales, etc.), la creación de valor empresarial, social y económico con responsabilidad y respeto por la preservación y el mejoramiento constante de los sistemas productivos, que permitan hacer del servicio prestado un *ecoturismo como alternativa de desarrollo económico, ambiental y cultural*.

**PALABRAS CLAVE:** turismo; ecoturismo; servicio; gestión empresarial; cultura, economía naranja; sostenibilidad; calidad; ambiente.

## ABSTRACT

Particularly, Colombia has a privileged, biodiverse, and environmentally sustainable condition; it excels in immaterial, material, and ecological heritage, which places it in one of the richest ecosystems in flora, fauna, and culture. Within the economy, there is a need to incorporate cultural management, administrative methods, and service quality to consolidate a category that leads to the development of products around culture. It is called the Orange economy and refers to a widely known development model. Thus, when talking about ecotourism, not only recreational activities are mentioned but also the productive chain, the social integration of ethnic groups and cultures, farmers, Afro-descendants and migrants, travelers, tourists, and visitors. It proposes the inclusion of protected ecosystems (natural reserves and parks, archaeological sites, natural monuments, etc.), the creation of entrepreneurial, social, and economic value with responsibility and respect for the preservation and constant improvement of productive systems, which will make the provided service *an ecotourism alternative for economic, environmental, and cultural development*.

**KEYWORDS:** tourism; ecotourism; service; business management; culture; orange economy; sustainability; quality; environment.

\* Línea de Investigación Hábitos y Estilos de Vida Sustentables Grupo de Investigación Choc Izone. Universidad el Bosque

a Universidad del Bosque, Facultad de Ingeniería, Bogotá, Colombia. ORCID Rico-Ramírez, M.S.: 0000-0002-4341-5914

b Universidad el Bosque, Facultad de Ingeniería; Fundación Universidad de América, Departamento de Ingeniería Química y Ambiental, Bogotá. Orcid Gómez-Caipa, J.C.: 0000-0003-0050-7568

c Autor de correspondencia: [juan.gomez@profesores.uamerica.edu.co](mailto:juan.gomez@profesores.uamerica.edu.co)

Recepción: 15 de julio de 2021. Aprobación: 21 de septiembre de 2021.

## Introducción

### Ecoturismo, calidad de servicio y sostenibilidad

¿Qué sería del ecoturismo sin los viajeros que mediante la experiencia construyen y constituyen los encuentros hasta convertirlos en significados y representaciones simbólicas y culturales?

La riqueza del turismo cultural en Colombia envuelve diversos factores: naturales, ecológicos y sociales, que a su vez permiten comprender comportamientos, rituales, creencias y fenómenos de la cultura social, lo que genera identidad en una persona y en una comunidad. La premisa anterior clasifica al ecoturismo como el sistema de operaciones sostenibles que parte de una estructuración en bienes y servicios organizados, fundamentalmente ejecutados por medio de los bienes naturales, ambientales y culturales de una región o determinado lugar. Estos bienes se consolidan a través de la gestión cultural, administrativa y económica de sistemas sostenibles que se convierten en sistemas productivos. La economía naranja permite la ejecución de procesos de calidad en el servicio ecoturístico, así como la formación humana, profesional y técnica de nativos, indígenas y campesinos principalmente, favoreciendo así las propiedades en el servicio, con conocimientos culturales, preparación técnica en hotelería, protocolos de salubridad pública y bioseguridad; todo esto respaldado por un turismo bien hecho que incida en la economía social, cultural y nacional.

El ecoturismo y la *calidad de servicio* retoman los fundamentos del turismo como fuente de empleabilidad; pero además apuntan a optimizar los recursos naturales y humanos, ricos en biodiversidad y cultura; es una apuesta que se ha venido desarrollando con éxito y que ahora, en tiempos de pandemia, busca optimizar su calidad y posicionamiento, ya que se evidencia una tendencia significativa de la población hacia visitar entornos cada vez más ecosostenibles, naturales, tranquilos y asequibles. Se plantea este cambio para identificar las ventajas adicionales que el ecoturismo y calidad de servicio presentan, y que posiblemente permanecían desvinculadas del término original “turismo”. Además “ecoturismo” es sujeto y complemento preposicional del complemento

directo: “el ecoturismo busca optimizar la calidad y posicionamiento del turismo”.

Con la covid-19, la población con recursos económicos ha podido tanto visitar entornos naturales como vivir en ellos, por lo que las tasas de contagio han disminuido notoriamente, favoreciendo la calidad de vida. Se percibe un claro interés de viajeros y turistas por los ambientes naturales, el contacto con afluentes y especies animales, visitas a cascadas, disfrute de la biodiversidad de flora y fauna, avistamiento de aves, delfines, ballenas, etc. Junto a esto los empresarios y emprendimientos locales han desarrollado planes empresariales que buscan posicionar a la economía naranja como uno de los mercados más relevantes de inversión nacional e internacional.

La economía naranja impulsa la consolidación de Colombia como uno de los destinos ecoturísticos más importantes del mundo, sostenible en la prestación del servicio, respetuoso con el ambiente en el uso y aprovechamiento de materias primas naturales; conocedor de la preparación y adecuación de entornos naturales que disminuyan el impacto negativo generado y del abordaje honesto a turistas y viajeros (clientes) a través de una adecuada oferta de servicios y un óptimo manejo de los residuos que claramente disminuya el impacto ambiental y social. En definitiva, aspira a fomentar una autogestión regulada y reglamentada, que a su vez incida en el comportamiento social local y regional, para optimizar el desarrollo ambiental sostenible.

## Antecedentes

### Desarrollo de las manifestaciones culturales e industrias creativas

La Constitución Política de Colombia (1991) en el Artículo 8. “Es obligación del Estado y de las personas proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación”. estableciendo que la cultura es uno de los elementos centrales de los conceptos *Nación* y *diversidad*, y le asigna al Estado la obligación de *formar* e *incentivar* manifestaciones culturales, como también de ofrecer diferentes estímulos a los proyectos de actividades relacionadas con las industrias culturales.

El Sistema Nacional de Cultura fue establecido bajo la aprobación de la Ley 397 de 1997, expedida por el Congreso de Colombia, donde se prevén mecanismos participativos, de planeación, control y seguimiento que sirvieron de base para el Plan Nacional de Cultura 2001-2010 “Hacia una ciudadanía democrática y cultural” (Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2010). John Howkins, considerado por algunos autores el padre de la economía creativa, plantea a través de sus libros *Invisible work: The hidden ingredient of the true creativity, purpose and power* (2020) y especialmente *The creative economy: How people make money from ideas* (2001) cómo las “actividades naranjas” han tomado relevancia en el desarrollo económico, social, cultural y ambiental de un país, debido a la incertidumbre del quehacer para un desarrollo adecuado de la nación, lo que conlleva una mayor confianza en los recursos propios para la toma de decisiones, y genera un trabajo más personal, privado, subjetivo, nómada e interminable. Esto permite articular la gestión empresarial ambiental con la creatividad de ideas basadas en la naturaleza, e introducirlas en el mercado competitivo de productos y servicios.

En 2010 la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Unesco, estableció una política para las industrias culturales y creativas, que sirve como guía de trabajo en los procesos de concepción, diseño e implementación de propuestas que protejan y promocionen la diversidad de las expresiones culturales. Esto permite la participación activa de los países con un alto patrimonio cultural, como también el apoyo a países menos desarrollados, y así aprovechar los beneficios de la globalización y potenciar la economía en torno a los sectores culturales y creativos. En Colombia, el Ministerio de Cultura ha desarrollado cinco líneas políticas de emprendimiento e industrias culturales amparadas en el documento *Conpes 3659* (2010), el cual detalla la política nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia.

## Metodología

Según Rojas (2015), la metodología empleada para la elaboración del artículo es de carácter analítico documental, ya que se exponen diferentes maneras de articular la economía naranja como un

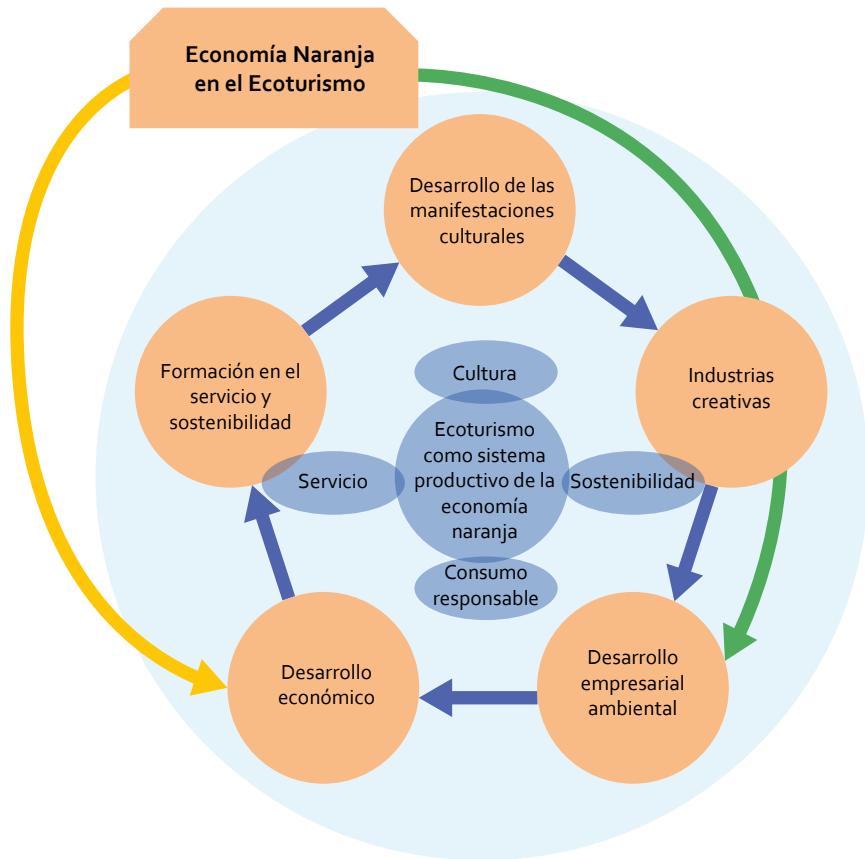
modelo de desarrollo económico y cultural mediante el ecoturismo, lo cual, según Chávez (1992), también puede considerarse como una investigación analítica debido a que durante el desarrollo del presente artículo reflexivo se expone conocimiento generado por otros autores en investigaciones previas, y se analiza acorde a la posibilidad de implementar la economía naranja como herramienta clave de gestión empresarial.

Guerrero y Guerrero (2014) aseveran que una investigación documental se fundamenta en el estudio de documentos, y extiende su alcance a los escritos hasta la fecha –incluido el presente artículo–, puesto que informa sobre el turismo, ecoturismo y la importancia del uso de la economía naranja, expuesta esta última por diferentes actores nacionales reconocidos. En paralelo la investigación presenta el potencial de este modelo, para impulsar el desarrollo social, ambiental, cultural y económico del sector.

## Ecoturismo y formación en servicio

El ecoturismo necesariamente implica una relación entre el ecosistema natural y las personas vinculadas con estos entornos vivos y culturales. Cuando se hace reconocimiento de lugares o se recorre un paraje y más allá de los paisajes, cuencas, circuitos y desiertos, vale la pena preguntarse por la satisfacción de turistas y viajeros, quienes pueden encontrarse con sorpresas, algunas de ellas desconcertantes e inesperadas, lo que genera un impacto negativo del lugar y del servicio prestado, o sencillamente de la experiencia del momento. Frente a esta realidad y a la carencia de servicios de calidad ofertados surgen varias cuestiones:

- § ¿Cómo operan los servicios turísticos en lugares lejanos y apartados donde no hay calidad ni preparación técnica ni profesional?
- § ¿Cómo son los agentes turísticos, las agencias y los operadores locales?
- § ¿Cumplen con la formación empresarial, cultural y técnica para ofertar servicios de calidad?
- § ¿Cumplen con la normatividad en servicios de salubridad pública, conocimiento ambiental, aprovechamiento de los recursos autosustentables, honestidad y formación alrededor de la cultura y su promoción?



**Figura 1.** Ecoturismo como alternativa de desarrollo económico, ambiental y cultural. Un reto en calidad, formación y consolidación de la economía naranja. *Nota.* Figura de elaboración propia.

Una pregunta amplia que encierra varias categorías, cuando se trata de revisar en detalle si existe servicio o si simplemente se le “hace frente” de cualquier manera a lo ofrecido, que al final es con lo que también se encuentran los turistas cuando se aventuran al ecoturismo.

Debido a la variación de ofertas en ecoturismo y como se busca darles cabida a nuevas tendencias de los mercados, aparecen diversas ofertas de servicio, tales como el *gampling*, el cual se desarrolla en lugares con altos índices de riqueza natural y cultural; combina la recreación al aire libre del campamento con un alojamiento de alta calidad, y elimina así las molestias asociadas con las experiencias de campamento en tiendas de campaña convencionales. De este modo el turista se beneficia, pues la alternativa posibilita más acercamientos a las experiencias únicas e irrepetibles a través de la naturaleza y su biodiversidad (Brochado y Pereira, 2017), al tiempo que brinda al turista excelentes condiciones de estadía,

que promueven el turismo natural y cultural mediante servicios de calidad donde se aprovechen los recursos autosustentables que ofrece la zona.



**Figura 2.** Grupo familiar indígena huitoto.

*Nota.* Indígenas huitotos: grupo familiar ubicado en un afluente del Amazonas colombiano. Ofrecen frutas y artesanías (maníllas); por lo general se sitúan en la entrada del ferri para pedir dinero. Foto tomada por el autor.

## Ecoturismo y Economía Naranja

El concepto de la economía naranja aparece por primera vez en 2013 durante una conferencia del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), donde el actual presidente de la República de Colombia, Iván Duque, junto a Felipe Buitrago presentan un libro que trata sobre la importancia y necesidad de la economía cultural y creativa; consideran a lo largo del texto que la economía naranja permite desarrollar oportunidades infinitas de servicios culturales, salvaguardando el patrimonio cultural y asegurando así la trasmisión de conocimientos ancestrales de generación en generación.

Esto se articula de manera precisa con los derechos culturales, los cuales son parte integral de los derechos humanos, promulgados en 1948. Además, Anverre et al. (1982) aseveran que una industria cultural se logra cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, almacenan o distribuyen de acuerdo con una estrategia basada en consideraciones económicas.

Es importante resaltar que existen diferentes clasificaciones para las industrias culturales y creativas: modelo DCMS; modelo de textos simbólicos; modelo de los círculos concéntricos; modelo de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual; modelo del Instituto de Estadísticas de la Unesco, y modelo de americanos por las Artes, que divide de diferentes maneras las representaciones culturales aportadas por la industria. Aunque exista diversidad de modelos, estos cuentan con la ventaja de que comparten grandes características entre sí, como la incorporación de la herramienta denominada *economía naranja*, que asocia la cultura con el crecimiento y bienestar económico, y asegura que la generación de cadenas productivas sostenibles logra el crecimiento de una zona turística, impulsando el desarrollo del país donde se realice la actividad (Hernández, 2019).

Por lo tanto, el ecoturismo permite desplegar la economía naranja como una herramienta de impulso para el desarrollo económico mediante el arte, la cultura y el ambiente, ya que buena parte de los servicios empresariales que se buscan desarrollar en el sector turístico del país son actividades de experiencias con carácter natural, cultural y social. Como consecuencia resulta de gran importancia resaltar

que Colombia presenta una importante ganancia económica y social con la prestación del turismo en general: es esta una industria que, en los últimos años, antes de la covid-19, presentaba aumentos considerables de ingresos en Colombia.

Según el Boletín Operacional de la Aeronáutica Civil de Colombia, publicado en julio de 2021, se sumó un total de 14 120 196 pasajeros en 7 meses, mientras que para todo el año 2020 se contó con apenas 13 074 109 pasajeros. También la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo, Anato (2021), reporta que durante el primer semestre de 2021 hubo una reactivación del 35 % en las ventas, en comparación con 2019, lo cual demuestra la reactivación que ha venido teniendo el sector turístico en el país.

Según el Centro de Información Turística de Colombia (2021), en la plataforma CITUR se corrobora que el turismo ha crecido de manera considerable: para el año 2012 se contaba con un ingreso de 1 365 379 de visitantes extranjeros no residentes, mientras que para 2019 la cifra ascendía a 2 814 025 de visitantes extranjeros no residentes, lo cual, en el reporte *The Travel & Tourism Competitiveness Report* (Uppink y Soshkin, 2019), publicado para el World Economic Forum, le permitió a Colombia ocupar la posición 55 entre 140 mejores economías en el sector de turismo.

## Ecoturismo sostenible

Colombia es un país con potencial para el desarrollo de turismo sostenible. Se reconoce este concepto desde cuatro diferentes interpretaciones:

- § El turismo como parte de una estrategia de desarrollo sostenible.
- § El desarrollo del turismo sustentable a largo plazo como actividad de desarrollo cultural e integración social.
- § El turismo ecológicamente sustentable (conocido hoy en día como ecoturismo).
- § La sostenibilidad económica turística, que incluye conceptos como el mercado abierto, el control público, los entes reguladores y las industrias líderes (Hinch, 1996).

Colombia es uno de los territorios más ricos en la vinculación de la cultura y el turismo, cuenta con

territorios dotados de patrimonio inmaterial y material, culturas indígenas aun vivas, que custodian el territorio, campesinos que cultivan la tierra y hacen de los campos sistemas productivos que fortalecen la economía, y permiten que las creencias se mantengan vivas.

Las políticas del Gobierno de Colombia subrayan la importancia de la vinculación entre cultura y turismo, pues el país cuenta con patrimonio inmaterial y material, comunidades indígenas que custodian el territorio, así como con campesinos que cultivan la tierra, mantienen las tradiciones y hacen de los campos sistemas productivos que fortalecen la economía.



**Figura 3.** Gastronomía típica criolla.

Nota. Guateque, Boyacá, Colombia.

Foto tomada por el autor.

Una de las riquezas del patrimonio cultural, la multiculturalidad presente en el territorio, puede traducirse en servicios ecoturísticos, para que el turista se impregne de costumbres, lenguas, manifestaciones artísticas, vestuario y gastronomía, como la vestimenta típica del altiplano cundiboyacense, conformada por una ruana, sombrero típico y alpargatas; el plato insignia de la gastronomía antioqueña, conocido como bandeja paisa, o la cumbia, que es una de las expresiones artísticas más conocidas mundialmente, originada en la región Caribe en épocas de la Colonia.

### Cultura como desarrollo económico

La riqueza cultural y los paisajes naturales que ofrece el país son pilares en la industria del turismo colombiano. Debido a esto, las bases del servicio

turístico deben articularse hacia el desarrollo sostenible, mediante el uso de herramientas como la economía naranja, para cumplir con estándares de calidad altos, que atraigan grandes mercados de turistas interesados en el ecoturismo del país, de manera que se logre un desarrollo económico local y nacional sostenible.

Según Luzardo et al. (2017), el comercio de bienes y servicios creativos en 2012 generó un total de 547 000 millones de dólares y 29 500 millones de puestos de empleo; así mismo se registraron ingresos mundiales de 2250 millones de dólares y en América Latina y el Caribe, 124 000 millones de dólares y 1.9 millones de puestos de trabajo, lo cual demuestra que la articulación de la economía naranja permite apoyar el desarrollo local, nacional y mundial de manera sostenible, además señala la importancia que toma la industria creativa, cultural, social y ambiental como potencia de desarrollo en los años venideros (González, 2020).

### Ecoturismo: la clave de la «Economía Naranja»

La clave para un desarrollo adecuado de la economía naranja es el ecoturismo. Dentro de este se encuentran los bienes y servicios, aspectos asociados con actividades económicas llamadas *sector terciario* o *sector de servicios*, dentro de los cuales el ecoturismo se cataloga como instrumento para la conservación y sensibilización sobre el cuidado e importancia de la naturaleza. La considera un sistema vivo para preservar, cuidar y consolidar con las medidas de protección legal pertinentes.

De allí que sea una necesidad la calidad en el servicio cultural y la incorporación de sistemas de gestión ambiental para reconocer al ecoturismo como la modalidad de turismo responsable, sin alterar ni destruir áreas naturales. La importancia en la capacitación de la población rural y local debe enfocarse en el cuidado, conocimiento de la población, las tradiciones, la conservación de la gastronomía local y tradicional, el estudio y preparación de los ecosistemas, y las manifestaciones propias culturales que se originen en los clanes o grupos poblacionales habitantes de estos lugares.

La Asamblea General de las Naciones Unidas designó 2017 *Año Internacional del Turismo*

*Sostenible para el Desarrollo.* Consecuentemente los datos arrojados por el *Plan Sectorial de Turismo 2018-2022*, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018), en Colombia se presentaron crecimientos destacados en los indicadores del turismo:

- § Incremento de un 69 % en turistas internacionales y viajeros
- § Generación de divisas de un 19 %
- § Generación de empleos de un 68 %
- § Incursión de nuevas empresas al sector del 74%

Se propicia así una oferta presente en aproximadamente 281 municipios del territorio nacional.

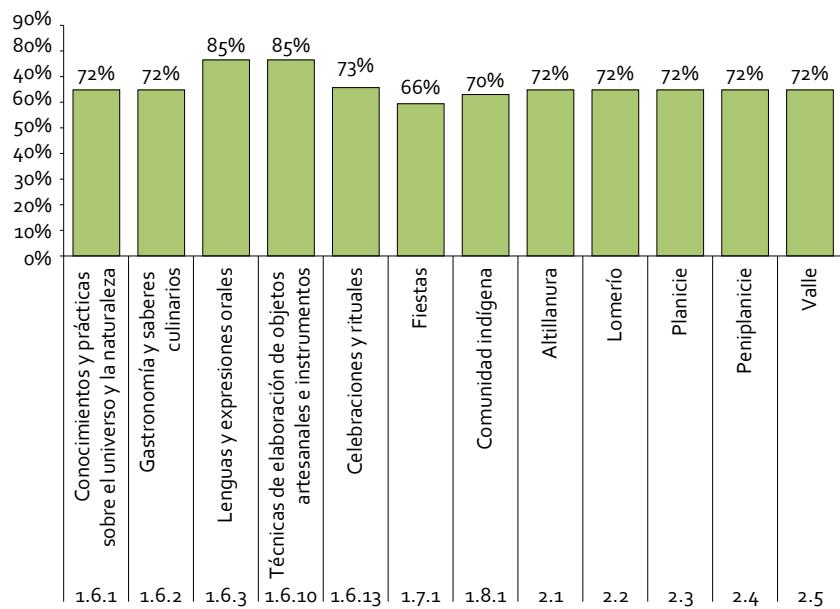
Los datos mencionados proporcionan una evidencia sobre la existencia del turismo interno, el cual se desarrolla en actividades relacionadas con los sistemas naturales vivos, es decir *ecoturismo*, que presenta un incremento del 45 % en las actividades turísticas desarrolladas y continúa su posicionamiento, con un incremento del 56 % en áreas naturales y protegidas, como las declaradas *Parques Naturales*, que gozan de la protección y preservación de los recursos naturales y vivos

Considerando solo las ponderaciones superiores al 60 % se presenta en formato ficha la descripción

de algunos de los atractivos turísticos. Resaltan aquellos aspectos sustanciales que pueden contribuir a un adecuado uso y al diseño de productos ecológicos. La clasificación de los bienes y atractivos que originarán los planes ecológicos son divididos en dos grandes grupos; a saber: patrimonio cultural y sitios naturales.

### Calidad de servicio y cuidado ambiental: pilares para el desarrollo empresarial

Es importante resaltar que el concepto *ecoturismo* se incorpora a las actividades catalogadas como *biocomercio*, cuyo principal criterio es incentivar a quienes *hacen un uso responsable y sostenible de la biodiversidad, distribuyendo equitativamente beneficios y servicios*. Para esto es importante que las comunidades, agentes y demás, vinculados con los emprendimientos y el ecoturismo se comprometan a formarse y capacitarse con responsabilidad y honestidad dentro del sector; adquieran responsabilidad personal, social y laboral a través de compromisos por cumplir y apliquen los principios del Código Ético Mundial para el Turismo desarrollado por la Organización Mundial del Turismo (OMT). Esto hipotéticamente sería lo que se esperaría, lo cierto es



**Figura 4.** Sumatoria de calidad y significado de los atractivos focales turísticos de Colombia

*Nota.* Se observa que el 85% de los atractivos turísticos de Colombia son la diversidad de lenguas y expresiones orales, como también las técnicas de elaboración de objetos artesanales e instrumentos, asimismo, se cuenta con una sumatoria superior al 65% lo cual demuestra el potencial del país. *Fuente.* Vásquez, Y. Aguilera. (2017). *Caracterización de los Atractivos Turísticos de Colombia. Línea Hábitos y Estilos de vida*, Grupo de Investigación Choc Iz'One.



Figura 5. Indígena Yagua.

Nota. Amazonas peruano. Foto tomada por el autor, 2018.

que hay muchas personas que se lucran del ecoturismo, pero las condiciones que prestan son paupérrimas y desobedecen las mínimas normas de higiene y limpieza.

La hipótesis de formación y preparación en el turismo se verá reflejada en la constitución empresarial que se tenga, no solo en el cumplimiento honesto de la normatividad, sino en la prestación de los diferentes servicios con calidad, conocimiento y competitividad. Estas buenas condiciones permitirán incrementar los niveles económicos y por ende mejorar el posicionamiento dentro de la economía naranja, como ítem de robustez económica y social. Los clientes, viajeros y turistas visitarán los distintos lugares, los recomendarán y disfrutarán una y otra vez, y así las empresas del sector ecoturístico se consolidarán como referentes de calidad, con prestigio y reconocimiento.

Lo anterior se favorece con el desarrollo del turismo en áreas naturales, donde se busca sostener y desarrollar la economía y el carácter social local de donde se realiza la actividad. Involucra también experiencias de aprendizaje mediante el intercambio cultural con la comunidad del lugar (Mondino y Beery, 2018).

Dentro de la economía naranja el ecoturismo se convierte en el medio empresarial para el desarrollo cultural, social y económico; su principal diferencia frente a otros modelos económicos es su fundamento en la creación, producción y distribución de

bienes y servicios, cuyos contenidos de carácter cultural y creativo se puede proteger por los derechos de propiedad intelectual.

Sin embargo, los emprendimientos enfocados a la promoción de destinos turísticos enfrentan uno de los retos más grandes: la generación de experiencias memorables para el turista (Cardoso-Cabrera et al., 2021). De manera que el ecoturismo se convierte en un portador de diferentes clases de servicios empresariales y culturales, en donde la industria del turismo puede continuar creciendo constantemente, salvaguardando el patrimonio cultural y natural del lugar donde se desarrollará la actividad turística.

## «Economía Naranja» y cultura

La implementación de la herramienta denominada economía naranja permite fomentar el cuidado del patrimonio cultural a través de la prestación de servicios ecoturísticos, tal y como Amartya Sen, Premio Nobel en Ciencias Económicas, expresa en: *How does culture matter?*, texto publicado en Culture and Public Action. Allí hace referencia al fomento del bienestar que incluye el enriquecimiento de las vidas humanas a través de expresiones y prácticas culturales, es decir que un alto producto interno bruto per cápita, pero poca cultura no equivale a un gran éxito en desarrollo (Rao y Walton, 2004).

Por tal razón, la economía naranja toma relevancia, ya que permite desarrollar actividades de manera ordenada y secuencial: consecuente con la transformación de ideas mediante los bienes y servicios de ámbito cultural y el contenido de intelecto propio (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2019), que crea un valor agregado único e irrepetible, donde las experiencias y herencias culturales de cada región se convierten en el motor de crecimiento turístico y económico.

En resumen, la implementación de la economía naranja generaría condiciones que permitan *un acceso adecuado a la interacción cultural en el territorio, como también la posibilidad de proteger, recuperar y salvaguardar la memoria del patrimonio cultural del lugar*. Por esto mismo es importante un manejo eficiente de la gestión empresarial por desarrollar en torno al ecoturismo, ya que será clave para brindar servicios de alta calidad, asegurar la sostenibilidad



**Figura 6.** Patrimonio cultural en regiones

Nota. Arriba: gastronomía típica de Boyacá. Abajo: artesanías para el Carnaval de Blancos y Negros, corregimiento de San Andrés, municipio Santiago, Putumayo, Colombia. Fotos tomadas por el autor, 2021.

de la zona, y crearle al turista, cliente o viajero experiencias únicas e irrepetibles, que permitan atraer a más personas en el futuro.

Por lo tanto y con la finalidad de atraer nuevos turistas, clientes o viajeros es prioritario para las empresas que pretendan disputar los diferentes segmentos del mercado brindar experiencias de alta calidad en el servicio, como también un valor agregado en cuanto a productos ofertados (Lazo Torres et al., 2019), lo cual, para países con una alta riqueza natural y cultural desembocaría en una alternativa atractiva en materia de desarrollo turístico sostenible, que haga uso de herramientas acordes a las necesidades y al futuro incierto causado por la pandemia de la COVID-19.

En resumen, la implementación de un modelo de gestión empresarial ambiental, que haga uso de la economía naranja como herramienta para la



**Figura 7.** Patrimonio cultural en regiones  
Nota. Arriba, de izquierda a derecha: Parque Arqueológico de San Agustín, Alto de los Ídolos, Huila y Cascada Gualila, predios de la familia Vallejo, Guapota. Abajo: Teleférico del Parque Nacional del Chicamocha, Santander, Colombia. Fotos tomadas por el autor, 2021.

producción, promoción, difusión o comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico y patrimonial (Ministerio de Cultura de Colombia, 2020), permite el desarrollo económico local y nacional, ya que articula de manera sinérgica las diferentes industrias relacionadas con la economía creativa, transformando ideas en bienes y servicios culturales, y dándoles un valor agregado a las actividades ofrecidas al público.

Del mismo modo se vislumbran las oportunidades de carácter sostenible y de crecimiento para el sector, debido a la gran cantidad de posibilidades existentes de consumo de la producción cultural y creativa que ofrecen las diferentes áreas del país, reflejadas en los datos de la Cuenta Satélite de Cultura (CSC) (DANE, 2018), donde el total del valor agregado del sector cultural para 2017 fue de \$8.2 billones en comparación con los \$6.2 billones de 2010. Además, al hacer uso de la economía naranja, según los datos obtenidos por la Cuenta de Satélite de Cultura y Economía Naranja (CSCEN) (DANE, 2018), el total del valor agregado bruto de cultura y economía

naranja en 2014 era de \$22.2 millones, y para 2019 fue de \$28.9 millones, lo que demuestra que el uso de esta herramienta es favorable para el crecimiento económico local y nacional.

## Conclusiones

El turismo es un sector que ha cobrado mucha fuerza en los últimos años, pues permite mover grandes cantidades de personas a destinos culturales de vivencias únicas para el visitante. Debido a este incremento en el flujo de personas hacia diferentes zonas turísticas este sector se ha convertido en uno de los pilares importantes para la economía local y nacional donde se desarrolla esta actividad; se posiciona de este modo como un sector importante de la economía colombiana.

Con el desarrollo y caracterización del contexto biofísico y socioeconómico del ecoturismo, así como con la perspectiva del ordenamiento territorial se evidencia que se han incorporado elementos estructuradores desde las funciones y competencias de los entes del orden local y nacional orientados a fomentar y preservar el patrimonio cultural y ambiental; mismos instrumentos que a mediano plazo permitirán a las nuevas iniciativas ecoturísticas un desarrollo integral y equilibrado del área.

Por tal razón, las industrias de carácter cultural y creativo toman fuerza en propuestas de ecoturismo, como se menciona en la sección “Ecoturismo y economía naranja”; la articulación de estos sectores permite fomentar desarrollo económico mediante el arte, la cultura y el ambiente, lo cual habilita usar la economía naranja como guía fundamental para una prestación de servicios culturales de calidad.

Asimismo, la sostenibilidad es un objetivo al que Colombia le viene apuntando, por esto las industrias creativas, hacen parte del desarrollo empresarial verde del país, razón por la cual el ecoturismo es una solución viable, ya que, a través de un servicio o producto, recupera y conserva el patrimonio cultural y natural de una zona, como también apoya el desarrollo económico del lugar, con prácticas sostenibles y orientadas a una propuesta de valor amigable con el ambiente.

Sin embargo, aún se deben mancomunar esfuerzos para lograr un modelo organizacional con visión

a largo plazo, que contribuya a mejorar la calidad de vida de las etnias, las poblaciones campesinas y los grupos afrodescendientes, esto para que haya un reconocimiento real y preservado de su cultura y tradiciones, con sus planes de vida y las metas de conservación de los ecosistemas.

Para finalizar es importante que se plasme una propuesta orientada al desarrollo de una economía naranja, con perspectivas hacia esferas más profundas —economía azul y cultural—, cuyos planteamientos incluyan aspectos ecológicos, económicos, políticos, sociales, culturales y territoriales; donde es conveniente la formulación, planificación y ejecución de modelos específicos de desarrollo, conformes con el comportamiento de los ecosistemas naturales, para que, a través de un consenso entre las comunidades, se puedan crear sistemas de autogestión, democráticos, participativos, solidarios, autosustentables y, sobre todo, acordes con las necesidades poblacionales y la capacidad de carga ambiental que los soporta.

## Referencias

- Aeronáutica Civil Colombia, 2021. Estadísticas de las actividades aeronáuticas: Transporte aéreo origen-destino, Boletines Operacionales julio 2021. *Database*, <https://www.aerocivil.gov.co/atencion/estadisticas-de-las-actividades-aeronauticas/boletines-operacionales>; consultado: agosto de 2021.
- Anverre, A., Breton, A., Gallagher, M., Gawlik, L., Girard, A., González-Manet, E., Heiskanen, I., Kaungamno, E., Kibbe, B., Mattelart, A., Piemme, J., Minowa, S., Morin, G., Przecawski, K., 1982. Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego. UNESCO; Fondo de Cultura Económica, México, DF.
- Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO), 2021. Estadísticas - Resultados Encuesta Situación Reactivación Agencias de Viajes (IV). Disponible en: <https://anato.org/estadisticas/>; consultado: agosto de 2021.
- Brochado, A., Pereira, C., 2017. Comfortable experiences in nature accommodation: Perceived service quality in Glamping. *J. Outdoor Recreat. Tour.* 17, 77-83. DOI: 10.1016/j.jort.2017.01.005
- Cardoso-Cabrera, D., Vásquez-Erazo, E., Ramón-Poma, G., 2021. Marketing experiencial aplicado al turismo rural del cantón Morona como componente de la Economía Naranja. *Cienciamatria* 7(12), 381-410. DOI: 10.35381/cm.v7i12.434
- Centro de Información Turística de Colombia (CITUR), 2021. Estadísticas nacionales. Flujo de turistas.

- Turismo receptor. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. *Database*, [http://www.citur.gov.co/estadisticas/df\\_viajeros\\_ciudad\\_destino/all/2?t=1#gsc.tab=0](http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/all/2?t=1#gsc.tab=0); consultado: agosto de 2021.
- Chávez Alizo, N. 1992. Introducción a la investigación educativa. Coordinación del Estado Zulia, Maracaibo, Venezuela.
- Constitución Política de Colombia [Const]. Artículo 8. 7 de julio de 1991. Santa Fe de Bogotá.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística Colombia (DANE), 2018. Cuenta satélite de cultura y economía naranja. Cuenta Satélite Nacional. *Database*, disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia>; consultado: junio de 2021.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística Colombia (DANE), 2020. Cuenta satélite de cultura y economía naranja 2014-2019. *Database*, disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia/cuenta-satelite-de-cultura-y-economia-naranja-cs-cen-2014-2019pr>; consultado: junio de 2021.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística Colombia (DANE), 2019. Economía naranja Primer reporte 2019. *Database*, disponible en: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli\\_cultura/economia-naranja/1er-reporte-economia-naranja-2014-2018.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/1er-reporte-economia-naranja-2014-2018.pdf); consultado: junio de 2021.
- Departamento Nacional de Planeación Colombia, 2010. Documento Conpes 3659, política nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia. Bogotá, DC.
- Gascueña, D., 2020. Economía azul: clave para el futuro de un planeta verde. Open Mind BBVA, disponible en: <https://www.bbvaopenmind.com/ciencia/medioambiente/economia-azul-clave-futuro-planeta-verde/>; consultado: junio de 2021.
- González, A., 2020. Economía del siglo XXI: Economía naranja. Rev. Cienc. Soc. 26(4), 450-464. DOI: 10.31876/rcc.v26i4.34673
- Guerrero Dávila, G., Guerrero Dávila, M., 2014. Metodología de la investigación. Serie integral por competencias. Grupo Editorial Patria, México, DF.
- Gunter, P., 2015. La economía azul: 10 años, 100 innovaciones, 100 millones de empleos: un informe para el Club de Roma. Tusquets, Barcelona, España.
- Hernández Olave, J., 2019. El ajedrez de la Economía Naranja en Colombia. Econ. Creativa (12), 82-102. DOI: 10.46840/ec.2019.12.04
- Hinch, T., 1996. Urban tourism: Perspectives on sustainability. J. Sustain. Tour. 4(2), 95-110. DOI: 10.1080/09669589608667261
- Lazo Torres, N., Erazo Álvarez, J., Narváez Zurita, C., 2019. El *Balanced Scorecard* como herramienta de control interno en el sector manufacturero. Rev. Arbitr. Interdiscip. Koinonía 4(1), 125-151. DOI: 10.35381/r.k.v4i1.374
- Luzardo, A., de Jesús, D., Pérez, M., 2017. Economía Naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo, disponible en: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Econom%C3%ADa-naranja-Innovaciones-que-no-sab%C3%ADAs-que-eran-de-Am%C3%ADrica-Latina-y-el-Caribe.pdf>; consultado: junio de 2021.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia (MCIT), 2018. Plan Sectorial de Turismo 2018-2022: "Turismo: El Propósito que nos une". Bogotá, DC.
- Ministerio de Cultura de Colombia, 2020. ABC economía naranja. Disponible en: <https://economianaranja.gov.co/media/eojppwrl/abc-econom%C3%ADa-naranja-agosto-2020.pdf>; consultado: junio de 2021.
- Mondino, E., Beery, T., 2018. Ecotourism as a learning tool for sustainable development. The case of Monviso Transboundary Biosphere Reserve, Italy. J. Ecotour. 18(2), 107-121. DOI: 10.1080/14724049.2018.1462371
- Rao, V., Walton, M. (Eds.), 2004. Culture and public action. Stanford University Press, Stanford, CA.
- Rojas Cairampoma, M., 2015. Tipos de investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. Redvet Rev. Electrón. Vet. 16(1), 1-14.
- Vásquez, Y. Aguilera. 2017. Caracterización de los atractivos turísticos de Colombia. Línea Hábitos y Estilos de vida, Grupo de Investigación Choc Iz'One. Universidad del Bosque, Bogotá, DC.
- Uppink, L., Soshkin, M., 2019. The travel & tourism competitiveness report 2019: Travel and tourism at a tipping point. World Economic Forum, Ginebra.