

Recomendaciones estratégicas para el desarrollo turístico de Boyacá

A partir del diagnóstico territorial y temático presentado en los capítulos anteriores, este capítulo formula recomendaciones estratégicas para fortalecer el turismo en Boyacá de manera sostenible, inclusiva y coherente con las capacidades locales. En términos de política pública, se recomienda la formulación de planes turísticos subregionales que integren enfoques diferenciales por tipo de territorio. Es crucial fortalecer los observatorios turísticos, crear incentivos para la formalización del sector y promover el enfoque de economía naranja para las expresiones culturales locales. Las estrategias deben diferenciarse según el tipo de turismo, de la siguiente manera:

- Para el turismo rural comunitario: garantizar asistencia técnica, acceso a financiación y formación de redes asociativas.
- Para el turismo cultural: impulsar la gestión de patrimonio, narrativas locales y festivales.
- Para el turismo ecológico: implementar buenas prácticas ambientales, regulación de capacidad de carga y educación ambiental.
- Para el turismo gastronómico: articular productores, cocineros tradicionales y rutas culinarias.

Se requiere además una gobernanza turística multiescalar que involucre autoridades locales, sector privado, academia y organizaciones comunitarias.

A continuación, se presenta una tabla de estrategias diferenciadas por subregión y una figura del ciclo estratégico para el desarrollo turístico territorial.

La transformación digital ha impactado todos los sectores productivos y el turismo no es la excepción. En un entorno global donde la competitividad de los destinos depende de su capacidad para atraer, informar y satisfacer a los visitantes, el uso estratégico de tecnologías se vuelve indispensable. Este apartado explora las oportunidades que ofrecen las TIC, las aplicaciones móviles, la realidad aumentada y las plataformas digitales para el desarrollo del turismo en Boyacá. En el contexto colombiano, las TIC han sido un factor clave para gestionar información turística, promover destinos y mejorar la competitividad del sector (López & López, 2018). Asimismo, la adopción de tecnologías avanzadas como la realidad aumentada en aplicaciones móviles ha demostrado efectos positivos en el compromiso y la intención de uso de los turistas, aportando valor a la experiencia de viaje (Song et al., 2024).

La presencia digital es clave para el posicionamiento turístico. Muchos destinos rurales aún no cuentan con sitios web actualizados, presencia activa en redes sociales, ni vinculación con plataformas de reservas como Booking, Airbnb o agencias locales online. Mejorar esta visibilidad es fundamental para captar nuevos mercados y gestionar expectativas realistas en los visitantes. Las herramientas de analítica digital facilitan el análisis del comportamiento del turista.

El uso de realidad aumentada en destinos culturales facilita recrear momentos históricos y ofrecer visitas virtuales o enriquecer las visitas a museos y sitios patrimoniales. Esto resulta especialmente útil en contextos como Villa de Leyva o Tunja, donde los relatos históricos pueden integrarse en experiencias inmersivas que aumenten el valor educativo y emocional del viaje. Esta tecnología mejora la accesibilidad para personas con discapacidad auditiva o visual mediante asistentes interactivos.

Tabla 26. Estrategias sugeridas por subregión turística de Boyacá

Subregión	Tipo de turismo predominante	Estrategias clave
Alto Ricaurte	Cultural / Rural	Fortalecimiento patrimonial, redes comunitarias, turismo creativo
Valle de Tenza	Ecológico / Rural	Educación ambiental, ordenamiento territorial turístico
Provincia Centro	Gastronómico / Cultural	Circuitos cortos alimentarios, turismo festivo y religioso
Sugamuxi	Ecológico / Termal	Turismo termal responsable, regulación de infraestructura
La Libertad	Emergente	Incentivos a emprendimientos y conectividad logística

Nota. Elaboración propia.

Figura 9. Ciclo estratégico del desarrollo turístico territorial



Nota. Elaboración propia.

Rodríguez (2017) realizó un diagnóstico turístico del Occidente de Boyacá, identificando problemas de desarticulación institucional, baja infraestructura vial y deficiente conectividad TIC. Estas limitaciones afectan el posicionamiento de la región como destino competitivo.

Pérez (2017) formuló un plan de negocios para crear una operadora turística enfocada en extranjeros en Aquitania, resaltando su atractivo por el Lago de Tota, infraestructura existente, tarifas competitivas y perfil de consumo internacional.

Salgado et al., (2025) encontraron que la participación activa de la comunidad en la conservación de monumentos históricos en Boyacá refuerza el tejido social y potencia el turismo comunitario sostenible. Se requiere mayor involucramiento local para garantizar la sostenibilidad de estas iniciativas.

Salamanca (2016) formuló una política pública de turismo sostenible para el municipio de Iza, con enfoque en senderismo, uso racional del presupuesto local y fortalecimiento institucional desde la planeación participativa.

Fino (2022) diseñó una ruta gastronómica centrada en amasijos tradicionales de Ventaquemada, Sutamarchán, Santa Sofía y Villa de Leyva, como alternativa de turismo cultural que resalta saberes locales y promueve articulación intermunicipal.

Pérez & Espíndola (2019) propusieron el operador Ruana's Tour para ofrecer experiencias de turismo de naturaleza en el Anillo Turístico de los Dinosaurios, como emprendimiento local que articula productos turísticos, identidad regional y desarrollo económico rural.

Aunque existen iniciativas interesantes, el uso de tecnología en turismo en Boyacá aún es incipiente. Se requiere inversión en infraestructura digital, formación para emprendedores turísticos, alianzas con universidades y centros de innovación, y políticas públicas que integren la digitalización del turismo en sus planes de desarrollo. La oportunidad de generar plataformas regionales, con identidad propia, enfocadas en nichos como el turismo rural o de naturaleza, es una vía estratégica de crecimiento.

La tecnología no reemplaza la experiencia humana, pero la potencia, especialmente cuando se integra con la identidad territorial y la participación comunitaria. Boyacá debe abrazar la transformación digital para diversificar su oferta, mejorar su posicionamiento y consolidar un turismo inteligente, inclusivo y sostenible.

Referencias

Fino- Beltrán, M. (2022). Diseño de una ruta gastronómica de amasijos tradicionales como alternativa de turismo cultural en Ventaquemada, Sutamarchán, Santa Sofía y Villa de Leyva (Boyacá) [Tesis de pregrado. Universitaria Agustiniiana]. <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/items/e11f882b-301c-44cc-ac12-723db86c6ae1>

- López- Rodríguez, A. L., & López- Rodríguez, S. A. (2018). Impacto de las TIC en el turismo: Caso colombiano. *Cuadernos de Turismo*, (41), 399–418. <https://doi.org/10.6018/turismo.41.327081>
- Pérez- Castellanos, J. E. (2017). Plan de negocios para la creación de una operadora especializada en turismo extranjero en Aquitania, Boyacá [Tesis de pregrado. Universidad de La Salle.]. <https://hdl.handle.net/20.500.14625/30692>
- Pérez- Rodríguez, C. V. & Espíndola- Estepa, C. A. (2019). Turismo sostenible para Socha Boyacá a partir de sus aspectos históricos, culturales y naturales. UNAD [Tesis de especialización. Universidad Nacional Abierta y A Distancia UNAD]. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/28165/caespindolae.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez- Moreno, D. C. (20178). Diagnóstico destino turístico occidente de Boyacá. In *Vestigium Ire*, 1(11), 186–194. <https://revistas.santototunja.edu.co/index.php/ivestigium/article/view/1493>
- Salamanca- Sánchez, A.M. (2016). Formulación de una política pública de turismo sostenible para el municipio de Iza (Boyacá) [Tesis de pregrado. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia]. <https://repositorio.uptc.edu.co/entities/publication/1908e8b1-e9da-4d59-bad4-7518cb6eba88>
- Salgado- Moreno, A. L., Bohórquez- Patiño, L. M., & Mora- Forero, J. A. (2025). Turismo comunitario y conservación de monumentos en Boyacá. *Chakiñan*, 25, 155–175. <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.10710>
- Song, B. L., Kaur, D., Subramaniam, M., Tee, P. K., Wong, L. C., & Mohd Zin, N. A. (2024). The adoption of mobile augmented reality in tourism industry: Effects on customer engagement, intention to use and usage behaviour. *Journal of Tourism and Services*, 15(28), 235–252. <https://doi.org/10.29036/jots.v15i28.679>

