



Destino Colombia Responsable:

Aprendizajes clave, hallazgos y experiencias referentes del turismo responsable.





Destino Colombia Responsable:

Aprendizajes clave, hallazgos y experiencias referentes del turismo responsable.



Diciembre de 2025

Destino Colombia Responsable:

Aprendizajes clave, hallazgos y experiencias referentes del turismo responsable.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

DIANA MARCELA MORALES ROJAS
Ministra de Comercio Industria y Turismo

CAMILO PÉREZ ALVARADO
Viceministro de Turismo

JUAN SEBASTIÁN SÁNCHEZ DEDERLE
Director de Análisis Sectorial y Promoción (E)

Agradecimientos Equipo Técnico MinCIT
Dirección Análisis Sectorial y Promoción,
Grupo Promoción - Turismo Responsable:

ANGIE LORENA GARCÍA CÉSPEDES
JOSÉ DANIEL TORRES PÉREZ
Profesionales Equipo de Turismo Responsable

Fundación Crea

MAURICIO RINCÓN FALLA
Director

JULIÁN ANDRÉS HUÉRFANO
Gerente de Proyecto

LUISA CORREAL
Líder Proyecto

SANDRA LILIANA HURTADO BUSTOS
Profesional Especialista en Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y Turismo Responsable

JULIETH PAOLA GONZÁLEZ
ALEJANDRO FERNÁNDEZ
Apoyo entrevistas nacionales
Mentores

Fondo Nacional del Turismo - P.A. Fontur

JENNER GIL MEJIA PÉREZ
Gerente General

MÓNICA AIMEÉ MORALES RODRÍGUEZ
Gerente Técnica (E)

STELLA KATHERINE CASTELLANOS RIAÑO
Directora de Competitividad

JOSÉ NICOLÁS GARCÍA OROS
Líder del proyecto

Grupo IS Colombia

VILMA CURE MOLANO
Coordinadora Supervisión

ANGELA CELY NAVARRETE
Profesional de Supervisión

MARÍA ALEJANDRA RODRÍGUEZ
LUISA MURILLO
MARCELA OSPINA
Mentores

OMAR ANDRÉS HERRERA
Diseño muestral y procesamiento de datos

Curaduría contenidos, diseño editorial y diagramación
Sandra Liliana Hurtado Bustos

Fotografía
Prestadores de Servicios Turísticos Participantes

Ilustraciones
Generadas en Adobe Photoshop 2026

Agradecimientos

A todas las entidades, organizaciones público-privadas, agremiaciones, expertos nacionales e internacionales, líderes comunitarios y prestadores de servicios turísticos, por su valioso apoyo y acompañamiento, que hicieron posible la elaboración de esta publicación.

© 2025 Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
Todos los derechos reservados. Esta publicación fue elaborada por la Fundación Crea, con financiación del Fondo Nacional de Turismo – FONTUR, entidad adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y con el valioso aporte de los empresarios y emprendedores de turismo que participaron en el proceso de Fortalecimiento en Turismo Responsable.



Contenido

- 6 • **Introducción**
- 8 • **Cabañas Irenita**
- 10 • **Avianca**
- 12 • **North Amazon Travel**
- 14 • **Datos clave y buenas prácticas para la prevención de la ESCNNA, la trata de personas y el tráfico ilícito de migrantes.**
- 16 • **Ana Isabel Cucunubá**
- 18 • **Datos clave y buenas prácticas para la prevención del tráfico ilícito de patrimonio cultural.**
- 20 • **Finca Agroturística La Piel Roja**
- 22 • **Datos clave y buenas prácticas para la prevención del tráfico de fauna y flora.**
- 24 • **Ecocheyenne**
- 26 • **Datos clave y buenas prácticas para la promoción e implementación de la economía circular.**
- 28 • **John Fredy Martínez**
- 30 • **Datos clave y buenas prácticas para la promoción e implementación del comercio justo.**
- 32 • **Eco T.A.S.**
- 34 • **Algunos testimonios del equipo ejecutor**



Introducción



Colombia se ha fijado como meta, para el cuatrienio 2022-2026, alcanzar 7,5 millones de visitantes no residentes, lo que permitiría generar en promedio 300.000 empleos mensuales vinculados con el sector del turismo.

En ese sentido, las cifras oficiales del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), mostraron que el país cerró el año 2024 con un récord histórico de 6,7 millones de visitantes no residentes, lo que representa un crecimiento del 8,5% frente a 2023.

Sin embargo, el incremento en la llegada de turistas también genera transformaciones en el sector y en

la sociedad. Es importante reconocer que las actividades turísticas pueden crear escenarios susceptibles de ser aprovechados para la comisión de actos delictivos, y que un turismo sin adecuada planificación termina afectando los territorios, el medio ambiente, y a las comunidades donde se desarrolla.

Esto representa un reto para el país en términos del compromiso y la adopción de buenas prácticas de turismo responsable, reconociendo el papel que desempeña el sector turístico tanto en la prevención de delitos como en la promoción de acciones a favor del medio ambiente y de la sociedad.

Es así como, desde el MinCIT se formuló la Estrategia de Turismo Responsable, cuyo objetivo principal es hacer que Colombia sea un destino turístico en armonía con la vida, reconocido por generar nuevas oportunidades de crecimiento, que permitan posicionar al país como un destino consciente, responsable y con atractivos sostenibles.

Posteriormente, FONTUR y la Fundación Crea suscriben el contrato FNTCE-452-2023 para desarrollar el objeto solicitado por el MinCIT,

consistente en realizar un acompañamiento a los prestadores de servicios turísticos en la generación y promoción de propuestas de valor competitivas en el mercado, relacionadas con el turismo responsable. Todo ello en el marco del proyecto Destino Colombia Responsable.

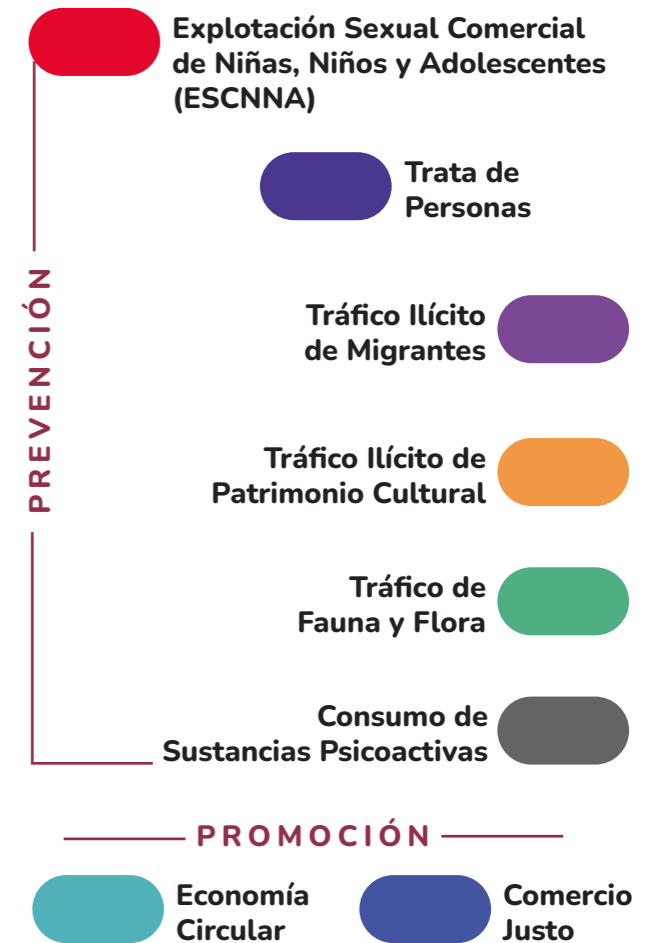
Para su implementación se adelantaron dos fases: i) elaboración de un estudio diagnóstico y análisis de tendencias en materia de Turismo Responsable; y ii) fortalecimiento a prestadores de servicios turísticos a través de sensibilizaciones y mentorías.



De esta manera, esta publicación presenta aprendizajes clave que permiten avanzar en la implementación de buenas prácticas, así como hallazgos relevantes derivados de la elaboración de una línea base en turismo responsable. También reúne experiencias referentes de empresarios y emprendedores que fueron acompañados como parte de la ejecución del proyecto Destino Colombia Responsable.



Actualmente la Estrategia de Turismo Responsable contempla ocho líneas de acción, seis de ellas a nivel de prevención de delitos, y dos restantes de promoción e implementación de buenas prácticas socioculturales y ambientales.



Comprende el conjunto de actividades que realizan las personas –turistas– durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines, entre otros, de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios.

Cabañas Irenita



Cabañas Irenita es un lugar inmerso en naturaleza y tranquilidad, ideal para descansar en un entorno singular que cuenta con piscina natural y un río de aguas frescas y cristalinas. Las cabañas se caracterizan por ser amplias, confortables y acogedoras.

La empresa aceptó una primera invitación para participar en la jornada de sensibilización en turismo responsable, donde se reconoció que su nivel de conocimiento sobre las líneas de acción abordadas aún no le permitía identificar riesgos ni actuar adecuadamente ante situaciones sospechosas relacionadas con posibles delitos.

Este diagnóstico despertó su interés por asumir un rol más activo frente al turismo responsable, motivo por el cual fue seleccionada para el proceso de mentoría.

En este establecimiento

Está prohibida la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes (ESCNNA).

Ley 679 de 2001 y Ley 1336 de 2009: sancionan a quienes promuevan, faciliten o participen en este delito.

Penas: hasta 25 años de cárcel y fuertes multas económicas.

Líneas de denuncia en Colombia

- 141 ICBF
- 123 Policía Nacional
- www.icbf.gov.co

El turismo responsable protege a la niñez.



Al finalizar la mentoría, la empresa evidenció un avance significativo en la gestión de la línea de acción asociada a la prevención de la Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes (ESCNNA).

Los logros alcanzados se reflejan en:

- Mayor comprensión de la normatividad aplicable.
- Adopción de protocolos y procedimientos internos.
- Sensibilización del personal.
- Capacidades fortalecidas para prevenir, detectar y reportar situaciones de riesgo.

Gracias a este proceso, la empresa pasó de una fase inicial de sensibilización a una implementación efectiva, posicionándose como un referente de protección a la niñez en su territorio.

Durante la mentoría, Cabañas Irenita fortaleció su propuesta de valor al incorporar acciones concretas para prevenir la ESCNNA, integrando protocolos en sus áreas de alojamiento y zonas comunes, capacitando a su equipo para identificar señales de alerta y activar las rutas de reporte, y difundiendo su política de cero tolerancia a través de mensajes en redes sociales.

El avance logrado demuestra una apropiación efectiva de la línea de acción, coherente con los principios del turismo responsable y orientada a la mejora continua del servicio.



La explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes (ESCNNA) constituye una de las formas más devastadoras de violencia a nivel mundial y está estrechamente vinculada con la trata de personas, el tráfico ilícito de migrantes y múltiples factores de vulnerabilidad infantil.

Es un delito que se manifiesta a través de la explotación del cuerpo de niños, niñas y adolescentes por un tercero con fines de dominación, gratificación o lucro, a cambio de una retribución tangible o intangible, o de la promesa de esta, sin que dicha situación pueda considerarse o asumirse como consentimiento por parte de la víctima.

El turismo no debe en ninguna circunstancia facilitar su ocurrencia. Por esta razón, el MinCIT trabaja de manera activa en la prevención de esta práctica criminal.

Para el año 2024, en promedio, cada 108 segundos se detecta material de abuso sexual infantil publicado en Internet, según la Internet Watch Foundation (IWF).

Avianca



Imagen tomada de: <https://static.avianca.com/media/10rotaty/informe-de-responsabilidad-corporativa-2024.pdf>

Avianca fue reconocida por su labor en la prevención de trata de personas durante los premios “La Muralla Soy Yo” - 2024. Estos son organizados por la Fundación Renacer y destacan las acciones innovadoras en la prevención y protección de niñas, niños y adolescentes contra la explotación sexual comercial en Cartagena.

Al respecto, Felipe Andrés Gómez Vivas, Director de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad de Avianca, expresó: “La trata de personas es un delito invisible, dirigido en contra de las personas más vulnerables de la sociedad. Para atacarlo, Avianca ha creado alianzas muy valiosas con la Fundación Renacer y la Fiscalía General de la Nación, para que más viajeros, más víctimas y nuestros

colaboradores sepan identificar y reportar este delito cuando lo detecten. Este reconocimiento es una señal clave que nos demuestra que estamos avanzando en el camino correcto”.

Desde el año 2018, Avianca viene avanzando en:

- **Capacitar al personal e implementar protocolos de seguridad: a través de contenido pedagógico, charlas con expertos y la socialización de un instructivo para el área operativa donde se explica qué hacer en caso de detectar un posible caso de trata.**
- **Sensibilizar a los viajeros a través de material informativo: con más de 130.000 tarjetas que contienen información clave sobre la trata de personas y están cargadas en todos los aviones de Avianca.**
- **Generar campañas de concientización sobre el delito: en el marco de fechas como el 30 de julio, Día Mundial de la Lucha Contra la Trata de Personas, con activaciones enfocadas en el cliente y mensajes que resaltan la importancia de estar alerta y denunciar si se sospecha de algún caso.**

Por ello, Avianca se ha consolidado como un caso referente en la prevención de la trata de personas, y ha sido seleccionado como ejemplo de turismo responsable.



En términos jurídicos y operativos, la trata de personas constituye un delito transnacional y multiofensivo (Ngwe & Elechi, 2012; Olisah et al., 2024), que comprende diversas formas de explotación —trabajo forzoso, explotación sexual, reclutamiento de menores en contextos armados y extracción ilícita de órganos—, articuladas mediante mecanismos de captación, transporte, traslado, acogida y sometimiento. Estas conductas son ejecutadas por estructuras criminales altamente adaptativas que recurren a coacción, amenazas, fraude, abuso de poder o de situaciones de vulnerabilidad para doblegar a las víctimas, con el consecuente menoscabo de su libertad, autonomía e integridad física y psicológica (Olisah et al., 2024).

Por ello, el sector turístico, con el acompañamiento del MinCIT, promueve la identificación de factores de riesgo y el uso de rutas de denuncia como parte de su compromiso con la prevención y la protección de las víctimas.

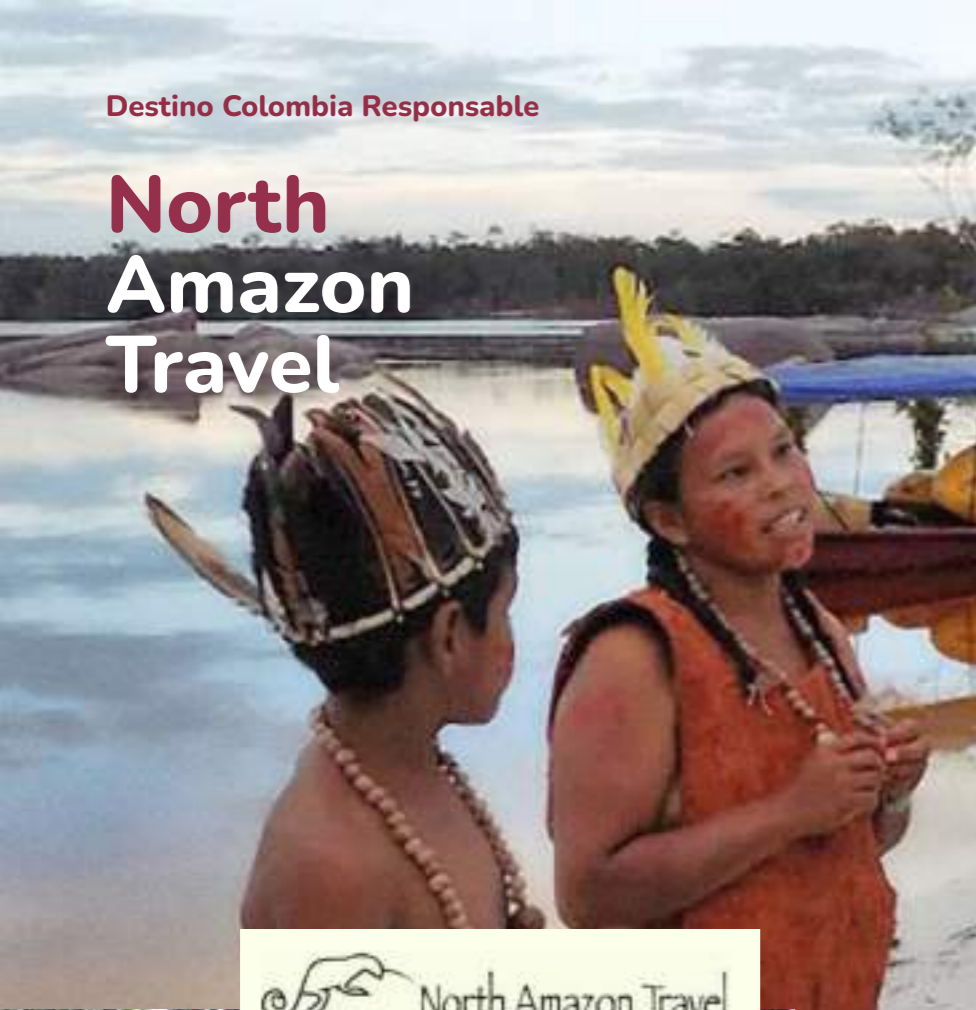
De acuerdo con la Organización Internacional para las Migraciones (OIM, 2023), entre 2002 y 2021 más de 12.000 menores de 17 años fueron víctimas de trata infantil en 120 países, de los cuales el 45,2% provenía de América Latina y el Caribe. En ese mismo periodo, más de 56.000 personas adultas fueron víctimas de trata, siendo en su mayoría mujeres.



Imagen tomada de: <https://www.mincit.gov.co/nacion/avianca-es-reconocida-con-los-premios-la-muralla-soy-yo-por-su-lucha-contra-la-trata-de-personas>



North Amazon Travel



Inirida Guainía
Agencia de viajes operadora

North Amazon Travel & HBC es una empresa pionera en turismo de naturaleza con más de 40 años de experiencia en procesos comunitarios. Con sede en Guainía, desarrolla experiencias auténticas en lugares emblemáticos como los cerros de Mavicure, el río Orinoco, Southern River Star y el río Negro, además de operar el exclusivo Ecolodge YupiNai. Sus recorridos fortalecen la relación entre viajeros y comunidades indígenas, integrando historia, biodiversidad y sabiduría ancestral en cada visita.

Cuando North Amazon Travel & HBC participó en la jornada de sensibilización en turismo responsable, fue evidente que ya contaba con un nivel sólido de conocimiento en varias líneas de acción, especialmente en aspectos

sociales relacionados con la inclusión y el trato digno a población migrante e indígena.

No obstante, al aceptar el proceso de mentoría, este conocimiento se fortaleció aún más. Esto se reflejó particularmente en la línea de tráfico ilícito de migrantes, donde la empresa



profundizó su capacidad para identificar riesgos, orientar a su equipo de trabajo y robustecer prácticas internas que previenen cualquier vínculo con dinámicas de explotación.

Al finalizar la mentoría, se evidenció un avance equilibrado en todas las líneas de acción. La empresa no solo reafirmó los procesos previamente implementados, sino que incorporó nuevos elementos que enriquecen su comprensión e implementación integral del turismo responsable.

También destaca su trayectoria en inclusión laboral y generación de oportunidades para población migrante y comunidades indígenas del territorio, en especial familias venezolanas asentadas en resguardos del Guainía. La empresa ya demostraba un compromiso claro con la prevención del tráfico ilícito de migrantes mediante prácticas responsables de contratación, acompañamiento comunitario y un enfoque operativo centrado en la dignidad y la protección de personas en situación de vulnerabilidad.

Durante el proceso de fortalecimiento, la empresa no solo consolidó estas acciones, sino que integró componentes adicionales que potencian su propuesta de valor, consolidando un modelo de turismo que:

Reconoce la diversidad cultural, promueve la inclusión socioeconómica y contribuye a mitigar riesgos asociados a los delitos que busca prevenir la Estrategia de Turismo Responsable. Su coherencia entre discurso y práctica la posiciona como un referente regional en turismo responsable.



El tráfico ilícito de migrantes implica facilitar la entrada ilegal de una persona a un Estado, sin que cuente con documentación que acredite su residencia o nacionalidad, con el fin de obtener un beneficio. Es considerado un crimen contra el Estado. Sin embargo, se pueden evidenciar delitos directos contra los derechos humanos de las personas víctimas del tráfico, en las que se pueden encontrar abusos físicos, psicológicos y económicos.

Esta problemática está asociada a crisis sociales en los países de origen, que en muchos casos obligan a las personas migrantes a recurrir a traficantes para desplazarse. Debido a su posición geográfica, Colombia suele ser un punto de tránsito para estas poblaciones, que terminan siendo afectadas por redes de tráfico ilegal. Por esta razón, el MinCIT trabaja para prevenir el uso del sector turístico en actividades ilícitas relacionadas con este tipo de tráfico.

En 2016, se estimó que al menos 2,5 millones de personas fueron traficadas, generando ingresos de entre US\$ 5.500 y 7.000 millones, aunque estas cifras son conservadoras debido a limitaciones para calcular el volumen y las ganancias en muchas rutas (Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito - UNODC, 2018).

...datos clave:

Persistencia en la No socialización del Código de Conducta frente a la ESCNNA.

De acuerdo con la encuesta nacional realizada se observa una marcada heterogeneidad en el cumplimiento de la comunicación del Código de Conducta de la Ley 1336 de 2009 para la prevención de la ESCNNA por parte de los prestadores de servicios turísticos. Mientras hoteles, apartahoteles y agencias de viajes operadoras presentan bajos niveles de incumplimiento (1% – 7%), otros sectores como restaurantes, campamentos y especialmente las empresas captadoras de ahorro para viajes alcanzan porcentajes que llegan hasta el 95%, configurando un riesgo significativo.

En los municipios de interés —PDET, Destinos de Paz y territorios priorizados— estas brechas se acentúan, con No socialización del Código en el 33% de los centros vacacionales, 25% de los apartahoteles, 20% de los hoteles, 17% de los hostales y porcentajes similares en viviendas turísticas (14% – 17%). Las agencias de viajes y operadoras muestran incumplimientos entre el 13% y el 22%. En contraste, los guías de turismo evidencian un compromiso completo, pues el 100% reporta socializar el Código de Conducta.

Falta de protocolos y rutas de acción: una brecha en la prevención de delitos.

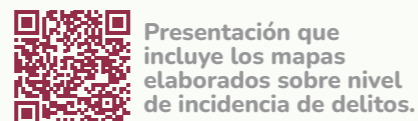
Los resultados muestran que, a nivel nacional, el 32% de los prestadores turísticos afirma contar con un protocolo de acción frente a la ESCNNA, lo que evidencia un mayor nivel de atención hacia este delito, respaldado por una normatividad sólida y por el alto número de casos registrados por la Policía Nacional. Sin embargo, la preparación frente a otros delitos es significativamente menor: solo el 16% dispone de protocolos para trata de personas y el 11% para tráfico ilícito de migrantes.

Además, un 20% de los prestadores no cuenta con ningún protocolo, lo que revela importantes brechas en la prevención y respuesta del sector y la necesidad de fortalecer la formación y la adopción de lineamientos específicos para garantizar la protección de los derechos humanos en el ámbito turístico.

Estos resultados se presentan en un contexto donde los mapas de incidencia delictiva



elaborados en el marco del proyecto, a partir de datos de la Policía Nacional, evidencian cómo la ocurrencia de estos delitos se ha consolidado y mantenido en zonas de alta importancia para el país, ubicadas en muchos casos más cerca de las áreas de operación del sector turístico y de nuestros propios hogares de lo que suele suponerse.



Presentación que incluye los mapas elaborados sobre nivel de incidencia de delitos.



Geovisor en Qgis cloud

...sobre la ejecución del proyecto:

Para las jornadas de sensibilización se desarrolló un proceso de convocatoria dirigido a prestadores de servicios turísticos con Registro Nacional de Turismo (RNT) activo a nivel nacional, alcanzando una cobertura aproximada de 80 ciudades y municipios del país. Como resultado, se logró la participación de 1.586 empresarios sensibilizados.



A esta cifra se sumó, en todas las jornadas, un promedio adicional del 35% de asistentes —tanto en las sesiones virtuales como en las presenciales— pertenecientes a colectivos culturales, artesanos, asociaciones y emprendimientos aún no formalizados o en proceso de conformación. Esta amplia participación evidencia que sectores complementarios a la cadena turística también muestran un interés creciente en vincularse a los procesos de formación en turismo responsable.

Asimismo, tres agremiaciones manifestaron su interés en que se desarrollaran jornadas específicas y adaptadas para sus asociados —Asohost, Acotur y Cotelco—, a través de las cuales se sensibilizó a 194 participantes.



Guía Sensibilización y Mentoría en Turismo Responsable



Formatos para la aplicación de herramientas orientadas al fortalecimiento en Turismo Responsable.



Explicación complementaria Portafolio de Productos y Servicios Turísticos Innovadores en Turismo Responsable



Algunas buenas prácticas a seguir

- Contar con un código de conducta para contrarrestar el delito.
- Definir o contar con un protocolo de atención o ruta de acción para la prevención y/o atención de situaciones propias de cada delito.
- Comunicar de manera previa al turista, pasajero, viajero, visitante, o cliente el código de conducta o los protocolos de atención o rutas de acción. Asimismo, informar sobre sanciones y penas establecidas por incurrir en el delito.
- Capacitar a colaboradores, proveedores, comunidades, etc., sobre el código de conducta o los protocolos de atención o rutas de acción definidos.
- Sensibilizar a la comunidad/población vulnerable donde opera el negocio, para que las situaciones en el marco de los delitos no sean fijadas como prácticas culturales o naturalizadas (es decir que se vuelvan normales que sucedan).

¡El lenguaje importa!



Ana Isabel Cucunubá



Ana Isabel Cucunubá es consciente de la responsabilidad que implica ejercer como guía profesional de turismo en Santa Marta, ciudad ubicada en la costa Caribe de Colombia y reconocida por su singular importancia patrimonial a nivel nacional y regional. Fundada en 1525, Santa Marta conserva un valioso casco histórico con edificaciones coloniales de gran relevancia cultural y se articula con el territorio ancestral de la Sierra Nevada, donde los pueblos Arhuaco, Kogui, Wiwa y Kankuamo preservan sistemas de conocimiento declarados Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO.

Comprometida con su profesión, Ana Isabel aceptó —tras participar en la jornada de sensibilización en turismo responsable— el reto de vincularse al proceso de mentoría que ella misma denominó una “maratón de turismo responsable”. Este espacio fortaleció su compromiso y le permitió integrar temas que antes no había considerado parte esencial de su labor.



En este sentido, evidenció avances significativos en la comprensión y gestión de varias líneas de acción del turismo responsable, con especial énfasis en la prevención del tráfico ilícito de patrimonio cultural y el tráfico ilícito de migrantes.

Durante la mentoría, fortaleció su capacidad para identificar riesgos asociados a su papel como vocera del valor patrimonial de la ciudad. A partir de ello, comprendió cómo la difusión y sensibilización sobre la importancia del patrimonio pueden contribuir a generar mayor atención sobre posibles situaciones de tráfico ilícito. Paralelamente, entendió la vulnerabilidad que enfrenta la población migrante presente en Santa Marta, integrando mensajes preventivos y orientadores dentro de su experiencia turística, logrando fortalecer su city tour incorporando prácticas orientadas a la identificación de riesgos relacionados con el tráfico ilícito de patrimonio cultural y a la promoción de un trato digno hacia las personas migrantes en el territorio.

También se suma el avance alcanzado en la línea de acción de comercio justo, en la cual implementó prácticas responsables y estableció tres alianzas con actores locales, fortaleciendo su oferta turística y promoviendo la tradición oral asociada a la gastronomía. Por ello, la evaluación final del proceso evidenció:

- Un incremento significativo en su capacidad para reconocer y gestionar situaciones de vulnerabilidad, diferenciando su producto a través de la integración de criterios de responsabilidad sociocultural.
- Una disposición para continuar mejorando, actualizar contenidos, y crear nuevo material digital alineado con los valores del turismo responsable.



El tráfico ilícito de patrimonio cultural se presenta cuando se transfieren, retienen o comercializan ilegalmente —mediante saqueo o robo— bienes que forman parte del patrimonio cultural mueble. Este conjunto está compuesto por objetos que las comunidades, grupos sociales e instituciones públicas y privadas reconocen como parte de su memoria e identidad colectiva, al atribuirles valores históricos, estéticos, simbólicos o sociales que despiertan un interés particular en la población.

Dicho patrimonio se clasifica en categorías como patrimonio artístico, utilitario, arqueológico, paleontológico, bibliográfico y documental, y es importante señalar que el patrimonio arqueológico y paleontológico pertenece de manera exclusiva a la Nación.

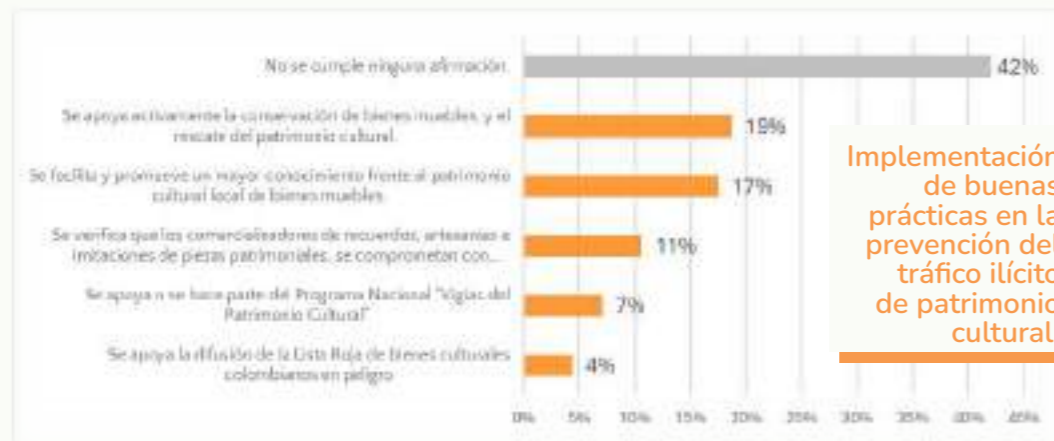
En este contexto, el MinCIT impulsa acciones de prevención, promoviendo la denuncia ciudadana y fortaleciendo los mecanismos de recuperación y protección de bienes culturales.

Colombia figura entre los principales países fuente de objetos culturales más traficados, junto con Grecia, Italia, Egipto, Turquía, Siria, Perú, México, India, Tailandia y Bulgaria (Walter, entrevista virtual, 9 de junio de 2025).

...datos clave:

Baja integración de la prevención del tráfico ilícito de patrimonio cultural en la gestión turística.

Los resultados de la encuesta permiten presentar la siguiente gráfica, en relación con las buenas prácticas implementadas por los prestadores de servicios turísticos —o desarrolladas en articulación con sus proveedores— para contrarrestar el tráfico ilícito de patrimonio cultural.



El análisis muestra una baja adopción de acciones concretas por parte de las empresas y emprendimientos turísticos frente al tráfico ilícito de patrimonio cultural. El 42% de los prestadores no implementa ninguna de las prácticas evaluadas, lo que evidencia un amplio desconocimiento o desinterés sobre el tema.

Aunque existen iniciativas puntuales, su alcance es limitado: solo el 19% apoya la conservación de bienes muebles y el rescate del patrimonio cultural, y el 17% promueve el conocimiento local relacionado. Acciones más especializadas, como verificar el compromiso de comercializadores (11%), participar en el programa "Vigías del Patrimonio Cultural" (7%) o difundir la Lista Roja (4%), presentan niveles muy bajos de implementación.



En general, estos resultados muestran que la prevención del tráfico ilícito de patrimonio cultural aún no se integra de manera efectiva en la gestión turística, constituyendo un reto crítico para avanzar en la sostenibilidad y responsabilidad del sector.

De otro lado, cuando se analizan los desafíos identificados, se tiene que el 45% de los prestadores turísticos no reconoce enfrentar ninguno de los retos asociados a este delito,

lo que refleja una profunda desconexión con la problemática, ya sea por desconocimiento, falta de conciencia o por no percibirse como parte de la cadena que podría facilitar —o prevenir— este tráfico.

Entre quienes sí los identifican, mencionan en mayor medida la escasa difusión de la Lista Roja de bienes culturales en peligro (20%), la dificultad para identificar bienes patrimoniales en transporte terrestre o aéreo (12%) y las limitaciones para controlar subastas en línea (10%), evidenciando vacíos operativos y técnicos que pueden favorecer la circulación ilegal de piezas.

Otros desafíos, como el desinterés del empresariado (8%) o el dilema ético frente a los guaqueros (4%), son poco reconocidos, pese a su relevancia en ciertos territorios. En conjunto, estos resultados revelan un bajo nivel de conciencia y apropiación del tema dentro del sector turístico y subrayan la necesidad urgente de fortalecer la sensibilización, la formación y la articulación institucional para promover un rol más activo en la prevención de este delito.

...sobre la ejecución del proyecto:

Es importante destacar que todos los prestadores de servicios turísticos que participaron en las jornadas de sensibilización contaron con un diagnóstico inicial que permitió visualizar su nivel de avance en cada una de las líneas de acción del turismo responsable.

Asimismo, a los 150 negocios turísticos cuyos representantes finalizaron con éxito el proceso de mentoría especializada y personalizada, se les aplicó un diagnóstico de salida para identificar los cambios alcanzados, según lo trabajado durante la mentoría. En algunos casos, este ejercicio también facilitó una reflexión crítica sobre las barreras que podrían estar limitando su progreso.

A continuación se muestra el tipo de gráfica usada, para acompañar los diagnósticos.

Diagnóstico Inicial



Diagnóstico de salida



Algunas buenas prácticas a seguir

- Desarrollar acciones y/o programas para la conservación y rescate del patrimonio cultural.
- Divulgar información sobre el patrimonio cultural y su importancia para el país.
- Verificar que los proveedores o establecimientos con quienes se trabaje o se tenga relaciones comerciales para la adquisición o comercialización de recuerdos, artesanías e imitaciones de piezas patrimoniales, expongan información de manera visible, donde se refuerce el compromiso en la prevención del tráfico ilícito de patrimonio cultural.
- Apoyar o hacer parte del programa nacional: "Vigías del Patrimonio Cultural".
- Apoyar la difusión de la Lista Roja de bienes culturales colombianos en peligro.
- Promover acciones que faciliten un mayor conocimiento frente al patrimonio cultural local y que propendan por su protección.

"El tráfico ilícito de patrimonio cultural constituye un robo caracterizado de la memoria de los pueblos. Despertar conciencias y llamar a la más extrema vigilancia son labores necesarias para luchar contra esta realidad, todavía demasiado subestimada"

Audrey Azoulay, Directora General de la UNESCO

Finca Agroturística La Piel Roja



Aurora Martínez Gestora

Es la Tierra del Zocay con Rostros de Paz, un paraíso natural donde es posible conocer plantaciones de caucho, cacao, cítricos, aguacate y pan coger, guiado por campesinos dedicados que protegen la selva y conviven en armonía con ella.

A partir de la jornada de sensibilización se identificó que la empresa tenía un conocimiento fragmentado sobre las líneas de acción del turismo responsable, aunque ya contaba con avances importantes en la prevención del tráfico de fauna y flora, especialmente a través de senderos interpretativos, avistamiento responsable de primates y mensajes orientados a la protección de la biodiversidad.

Sin embargo, con la selección de la Finca Agroturística La Piel Roja para participar en el proceso de mentoría, se evidenció un avance amplio e integral en todas las líneas de acción.

Destaca particularmente la mejora en la prevención del tráfico de fauna y flora, donde la empresa fortaleció su comprensión sobre los riesgos asociados al comercio ilegal, incorporó mensajes de sensibilización y consolidó prácticas orientadas a la conservación del mono Zocay.



El proceso permitió integrar acciones adicionales como:

- La vigilancia de hábitats.
- El establecimiento de protocolos para el avistamiento seguro.
- La sensibilización de visitantes sobre las dinámicas del comercio ilegal.
- Una mayor articulación con la comunidad local para proteger las especies silvestres.

De esta manera, la mentoría permitió profundizar conocimientos, fortalecer la estructura de sus actividades y reforzar su rol como agente de conservación.

Este progreso sostenido confirma su condición de caso referente, al partir de una base previa y potenciarla mediante un enfoque más sólido, coherente y alineado con los principios del turismo responsable.



El tráfico de fauna y flora se refiere a cualquier situación en la que se trafique, adquiera, exporte o comercialice, sin autorización de la autoridad competente o en incumplimiento de la normatividad vigente, especímenes, productos o partes de la fauna acuática y silvestre, de la flora, así como de especies exóticas.

Este comercio ilegal afecta no sólo a megafauna carismática, sino también a plantas, maderas e invertebrados marinos, atravesando múltiples ecosistemas y cadenas de valor (Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito UNODC, 2024).

Con el fin de prevenir esta actividad en los contextos de viajes y turismo, el MinCIT trabaja en el fortalecimiento de buenas prácticas dentro del sector, lo que contempla el reconocimiento de la realidad del delito, la identificación de situaciones de riesgo —incluyendo aquellas normalizadas culturalmente—, la promoción de canales de denuncia, y la información al turista sobre las implicaciones legales de extraer flora o fauna de los destinos que visita.

Entre 2015 y 2021 se registraron incautaciones de vida silvestre en 162 países y territorios, mientras que otros 82 estuvieron implicados en la cadena comercial de estas transacciones. Este alcance evidencia el carácter global del comercio ilegal de vida silvestre, según datos del World Wildlife Crime Report (WWCR3).

...datos clave:

La prevención del tráfico de especies y la conservación de la biodiversidad siguen siendo grandes desafíos.

El análisis sobre la implementación de buenas prácticas para prevenir el tráfico de fauna y flora en la encuesta nacional evidencia un compromiso aún incipiente por parte de las empresas y emprendimientos turísticos, pues ninguna acción supera el 13% de adopción y el 20% afirma no aplicar ninguna medida.

Las prácticas más comunes se relacionan con el respeto básico hacia la vida silvestre, como evitar la interacción con fauna nativa más allá de lo permitido (13%), no atraer animales con comida o sonidos (12%) y abstenerse de extraer flora en las áreas de operación (12%), lo cual refleja una conciencia inicial orientada a minimizar impactos directos. No obstante, la participación en acciones más robustas de conservación es muy baja, como los programas de rehabilitación de especies (2%), el trabajo con viveros formales (5%) o la renuncia a garantizar el avistamiento como estrategia comercial (6%).

En conjunto, estos resultados muestran que, aunque existen esfuerzos aislados, la prevención del tráfico de especies y la protección de la biodiversidad continúan siendo retos sustanciales para el sector, lo que demanda mayor sensibilización, formación y rigor normativo.

De otro lado, el análisis de la dinámica del tráfico ilegal de fauna y flora se basó en dos fuentes principales: las incautaciones registradas por la Policía Nacional entre enero de 2021 y el 4 de diciembre de 2024, y los informes de gestión de las autoridades ambientales entre 2020 y 2024. De los 40.793 registros reportados por la Policía, la gran mayoría corresponde a fauna (39.613) y solo 1.180 a flora, mientras que de los informes de

40 autoridades ambientales se recuperaron 1.864 registros —1.513 de fauna y 351 de flora— provenientes de 33 entidades.

La clasificación de 22.890 registros de fauna incautada evidencia una fuerte concentración en aves (43,8%) y reptiles (30,4%), que en conjunto representan casi tres cuartas partes de los casos y confirman su alta vulnerabilidad y demanda en el mercado ilegal. Los mamíferos ocupan el tercer lugar con 23,4%, mientras que el resto de grupos biológicos —peces, cnidarios, crustáceos, moluscos, arácnidos, anfibios, insectos y equinodermos— presentan cifras mucho menores, aunque revelan la amplitud del fenómeno.

En el caso de las aves, se identificaron 204 especies afectadas, y varias de ellas presentan un Índice de Magnitud del Impacto Promedio Anual extremadamente alto, lo que evidencia las graves consecuencias del tráfico ilegal sobre especies emblemáticas y de alto valor ecológico.



...sobre la ejecución del proyecto:

Como parte del **Primer Gran Diagnóstico de Turismo Responsable en Colombia: Línea base para la implementación de buenas prácticas en la actividad turística**, se llevaron a cabo seis grupos focales con la participación de 61 entidades públicas, organizaciones privadas y agremiaciones. Estos espacios realizados entre el 13 de noviembre y el 11 de diciembre de 2024, permitieron complementar la información recopilada y comprender, de manera constructiva, los desafíos, oportunidades y requerimientos normativos asociados a las diferentes líneas de acción del turismo responsable. Asimismo, se profundizó en el componente de bienestar animal y su cuidado en el contexto de la actividad turística.

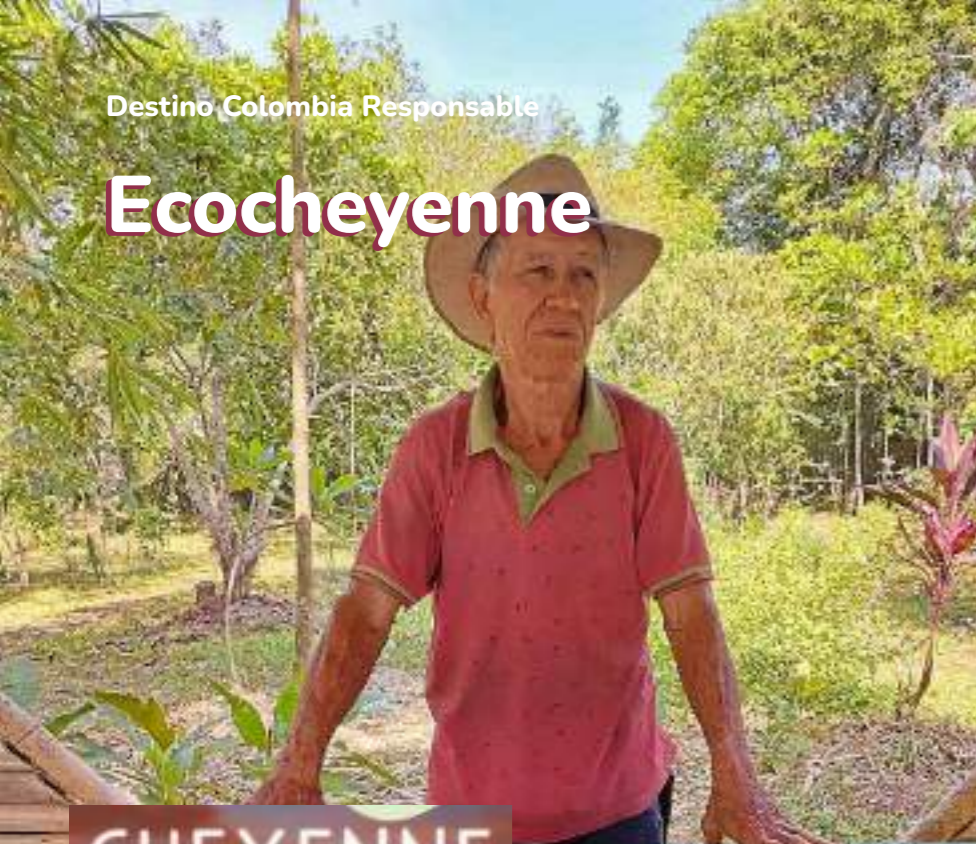


Algunas buenas prácticas a seguir

- Desarrollar o promover una oferta alimenticia que evite el consumo de especies silvestres.
- Informar al turista, pasajero, viajero, visitante, o cliente, sobre las temporadas de veda y especies protegidas involucradas en las áreas de operación del negocio.
- Promover en turistas, pasajeros, viajeros, visitantes o clientes la importancia de reportar, a través de los canales dispuestos, los lugares donde se les haya ofrecido en venta o hayan presenciado situaciones de comercialización de especies de fauna y flora silvestre.
- Evitar como argumento de promoción el garantizar el avistamiento de especies de fauna silvestre en las diferentes áreas donde opera el negocio, o en la de otros prestadores de servicios turísticos con quienes se trabaja.
- Evitar prácticas propias, o de prestadores de servicios turísticos aliados, que impliquen alimentar o atraer con comida o sonidos a la fauna silvestre, como medida para proteger su comportamiento natural y preservar su salud.

“Un ejemplo recurrente observado en aeropuertos españoles, es el decomiso de coral muerto encontrado en el equipaje de turistas provenientes de diversos países latinoamericanos. Aunque se trata de piezas aparentemente inofensivas —compradas en mercados, tiendas o playas— su transporte sin autorización constituye una infracción si pertenecen a especies incluidas en la Convención CITES” (Blázquez et al., entrevista virtual, 3 de julio de 2025).

Ecocheyenne



CHEYENNE
RESERVA ECOLÓGICA

Alberto Duque
Cofundador



Desde la Serranía de La Lindosa, en el departamento del Guaviare, la Reserva Natural Ecocheyenne se consolida como un caso referente en la línea de economía circular gracias a las prácticas ambientales robustas que ha venido implementando.

Durante las jornadas de sensibilización en turismo responsable se evidenció que esta reserva opera con un enfoque de mínimo impacto, integrando el manejo responsable de residuos, el aprovechamiento eficiente de recursos, el uso racional del agua y acciones permanentes de conservación dentro de su territorio.

Estas prácticas permitieron que, al participar en el proceso de mentoría, la empresa fortaleciera su narrativa de sostenibilidad, actualizara los mensajes dirigidos a los visitantes y reforzara estrategias para promover el consumo responsable y la reducción de la huella ambiental en sus experiencias turísticas.

El cierre del proceso confirma que Ecocheyenne:

No solo mantiene prácticas de economía circular, sino que las gestiona de manera integral dentro de un modelo de turismo comunitario, natural y regenerativo, lo que la posiciona como un referente regional en sostenibilidad y turismo responsable.



La economía circular es un sistema en el que los materiales no se convierten en desechos y la naturaleza se regenera. Los productos y materiales se mantienen en circulación mediante procesos como el mantenimiento, la reutilización, la renovación, la remanufactura, el reciclaje y el compostaje, entre otros. Este enfoque contribuye a enfrentar el cambio climático y otros desafíos globales —como la pérdida de biodiversidad, la generación de residuos y la contaminación— al desvincular la actividad económica del consumo de recursos finitos.

En este sentido, la circularidad representa una estrategia clave para el sector turístico, especialmente en lo relacionado con la reducción del impacto ambiental, al permitir que la cadena de valor adopte una trayectoria más inclusiva, sostenible y resiliente. Asimismo, contribuye al bienestar de las comunidades locales mediante la creación de nuevos empleos y oportunidades asociadas al aprovechamiento responsable de los recursos.

En esta línea, el MinCIT promueve jornadas de limpieza en playas y fomenta prácticas de reutilización y reciclaje, fortaleciendo una cultura de sostenibilidad en los territorios turísticos.

Se puede afirmar que los costos ambientales y sociales derivados del incumplimiento de la normatividad ambiental recaen sobre las comunidades locales, que suelen carecer de recursos y capacidad institucional para exigir o monitorear la gestión adecuada de residuos, el uso responsable del agua o los efectos de la contaminación generada por la operación turística. (Sorin, entrevista virtual, 16 de junio de 2025).



Los sentidos se abren al origen: el aroma del achiote tiñe el aire, la cúrcuma enciende la mesa, la fariña cruje como eco de los pueblos que supieron nutrir sin herir la tierra.

...datos clave:

Desconexión entre la operación turística y la gestión ambiental efectiva.

Los resultados de la encuesta nacional evidencian una situación crítica en la gestión de las externalidades negativas del turismo por parte de empresas y emprendimientos del sector.

La mayoría No gestiona impactos clave como las emisiones de carbono (92,8%), la descarga de aguas residuales sin tratamiento (85,8%), los residuos contaminantes (75,5%) ni la protección de la biodiversidad (76,6%), lo que revela una débil articulación entre la actividad turística y la responsabilidad ambiental.

Además, una parte de los prestadores realiza acciones sin procesos de medición —como el 20,3% que gestiona el uso de energía sin monitorear resultados—, lo que limita la eficacia de sus esfuerzos.

Muy pocos prestadores gestionan y miden simultáneamente, alcanzando apenas un 16,4% en el mejor caso (consumo de agua), lo que evidencia debilidades técnicas para desarrollar prácticas sostenibles.

Es así como, estos hallazgos muestran que la sostenibilidad ambiental y la aplicación

de principios de la economía circular aún representan altos retos para el sector turístico y que se requiere mayor formación, acompañamiento, incentivos y seguimiento institucional para fortalecer la gestión responsable de sus impactos.

Los principales desafíos para adoptar prácticas de economía circular en el sector turístico están relacionados con debilidades tanto técnicas como económicas.

La dificultad más frecuente es la falta de hábitos de registro de datos, mediciones e indicadores (17%), lo que evidencia limitaciones estructurales en los sistemas de información y en la capacidad de tomar decisiones basadas en evidencia.

También se reporta saturación y altos costos de certificaciones (16%), así como retos para atraer nuevos nichos de mercado (15%) y para evaluar adecuadamente la relación costo–beneficio de inversiones sostenibles (13%).

Persisten además dificultades vinculadas a la baja participación en procesos de gobernanza (11%), el escaso compromiso con la gestión del destino y la limitada innovación empresarial (9% cada una), lo que refleja una débil apropiación del rol transformador del sector.



...sobre la ejecución del proyecto:

En el componente cuantitativo del Diagnóstico se aplicó una encuesta dirigida a prestadores de servicios turísticos. Conforme a los lineamientos del MinCIT, se estructuró un diseño muestral con cobertura nacional y enfoque territorial, garantizando la representatividad del estudio y priorizando los municipios de interés (Destinos de Paz y PDET).

Para asegurar que los representantes legales —o las personas delegadas en cada negocio— comprendieran adecuadamente las preguntas, se realizó un estudio piloto orientado a evaluar tanto la comprensión del instrumento como el formato y el tipo de respuesta requerido. El formulario, elaborado en la plataforma encuesta.com, se organizó en 22 secciones y estimó un tiempo de diligenciamiento de 20 a 25 minutos. Su construcción se basó en una investigación preliminar consolidada en una matriz analítica.



La recolección de información se llevó a cabo del 15 de abril al 6 de junio de 2025, fecha en la que se registraron 603 encuestas efectivas, alcanzando un nivel de error nacional de 4,97%.

A partir de los resultados obtenidos se construyó el Índice de Turismo Responsable

(ITR), diseñado para medir el nivel de compromiso y acción de los prestadores frente a buenas prácticas fundamentales para avanzar hacia un turismo responsable en el país.

Resultados de la encuesta presentados en PowerBI.

Presentación que incluye los mapas elaborados del ITR.

Análisis realizado a partir de los resultados de la encuesta.

Explicación y análisis del Índice de Turismo Responsable (ITR).



Algunas buenas prácticas a seguir

- Tener identificadas mesas o comités conformados por otros prestadores de servicios turísticos o entidades públicas o privadas que faciliten un trabajo conjunto hacia la circularidad.
- Gestionar impactos o externalidades negativas del turismo frente a:
 - la descarga de las aguas residuales no tratadas;
 - los altos niveles de consumo de agua y presiones sobre el recurso hídrico;
 - las acciones que atentan la integridad de la biodiversidad y sus ecosistemas;
 - las crecientes emisiones de Carbono;
 - el uso intensivo de la energía y poca utilización de energías renovables; y
 - el alto volumen de residuos sólidos contaminantes.
- Promover y apoyar estrategias asociativas y cooperativas de recicladores de oficio, así como iniciativas de negocio basadas en la reutilización de materiales, con el fin de facilitar su inserción exitosa en el mercado.
- Medir los logros o beneficios alcanzados por las buenas prácticas implementadas.



John Fredy Martínez Chinome



John Fredy Martínez Chinome hace parte del grupo de prestadores de servicios turísticos que representan más del 50% de la categoría de viviendas turísticas en el Registro Nacional de Turismo (RNT). Por este motivo, para el MinCIT resultó fundamental acercar los principios del turismo responsable y sus líneas de acción a estos empresarios y emprendedores. En este caso, John Fredy opera un apartamento turístico ubicado en el municipio de San Gil, en el departamento de Santander.

Luego de aceptar la invitación inicial a participar en una jornada de sensibilización en turismo

responsable, identificó que su conocimiento sobre las distintas líneas de acción era aún básico, lo que despertó su interés por vincularse al proceso de mentoría para avanzar en la implementación de buenas prácticas.

De esta manera, incorpora a la operación del apartamento un bono redimible exclusivamente en la plaza de mercado de San Gil, incentivando el consumo de frutas y jugos naturales adquiridos directamente a familias campesinas y dinamizando los circuitos económicos locales.



Es así que durante el proceso de mentoría se logró generar un aporte directo a la economía local, afianzando las dimensiones sociales y económicas del turismo responsable, bajo la línea de acción del Comercio Justo.

Esta acción se integró estratégicamente a la operación del alojamiento, ya que su costo fue incluido dentro de la estructura de gastos del hosting en Airbnb, garantizando sostenibilidad y continuidad.

Además, diseñó material gráfico claro y funcional para facilitar la redención del bono dentro de la estrategia denominada El Artesano House, y así comunicar de manera efectiva su propósito a los huéspedes.

Gracias a esta implementación, logró diferenciarse de otros alojamientos similares, generando un impacto social directo y fortaleciendo su propuesta de valor bajo criterios prácticos y verificables de turismo responsable.



El Comercio Justo se refiere a un modelo comercial centrado en las personas y en la sostenibilidad social, económica y ambiental. Este modelo dignifica el trabajo, promueve la asociatividad y el empoderamiento, respeta el medio ambiente y fomenta una gestión responsable y sostenible de los recursos naturales.

Este enfoque facilita que los pequeños productores organizados, así como las micro y pequeñas empresas turísticas, accedan directamente a los mercados en condiciones justas y equitativas, generando canales de comercialización sostenibles, solidarios y de calidad, con una relación lo más directa posible entre quienes producen o prestan servicios y los consumidores.

Desde el MinCIT se impulsa el reconocimiento de los prestadores turísticos por la implementación de buenas prácticas, promoviendo a su vez que los turistas valoren positivamente estas acciones. En términos generales, la visión de la Estrategia de Turismo Responsable refleja el compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

La participación ciudadana en la planificación turística es una herramienta clave para el empoderamiento comunitario y el seguimiento cualitativo del impacto social, permitiendo que las voces locales influyan en las decisiones que afectan directamente su entorno (Blázquez, entrevista virtual, 30 de octubre de 2024).

...datos clave:

Hacia una gestión turística integral: dificultades para articular lo social, ambiental y económico.

Los resultados de la encuesta nacional indican que la acción más implementada por los prestadores de servicios turísticos es garantizar un trabajo seguro y saludable conforme a la ley (19%), seguida por el apoyo a pequeños negocios locales y la prevención del desperdicio de alimentos (16% cada una), lo que evidencia avances en prácticas laborales y en el fortalecimiento económico local.

También se reportan acciones con un 12% de adopción, como priorizar productos locales, promover el conocimiento comunitario sobre los efectos del turismo e integrar principios socioambientales en la estrategia empresarial, aunque la exigencia de criterios socioambientales en la selección de proveedores es baja (9%). Asimismo, un 4% de los prestadores no aplica ninguna de las prácticas evaluadas, lo que refleja la necesidad de mayor sensibilización y acompañamiento.

En conjunto, aunque existen avances iniciales, la implementación de buenas prácticas sigue siendo limitada y aún se requiere fortalecer la articulación social, ambiental y económica dentro de la gestión turística para avanzar hacia modelos verdaderamente sostenibles y responsables.



En Colombia, las experiencias consolidadas de comercio justo demuestran que es posible construir

modelos productivos sostenibles y asociativos, cuya lógica puede servir de base para integrar prácticas comunitarias exitosas en el desarrollo turístico.

Cooperación interempresarial: base para avanzar hacia modelos circulares y de turismo justo.

Por parte de los prestadores de servicios turísticos se perciben importantes oportunidades para avanzar hacia modelos más circulares y justos. La más destacada es la posibilidad de articularse con otros prestadores (17%), seguida por el potencial del sector para impulsar la colaboración y el uso eficiente de recursos (16%), lo que evidencia una fuerte disposición hacia alianzas estratégicas.

Igualmente, se reconoce la oportunidad de generar productos y servicios con valor agregado (15%), así como de participar en programas de responsabilidad social empresarial (14%). Otras oportunidades identificadas incluyen definir mejor el perfil del turista deseado (13%), fortalecer la formación del personal (12%) e incorporar a las comunidades en los modelos de negocio (10%), aunque esta última se menciona menos pese a su importancia para la sostenibilidad.

Solo el 2% no visualiza oportunidades, lo que refleja una postura mayoritariamente positiva y estratégica frente a la transición hacia la economía circular y el comercio justo. Por lo tanto, estos hallazgos evidencian interés por mejorar la competitividad mediante prácticas responsables, pero también la necesidad de reforzar la articulación con las comunidades para consolidar modelos más inclusivos y sostenibles.



...sobre la ejecución del proyecto:

Para la recolección de datos cualitativos del Diagnóstico, además de los grupos focales antes mencionados, se realizaron 117 entrevistas semiestructuradas virtuales dirigidas a distintos grupos de interés:

- **Autoridades internacionales;**
- **Expertos temáticos internacionales y nacionales;**
- **Funcionarios de alcaldías de ciudades capitales y de municipios PDET o Destinos de Paz;**
- **Funcionarios de gobernaciones;**
- **Representantes de gremios aliados y complementarios al sector turístico;**
- **Organizaciones de la sociedad civil, redes o clústeres de turismo; y**
- **líderes comunitarios, ambientales o sociales.**



Estas entrevistas se llevaron a cabo a lo largo de nueve meses, entre el 30 de octubre de 2024 y el 14 de julio de 2025.

La selección de los actores entrevistados se basó en una investigación preliminar exhaustiva mediante la revisión de información secundaria, lo que permitió definir los criterios de elección para cada caso y posteriormente implementar una estrategia de aproximación ajustada a cada grupo de interés. Aunque se proyectaron diferentes estrategias de reemplazo, la disposición de las entidades, organizaciones y funcionarios fue muy alta, lo que permitió cumplir con lo planificado.



Algunas buenas prácticas a seguir

- Priorizar y promover la comercialización de productos agroalimentarios, artesanales y de otras cadenas complementarias al turismo, siempre que sean de origen local.
- Fomentar espacios de diálogo participativo a nivel local sobre el modelo de desarrollo turístico y el perfil de turista que se desea atraer al territorio donde opera el negocio.
- Identificar asociaciones comunitarias, cooperativas u otras organizaciones de la sociedad civil presentes en los destinos o áreas de operación del negocio turístico, con el fin de invitarlas a participar en la formulación de proyectos turísticos locales.
- Promover el consumo de productos de cosecha local, ya sea de forma directa o en articulación con proveedores y organizaciones aliadas.
- Prevenir la explotación laboral en todas las etapas de la cadena de valor turística.

“Es una economía alternativa que prioriza a las personas y al planeta sobre la rentabilidad, garantizando transparencia y trazabilidad en toda la cadena de valor”

Olga Patricia Parra - Consultora Campaña Ciudades y Pueblos por el Comercio Justo Latinoamérica y el Caribe en CLAC

Eco T.A.S.



La Agencia Operadora de Viajes y Turismo ECO T.A.S. se consolida como un caso integral de turismo responsable al implementar acciones que abarcan varias líneas de la estrategia. En materia de prevención de delitos, destacan sus avances frente a la ESCNNA, la trata de personas y el tráfico de fauna y flora. En las líneas de promoción, sobresale su compromiso con prácticas de comercio justo, lo que refuerza su enfoque ético y sostenible dentro del territorio.

Tras participar en la jornada de sensibilización en turismo responsable, la empresa manifestó interés en profundizar sus conocimientos sobre buenas prácticas. Al ser seleccionada para el proceso de mentoría, logró fortalecer varias líneas de acción, especialmente la prevención del tráfico de fauna

y flora y la promoción del comercio justo, complementándolas con estrategias de comunicación responsable.

En este proceso, la empresa instaló pendones en la entrada del parque natural, los cuales cumplen una doble función: sensibilizar a los

visitantes sobre la importancia de conservar la fauna y la flora, y promover productos locales de comunidades costeras, integrando de manera coherente los componentes ambiental, social y económico.

Asimismo, optimizó sus canales de comunicación a través de WhatsApp Web y estableció alianzas con otras agencias y alojamientos para ampliar su cadena de valor responsable.



Estas acciones reflejan un modelo operativo que no responde a esfuerzos aislados, sino que articula de manera estructurada diversos ejes del turismo responsable, consolidando un enfoque integral y replicable para el sector.



Sin lugar a dudas, el país y el sector del turismo enfrentan un reto trascendental frente al crecimiento proyectado en su desarrollo turístico. Aunque en los diferentes niveles —públicos, privados, gremiales, no gubernamentales, así como en las escalas nacional, regional y local— se han adelantado múltiples esfuerzos desde distintos contextos, la magnitud de las problemáticas que busca prevenir la Estrategia de Turismo Responsable exige hacer un alto. No sólo para comprenderlas mejor, sino también para aceptar que están demasiado próximas a nuestra realidad y que, aunque no corresponde exclusivamente a los empresarios y emprendedores atenderlas, sí es indispensable que estos asuman un rol más activo, reconociendo la corresponsabilidad que les compete tanto como actores económicos como integrantes de la sociedad.

En consecuencia, se configura como un llamado urgente a la actuación organizada desde la empresa y armonizada con los diferentes actores. El turismo tiene la capacidad de movilizar cambios inmediatos, y esa acción no admite más espera. Así, el turismo responsable, más que un concepto, se consolida como un eje práctico, adaptable a los distintos contextos en los que opera el sector.

Se necesita una integración activa de las comunidades locales en la planificación y gestión turística, acompañada de la búsqueda de experiencias auténticas que no desvirtúen el patrimonio cultural local y que, en muchos casos, integren saberes indígenas bajo un enfoque ético y corresponsable.

Nestor Esteban Representante Legal



Algunos testimonios del equipo ejecutor



“Ser parte de este proyecto representó un crecimiento profundo en mi camino profesional. Reafirmé la importancia del turismo responsable y el rol que tenemos para construir una Colombia más amable y sostenible. Guardaré siempre en el corazón a cada comunidad y prestador que nos abrió sus puertas y nos permitió acompañarlos en su proceso de fortalecimiento.

Julieth González - Mentora



“Este proyecto permitió comprender cómo los viajes pueden generar una huella positiva en las comunidades, el territorio, la cultura y la naturaleza, siempre desde el respeto y la responsabilidad que implica el turismo.

Marcela Ospina - Mentora



“Participar en este proceso fue un compromiso con un turismo que cuida, respeta y genera impacto positivo en los territorios.

Alejandro Fernández - Mentor



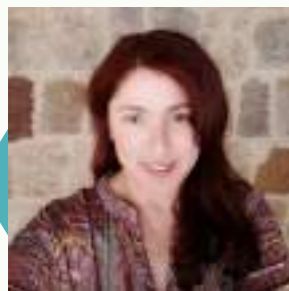
“Este proyecto nos permitió identificar tendencias y poner en marcha estrategias para que el Turismo Responsable no solo sea una forma de operar, sino también un factor de valor agregado para las empresas turísticas en el país.

Julián Huérfano - Director Proyecto



“Liderar este proyecto fue para mí un gran aprendizaje a nivel personal y profesional. Entender el turismo responsable de manera más integral y práctica me deja con una visión muy clara del impacto positivo que se puede generar en los territorios.

Luisa Correal - Líder Proyecto



“Construimos un mensaje sólido, acompañado de herramientas prácticas, sobre cómo aplicar la corresponsabilidad que nos involucra a todos —empresarios, emprendedores, entidades públicas y privadas, y la sociedad— para asegurar que el impulso al turismo no genere costos socioculturales ni ambientales para el país.

Sandra Hurtado - Profesional Especialista en Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y Turismo Responsable





Comercio,
Industria y Turismo

FONTUR 
COLOMBIA



Accede a la versión
digital de esta
publicación



TURISMO
RESPONSABLE

Proyecto
Destino
Colombia
Responsable

OPERADO POR

