

PANORAMA DEL FACTOR DE SOPORTE Y ATRACCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CENTRO HISTÓRICO EN TUNJA (COLOMBIA)

OVERVIEW OF THE SUPPORT AND ATTRACTION FACTOR OF THE TOURIST OFFER OF THE HISTORIC CENTER IN TUNJA (COLOMBIA)

 Gloria Maria Cetina Briceño^{1a}

 Yuly Paola Rojas Rojas^{2b}

Fecha de recepción : 09/10/2023
Fecha de aprobación : 07/12/2023
DOI : <https://doi.org/10.26495/rce.v10i2.2675>



Resumen

La ciudad de Tunja representa uno de los puntos neurálgicos del departamento de Boyacá (Colombia), en materia de cultura, arquitectura, arqueología, historia, artesanía y máxime, en cuestiones religiosas. Además, figura como el eje geopolítico y económico, en cuanto a que en la ciudad y en sus alrededores confluye gran parte del desarrollo urbanístico y turístico del departamento. El objetivo fue realizar un análisis del estado de algunos elementos de la oferta turística del centro histórico de Tunja. Este se efectuó bajo la guía del modelo de competitividad de destinos "Calgary" propuesto por los teóricos Ritchie y Crouch. La investigación empleó el enfoque cualitativo, con una muestra por saturación de 37 participantes pertenecientes a los diferentes roles del sector turístico. Los resultados reflejan que existen elementos de la oferta turística que podrían aportar al desarrollo turístico de la ciudad en criterios de sostenibilidad y engranaje de los integrantes comprometidos en el encadenamiento de valor. Los datos recopilados representan un insumo para el esbozo de estrategias para afincar el desarrollo turístico local. Es apremiante potenciar la riqueza cultural, histórica y religiosa de la ciudad de Tunja, con un sentido de divulgación, preservación, conservación de los bienes culturales de índole material e inmaterial.

Palabras clave: Competitividad, oferta turística, turismo.

Abstract

The city of Tunja represents one of the neuralgic points of the department of Boyacá (Colombia) in terms of culture, architecture, archeology, history, handicrafts and especially in religious matters. In addition, the city represents a geopolitical and economic axis, due to the fact that a large part of the urban and tourist development of the department converges in its surroundings. The objective was to carry out an analysis of the state of some elements of the tourist offer of the historic center of Tunja. This was carried out under the guidance of the "Calgary" destination competitiveness model proposed by the theorists Ritchie and Crouch. The research used a qualitative approach, with a saturation sample of 37 participants belonging to different roles in the tourism sector. The results show that there are elements of the tourism offer that would contribute to the city's tourism development in terms of sustainability and the involvement of the members of the value chain. The data collected represent an input for the outline of strategies to strengthen local tourism development. It is crucial to promote the cultural, historical, and religious richness of the city of Tunja, with a sense of dissemination, preservation and conservation of tangible and intangible cultural assets.

Keywords: Competitiveness, tourism supply, tourism.

¹Universidad Juan de Castellanos Tunja, Boyacá – Colombia

²Universidad Navarra, Neiva, Huila - Colombia

^aMaestría en Dirección Estratégica, especialidad en Gerencia, <https://orcid.org/0000-0001-9097-1860>, gcetina@jdc.edu.co,

^bMagíster en educación. Líder editorial, <https://orcid.org/0000-0001-9717-4493>, lidereditorial@uninavarra.edu.co

1. Introducción

Según la Organización Mundial del Turismo (2021), la actividad turística escenifica “un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios” (p. 1). En algunos países este es uno de los sectores más preponderantes, desde el punto de vista económico, donde contribuye de manera significativa como eje dinamizador de los mercados. El turismo como sistema supone un grado de integración e interrelación con otros sectores, por lo que no es posible discurrir en el tema dejando de lado aspectos inherentes que hacen posible su desarrollo y que permiten una integralidad en la oferta de un destino, elementos como: la accesibilidad, infraestructura y los servicios complementarios. Estos últimos, aunque no son servicios netamente turísticos son necesarios para generar desarrollo turístico. A este respecto, la oferta turística se puede considerar como el vinculado de servicios turísticos y no turísticos que permiten al visitante una estancia plena y sin carencias, independiente de la motivación que impulsa a las personas a realizar estos desplazamientos quienes siempre buscan en los destinos visitados comodidad, confort y seguridad.

Desde la literatura se ha encontrado múltiples modelos para abordar la competitividad de los destinos. En ese marco, se destaca la propuesta de los autores Crouch y Ritchie (2003), quienes señalan que esta se refiere a la idoneidad de los actores sociales públicos y privados de un determinado espacio geográfico “para crear valor añadido e incrementar, de esta forma, el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social” (Crouch y Ritchie, 2003, p. 122).

La ciudad de Tunja- Boyacá, Colombia, es reconocida por turistas nacionales como una *ciudad de paso*, pues conecta con otros centros turísticos del departamento que despiertan mayor interés (Medina, n.d.). Tunja se considera como un lugar apacible donde se puede disfrutar de la historia y cultura, al ser una ciudad de la época de la colonia aún conserva su arquitectura.

No obstante, Cetina y Rojas (2022) explican que, a pesar de la riqueza histórica y cultural reflejada en la arquitectura y calles del centro de Tunja, la ciudad es poco reconocida y deseada por turistas nacionales y extranjeros, a raíz de la falta de gestión, promoción y articulación de los actores de la cadena de valor. Para generar desarrollo turístico en un territorio es importante identificar y evaluar los elementos que intervendrán en la experiencia del turista. En ese sentido, en este artículo se relacionan los hallazgos del análisis de algunos elementos de la oferta turística del centro de la ciudad objeto de estudio, en cuyo espacio, se concentra sus más importantes atractivos turísticos.

2. Material y métodos

La investigación se desarrolló en el segundo semestre del año 2021 y privilegió un enfoque cualitativo. Empleó técnicas como encuestas, a través de un cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas. También, se realizaron entrevistas a los distintos actores de la oferta comercial turística. Para la recolección de datos de los establecimientos, se escogió el muestreo por saturación para cada una de las 4 categorías de actores en la oferta turística, que contaran con Registro Nacional de Turismo.

Tabla 1

Población y muestra por establecimientos

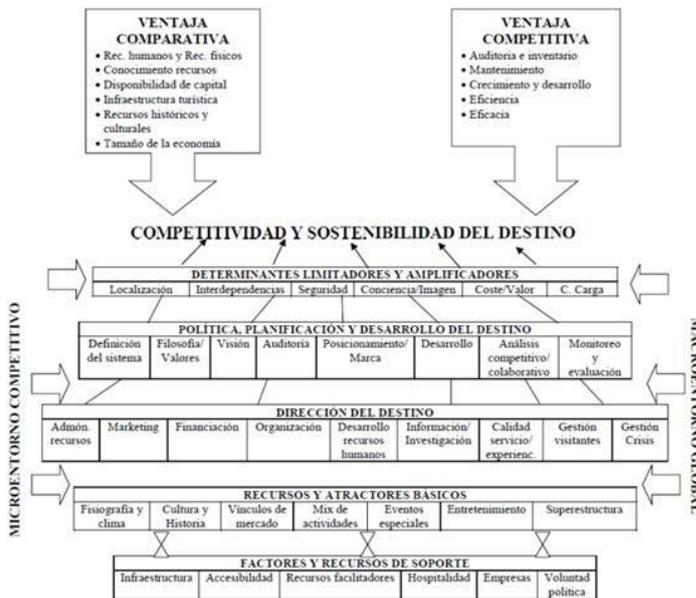
Categoría del establecimiento	Población	Muestra
Restaurantes	49	15
Hoteles	27	8
Agencias de viajes	20	6
Guías turísticos	27	8

Nota. Fuente: elaboración propia.

Se tomó como referente el modelo conceptual de competitividad para destinos, propuesto por Ritchie y Crouch (2003). Es un modelo que sugiere el análisis integral de elementos que incurren directa o indirectamente en el funcionamiento de la actividad turística de un territorio (ver **Figura 1**). Los autores plantean que, para determinar la competitividad de los destinos, es necesario llevar a cabo un estudio a través de 5 factores: soporte, recursos y atractivos, dirección del destino, planificación del destino y, un análisis de los aspectos que limitan y/o permiten el desarrollo de actividades turísticas.

Figura 1

Modelo de competitividad propuesto por Ritchie y Crouch (2003)



Nota. Tomado de Ritchie y Crouch (2003).

En la investigación desarrollada, el análisis se sustentó bajo dos factores del modelo anterior: soporte y de atracción (ver **figura 2**). Estos son los que establecen el desarrollo del turismo en un territorio y definen a través de una adecuada gestión la competitividad en los destinos.

Figura 2

Adaptación modelo de competitividad de Ritchie y Crouch



Nota. Fuente: elaboración propia.

Según González y Mendieta (2009), la competitividad penderá connaturalmente de los recursos, atractores, factores y elementos de soporte, para conservar un rendimiento competitivo sostenible. Seguidamente, se reseña cada uno de estos factores:

El **factor de soporte**, según Ritchie y Crouch (2003), se relaciona con los componentes que permiten la generación y el disfrute de servicios turísticos. Está conformado por elementos importantes

que configuran el entramado de la dinámica turística y que facilitan la calidad y capacidad de refugio en un destino. En el presente estudio, se analizan empresas, la hospitalidad y recursos facilitadores.

Por otra parte, el **factor de atracción** incluye elementos importantes dentro del destino que generan motivación en los visitantes. En este factor se consideran los sitios de interés y/o actividades y festividades representativas del territorio. En la presente investigación se realiza el análisis de los recursos, atractivos turísticos y actividades de interés de la ciudad. A renglón seguido, se puntualizan las acciones que permitieron reunir la información de acuerdo con cada factor.

Tabla 1

Actividades realizadas por factor

Factor	Descripción actividades
Factor de soporte:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Acopio de datos a partir de fuentes primarias (Cámara de Comercio de Tunja), para obtener información actualizada de los proveedores de servicios de índole turístico del centro de la ciudad, formalizados con matrícula mercantil renovada y Registro Nacional de Turismo vigente a 2021. ➤ Observación directa. Se registran los servicios complementarios y turísticos del centro histórico. ➤ Asociación Turística y Hotelera de Colombia (Cotelco) capítulo regional Boyacá, entrevista a la directora ejecutiva. ➤ Búsqueda en fuentes secundarias (páginas web del municipio, folletos, revistas, guías turísticas). ➤ Aplicación de entrevistas a actores comerciales objeto de estudio (Comercios que han renovado su matrícula a 2021) y a partir de esta información se establece un muestreo por saturación para cada categoría de establecimiento (ver tabla 2) ➤ Ejercicio de cartografía social con el apoyo de la Secretaría de Turismo de Tunja con prestadores de servicios turísticos del centro histórico de la ciudad.
Factor de atracción:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Exploración a través de fuentes primarias (Secretaría de Turismo de Tunja, Secretaría de Turismo de Boyacá). ➤ Recolección de información a partir de fuentes secundarias: Plan de Desarrollo (2020-2023), guías turísticas y páginas web. ➤ Revisión y valoración de atractivos turísticos a través de inventarios de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC, 2015).

Fuente: elaboración propia

3. Resultados

Factores y recursos de soporte

Empresas y hospitalidad

En la parte céntrica de la ciudad de Tunja se agrupa la mayor parte de la oferta turística representada en su mayoría por establecimientos gastronómicos y de alojamiento.

Establecimientos gastronómicos. Según datos publicados por la Cámara de Comercio de Tunja, en el 2021, el centro de la ciudad contaba con 49 establecimientos gastronómicos con matrícula mercantil renovada. De manera opcional, estos comercios también pueden obtener el Registro Nacional de Turismo (RNT); el cual, funciona como mecanismo de regulación y caracterización de los prestadores

de servicios turísticos del país. Frente a lo anterior, se evidencia el escaso número de registros de este tipo, dado el concepto de voluntariedad de adquisición, según la normatividad colombiana aplicable. Esto, en correspondencia con el artículo 2.2.4.1.4.2 del Decreto 343 subraya que, “para todos los efectos legales, un establecimiento de gastronomía o bar adquiere la condición de "turístico" cuando voluntariamente decide clasificarse como tal y se inscribe en el Registro Nacional de turismo” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021, p. 3).

La oferta gastronómica en la parte céntrica de la capital boyacense es diversa. Por mencionar: restaurantes de comida de mar, gastronomía nacional e internacional, comidas rápidas, cafés y salones de onces típicas. Pese a la variedad en la oferta de productos gastronómicos en el punto turístico más importante de la ciudad, a partir del ejercicio de cartografía social realizado con apoyo de la Secretaría de Turismo Municipal, se evidenciaron problemáticas considerables.

Los participantes del estudio corroboraron la carencia de comercios que promocionan platos típicos de la región. Entre otros aspectos, también subrayaron, la mala atención a los turistas y los horarios de atención limitados para visitantes de fin de semana y festivos. Los empresarios del sector gastronómico a través de las entrevistas manifestaron su preocupación por la recuperación lenta del sector a raíz de los efectos causados por la pandemia por Covid-19, donde el turismo tuvo una caída significativa a nivel mundial y en particular en la ciudad, por la ausencia de turistas en eventos masivos de carácter religioso como la Semana Santa, la fiesta de la virgen del Carmen, entre otros.

En esa misma línea, los empresarios destacan el fortalecimiento de los eventos que impulsan las ventas de los establecimientos como es el caso del *Burger Tour*:

Nos parece mejor que el Burger Tour esté organizado por parte del sector público para que se generen más beneficios a los empresarios, sobre todo estímulos para los comercios pequeños, por ejemplo, el subsidio del registro al concurso. EG1

Adicionalmente, manifiestan la necesidad de cualificación del talento humano del sector en competencias técnicas con el propósito de afianzar la calidad en el servicio:

El servicio al cliente es una de las fallas del sector para atender a turistas, si nos gustaría que desde la academia se acercaran un poco más para ayudar al sector comercial. También capacitarnos en estrategias de promoción, ahora con las redes sociales que llaman más la atención. EG2

Con respecto a la ubicación de algunos establecimientos que están fuera de la plaza principal, la **Plaza de Bolívar**, los propietarios manifiestan preocupación por el desinterés de los actores públicos en temas de alumbrado público y seguridad, pues consideran que no cuentan con las condiciones mínimas y necesarias para atraer clientes:

Cuando hay eventos religiosos, culturales o de temporada alta, la demanda se concentra alrededor de la Plaza de Bolívar, y los establecimientos que estamos cuadras más abajo quedamos olvidados, y nos toca más difícil atraer clientes. EG3

Agencias de viajes. Para la recolección de datos, se tuvo en cuenta todas las agencias incluidas en la base de datos de Cámara de Comercio. La finalidad de este análisis fue identificar las agencias que promocionaran la ciudad y destinos a nivel departamental. En Tunja se hallaron 50 empresas con Registro Nacional de Turismo (RNT) actualizado al año 2021. En cuanto a la promoción de la ciudad y destinos a nivel departamental, un 40% se dedicaba a la generación de este tipo de oferta a los turistas. Los municipios predilectos eran: Villa de Leyva, Paipa, el Cocuy, Ráquira, Sutamarchán, Chiquinquirá, Monguí, entre otros. Por otra parte, dentro de las actividades que realizaban estas agencias, se incorporaba la promoción del turismo rural comunitario, actividades de naturaleza, ancestralidad, la cultura boyacense. También, buscaban sensibilizar a las personas sobre la protección ambiental, el desarrollo sostenible y generar aprendizaje de algunas prácticas o tradiciones. Pese a la riqueza del departamento de Boyacá y de su capital, Tunja, uno de los agentes de viajes participantes expresó:

Hay destinos de Boyacá que se venden solos, pero la ciudad de Tunja es más difícil, falta mayor promoción desde el ente gubernamental para que llegue a oídos de los nacionales incluso de los posibles

turistas internacionales. También hay que mejorar la seguridad de la ciudad, porque sí hay lugares importantes por mostrar, pero no se les ha dado la relevancia que se merecen. AV6

Establecimientos de alojamiento. Según el Plan de desarrollo 2020 – 2023, en Tunja hay 79 establecimientos de alojamiento, distribuidos de la siguiente forma de acuerdo con su tipología:

Tabla 3

Alojamientos de la ciudad de Tunja.

Tipo de alojamiento	Número
Hoteles	62
Hostales	11
Apartahoteles	6
Total	79

Nota. Tomado de Plan de desarrollo 2020 – 2023.

En el centro de la ciudad se concentran en total 27 hoteles con matrícula mercantil y Registro Nacional del Turismo (RNT) renovado, de acuerdo con registros de la Cámara de Comercio (2021). De acuerdo con la encuesta aplicada, estos hoteles son pequeños y oscilan entre 10 y 20 habitaciones; cuentan con servicios básicos como alimentación, wifi y parqueadero.

En cuanto al perfil y motivación de las personas que se hospedan en la ciudad, de acuerdo con los participantes, destacan: por negocios, docentes de cátedra que viajan por motivos académicos, otros que viajan para la realización de trámites como el pasaporte, estudiantes universitarios de otros departamentos que vienen a competencias deportivas. Por último, mencionaban con fines turísticos, temporadas especiales y fiestas en la ciudad como el Festival Internacional de la Cultura.

Las principales problemáticas en cuanto al desarrollo del turismo en la ciudad manifestadas por los propietarios de los establecimientos de alojamiento están relacionadas con la falta de promoción de los lugares más icónicos del centro de la ciudad donde se encuentra la riqueza cultural y arquitectónica representada en calles, fachadas, portadas, templos, museos, bibliotecas, monumentos, entre otros. Lugares que, en la mayoría de las ocasiones, no están disponibles para visitantes los fines de semana. Algunas calles del centro se encuentran invadidas por la economía informal y esto limita el libre tránsito y contemplación de fachadas por parte de los turistas. Otra problemática manifestada fue la inseguridad en algunos sitios de importancia histórica. También, la mala atención al cliente se confirmó como un factor que limita el desarrollo. Los mismos prestadores de servicios de la ciudad sentían la necesidad de fortalecer las competencias relacionadas con el servicio al cliente. La ausencia de cultura turística es un factor que limita el rol del ciudadano como anfitrión de la ciudad en beneficio del reconocimiento de su historia representada en los sitios de interés.

Pese a que Tunja es reconocida como una ciudad de paso y que la mayoría de los visitantes optan por hoteles de la periferia o de ciudades cercanas, los propietarios de los establecimientos de alojamiento del centro esperan acciones para fortalecer el sector en alianza con el sector público y la academia:

Es que la gente no sabe lo que tenemos acá, hay muchas cosas por hacer, pero nadie hace nada, nos conformamos con lo mismo de siempre. Si todos se pusieran de acuerdo, las universidades, la Alcaldía, nosotros como hoteleros, y estrategias de publicidad, Tunja sería otra. H4

Como se mencionó anteriormente, el patrimonio cultural y religioso se concentra mayoritariamente en el centro de la ciudad, lograr la articulación de los actores y la fijación de productos turísticos incrementaría la llegada y permanencia de turistas a esta zona específica de la ciudad.

Desde otro ángulo, la presidente ejecutiva de la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO) capítulo Boyacá, expresó que, a pesar de que los hoteles de la ciudad tienen Registro Nacional del Turismo (RNT) actualizado, el tema de la calidad es muy complicado, puesto que incluye más aspectos inherentes al servicio. Empero, detalló que en los últimos tres años el sector hotelero en la ciudad ha presentado un crecimiento aproximado del 20% y que se está trabajando en temas de promoción de la ciudad como destino turístico con Secretaría de Desarrollo y *Actívate*. Asimismo, a través de la asistencia a eventos importantes a nivel nacional e internacional como la vitrina turística anual, organizada por la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo - ANATO y la Feria Internacional de Turismo – FITUR, que se realiza cada año en la ciudad de Madrid, España.

Guías de turismo. Se tuvo en cuenta la participación de 8 guías de turismo, a quienes se les preguntó su percepción sobre el estado de la oferta turística de la ciudad y los retos post pandemia para su gremio:

A nosotros la pandemia nos afectó fuertemente, y la recuperación ha sido lenta, afortunadamente desde el sector público se han realizado algunas convocatorias para involucrarnos, claro está, no a todos, pero quienes logran cumplir los requisitos, apoyan en el marco del mes del turismo (septiembre) con recorridos para locales y turistas. Pero la convocatoria es limitada, y siempre somos varios los que vivimos de esto. Por eso se necesitan otras estrategias más donde nos involucren a más guías de turismo, porque la ciudad sí cuenta con atractivos interesantes de valor histórico, cultural, ancestral y religioso que valen la pena visitar. GT3

Recursos facilitadores

Vías de acceso. La ciudad de Tunja cuenta con una ventaja comparativa con respecto a otras ciudades del país y es la cercanía a la capital de Colombia, Bogotá D.C. Los turistas provenientes de la capital perciben al departamento de Boyacá como un destino cercano, seguro, económico y bonito, la gastronomía boyacense es muy apetecida por estos visitantes quienes ven en esta abundancia y buenos precios. Boyacá es uno de los mejores destinos turísticos nacionales para visitar, tiene los paisajes más hermosos del país (Viajala, 2022).

La ciudad cuenta con vías de acceso importantes como la “Troncal Briceño-Tunja-Sogamoso”, y la A62 que comunica con la ciudad de Bucaramanga, estas pertenecen a la vía Panamericana. En la parte urbana está la Troncal Norte que comunica a Tunja con otros espacios geográficos como Duitama y Sogamoso.

Por su ubicación estratégica, Tunja podría ser parte del recorrido que los turistas realizan al desplazarse a algunos destinos turísticos del departamento como Paipa, municipio reconocido por las aguas termales, gastronomía, festividades y eventos entre otros, el Cocuy donde se encuentra el majestuoso Parque Nacional Natural (PNN) el Cocuy y Villa de Leyva, declarado pueblo patrimonio y destino turístico de preferencia para visitantes nacionales y extranjeros.

Señalización turística. El Centro histórico de Tunja cuenta con 72 señales turísticas que permiten la ubicación y cuentan la historia de cada uno de los sitios emblemáticos. Alcaldía Mayor de Tunja (2022). Esta señalización está conformada por:

- 9 tótems en acero inoxidable
- 5 monolitos de pie en acero inoxidable
- 17 monolitos adosado tipo colombina en acero inoxidable
- 14 direccionales de hasta 8 banderines
- 3 direccional de esquina
- 6 identificativa de pies
- 8 señales tipo bandera

Seguridad

La provincia Centro cuenta con 14 policías de turismo y la base de operaciones se concentra en el centro de Tunja. Estos hacen presencia en los distintos lugares de interés público como la Casa del Fundador y en los diferentes monumentos y templos, con el fin de proteger la riqueza patrimonial. Igualmente, se encargan de atender actividades de prevención y control del turismo en la ciudad. También, ayudan a incentivar diferentes campañas de turismo, realizan un control integral a comercios de servicios turísticos ubicados tanto en el Centro Histórico como en los demás lugares que conforman la provincia Centro del departamento boyacense. Lo anterior, contribuye a garantizar la formalidad en el sector, verificando la documentación de los establecimientos de hospedaje, velando por la seguridad de los turistas y entre otras tareas.

Factores de atracción

Recursos y atractivos turísticos

Los factores de atracción están relacionados con los recursos que motivan la llegada de turistas a un destino. Según la Secretaría de Cultura y Turismo de Tunja (2023), Tunja, a nivel nacional y de América Latina ha ido ganando interés y aprecio por los versados en términos de historia del arte. Sus calles, muros y espacios conservan los vestigios de aquella época ancestral prehispánica de los muiscas.

Retomando las apreciaciones derivadas del ejercicio de cartografía social realizado en esta investigación, es vital la promoción de los sitios de interés de la ciudad y la facilidad de acceso a los mismos, pues particularmente, el horario de apertura de los templos es muy limitado tanto para residentes y visitantes interesados en conocer la arquitectura religiosa siendo este uno de los atractivos turísticos culturales más importantes de la zona.

Para el análisis de los principales recursos y atractivos de la ciudad de Tunja se tomó como referencia la información de los inventarios turísticos realizados por la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC, 2015) los cuales se basan en la metodología del Ministerio de Industria Comercio y Turismo (MINCIT, 2010). Dentro de la metodología para la elaboración de los inventarios turísticos del Ministerio de Industria Comercio y Turismo (MINCIT, 2010) se realiza una valoración cuantitativa de estos, tomando como referencia los siguientes aspectos de acuerdo con su tipología.

Tabla 4

Criterios de evaluación recursos y atractivos turísticos MINCIT (2010)

Calidad	Significado
<u>Patrimonio material</u>	Local
Estado de conservación	Regional
Constitución del bien	Nacional
Representatividad	Internacional
<u>Patrimonio inmaterial</u>	
Colectiva	
Tradicional	
Anónima	
Espontanea	
Popular	

Calidad	Significado
<u>Festividades y eventos</u>	
Organización del evento	
Beneficios socioculturales para la comunidad	
Beneficios económicos locales	

Nota. Tomado de MINCIT (2010).

A continuación, a través del cuadro resumen Patrimonio Material e Inmaterial se detalla la valoración de cada atractivo y recurso de acuerdo con los criterios registrados en la tabla anterior, esta valoración cuantitativa tiene una puntuación máxima de 100.

Tabla 5

Inventario Turístico Patrimonio Material

Nº	Nombre del atractivo	Calificación total
1	Catedral Santiago de Tunja	85
2	Claustro de San Agustín	80
3	Santa Clara La Real	86
4	San Laureano	73
5	San Lázaro	79
6	Iglesia de Nuestra Señora del Milagro	77
7	Iglesia las Nieves	79
8	Iglesia San Francisco	74
9	Iglesia San Ignacio	68
10	Iglesia Santa Bárbara	76
11	Iglesia Santo Domingo	74
12	Casa del Capitán Gómez de Cifuentes	77
13	Antiguo Convento de la Compañía de Jesús	80
14	Academia Boyacense de Historia	72
15	Biblioteca Academia Boyacense de Historia	66
16	Casa Martin Niño de Rojas	76
17	Casa Juan de Castellanos	44

18	Museo Cultural Gustavo Rojas Pinilla	82
19	Museo del Escribano Don Juan de Vargas	77
20	Museo del Fundador Gonzalo Suárez Rendón	86
21	Casa de Jerónimo de Holguín	72
22	Estadio municipal de la independencia	97
23	Casa de las Hinojosas	45
24	Plaza Real	66
25	Casa del Capitán Ruiz Mancipe	72
26	El Bosque de la República	70
27	Parque Pinzón	70
28	Parque Santander	66
29	Plaza de Bolívar	78
30	Plazoleta Muisca	58
31	Plazoleta San Francisco	69
32	Plazoleta San Ignacio	54
33	Los Cojines del Zaque	68
34	Busto al Libertador Simón Bolívar	69
35	Busto de Andrés Bello	65
36	Busto de Augusto Trujillo Arango	62
37	Busto de Gonzalo Suárez Rendón	74
38	Busto de Johan de Castellanos	62
39	Busto de José Cayetano Vásquez	65
40	Busto de Juan Clímaco Hernández	55
41	Busto de Juan José Rondón	57
42	Busto de Juan Nepomuceno Niño	70
43	Busto de Prospero Pinzón	63
44	Estatua Pedestre de José Joaquín Camacho	65
45	Estatua Pedestre de Simón Bolívar	65

46	Monumento a Francisco de Paula Santander	69
47	Monumento a Goranchacha	61
48	Monumento a la Independencia	70
49	Monumento a La Raza Indígena	72
50	Monumento al Ajedrez	59
51	Monumento al Libertador Simón Bolívar	80
52	Monumento al Trigo	68
53	Monumento Piedra de Bolívar	65
54	Monumento y Pared a Los Mártires	65
55	Pila del Mono	71
56	Fuente Grande	65

Nota. Datos tomados del Inventario Turístico Patrimonio Material (UPTC, 2015).

Tabla 6
Inventario Turístico Patrimonio Inmaterial

Nº	Nombre del atractivo	Calificación total
1	Fiesta a la Virgen del Milagro	53
2	Fiesta del Señor de la Columna	50
3	Semana Santa	70

Nota. Datos tomados del Inventario turístico Patrimonio Inmaterial (UPTC, 2015).

De acuerdo con la información aportada en los inventarios turísticos mencionados, se observa la riqueza histórico-cultural representada en cada elemento del patrimonio tangible e intangible de esta zona. Por otra parte, tomando como referencia la calificación cuantitativa total de cada atractivo y recurso registrado, sustentada en los parámetros mencionados en la Tabla 4, se deduce que del 100% de los registros en el patrimonio material, el 14,2% tiene una calificación superior a 80 puntos. Se destacan dentro de esta clasificación elementos del patrimonio representativos de la ciudad como la Catedral Santiago de Tunja, el templo más importante de la ciudad, pues esta es una de las iglesias catedralicias de culto católico romano con mayor antigüedad en Colombia. Agregando a lo anterior, se suma el monumento al libertador Simón Bolívar, escultura pedestre en bronce, la Casa del Fundador, Gonzalo Suárez Rendón, esta es la única casa de fundador que existe en Hispanoamérica, construida por el mismo, lugar donde pasó su vida y pereció.

De otra mano, un 37,5% de los registros del inventario presenta una puntuación sobre 70 puntos. Los elementos característicos esta clasificación, en su mayoría, son los templos y museos albergados en el Centro Histórico de Tunja. Estos encarnan el legado cultural plasmado en edificaciones coloniales, lugares que cuentan la historia de la ciudad y de Colombia. Conjuntamente, este espacio geográfico recobra vital importancia al ser uno de los epicentros de la campaña libertadora de Colombia y en la que se encuentran las pisadas y memorias de los héroes antepasados.

En cuanto a puntuaciones inferiores a los 70 puntos, se observan elementos del patrimonio representados en su mayoría por estatuas, monumentos y bustos. Estos resultados muestran debilidades en la gestión de los entes locales para la protección del patrimonio cultural localizado en sitios públicos y la falta de conciencia y sensibilización cultural y turística tanto de la comunidad local y de los visitantes.

Tomando como referencia la información de la Tabla 6 donde se registra el patrimonio inmaterial de la ciudad, se percibió que no se registran todos los elementos que hacen parte de esta tipología de patrimonio, puesto que además de las festividades religiosas en la ciudad, se realizan eventos de talla nacional e internacional como la noche de los museos y el Festival Internacional de la Cultura (FIC), este último ofrece espectáculos basados en diferentes áreas artísticas.

Por otra parte, en cuanto al significado del patrimonio material e inmaterial de la ciudad y tomando como referencia información aportada por un funcionario de la dirección de calidad y desarrollo sostenible del Viceministerio de turismo, quien afirma que: ***“un bien natural o cultural cuando tiene significado local es un recurso; atractivo cuando su significado es regional, nacional o internacional”***, se deduce que de los 56 sitios de interés histórico, religioso y cultural que se concentran en el centro histórico de la ciudad registrados dentro del inventario, 29 tienen un significado a nivel local, es decir podría considerarse como recursos; por otra parte, los 27 sitios restantes son atractivos turísticos considerando su significado a nivel regional, nacional e internacional. En cuanto a las festividades y eventos tomando como referencia su significado podemos decir que una festividad se constituye como atractivo y las otras 2 que se registran en el inventario podrían considerarse como recursos.

Es de considerar el valor histórico y cultural de los sitios de interés del centro de la ciudad, sin embargo, para generar desarrollo turístico es importante la gestión de estos a partir de la generación de acciones de conservación y protección, sin dejar de lado aspectos importantes para la estructuración de futuros productos turísticos como los horarios de apertura, promoción, información turística, seguridad, entre otros... estas son problemáticas que actualmente son evidentes y que son manifestadas por los prestadores de servicios turísticos del centro histórico de la ciudad.

4. Discusión

En los ejercicios de proyección y gestión de destinos turísticos se demanda la articulación y participación de los actores involucrados, como lo destaca Kuper et al. (2010), la planificación turística y las estrategias centralizadas deben desplazarse por unas participativas cimentadas en un ejercicio dialógico entre los distintos actores. A partir de los resultados de esta investigación se evidencia problemáticas manifestadas por cada uno de los actores representantes del sector público y privado, siendo esta información que podría aportar en la toma de decisiones de forma conjunta basada en la realidad del sector en la ciudad. De acuerdo con diferentes investigaciones tanto a nivel internacional (Quintero et al., 2018) como nacional (Vargas, 2022), la misma situación ocurre en diferentes lugares con potencial turístico en donde los diferentes participantes de la cadena de valor han expresado que no se cuenta con las herramientas y acciones necesarias para un buen desarrollo de la actividad que les permita incrementar sus ingresos teniendo en cuenta los múltiples factores de competitividad turística (Alcocer, 2013).

Realizar mesas de trabajo permanentes con representantes del sector contribuye a un mejor acercamiento a las problemáticas abordadas bajo diferentes ópticas, escuchar y debatir diferentes puntos de vista permite especialmente a las autoridades locales tomar de manera conjunta con los implicados, soluciones que redunden en el desarrollo turístico de la ciudad. A partir del análisis de los resultados de los factores de soporte y atractores en la ciudad de Tunja, se observa que no es suficiente contar con ventajas comparativas dentro de un territorio, esto no es garantía para que este sea competitivo, si las ventajas comparativas no se gestionan desde los procesos de planificación del turismo, no pasarán de ser ventajas comparativas y el progreso turístico desde el enfoque de la competitividad no será significativo.

En el cargo administrativo y dirección de destinos turísticos es perentorio contar con información actualizada como estadísticas e indicadores del sector. Esto se convierte en una ventaja para la determinación de acciones y oportunidades que permitan, de manera asertiva y oportuna, la formulación de estrategias encaminadas al fortalecimiento del sector turístico municipal. De lo contrario, la carencia de información sobre el perfil de la demanda y la oferta turística limita el crecimiento de la actividad.

5. Conclusiones

Dada la riqueza histórica y cultural de la ciudad de Tunja y el evidente deterioro del patrimonio específicamente el que se encuentra expuesto en sitios públicos, es necesaria la intervención de los entes públicos para su conservación y preservación a partir de la inclusión de estrategias encaminadas a la consecución de recursos, participación en convocatorias, presentación de proyectos entre otros, en los planes de desarrollo regional. También es importante generar acciones de sensibilización a la comunidad local y visitantes sobre la importancia y valor del patrimonio como transmisor de mensajes y valores.

El municipio, posee la infraestructura básica para la recepción de visitantes y turistas. Los proveedores de servicios relacionados al quehacer turístico, que se concentran en el centro histórico, poseen las condiciones elementales para ofertar sus productos y servicios. No obstante, se corroboró la necesidad de cualificación y capacitación en el talento humano, en temas relacionados con el sector como servicio al cliente, gastronomía, mesa y bar, etc. La calidad en el servicio es una de las falencias de los prestadores de la ciudad, una oportunidad para aminorar esta debilidad es la oferta de cursos por parte de instituciones públicas gratuitas presentes en el territorio nacional. A pesar de la variedad de especialidades de los restaurantes que se encuentran en el centro, es necesaria la venta de productos gastronómicos típicos de la región, teniendo en cuenta que un turista siempre quiere probar lo autóctono. En cuanto a la ubicación estratégica de la ciudad, por su cercanía a la capital de Colombia, la ciudad de Santafé de Bogotá facilita la promoción de productos turísticos y la visibilización de la ciudad como destino turístico.

De acuerdo con los resultados, las acciones de emplazamiento y promoción del municipio como destino turístico son posibles si se logra la articulación gremial, académica y del sector público; la formulación y consolidación de productos turísticos en el que se vea representado el activo más importante de Tunja, el patrimonio material e inmaterial. Todo lo anterior basado en principios de sostenibilidad y fundamentado en beneficios para la comunidad local como lo destacaron los teóricos.

6. Referencias

- Alcaldía mayor de Tunja. (31 de mayo de 2020). Plan de desarrollo 2020 – 2023: Tunja la capital que nos une. <https://www.tunja-boyaca.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-municipal-de-tunja-20202023>
- Alcaldía Mayor de Tunja. (28 de marzo de 2022). Tunja cuenta - Señalización Turística 2021. <https://www.tunja-boyaca.gov.co/rendicion-de-cuentas/tunja-te-cuenta-senalizacion-turistica-vigencia-2021>
- Alcaldía Mayor de Tunja. (15 de marzo de 2022). <https://www.tunja-boyaca.gov.co/galerias-fotograficas/nueva-senalizacion-turistica-en-tunja>
- Alcocer Lizcano, J. A. (2013). Competitividad en el sector turístico: una revisión de la literatura. *Revista LEBRET*, (5), 271–291. <https://doi.org/10.15332/rl.v0i5.833>
- Caracol radio. (13 de noviembre de 2019). Tunja es el destino de mayor crecimiento en turismo extranjero. https://caracol.com.co/emisora/2019/11/13/tunja/1573674719_823236.html?fbclid=IwAR2ET5gyhK5meaGmpXC9D2X4j-VZdQmJBSRxAAtkJZZfL8G0FDy5luOM5mXE
- Castrillón, I., Gueimonde, A., Cantorna, A. y Blanco, L. (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *CULTUR*, 05(02), 101-124. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3743052.pdf>

- Cetina, G. y Rojas, P. (2022.) Análisis de la percepción de los prestadores de servicios turísticos del centro histórico de la ciudad de Tunja. [Ponencia en: Segundo Encuentro Internacional de Instituciones Educativas y Profesionales Latinas de Gastronomía y Turismo]. Bogotá, Colombia.
- Cifuentes, O., & Betancourt, J. (2015). Diagnóstico estratégico para la ciudad de Tunja. [Trabajo de pregrado, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia]. Repositorio de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. <https://repositorio.uptc.edu.co/handle/001/1481>
- Crouch, G.I. y Ritchie, J.R.B. (2003). *The competitiveness destination: A sustainability perspective*. CABI Publishing.
- Decreto 343 de 2021 [Ministerio de Industria Comercio y Turismo] "Por medio del cual se sustituye la Sección 4 del Capítulo 1 del Título 4 del Libro 2 de la Parte 2 del Decreto 1074 de 2015, Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, en el sentido de reglamentar los establecimientos de gastronomía y bares turísticos y se dictan otras disposiciones complementarias".
- Diéguez, I., & Et.al. (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad.
- Gandara, J., Fumi Chim-Miki, A., Domareski Ruiz, T., Augusto Biz, A., Gonçalves Gândara, J., & Biz, A. (2013). La competitividad turística de Foz do Iguaçu según los determinantes del «Integrative Model» de Dwyer & Kim: analizando la estrategia de construcción del futuro. *Cuadernos de Turismo*, 31, 105–128.
- González, R., & D. Mendieta, M. (2009). Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, (23), 111–128. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/70201>
- Hernández, L. G., & Munar, A. E. (2003). Romería al señor de la columna, Tunja (Boyacá).
- Kuper, D., Ramírez, L. y Troncoso, C. Política turística y planificación: ¿de las estrategias centralizadas a las estrategias participativas? *Scripta Nova*. 14(2010),331-41. <https://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-331/sn-331-41.htm>
- Krueger, R. A, Casey, M. A. (2000). *Focus groups: A practical guide for applied research*. 3rd edition. Thousand Oaks: Sage.
- Ley 2068 de 2020. Por el cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.
- Medina, J. (n.d.). Tunja ciudad que emerge. Banrepcultural. <https://www.banrepcultural.org/bibliotecavirtual/credencial-historia/numero-237/tunja-ciudad-que-emerge>
- Ministerio Comercio Industria y Turismo. (2020). Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (06 de abril de 2021). Decreto 343. “Por medio del cual se sustituye la Sección 4 del Capítulo 1 del Título 4 del Libro 2 de la Parte 2 del Decreto 1074 de 2015, Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, en el sentido de reglamentar los establecimientos de gastronomía y bares turísticos y se dictan otras disposiciones complementarias”. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=161269>
- Naranjo, R., & Martínez, M. de los Á. (2022). La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis. *Encuentros 16*, 406-422. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8563193.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2021). Glosario de términos de turismo. OMT. Recuperado a partir de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Panosso Netto, A. y Lohmann, G. (2012). *Teoría del turismo*. Trillas.
- Reyes, G. A., Bernal, N. A., Aguello, J. P., Camargo, M. P., y Enciso, F. O. (2019). *Cultos, devociones y fiestas religiosas de Tunja Boyacá*. Búhos Editores.
- Quintero, F.L., Navarrete, S., Valls, W., Carvajal, G. y Villacis, L. (2018). Percepción de actores locales sobre turismo sostenible en comunidades de Leonidas Plaza del cantón sucre, Manabí. *Revista ECA Sinergia*, 9(2), 55-67.
- Ribes, J. F. P., Rodríguez, A. B. R., & Marti, T. T. (2010). La medición de la competitividad y sus determinantes en los destinos turísticos residenciales en España. Un enfoque desde la perspectiva

CETINA, G.M. y ROJAS, Y.P. *Panorama del factor de soporte y atracción de la oferta turística del centro histórico en Tunja (Colombia)*. *Rev. Horizonte Empresarial*. Julio - diciembre 2023. Vol. 10 / N.º 2, pp. 202-216, ISSN: 2313-3414

de la oferta. Researchgate. <https://www.researchgate.net/publication/263679393>

- Rodríguez, D. & Granados, P. (2016). Diagnóstico de competitividad del turismo en Boyacá (Colombia). *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 25(2). <https://doi.org/10.18359/rfce.3073>
- Secretaría de cultura y turismo. (2023). Tunja ciudad de origen. <https://www.tunjaculturayturismo.gov.co/inicio>
- Serrano-Amado, A.-M., Montoya-Restrepo, L.-A., & Cazares, I. (2018). Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia. *Gestión y Ambiente*, 21(1), 99–109. <https://doi.org/10.15446/ga.v21n1.69395>
- Serrano, A., Montoya, L., & Amado, N. (2021). La competitividad turística. una aproximación desde el departamento de Boyacá, Colombia. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-86932021000100226
- Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, & Gobernación del Depto. de Boyacá. (2015). Perfil de la demanda turística de lago de tota, paipa, Tunja y occidente de Boyacá. [Trabajo de pregrado], Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
- Vargas, F. (2022). Condiciones de competitividad de Santa Marta (Colombia) como destino turístico: percepción de sus principales actores. *Revista TURPADE*, 11(6), 1-16. <https://revistaturpade.lasallebajio.edu.mx/index.php/turpade/article/view/40/37>
- Viajala.com (2022). Los mejores destinos turísticos de Colombia por regiones. <https://viajala.com.co/blog/lugares-turisticos-en-colombia>