

DE LA INNOVACIÓN SOCIAL A LA COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE, EL ITINERARIO DEL CAMBIO.

II FORO IBEROAMERICANO DE TURISMO SANTA MARTA COLOMBIA EL PAÍS DE LA BELLEZA

CEIB
CONSEJO DE EMPRESARIOS IBEROAMERICANOS
CONSEJO DE EMPRESARIOS IBERO-AMERICANOS



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

En colaboración con
ONU Turismo

UN TURISMO SOSTENIBLE, INCLUSIVO E INTELIGENTE

LAS ORGANIZACIONES QUE IMPULSAN ESTE FORO SE HAN
PROPUESTO CREAR UN ESPACIO DE REFLEXIÓN CON TODOS
LOS DINAMIZADORES DEL TURISMO, CUYA PRINCIPAL
ASPIRACIÓN ES **OFRECER CONOCIMIENTO APLICABLE** A LOS
DIVERSOS DESAFÍOS QUE ENFRENTA EL SECTOR,

CEIB
CONSEJO DE EMPRESARIOS IBEROAMERICANOS
CONSELHO DE EMPRESÁRIOS IBERO-AMERICANOS



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



En colaboración con
ONU Turismo



CHEK-IN

PASAJEROS CON DESTINO A UN FUTURO SOSTENIBLE,
DIRIGIRSE A LA SIGUIENTE INTRODUCCIÓN



DESARROLLO SOSTENIBLE

Los tiempos cambian y con ellos, los sectores deben hacerlo también. En las últimas décadas, el turismo se consolidó como una de las principales fuerzas económicas de la región iberoamericana. Generador de empleo, dinamizador de economías locales y embajador natural de la riqueza cultural y ambiental de nuestros países. Pero hoy, sus desafíos son otros, y con ellos, también su papel en el futuro de la región.

La pregunta ya no es si el turismo puede generar riqueza, sino cómo lograr que esa riqueza sea sostenible, inclusiva y duradera. En otras palabras, cómo hacer que el turismo no solo crezca, sino que evolucione.

Desde las organizaciones que impulsamos el Foro Iberoamericano de Turismo, lo tenemos claro: el turismo iberoamericano debe emprender un itinerario hacia la competitividad sostenible. Un trayecto que no es lineal ni automático, pero sí ineludible, y que requiere una transformación profunda en la forma en que concebimos, planificamos y gestionamos este sector.

Este itinerario tiene varias estaciones. La primera, sin duda, pasa por equilibrar la rentabilidad con los impactos sociales, culturales y ambientales del turismo. No podemos ignorar que, en muchos destinos, la masificación y la falta de planificación han puesto en riesgo lo que precisamente hace únicos a esos lugares.

La sostenibilidad no puede ser un apéndice; debe ser el eje. Países como Chile, Colombia, México y República Dominicana han dado pasos en esa dirección, incorporando objetivos de sostenibilidad en sus políticas turísticas. Pero aún queda mucho por hacer para que estas metas se traduzcan en resultados visibles, sobre todo en términos de acción climática, equidad de género o conservación de la biodiversidad.

La segunda estación de este itinerario es la innovación, tanto tecnológica como social. No basta con digitalizar procesos o modernizar infraestructuras. Hay que transformar la experiencia del turismo desde dentro, involucrando activamente a las comunidades, y utilizando herramientas como la inteligencia artificial o el Internet de las Cosas no sólo para optimizar recursos, sino también para crear conexiones más humanas y auténticas entre visitantes y territorios. Iniciativas como los Destinos Turísticos Inteligentes en España, el caso de "Tequila Inteligente" en México o "Destino Sonoro" en Medellín, Colombia, demuestran que es posible conjugar nuevos enfoques y herramientas con la cultura local, y que la innovación con participación crean hitos de progreso.

La tercera estación son las comunidades, porque no hay turismo sostenible si no hay comunidades empoderadas. No hay experiencias auténticas si los protagonistas están al margen. Desde los pueblos indígenas de la Sierra Nevada de Santa Marta, hasta las cooperativas rurales en Perú o Guatemala, el turismo comunitario está demostrando que se puede crecer sin excluir, que se puede conservar generando ingresos, y que se puede recibir al mundo sin perder la esencia. El reto ahora es escalar estas experiencias, integrarlas a las políticas públicas y garantizar que cuenten con apoyo técnico, financiero e institucional.



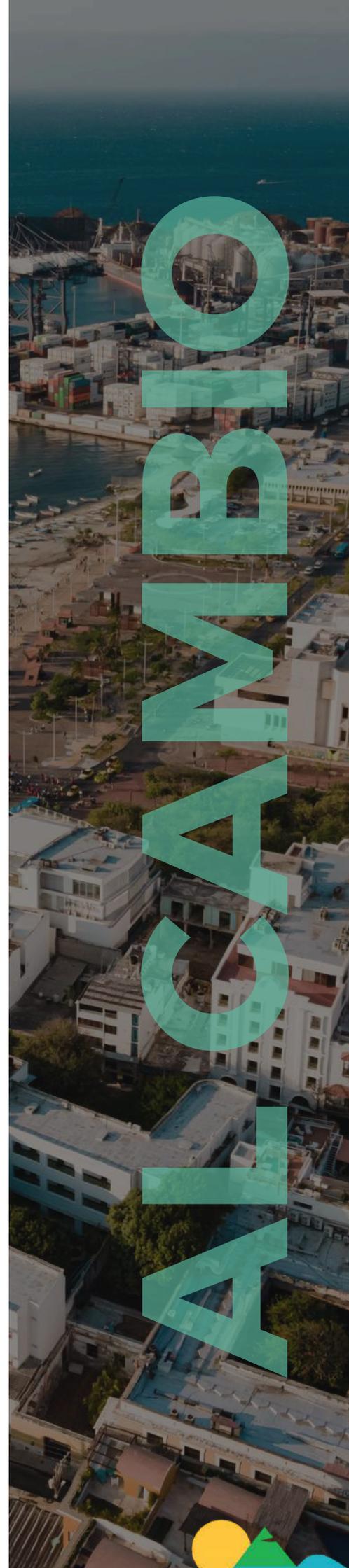
En ese camino, los jóvenes también tienen un rol protagonista. Con tasas de desempleo alarmantes en muchos países de la región, el turismo se presenta como un espacio natural para canalizar su talento, su creatividad y su deseo de contribuir. Pero para que esto ocurra, hay que derribar las barreras que hoy les impiden acceder a empleos formales, recibir formación pertinente o emprender con garantías. Apostar por la empleabilidad juvenil en el turismo no es solo una cuestión económica; es una inversión en cohesión social y futuro común.

Y la última estación es el diálogo. Porque nada de esto será posible si no existen espacios donde las voces se escuchen, las ideas se debatan y las decisiones se construyan de manera compartida. Por eso nace el Foro Iberoamericano de Turismo: como una plataforma para que el sector público, el privado, la academia, las comunidades y las organizaciones multilaterales puedan sentarse a la misma mesa y diseñar juntos el futuro del turismo en la región. En su primera edición, celebrada en Cancún, se identificaron prioridades claras: desde la necesidad de una formación más inclusiva y pertinente para los jóvenes, hasta la urgencia de planificar el territorio con visión sostenible y participativa. En su segunda edición, que tuvo lugar el pasado 14 y 15 de mayo en Santa Marta (Colombia), ese diagnóstico se transformó en hoja de ruta.

Este documento, que recoge y organiza los hallazgos de las mesas ágiles celebradas durante el Foro, es una invitación abierta a conocer, debatir y proyectar —desde la diversidad de voces— las ideas, propuestas y compromisos que surgieron de un ejercicio colectivo de escucha, reflexión y construcción.

El turismo iberoamericano tiene una oportunidad única. No solo para consolidarse como motor económico, sino como un laboratorio de soluciones a los grandes desafíos de nuestro tiempo: el cambio climático, la inclusión, la transformación digital, la recuperación del tejido social. Pero para lograrlo, debemos asumir que el camino hacia la competitividad sostenible se construye paso a paso, de forma colectiva. Y sobre todo, con la convicción de que un turismo transformador y de impacto no es una aspiración, sino una necesidad estructural para nuestros países.

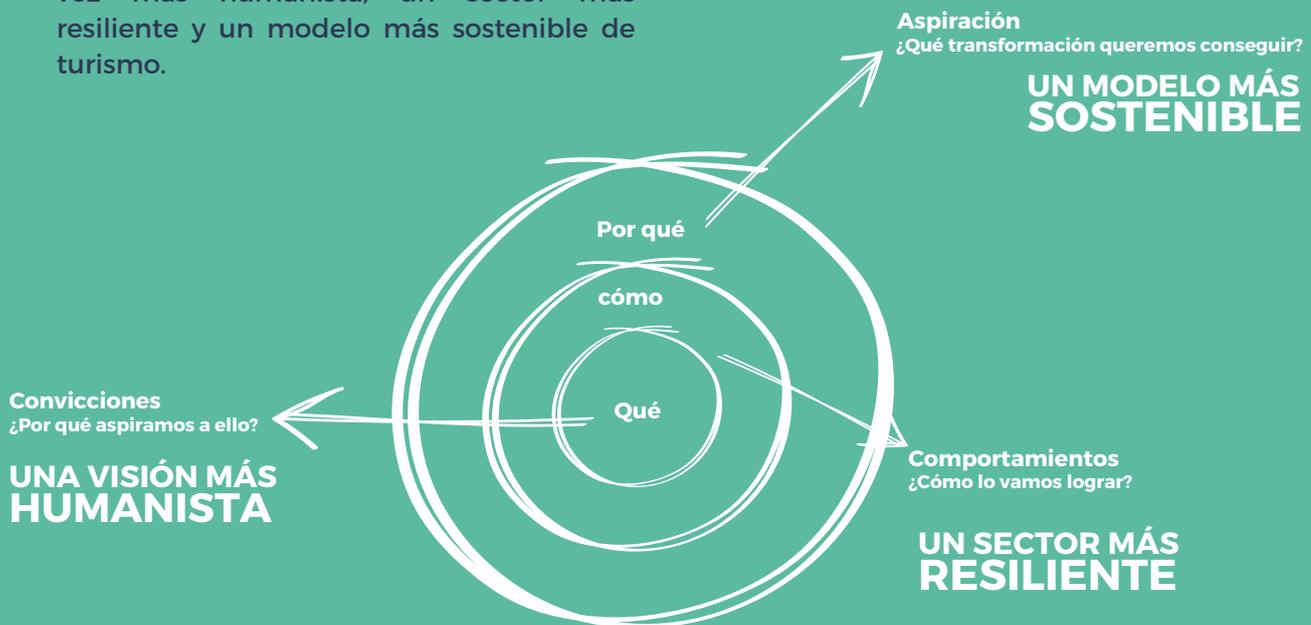
Santa Marta (Colombia), 15 de mayo de 2025



LA TRAVESÍA INICIÓ EN **CANCÚN**

En Iberoamérica, el turismo ha configurado ciudades y países en torno a diversas actividades productivas, ha canalizado el talento -especialmente el más joven- y ha definido modelos económicos arraigados en sus estructuras sociales. En resumen, ha sido un motor de vitalidad para nuestras sociedades.

Esa visión inspiró la creación del **Foro Iberoamericano de Turismo**, cuya primera edición en Cancún (México) tuvo lugar en el año 2024, y abogó por una visión cada vez más humanista, un sector más resiliente y un modelo más sostenible de turismo.



En aquel momento, se buscó condensar las perspectivas de más de sesenta participantes provenientes de más de veinte países a través de un inventario de prioridades compartidas que ha servido como punto de partida para la nueva línea de trabajo que el Consejo de Empresarios Iberoamericanos y la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios proponen de cara al sector turístico.

Estas prioridades fueron el punto de partida para el desarrollo de las mesas ágiles de Santa Marta, donde nos enfocamos en crear iniciativas concretas. La consistencia, el seguimiento, el rigor y la profundización son elementos distintivos del trabajo que se aspira realizar en adelante.



MESAS ÁGILES

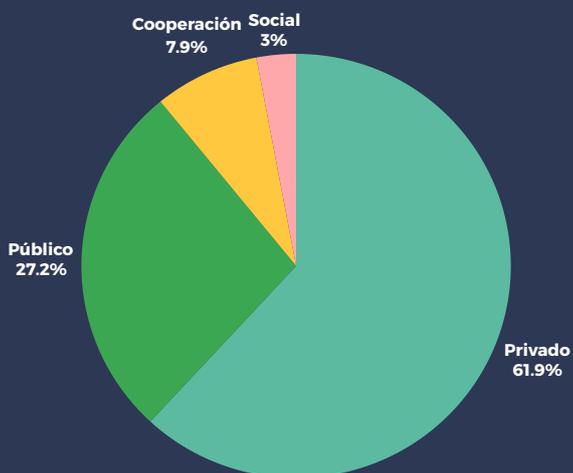
DÍA 1

QUISIMOS ESCUCHAR
VOCES EXPERTAS.

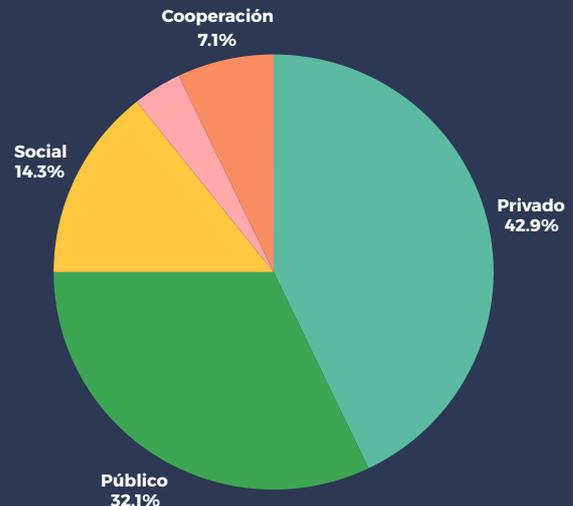


¿QUIÉNES PARTICIPARON?

ASISTENTES POR SECTORES:



INTERVENCIONES POR SECTORES:



TEMÁTICAS DE LAS MESAS



METODOLOGÍA ENFOCADA EN RETOS

LOS RETOS SE IDENTIFICAN CON

3

CRITERIOS



Su relevancia directa con la pregunta central de la mesa



Su recurrencia o eco en múltiples voces del debate



Su implicación estructural en los procesos de cambio



¿QUÉ ENCONTRAMOS?



MESA 1

UN TURISMO CENTRADO EN EL IMPACTO

TEMA:

¿Cómo pueden la innovación social, la adopción tecnológica y los modelos de destinos inteligentes ser motores de un nuevo paradigma del turismo?

El turismo de impacto no es una aspiración retórica ni un eslogan institucional. Es, en muchos territorios iberoamericanos, una urgencia vital. Pero para que este nuevo paradigma no se quede en los márgenes del discurso y se consolide como modelo de desarrollo, es necesario hacer algo más que buenas declaraciones: hay que remover barreras, construir cimientos y aprender de lo que ya está funcionando.

Con esa convicción se reunió la Mesa 1 del II Foro Iberoamericano de Turismo, que centró su trabajo en identificar qué frena, qué habilita y qué prueba que es posible transitar hacia un turismo centrado en el impacto positivo. No se trató de un debate genérico, sino de un análisis profundo y situado sobre las condiciones que afectan —o potencian— la capacidad transformadora del turismo en la región.

Las barreras del cambio: informalidad, fragmentación y brechas de sentido

La primera parte de la sesión se dedicó a reconocer los factores estructurales, culturales y políticos que están limitando la transición hacia un turismo con impacto tangible. Uno de los diagnósticos más contundentes fue el de la alta informalidad que caracteriza al sector, especialmente en el universo de micro y pequeñas empresas. En palabras de José Duarte, presidente de COTELCO, “el 98% de las empresas



turísticas en Colombia son pequeñas”, y muchas de ellas operan al margen de los marcos formales, sin acceso a incentivos, formación ni herramientas para medir su impacto. Este escenario se agrava cuando los marcos fiscales no distinguen entre escalas, penalizando a los pequeños con las mismas exigencias que a los grandes actores.

A esta fragilidad empresarial se suman obstáculos de otra naturaleza, igualmente estructurales. Uno de ellos es la brecha cultural entre los discursos técnicos de sostenibilidad y el lenguaje real de las comunidades. Como advirtió Luis Alejandro Dávila (ProColombia), conceptos como “turismo regenerativo” llegan a territorios donde ni siquiera se ha apropiado plenamente el de “turismo sostenible”. Esta desconexión impide la apropiación local de las políticas y debilita los procesos participativos.

El tercer gran obstáculo señalado fue la discontinuidad institucional. Cambios de gobierno, ausencia de políticas de Estado y escasa articulación intersectorial han generado un terreno inestable donde los proyectos se reinician constantemente.



Como señalaron Jaime Alfaro (Secretario de turismo del departamento del Atlántico (Colombia) y César Cotacachi (comunidad Kichwa), el turismo no puede planificarse a largo plazo si su gobernanza se resetea cada cuatro años.

El centralismo territorial también fue señalado como barrera crítica. María José Hernández (CIP, Quito) y Juan Carlos Navarro (Cámara de Guayaquil) alertaron sobre la concentración de decisiones e inversiones en las capitales, en detrimento de zonas con gran potencial turístico pero sin infraestructura, seguridad ni visibilidad institucional. El resultado es exclusión territorial, migración juvenil y pérdida de identidad.

Finalmente, se debatió el exceso de categorías conceptuales (turismo regenerativo, inclusivo, comunitario, etc.) sin mecanismos de evaluación que las respalden. Como señaló Waldo Jiménez (ANEP), la inflación discursiva sin métricas ni acciones concretas diluye el valor del mensaje y complica la evaluación del impacto real.



Cimientos del cambio: condiciones para que la innovación funcione

En un segundo momento, la mesa se enfocó en identificar las condiciones mínimas que deben existir para que la innovación —tecnológica y social— pueda impulsar una verdadera transformación del modelo turístico.

La primera condición fue clara: infraestructura básica. No solo física, sino también digital. Muchos territorios carecen de lo más elemental: caminos, conectividad, servicios públicos. En esas condiciones, exigir digitalización o inteligencia turística es más una ficción que una política. Lo subrayó Juan Carlos Navarro: “No se puede hablar de turismo inteligente en zonas donde aún no hay internet ni agua potable”.

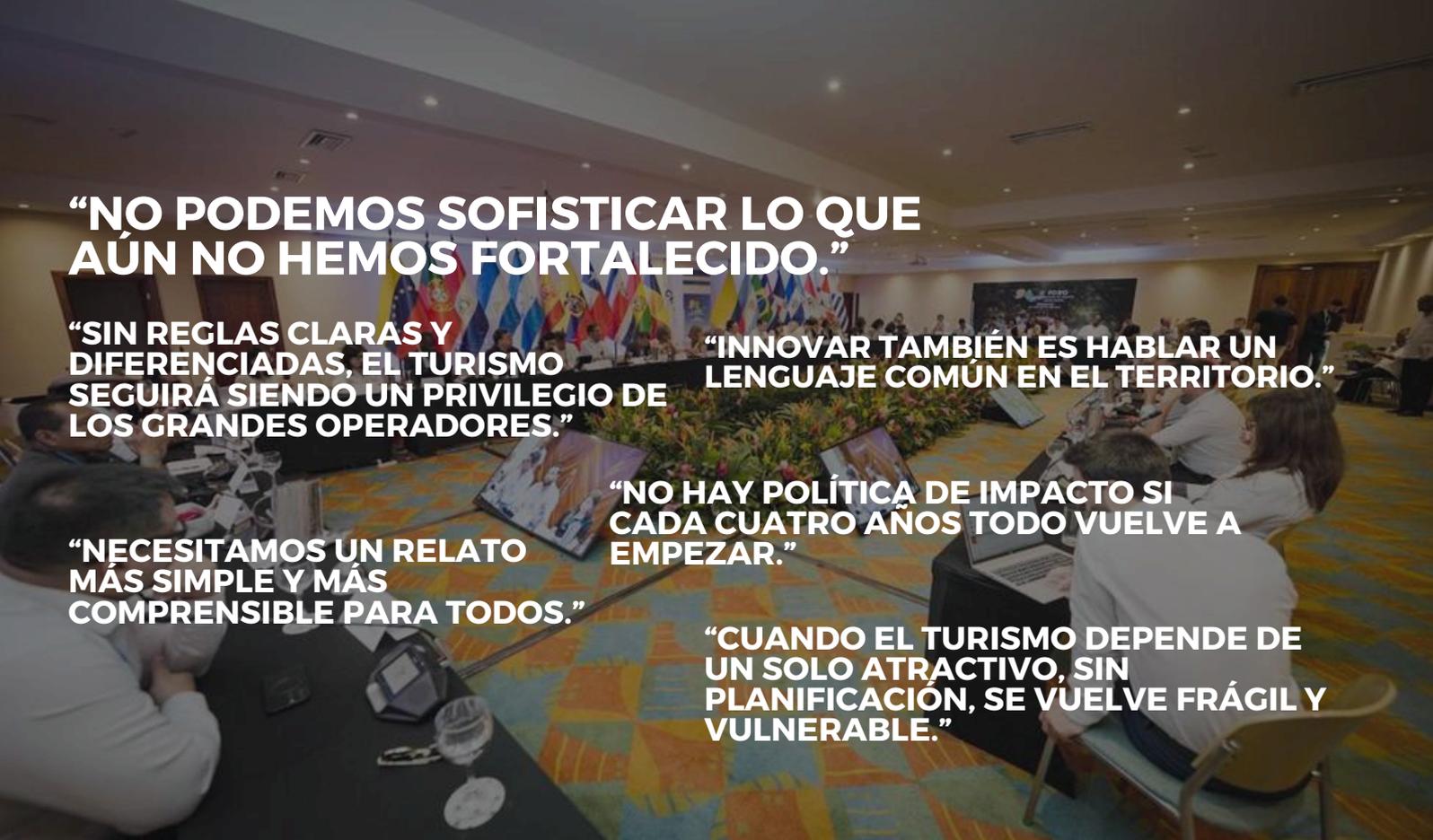
Pero no basta con infraestructura. También se necesita claridad en el propósito. Marina Cantera (Uruguay) insistió: “Digitalizar no es suficiente si no se sabe para qué”. La tecnología debe estar al servicio de objetivos como inclusión, sostenibilidad o fortalecimiento comunitario, no convertirse en un fin en sí misma.

El tercer pilar identificado fue la formación de capacidades locales. Sin talento humano preparado en gestión turística, digitalización, sostenibilidad y narrativa territorial, ninguna innovación prospera. Yohania de Armas (Conecta Iberoamérica) hizo un llamado a la academia para que deje de ser un actor periférico y asuma un rol activo en la co-creación de conocimiento útil para el territorio.

También se resaltó la importancia de los datos territoriales confiables y accesibles. Luis Alejandro Dávila fue categórico: “El dato mata al relato”. Sin evidencia, los territorios planifican a ciegas. Medir visitantes, ingresos, impacto ambiental y percepción comunitaria es esencial para tomar decisiones informadas.

En cuanto a la innovación social, César Cotacachi recordó que muchas





“NO PODEMOS SOFISTICAR LO QUE AÚN NO HEMOS FORTALECIDO.”

“SIN REGLAS CLARAS Y DIFERENCIADAS, EL TURISMO SEGUIRÁ SIENDO UN PRIVILEGIO DE LOS GRANDES OPERADORES.”

“INNOVAR TAMBIÉN ES HABLAR UN LENGUAJE COMÚN EN EL TERRITORIO.”

“NECESITAMOS UN RELATO MÁS SIMPLE Y MÁS COMPRENSIBLE PARA TODOS.”

“NO HAY POLÍTICA DE IMPACTO SI CADA CUATRO AÑOS TODO VUELVE A EMPEZAR.”

“CUANDO EL TURISMO DEPENDE DE UN SOLO ATRACTIVO, SIN PLANIFICACIÓN, SE VUELVE FRÁGIL Y VULNERABLE.”

Las pruebas del cambio: iniciativas que sí están funcionando

La tercera etapa estuvo dedicada a revisar iniciativas concretas que demuestran que el turismo de impacto ya es una realidad en marcha, y no solo una promesa.

El caso de Santa Marta y la gestora de destino TUMAP fue uno de los más robustos. Más de 300 prestadores articulados en torno a una oferta turística que conjuga naturaleza, cultura y transformación social. Junior Perdomo explicó cómo se ha logrado crear una visión común, integrar a la cadena de valor y profesionalizar a los actores locales, sin perder autenticidad.

Otra experiencia destacada fue Macondo Natural, que ha logrado integrar sostenibilidad, medición de impacto y participación comunitaria, con apoyo de la cooperación suiza. Lo relevante: una red articulada, enfoque sistémico y una estrategia de largo plazo.

También se reconocieron avances en el turismo indígena, con ejemplos de comunidades wiwa, kogui y guna, que han

profesionalizado su oferta sin perder autonomía cultural. ASONTIC fue destacada como plataforma de gobernanza intercultural y proyección comercial.

Desde el plano institucional, se citó el trabajo del Viceministerio de Turismo de Ecuador en la clarificación de competencias y el fortalecimiento jurídico del sector, como base para atraer inversión y garantizar derechos.

Y desde la cooperación regional, se mencionaron redes como Conecta Iberoamérica y la Red de Gestores de Destinos Sostenibles, que están generando herramientas, metodologías y aprendizajes compartidos para acelerar el impacto.



RETOOS

MESA 1

La transición hacia un modelo de turismo de impacto en Iberoamérica no tropieza por falta de ideas ni de voluntad. Tropieza porque las reglas del juego no están diseñadas para ese cambio. Porque los mensajes no llegan con claridad a quienes deberían liderar la transformación. Y porque los actores del sistema aún no se reconocen como socios de una misma estrategia.

Si el turismo quiere dejar huella, primero debe abrirse paso entre estas barreras. Reconocerlas no es un acto de pesimismo, sino el primer paso de una conversación adulta que la región ya no puede seguir postergando. A continuación, los principales retos identificados en esta mesa:

BRECHAS EN CONECTIVIDAD DIGITAL, SERVICIOS PÚBLICOS BÁSICOS E INVERSIÓN DESCENTRALIZADA

LIMITAN SERIAMENTE LA POSIBILIDAD DE IMPLEMENTAR MODELOS TURÍSTICOS INCLUSIVOS, SOSTENIBLES O INTELIGENTES EN TERRITORIOS CON ALTO POTENCIAL.

SE PLANIFICA Y GESTIONA CON BASE EN INTUICIONES O DATOS FRAGMENTARIOS,

SIN HERRAMIENTAS SISTEMÁTICAS DE EVALUACIÓN DE IMPACTO.

RESPONSABILIDAD FRAGMENTADA, LA FALTA DE CONTINUIDAD POLÍTICA Y LA AUSENCIA DE ARTICULACIÓN ENTRE ACTORES

DIFICULTAN UNA GOBERNANZA TURÍSTICA COHERENTE Y SOSTENIDA.

DESCONEXIÓN PROFUNDA ENTRE EL LENGUAJE TÉCNICO DEL SECTOR Y LAS REALIDADES CULTURALES DE LOS TERRITORIOS,

LO QUE OBSTACULIZA LA APROPIACIÓN LOCAL DE LA INNOVACIÓN.

LA INNOVACIÓN TURÍSTICA, A MENUDO SE IMPLEMENTA SIN PROPÓSITO CLARO,

DESCONECTADA DE LOS SABERES LOCALES Y CON RIESGO DE IMPONER MODELOS HOMOGÉNEOS.



CONCLUSIONES

1

LA TRANSICIÓN HACIA UN TURISMO DE IMPACTO REQUIERE CONDICIONES ESTRUCTURALES QUE AÚN NO ESTÁN GARANTIZADAS EN MUCHOS TERRITORIOS

2

LA GOBERNANZA Y LA ARTICULACIÓN INTERSECTORIAL SON LOS PILARES INDISPENSABLES PARA TRANSFORMAR EL TURISMO EN HERRAMIENTA DE DESARROLLO LA FRAGMENTACIÓN INSTITUCIONAL, EL GRAN RETO

3

LAS COMUNIDADES DEBEN DEJAR DE SER RECEPTORAS DEL TURISMO PARA CONVERTIRSE EN ACTORES ESTRATÉGICOS DE SU PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN

4

LA INNOVACIÓN NO ES SOLO TECNOLÓGICA: ES TAMBIÉN CULTURAL, SOCIAL E INSTITUCIONAL

5

YA EXISTEN EXPERIENCIAS EXITOSAS EN LA REGIÓN QUE DEMUESTRAN QUE UN TURISMO DE IMPACTO ES POSIBLE, PERO NECESITAN SER VISIBILIZADAS, CONECTADAS Y FORTALECIDAS

ACCIONES CONCRETAS

1

FORTALECER LA GOBERNANZA Y LA ARTICULACIÓN TERRITORIAL COMO BASE DEL MODELO DE IMPACTO

CLARIFICAR LAS COMPETENCIAS INSTITUCIONALES ENTRE MINISTERIOS, GOBIERNOS LOCALES Y OTROS ACTORES DEL ECOSISTEMA TURÍSTICO, COMO SEÑALÓ LA VICEMINISTRA DE TURISMO DE ECUADOR.

CREAR MESAS PERMANENTES DE ARTICULACIÓN PÚBLICO-PRIVADA-COMUNITARIA, DONDE SE TOMEN DECISIONES SOBRE PLANIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE INVERSIONES.

DEFINIR MARCOS REGULATORIOS ESTABLES Y DIFERENCIADOS, QUE RECONOZCAN LA REALIDAD DE LAS MIPYMES Y LOS EMPRENDIMIENTOS COMUNITARIOS.

ASEGURAR LA CONTINUIDAD INSTITUCIONAL DE LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS, INDEPENDIEMENTE DEL CICLO POLÍTICO.

2

DEMOCRATIZAR EL ACCESO A LA TECNOLOGÍA Y A LA INNOVACIÓN SOCIAL CON ENFOQUE TERRITORIAL

MEJORAR LA CONECTIVIDAD DIGITAL EN ZONAS RURALES Y COSTERAS, CONDICIÓN BÁSICA PARA ACTIVAR PROCESOS DE DIGITALIZACIÓN TURÍSTICA.

DISEÑAR PROGRAMAS DE ALFABETIZACIÓN DIGITAL Y FORMACIÓN TÉCNICA EN INNOVACIÓN PARA COMUNIDADES, PRESTADORES Y JÓVENES.

DESARROLLAR HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN DE IMPACTO TERRITORIALIZADAS, INCLUYENDO INDICADORES SOCIALES, ECONÓMICOS Y AMBIENTALES.

APROVECHAR LA INNOVACIÓN SOCIAL EXISTENTE EN EL TERRITORIO, IDENTIFICANDO Y APOYANDO INICIATIVAS LOCALES YA EN MARCHA, COMO ASONTIC O LA RED DE TURISMO INDÍGENA.

3

RECONOCER Y POTENCIAR A LAS COMUNIDADES COMO PROTAGONISTAS DEL ECOSISTEMA TURÍSTICO

INCLUIR A LOS PUEBLOS INDÍGENAS Y COMUNIDADES RURALES EN LOS ESPACIOS DE DECISIÓN, GARANTIZANDO SU VOZ EN LOS PLANES DE DESTINO.

IMPULSAR PROCESOS DE FORMACIÓN CON PERTINENCIA CULTURAL, RECONOCIENDO SABERES ANCESTRALES Y FORMAS PROPIAS DE HOSPITALIDAD.

APOYAR EMPRENDIMIENTOS COMUNITARIOS CON ACCESO A FINANCIACIÓN, MENTORÍA Y VISIBILIDAD, EVITANDO SU INSTRUMENTALIZACIÓN SIN BENEFICIO REAL.

RESPECTAR Y FORTALECER LAS IDENTIDADES LOCALES, PERMITIENDO QUE LAS COMUNIDADES CUENTEN SUS PROPIAS HISTORIAS EN EL MARCO DEL TURISMO.



MESA 2

DE COMUNIDADES LOCALES A ACTORES DEL TURISMO GLOBAL

TEMA:

¿Cómo impulsar la participación de actores sociales y comunidades locales, y asegurar que se beneficien del sector turístico, sus avances y sus dinámicas de competitividad?

Aunque por comunidades se entiende a diversos grupo sea parte del territorio local, la segunda mesa hizo especial énfasis en los pueblos originarios.

El primer planteamiento fue que el denominado turismo indígena no una variación del modelo convencional, sino otra forma de entender el territorio, otra manera de habitar la experiencia, otra visión del mundo. No parte del consumo, sino del vínculo. No se fundamenta en la explotación del paisaje, sino en el cuidado compartido. Y, sobre todo, no necesita permiso: necesita reconocimiento.

Diagnóstico: los límites del modelo actual

Los primeros intercambios permitieron identificar un conjunto claro de barreras que limitan el desarrollo del turismo indígena en Iberoamérica. No se trata de problemas menores o circunstanciales. Son restricciones estructurales que impiden que muchas comunidades ejerzan plenamente su derecho a gestionar, narrar y compartir sus territorios según sus propios códigos.

La primera barrera señalada fue la ausencia de reconocimiento legal específico. En muchos países, el turismo indígena es tratado como parte genérica del turismo comunitario, ignorando sus particularidades culturales, sus formas propias de gobernanza y su sistema de conocimientos. Esta falta de reconocimiento normativo impide acceder

a incentivos, registrar emprendimientos, certificar saberes y diseñar políticas diferenciadas.

A esto se suma una planificación territorial sin enfoque intercultural, que ha producido desplazamientos simbólicos y físicos de comunidades enteras por proyectos turísticos que llegan sin consulta previa ni diálogo real. “Cada vez que llega un turista sin conciencia, lo que deja es basura”, denunció Judith Nuvita, del pueblo Kogui. Y agregó con firmeza: “Los visitantes deben saber que están entrando a un lugar sagrado, no a un parque de diversiones”.

Otra barrera mencionada fue la exclusión lingüística y cultural en la formación técnica y profesional. En varios países, dominar el inglés es requisito para certificarse como guía, sin reconocer que el español ya es segunda lengua para muchos pueblos. Además, los saberes ancestrales —transmitidos oralmente y contruidos desde la práctica comunitaria — no cuentan con vías de validación institucional, lo que excluye de la profesionalización a quienes sostienen la



experiencia desde lo profundo.

También se evidenció una fractura entre niveles de gobierno y actores sociales. Muchas comunidades no logran establecer vínculos efectivos ni con las agencias nacionales ni con los gobiernos locales. El resultado es un modelo extractivo, donde los territorios son utilizados como imagen, sin retorno, sin voz y sin beneficio.

La falta de infraestructura ambiental para manejar el turismo fue otro tema central. “No hay turismo inteligente si no es también humano y ético”, recordó Antonio López de Ávila, de ONU Turismo. Y apuntó que la Sierra Nevada, el Camino Inca y muchos otros destinos de gran fragilidad ecológica siguen recibiendo turistas sin planificación ni sistemas de manejo de residuos.

Por último, se denunció la instrumentalización del conocimiento indígena en la oferta turística sin mecanismos de protección. “Nuestro conocimiento no está en los libros, pero ha sido probado durante generaciones”,

señaló Eduardo Gil (ASONTIC). “¿Por qué no puede certificarse?”

Condiciones necesarias para la transformación

Superado el diagnóstico, la mesa se centró en identificar las condiciones mínimas que deben garantizarse para transitar hacia un modelo legítimo, sostenible y profesional de turismo indígena.

La primera condición fue explícita: reconocimiento político, normativo y cultural del turismo indígena como un modelo estratégico, no como una subcategoría. “Esta ley —la de Turismo Indígena en Panamá— la escribimos nosotros, no para que nos den permiso, sino para ejercer soberanía”, dijo con orgullo Gilberto Alemanca, uno de sus impulsores.

Otra condición clave fue la planificación territorial con enfoque intercultural, que permita definir junto a las comunidades qué puede compartirse, qué debe protegerse, y cómo hacerlo. Esta planificación debe incluir tecnología apropiada, medidas de control del flujo turístico, consultas previas y límites de carga que respeten tanto lo espiritual como lo ecológico.

La tercera condición fue el desarrollo de alianzas equitativas con el sector privado e institucional, basadas en consentimiento informado, códigos éticos de relación y distribución justa de beneficios. “La alianza con las comunidades no puede ser una foto en un folleto. Tiene que ser una relación justa y con beneficios compartidos”, insistió Raúl Félix-Díaz (CCE México).

Finalmente, se insistió en la necesidad de validar institucionalmente los saberes ancestrales como una forma legítima de profesionalización. No puede haber turismo de impacto si los líderes que lo hacen posible son excluidos por no hablar inglés o no tener diplomas formales. “La memoria también es turismo. Y hay que



protegerla como se protege una reserva natural”, concluyó Eduardo Gil.

Experiencias que muestran el camino

La última parte de la mesa sirvió para visibilizar experiencias reales que ya están demostrando que otro modelo de turismo es posible y replicable.

El caso de Panamá fue central. La Ley de Turismo Indígena, construida desde abajo con participación directa de las comunidades, marca un hito regional. También se destacó la labor de la Red de Turismo Indígena de Panamá, que articula decenas de experiencias bajo principios de autonomía, autenticidad y sostenibilidad.

En Colombia, se reconoció el trabajo de ASONTIC, una asociación nacional que agrupa emprendimientos de turismo indígena, fomenta la formación propia y gestiona procesos colectivos de promoción y gobernanza.

Además, se destacaron prácticas de protección cultural, como la definición comunitaria de zonas no visitables, el uso de narrativas propias y los sistemas de autoguía con jóvenes formados en sus lenguas originarias.

“EL TURISMO INDÍGENA NO ES UNA DECORACIÓN PARA LOS CATÁLOGOS. ES UNA FORMA DE VIDA, UNA VISIÓN DEL MUNDO.”

“NO PODEMOS CONSTRUIR COMPETITIVIDAD SOBRE LA INVISIBILIZACIÓN DE QUIENES SOSTIENEN EL TERRITORIO.”

“LA MEMORIA TAMBIÉN ES TURISMO. Y HAY QUE PROTEGERLA COMO SE PROTEGE UNA RESERVA NATURAL.”

“EL FUTURO DEL TURISMO ESTÁ EN EL EQUILIBRIO ENTRE LO QUE SE COMPARTE Y LO QUE SE PROTEGE.”

“NO HAY TURISMO INTELIGENTE SI NO ES TAMBIÉN HUMANO Y ÉTICO.”

La Mesa 2 dejó claro que el turismo indígena no necesita ser creado: ya existe. Lo que falta es reconocerlo, protegerlo y fortalecerlo. Es un modelo propio, con raíces profundas y horizontes amplios. No busca integrarse en un sistema que lo instrumentaliza, sino afirmarse como alternativa legítima de desarrollo, sostenida en la memoria, la cultura y el territorio.

El desafío ahora es que los marcos normativos, las alianzas y las políticas públicas estén a la altura de esa propuesta. Porque el turismo de impacto, cuando nace desde los pueblos que cuidan y significan el territorio, no solo transforma el viaje, transforma el modo en que nos relacionamos con el mundo.

FALTA DE RECONOCIMIENTO LEGAL Y NORMATIVO DE LOS MODELOS DE TURISMO INDÍGENA

ESTO IMPIDE EL ACCESO A INCENTIVOS, DIFICULTA EL REGISTRO DE EMPRENDIMIENTOS Y EXCLUYE FORMAS PROPIAS DE GOBERNANZA Y TRANSMISIÓN DE CONOCIMIENTOS.

DEBILIDAD EN LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL CON ENFOQUE INTERCULTURAL

LAS COMUNIDADES INDÍGENAS Y RURALES ESTÁN SIENDO DESPLAZADAS POR PROCESOS TURÍSTICOS NO PLANIFICADOS QUE NO RESPETAN SUS RITMOS, ESPACIOS SAGRADOS NI FORMAS DE VIDA.

BARRERA LINGÜÍSTICA Y CULTURAL EN LA FORMACIÓN TÉCNICA Y PROFESIONAL

LAS LEYES Y REGULACIONES ACTUALES IMPIDEN A MUCHOS LÍDERES INDÍGENAS EJERCER COMO GUÍAS O EMPRESARIOS TURÍSTICOS, POR NO DOMINAR EL "SEGUNDO IDIOMA" EXIGIDO (QUE SUELE SER EL INGLÉS), SIN RECONOCER QUE EL ESPAÑOL YA ES SU SEGUNDO IDIOMA.

FALTA DE ARTICULACIÓN ENTRE LOS NIVELES DE GOBIERNO Y ACTORES SOCIALES

SE IDENTIFICÓ COMO RETO CREAR ALIANZAS EQUITATIVAS Y ESTABLES ENTRE EL SECTOR PÚBLICO, PRIVADO Y COMUNITARIO, EVITANDO EL USO EXTRACTIVO DE LAS COMUNIDADES COMO IMAGEN SIN PARTICIPACIÓN NI BENEFICIO REAL.

IMPACTO AMBIENTAL NO GESTIONADO POR LA LLEGADA DESORDENADA DE TURISTAS

LA NECESIDAD DE TECNOLOGÍA APROPIADA, SOLUCIONES DE ECONOMÍA CIRCULAR Y PLANIFICACIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES PARA MITIGAR IMPACTOS.

AUSENCIA DE UN MARCO CLARO PARA LA COOPERACIÓN CON EL SECTOR PRIVADO

LA RELACIÓN ENTRE EMPRESAS Y COMUNIDADES INDÍGENAS SIGUE SIENDO DESIGUAL. EN MUCHOS CASOS, SE USA LA IMAGEN DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS EN CAMPANAS SIN RETRIBUCIÓN NI DIÁLOGO.



CONCLUSIONES

1

EL TURISMO INDÍGENA NO ES UNA VARIANTE DEL TURISMO CONVENCIONAL, SINO UN MODELO PROPIO QUE DEBE SER RECONOCIDO, PROTEGIDO Y FORTALECIDO

2

LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA DEBE HACERSE DESDE EL TERRITORIO, CON PARTICIPACIÓN REAL DE LAS COMUNIDADES Y ENFOQUE INTERCULTURAL

3

LAS ALIANZAS CON EL SECTOR PRIVADO SOLO SON LEGÍTIMAS SI SE BASAN EN EQUIDAD, CONSENTIMIENTO Y REDISTRIBUCIÓN JUSTA DE BENEFICIOS

4

EL CONOCIMIENTO ANCESTRAL ES UNA FORMA LEGÍTIMA DE PROFESIONALIZACIÓN Y DEBE SER RECONOCIDO INSTITUCIONALMENTE

5

YA EXISTEN MARCOS NORMATIVOS, REDES Y EXPERIENCIAS COMUNITARIAS QUE DEMUESTRAN QUE OTRO MODELO ES POSIBLE

ACCIONES CONCRETAS

1

RECONOCIMIENTO NORMATIVO, POLÍTICO Y CULTURAL DEL TURISMO INDÍGENA Y COMUNITARIO COMO MODELO LEGÍTIMO Y ESTRATÉGICO

IMPULSAR LEYES ESPECÍFICAS DE TURISMO INDÍGENA, COMO YA SE LOGRÓ EN PANAMÁ, CON PARTICIPACIÓN DIRECTA DE LAS COMUNIDADES EN SU REDACCIÓN.

ADAPTAR LOS REQUISITOS DE FORMALIZACIÓN, RECONOCIENDO LAS PARTICULARIDADES CULTURALES Y LINGÜÍSTICAS DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS (POR EJEMPLO, ELIMINANDO LA OBLIGATORIEDAD DEL INGLÉS COMO SEGUNDO IDIOMA PARA SER GUÍA).

VALIDAR Y CERTIFICAR LOS SABERES ANCESTRALES COMO PARTE DEL CAPITAL CULTURAL Y PROFESIONAL DEL SECTOR.

INCORPORAR LA VISIÓN INDÍGENA EN LOS PLANES DE DESTINO, DESDE SU COSMOVISIÓN HASTA SU MODELO DE GOBERNANZA.

2

FORTALECER LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL CON ENFOQUE INTERCULTURAL, AMBIENTAL Y PARTICIPATIVO

ESTABLECER PROCESOS DE CONSULTA PREVIA Y PLANIFICACIÓN PARTICIPATIVA ANTES DE DESARROLLAR PROYECTOS TURÍSTICOS EN TERRITORIOS INDÍGENAS O RURALES.

DEFINIR ZONAS Y PRÁCTICAS QUE PUEDEN COMPARTIRSE CON VISITANTES, RESPETANDO LO QUE LAS COMUNIDADES CONSIDERAN SAGRADO O NO VISITABLE.

DESARROLLAR TECNOLOGÍAS APROPIADAS PARA EL MANEJO DE RESIDUOS Y CONTROL DEL FLUJO TURÍSTICO, ESPECIALMENTE EN ECOSISTEMAS FRÁGILES.

CREAR POLÍTICAS DE LÍMITE DE CARGA TURÍSTICA Y DE REDISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS, BASADAS EN PRINCIPIOS DE EQUILIBRIO Y NO DE EXPLOTACIÓN

3

CREAR ALIANZAS EQUITATIVAS ENTRE SECTOR PRIVADO, COMUNIDADES E INSTITUCIONES PÚBLICAS

ESTABLECER CÓDIGOS ÉTICOS DE RELACIONAMIENTO CON COMUNIDADES INDÍGENAS, CON BASE EN EL CONSENTIMIENTO LIBRE, PREVIO E INFORMADO.

DESARROLLAR MODELOS DE COOPERACIÓN PÚBLICO-PRIVADO-COMUNITARIA CON MECANISMOS DE RETRIBUCIÓN JUSTA, VISIBILIDAD COMPARTIDA Y FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES LOCALES.

INCLUIR CLÁUSULAS DE CORRESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL EN CONTRATOS TURÍSTICOS QUE INVOLUCREN TERRITORIOS COMUNITARIOS.

RECONOCER Y FINANCIAR REDES DE TURISMO INDÍGENA EXISTENTES, COMO ASONTIC O LA RED DE TURISMO INDÍGENA DE PANAMÁ, PARA QUE SEAN PARTE ACTIVA DE LA TOMA DE DECISIONES A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.



MESA 3

FINANCIACIÓN Y GOBERNANZA: MOTORES DE AVANCE EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA

TEMA:

¿Qué mecanismos público-privados se requieren para avanzar hacia un modelo de turismo inclusivo, inteligente y sostenible ?

Si el turismo quiere ser un verdadero motor de transformación social y territorial, necesita algo más que visión. Necesita estructura. La Mesa 3 del II Foro Iberoamericano de Turismo asumió precisamente esa premisa: examinar los pilares institucionales, financieros y culturales que deben sostener un modelo turístico inteligente, inclusivo y sostenible. Y hacerlo con honestidad: reconociendo los avances, pero también revisando críticamente los errores acumulados del modelo actual.

Durante la sesión, representantes del sector público, privado, financiero y multilateral convergieron en tres grandes temas: la necesidad de gobernanza estructural, la transformación del financiamiento con criterios de impacto y el desarrollo de una cultura turística basada en evidencia, evaluación y regeneración.

La arquitectura institucional del turismo está desajustada

El diagnóstico inicial fue claro: sin reglas claras, alianzas estables y datos fiables, el turismo no puede sostener ninguna promesa de impacto.

Uno de los primeros retos identificados fue la desarticulación entre niveles de gobierno y la superposición normativa, que genera incertidumbre para los inversores y bloquea iniciativas. Antonio Magraner ilustró el caso español, donde la falta de armonización entre gobiernos locales, regionales y nacionales ha creado

laberintos regulatorios que frenan el desarrollo incluso en contextos con alta demanda turística.

A esta fragmentación se suma la falta de continuidad política en proyectos estratégicos. Muchas iniciativas sostenibles, inclusivas o innovadoras son interrumpidas tras cada cambio de administración, sin instrumentos que aseguren su sostenibilidad institucional. Varios participantes propusieron que organismos multilaterales como SEGIB, ONU Turismo o CAF actúen como garantes de largo plazo, funcionando como “anclas” frente a la volatilidad política.

Otro obstáculo clave fue el débil vínculo entre el financiamiento y los principios de sostenibilidad e inclusión. Carolina Cortés (CAF) señaló que aún son pocos los proyectos turísticos que integran criterios ambientales, sociales y territoriales en sus planes de negocio, lo que dificulta su viabilidad ante bancos de desarrollo o inversores institucionales. A ello se suma que el turismo sigue sin ser considerado un eje estructural en los planes de desarrollo territorial, quedando relegado frente a sectores más “tradicionales”.



También se abordó la falta de datos confiables y útiles para la toma de decisiones. Juan Cierco (CEOE-Iberia) alertó sobre la fragilidad del “big data turístico” actual, muchas veces basado en indicadores de volumen (número de visitantes, gasto promedio), pero incapaz de medir el impacto real sobre la economía local, el medioambiente o la cohesión social.

Finalmente, se señaló la ausencia de autocrítica en el modelo turístico dominante, que reproduce patrones de crecimiento desbordado, precariedad laboral y gentrificación, como ocurrió en algunas zonas de España. Se propuso una pedagogía social que promueva un consumo turístico más ético, informado y consciente de sus impactos.

Condiciones para el cambio: gobernanza, inversión y medición como motores

Superado el diagnóstico, la mesa definió tres condiciones mínimas para iniciar una transformación estructural del sector.

La primera es la creación de mecanismos de gobernanza público-privada-comunitaria, estables, operativos y con poder real de decisión. Wandy Robles destacó el ejemplo del Consejo Empresarial Turístico de México, que funciona como órgano deliberativo y de largo plazo. Se propuso replicar este tipo de estructuras en otros países, formalizando los espacios de colaboración y dándoles capacidad de incidir en las políticas públicas.

La segunda condición es alinear el financiamiento turístico con criterios claros de sostenibilidad, inclusión e innovación territorial. Esto implica reformular los instrumentos financieros actuales —a menudo conservadores y centralizados— para que puedan atender emprendimientos liderados por comunidades, jóvenes y actores emergentes. Se propusieron mecanismos

como fondos semilla, microcréditos, fideicomisos mixtos o líneas de crédito con enfoque de innovación social.

Además, se insistió en incorporar el turismo como eje transversal en planes de desarrollo multisectorial, facilitando inversiones en movilidad, infraestructura básica, cultura, tecnología y gestión ambiental. Esta integración permitiría al turismo potenciar soluciones de desarrollo rural y urbano, más allá de su valor económico directo.

La tercera condición es transformar la cultura de planificación y evaluación en el sector turístico. Para ello, se propuso crear sistemas de indicadores integrales de impacto, que no se limiten a medir flujos, sino que incluyan variables sociales, culturales, ambientales y económicas. También se planteó la necesidad de vincular las licencias, concesiones y contratos turísticos a cláusulas de impacto que aseguren beneficios reales y medibles para los territorios.

Propuestas para un modelo turístico regenerativo, medible y justo

La última parte de la sesión se centró en cómo construir un modelo turístico regenerativo, es decir, que no solo minimice daños, sino que repare, reintegre y potencie el bienestar de los territorios.

Se acordó que la colaboración público-privada debe dejar de ser ocasional o consultiva para convertirse en un elemento estructural del ecosistema turístico. Esto exige voluntad política, marcos jurídicos sólidos y plataformas de diálogo con vocación de permanencia.

Igualmente, se concluyó que la continuidad institucional y la calidad normativa son condiciones imprescindibles para atraer inversión seria y construir confianza en el largo plazo. Sin previsibilidad, no hay planificación posible. Respecto al financiamiento, se planteó una



idea clave: “el dinero debe ir donde está el impacto, no solo donde está el retorno”. Si el turismo quiere contribuir a la inclusión, la equidad y la sostenibilidad, necesita canales financieros que prioricen esos objetivos.

Y, quizás el mensaje más transversal de la mesa, fue este: “no hay turismo inteligente sin autocrítica ni sin datos”. La inteligencia turística no puede reducirse a la digitalización o al uso de apps. Debe estar basada en la evaluación continua, en la capacidad de corregir errores, en la transparencia y en la corresponsabilidad de todos los actores.



“LA EXCESIVA REGULACIÓN ESTÁ FRENANDO LA INVERSIÓN. LA SOLUCIÓN NO ES LEGISLAR MÁS, SINO LEGISLAR MEJOR Y CON VISIÓN DE FUTURO.”

“SI SEGUIMOS TOMANDO DECISIONES CON DATOS MAL INTERPRETADOS O INSUFICIENTES, NO ES EL MODELO EL QUE FALLA: SOMOS NOSOTROS.”

“LA SOSTENIBILIDAD NO PUEDE SER UN APÉNDICE: DEBE SER LA BASE DEL MODELO TURÍSTICO, DESDE EL FINANCIAMIENTO HASTA LA PLANIFICACIÓN.”

“LA INCLUSIÓN NO ES UN DISCURSO: ES UNA ARQUITECTURA INSTITUCIONAL QUE DEBE CONSTRUIRSE DESDE LA CONFIANZA.”

“HABLAR DE TURISMO INTELIGENTE SIN GOBERNANZA ES COMO HABLAR DE UNA CIUDAD INTELIGENTE SIN CIUDADANÍA.”

La Mesa 3 fue una invitación a mirar el turismo desde sus cimientos: gobernanza, inversión, planificación y evaluación. Si bien los retos son evidentes, también lo son las posibilidades. La transformación del modelo turístico en Iberoamérica no requiere partir de cero, sino reordenar lo existente con visión estratégica, ética compartida y estructuras que lo sostengan.

Porque el turismo, bien gestionado, no solo es una oportunidad económica. Es una herramienta para regenerar vínculos, redistribuir oportunidades y construir futuro. Y para eso, necesita cimientos firmes.

EL EXCESO DE REGULACIONES NO COORDINADAS ENTRE GOBIERNOS LOCALES, REGIONALES Y NACIONALES

GENERA INCERTIDUMBRE PARA LOS INVERSIONISTAS Y BLOQUEA INICIATIVAS EMPRESARIALES.

AUSENCIA DE UNA CULTURA DE AUTOCRÍTICA EN LOS MODELOS TURÍSTICOS ACTUALES

EL RIESGO DE REPETIR ERRORES COMO EL CRECIMIENTO DESBORDADO, PÉRDIDA DE IDENTIDAD LOCAL, TURISTIFICACIÓN DE LA VIVIENDA, PRECARIZACIÓN LABORAL, Y CONFLICTOS ENTRE RESIDENTES Y TURISTAS.

FALTA DE DATOS FIABLES Y MECANISMOS DE MEDICIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES

LA DEBILIDAD DEL "BIG DATA TURÍSTICO", MUCHAS VECES INFLADO O MAL INTERPRETADO, LO QUE LLEVA A ERRORES EN LA TOMA DE DECISIONES DE INVERSIÓN, MARKETING O REGULACIÓN.

DÉBIL INCLUSIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD EN EL ACCESO AL FINANCIAMIENTO

MUCHOS PROYECTOS NO INTEGRAN AÚN PRINCIPIOS CLAROS DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL, SOCIAL Y TERRITORIAL, LO QUE LIMITA SU VIABILIDAD FRENTE A FUENTES DE FINANCIAMIENTO COMO CAF.

LAS INICIATIVAS DE TURISMO SOSTENIBLE O INCLUSIVO SE VEN INTERRUMPIDAS POR CAMBIOS DE ADMINISTRACIÓN

O COLOR POLÍTICO, SIN QUE EXISTAN INSTRUMENTOS QUE GARANTICEN SU SOSTENIBILIDAD INSTITUCIONAL EN EL TIEMPO.

FALTA DE MECANISMOS ESTABLES DE COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

AUNQUE SE RECONOCE SU IMPORTANCIA, LA COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA NO SIEMPRE SE TRADUCE EN ESTRUCTURAS DE CONFIANZA, GOBERNANZA COMPARTIDA O CONTINUIDAD.



CONCLUSIONES

1

LA COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA DEBE PASAR DE SER OCASIONAL Y CONSULTIVA A SER ESTRUCTURAL Y VINCULANTE

2

SIN CONTINUIDAD INSTITUCIONAL Y CALIDAD NORMATIVA, NO HAY INVERSIÓN POSIBLE NI SOSTENIBILIDAD CREÍBLE

3

EL FINANCIAMIENTO TURÍSTICO DEBE TRANSFORMARSE PARA ESTAR AL SERVICIO DEL IMPACTO, NO SOLO DEL CRECIMIENTO

4

NO HAY TURISMO INTELIGENTE SIN DATOS CONFIABLES, MÉTRICAS DE IMPACTO Y CULTURA DE EVALUACIÓN

5

EL MODELO TURÍSTICO DOMINANTE DEBE SER REVISADO CRÍTICAMENTE PARA EVITAR REPETIR ERRORES DE MASIFICACIÓN, EXCLUSIÓN Y SOBREEXPLOTACIÓN

ACCIONES CONCRETAS

1

ESTABLECER MARCOS DE GOBERNANZA PÚBLICO-PRIVADA ESTABLES, OPERATIVOS Y CON VISIÓN DE LARGO PLAZO

CREAR CONSEJOS DE ARTICULACIÓN PÚBLICO-PRIVADA-COMUNITARIA CON PODER DELIBERATIVO, COMO EL CONSEJO EMPRESARIAL TURÍSTICO DE MÉXICO, CAPAZ DE INFLUIR EN POLÍTICAS PÚBLICAS DE LARGO ALCANCE.

FORMALIZAR LA GOBERNANZA DEL SECTOR CON NORMAS CLARAS Y PERMANENTES, QUE REDUZCAN LA INCERTIDUMBRE INSTITUCIONAL ENTRE ACTORES.

DEFINIR HOJAS DE RUTA COMPARTIDAS A ESCALA TERRITORIAL, QUE INCLUYAN A GOBIERNOS LOCALES, CÁMARAS EMPRESARIALES, ONGS Y COMUNIDADES.

FOMENTAR EL ROL DE LOS ORGANISMOS MULTILATERALES COMO GARANTES DE CONTINUIDAD, ACTUANDO COMO ANCLAS INSTITUCIONALES MÁS ALLÁ DE LOS CICLOS POLÍTICOS.

2

VINCULAR EL FINANCIAMIENTO TURÍSTICO A CRITERIOS CLAROS DE SOSTENIBILIDAD, INCLUSIÓN E INNOVACIÓN TERRITORIAL

REFORMULAR LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS EN BANCOS DE DESARROLLO, INTEGRANDO MÉTRICAS DE SOSTENIBILIDAD, INCLUSIÓN Y RESILIENCIA TERRITORIAL.

DESARROLLAR INSTRUMENTOS FINANCIEROS DIFERENCIADOS (FONDOS SEMILLA, MICROCRÉDITOS, FIDEICOMISOS, MIXTOS) PARA PROYECTOS LIDERADOS POR COMUNIDADES, JÓVENES O ACTORES EMERGENTES.

INCLUIR EL TURISMO COMO EJE ARTICULADOR EN PLANES DE DESARROLLO URBANO Y RURAL, FAVORECIENDO INVERSIONES MULTISECTORIALES EN MOVILIDAD, AGUA, RESIDUOS, CULTURA Y DIGITALIZACIÓN.

IMPULSAR LÍNEAS DE CRÉDITO CON ENFOQUE DE INNOVACIÓN SOCIAL, QUE CONTEMPLÉN SOLUCIONES COLABORATIVAS, TECNOLÓGICAS Y ESCALABLES.

3

TRANSFORMAR LA CULTURA INSTITUCIONAL Y EMPRESARIAL HACIA MODELOS TURÍSTICOS AUTOCRÍTICOS, MEDIBLES Y REGENERATIVOS

DESARROLLAR UN SISTEMA DE INDICADORES INTEGRALES DE IMPACTO TURÍSTICO, MÁS ALLÁ DEL NÚMERO DE LLEGADAS O GASTO PROMEDIO.

FOMENTAR UNA PEDAGOGÍA DEL TURISMO CONSCIENTE, QUE FORME A LOS TURISTAS, OPERADORES Y AUTORIDADES SOBRE SUS RESPONSABILIDADES SOCIALES Y AMBIENTALES.

INCLUIR CLÁUSULAS DE IMPACTO EN LAS LICENCIAS, CONCESIONES Y CONTRATOS TURÍSTICOS, QUE VINCULEN LA OPERACIÓN CON BENEFICIOS MEDIBLES PARA EL TERRITORIO.

INCENTIVAR LA INNOVACIÓN REGENERATIVA, APOYANDO A EMPRENDEMIENTOS QUE INTEGREN CIRCULARIDAD, RECUPERACIÓN AMBIENTAL, CULTURA LOCAL Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA.





LO QUE TAMBIÉN RECONOCIMOS: AUTOCRÍTICAS DESDE DENTRO DEL SECTOR

Una conversación madura no solo celebra avances. También se detiene a revisar con honestidad las decisiones, narrativas y estructuras que han limitado el impacto real del turismo en los territorios. Durante la Mesa 1 del II Foro Iberoamericano de Turismo, surgieron autocríticas valientes, provenientes de instituciones públicas, representantes gremiales, actores comunitarios y líderes técnicos. No como gestos de culpa, sino como señales de un sector dispuesto a mirarse a sí mismo con exigencia, y a reconocer que el camino hacia un nuevo paradigma turístico también pasa por corregir lo aprendido.

Uno de los primeros reconocimientos fue el de la fragilidad institucional y la falta de continuidad en las políticas públicas. Silvana Ramírez, viceministra de Turismo de Ecuador, lo expresó con claridad: “Nos cuesta sostener una política turística como política de Estado. Todo cambia cuando cambia el gobierno”. Este ciclo de reinicios permanentes no solo debilita la gobernanza, sino que erosiona la confianza de los actores locales, que muchas veces deben adaptarse a nuevos lenguajes, prioridades y estructuras cada pocos años.

Desde el sector empresarial y gremial también emergieron reflexiones autocríticas. Luis Alejandro Dávila

(ProColombia) reconoció que muchas veces el discurso institucional ha promovido conceptos que no están aterrizados en la realidad de los territorios. “Estamos evangelizando ideas como turismo regenerativo, cuando ni siquiera hemos logrado explicar qué significa sostenibilidad para las comunidades”, admitió. Esta desconexión entre lenguaje técnico y comprensión local no es solo un problema de comunicación, sino un obstáculo que impide construir sentido compartido.

**“
NOS CUESTA SOSTENER UNA
POLÍTICA TURÍSTICA COMO
POLÍTICA DE ESTADO. TODO
CAMBIA CUANDO CAMBIA EL
GOBIERNO.**

Otro punto de inflexión fue la mirada sobre las comunidades indígenas y rurales. Gilberto Alemancia, de la Red de Turismo Indígena de Panamá, fue contundente: “Muchas veces nos invitan a tomarnos la foto, pero no nos dan la palabra”. La crítica no se dirigió solo a los organismos públicos, sino también a ciertas lógicas del turismo que convierten la participación comunitaria en un recurso estético, más que en un principio ético o estratégico.



También hubo autocrítica sobre cómo se ha abordado la innovación. Marina Cantera y Lucía Hernández coincidieron en que muchos procesos de digitalización han sido impulsados sin claridad de propósito. “No se trata de tener más tecnología, sino de saber para qué la queremos”, afirmaron. Innovar sin estrategia —o sin capacidades locales para sostener esa innovación— no es avanzar: es acumular herramientas vacías.

Desde Colombia, José Duarte (COTELCO) aportó una reflexión clave: el sector turístico ha visto históricamente la informalidad como una amenaza, sin comprender sus causas ni su rol real en los ecosistemas turísticos. Esta visión, más punitiva que integradora, ha excluido a miles de actores del desarrollo sectorial, en lugar de diseñar caminos reales hacia la formalización.

Y finalmente, se reconoció una falla estructural en la cooperación entre actores. “Cada quien sigue trabajando en su parcela”, admitió una de las participantes. Aunque la palabra gobernanza aparece en todos los planes y discursos, en la práctica persisten lógicas fragmentadas, esfuerzos paralelos y falta de visión común.

Estas autocríticas no debilitan la conversación. La fortalecen. Porque solo desde un sector que se cuestiona a sí mismo, que admite lo que no ha funcionado, que se atreve a reformular sus certezas, puede emerger un modelo de turismo verdaderamente transformador. En este sentido, la mesa fue también, un ejercicio de esa madurez.

**ESTAMOS EVANGELIZANDO
IDEAS COMO TURISMO
REGENERATIVO, CUANDO NI
SIQUIERA HEMOS LOGRADO
EXPLICAR QUÉ SIGNIFICA
SOSTENIBILIDAD PARA LAS
COMUNIDADES.**



FORO ABIERTO

DÍA 2

UN ENCUENTRO CON
TODOS LOS ACTORES



EL II FORO IBEROAMERICANO DE TURISMO CONSOLIDA EN SANTA MARTA UNA AGENDA COMÚN HACIA UN TURISMO MÁS HUMANO, INCLUSIVO Y SOSTENIBLE.

Éstas son algunas de las conclusiones que se recogen en un documento de prioridades y recomendaciones que hacen los dinamizadores del turismo, en base a las mesas ágiles de trabajo a puerta cerrada del primer día.



5 EJES TEMÁTICOS

3 CONFERENCIAS MAGISTRALES

1 SESIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DE LOS CENTROS HISTÓRICOS

+600 PARTICIPANTES Y CIENTOS DE ASISTENTES CONECTADOS DE MANERA VIRTUAL

Santa Marta echó el cierre a la segunda edición del Foro Iberoamericano de Turismo con un mensaje claro: **un turismo más humano, resiliente y colaborativo es posible, siempre que asumamos la responsabilidad compartida.**

Líderes empresariales, representantes gubernamentales, comunidades locales, organismos multilaterales, Academia y agencias de cooperación, coincidieron en que el futuro del turismo está en el equilibrio entre lo que se comparte y lo que se protege; y que no puede haber un turismo inteligente si no es también humano y ético. 5 ejes temáticos, 3 conferencias magistrales, una sesión sobre la importancia de los centros históricos, más de 600 participantes y cientos de asistentes conectados de manera virtual, sirvieron para consolidar este foro como un referente estratégico para la región.

El encuentro reunió al comienzo de la jornada a importantes líderes del espacio iberoamericano, como la **viceministra de Turismo de Ecuador, Silvana Ramírez; su homólogo en Colombia, Juan Manrique**

Camargo; el secretario permanente del Consejo de Empresarios Iberoamericanos-CEIB y director de Relaciones con Iberoamérica de CEOE, **Narciso Casado;** el presidente de la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios-FIJE **Matías Fernández;** la presidenta de PROCOLOMBIA, **Carmen Caballero;** y la directora ejecutiva de ONU Turismo, **Natalia Bayona.**

Durante la apertura se obtuvo una visión clara de cómo el turismo debe evolucionar hacia un modelo más sostenible, inclusivo e innovador, donde el desarrollo local y la cooperación regional ocupen un rol central. Narciso Casado, representante de CEIB enfatizó que el foro se consolida como un espacio oficial de los Encuentros Empresariales Iberoamericanos, que dotan de contenido a las Cumbres de Jefes de Estado y de Gobierno y recalcó el poder del turismo para transformar territorios desde el diálogo y la colaboración. Una perspectiva que complementó Matías Fernández, desde FIJE, al señalar que el turismo es una industria transversal y dinámica, clave para la generación de

empleo juvenil y la innovación sectorial. Carmen Caballero, presidenta de ProColombia, incidió a su vez en el compromiso del país con un turismo sostenible y con identidad, resaltando la recuperación de infraestructuras como las pistas regionales y la revitalización de rutas fluviales históricas como el Río Magdalena. Por su parte, Natalia Bayona, directora ejecutiva de ONU Turismo, llamó a repensar el papel del turismo en el nuevo orden económico global, señalando a Colombia como un modelo emergente y abogando por incentivos no fiscales que contribuyan a impulsar la educación y el empoderamiento comunitario.

Desde Ecuador, la viceministra Silvana Ramírez remarcó la importancia de situar a las personas en el centro de las estrategias turísticas y fortalecer el papel de las comunidades locales dentro de la cadena de valor. Finalmente, su homólogo en Colombia, Juan Manrique Camargo, presentó cifras récord del sector en el país, reiterando la urgencia de territorializar los beneficios del turismo y promover un modelo responsable y sostenible, en línea con la visión de Colombia como el “País de la Belleza”.

Conectando patrimonio, comunidad y mercado: hoja de ruta de CAF para el turismo

En esta segunda jornada, CAF – Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe reafirmó su compromiso con el fortalecimiento del turismo como motor económico y social en la región, destacando que ya ha impulsado más de 40 operaciones orientadas al sector. Su presidente, Sergio Díaz-Granados, destacó la relevancia que tiene para el banco la preservación y la promoción del patrimonio cultural y natural, el uso de herramientas digitales, y la articulación entre sector público y privado para el sector del turismo, tal y como se refleja en las guías de inversión turísticas que lanzaron junto a ONU Turismo en 2021 en varios países de América Latina y el Caribe. En alianza con ciudades como Cartagena de Indias o Santa Marta, y a través de iniciativas como la Red Iberoamericana de



Centros Históricos, CAF apuesta por un turismo resiliente, participativo y estratégico, capaz de generar empleabilidad, dinamizar economías locales y conectar con mercados clave como la población latina residente en EE. UU., considerada un activo económico de gran potencial.

Centros históricos y comunidades: pilares de un nuevo modelo turístico

Uno de los puntos más destacados del foro fue el debate sobre el rol de los centros históricos iberoamericanos como motores de revitalización urbana y sostenibilidad cultural. Con la intervención de Carolina Cortés (CAF) y la presentación del urbanista Fernando Carrión, se dio paso a un diálogo enriquecedor con Diana Elvira Martínez (República Dominicana), Juan Pablo El Sous Zavala (Perú) y Diana Giraldo (Colombia), moderados por el arquitecto Luis Eduardo García Pacheco. Todos ellos coincidieron en que el turismo es una herramienta poderosa para la revitalización de los centros históricos, siempre que se gestione de manera articulada con el sector público, la comunidad local y el empresariado.



Los panelistas subrayaron que la recuperación patrimonial implica grandes inversiones que solo pueden sostenerse si el turismo se convierte en un dinamizador económico. Se compartieron experiencias sobre cómo transformar espacios urbanos en destinos vivos y funcionales que benefician tanto al visitante como al residente. La existencia de modelos de gobernanza interinstitucional y la creación de redes de centros históricos fueron destacadas como buenas prácticas a replicar.

El enfoque comunitario también ocupó un lugar central. Un panel encabezado por Silvana Ramírez, viceministra de Turismo de Ecuador, puso sobre la mesa la necesidad de transformar a las comunidades locales en protagonistas del turismo, reconociendo su rol estratégico en la creación de experiencias auténticas y sostenibles.

Líderes empresariales como Fernando Treviño (COPARMEX), Juan Carlos Navarro (CIG Guayaquil), Helui Castillo (FEDEPRICAP), Juan Stoessel (CONFIEP) y Carlos del Valle (México), moderados por Vanessa Botero (ProColombia), insistieron en que las comunidades no deben ser vistas únicamente como beneficiarias de la actividad turística, sino como protagonistas que aportan valor con su cultura, conocimiento y territorio.

Se debatieron mecanismos para fomentar la inclusión económica, mitigar los efectos de la competencia informal, y garantizar que el turismo beneficie directamente a los habitantes de las zonas receptoras. Se resaltó además la necesidad de invertir en capital humano, particularmente en jóvenes y mujeres, y de promover políticas públicas que reconozcan el papel estratégico del turismo en la dinamización de economías locales.

Pueblos indígenas: fortalecimiento de la identidad del territorio

Especial atención recibió también el turismo indígena, en un panel moderado por Jean Philippe Le Moigne (WINTA), en el que participaron Eduardo Gil (comunidad wiwa), Judith Nuvita Coronado (kogui), César H. Cotacachi (kichwa), Gilberto Alemanca (guna yala) y Wandy Robles (Santo Domingo).

Este espacio permitió visibilizar cómo el turismo indígena representa una alternativa sostenible para la preservación del entorno natural, el fortalecimiento de la identidad y el empoderamiento económico. Los panelistas enfatizaron que el turismo en sus territorios debe construirse desde adentro, respetando sus cosmovisiones y estructuras organizativas.

La autenticidad, la hospitalidad y el conocimiento ancestral fueron destacados como atributos que hacen del turismo indígena una experiencia única, mientras se subrayó la importancia de contar con marcos legales que garanticen la distribución justa de los beneficios.

Quedó patente también en este diálogo





que no podemos construir competitividad si no se da visibilidad a quienes sostienen el territorio, y que la memoria también es turismo, por eso hay que protegerla como se protege una reserva natural.

Rentabilidad con propósito: el turismo como plataforma de impacto

Bajo el lema "Un turismo centrado en el impacto", el panel moderado por Juan Cierco (Iberia), reunió a representantes del sector privado con un fuerte compromiso con la sostenibilidad. Anabel Gallardo (COHEP), Marina Cantera (FEDESUD), María José Hernández (CIP Ecuador), Francisco Centeno (Ilunion), Jaume Gaytán (SEGIB) e Irene García Sáez (MAPFRE) debatieron sobre cómo hacer del turismo una actividad económicamente rentable sin renunciar a su responsabilidad social y ambiental.

Se abordaron temas como la aviación sostenible, la economía circular, el empleo juvenil, la accesibilidad y la digitalización. Los ponentes coincidieron en que el turismo debe ser visto no solo como una industria de servicios, sino como una plataforma para mejorar la calidad de vida, fomentar el emprendimiento y preservar la

diversidad.

Gobernanza y financiamiento: claves para el avance del sector

El foro también dedicó un espacio fundamental a la discusión sobre financiación y gobernanza como motores de avance del sector. Juan Camilo Valdés (Araújo Ibarra) propuso ver el turismo como un "ancla de transformación territorial", que debe estar acompañada por incentivos personalizados y alianzas público-privadas. Pedro Ángel González (Cabildo de Tenerife) compartió la experiencia de Canarias, donde el turismo ha impulsado mejoras sustanciales en la calidad de vida, preservando a su vez el patrimonio ambiental y cultural. Invitó además a todos los presentes a participar en el 7° Foro Iberoamericano de la Mipyme que se celebrará en noviembre en Tenerife. Lorenzo Amor (vicepresidente de CEOE y presidente de ATA) destacó la importancia de convertir el turismo en política de Estado, más allá del discurso, con planificación, ejecución y consenso.

Pedro Rafael (CONAJE Brasil) planteó el desafío de fortalecer el ecosistema turístico brasileño desde la juventud y la identidad nacional, especialmente en ciudades como



Río de Janeiro, afectadas por la pandemia. David Pacheco (BBVA Colombia) explicó cómo el banco ha desarrollado líneas de crédito con tasas preferenciales para proyectos turísticos sostenibles, remarcando que la sostenibilidad ya no es una opción sino un requisito del mercado. Entre las conclusiones del panel, se instó a estudiar instrumentos como zonas francas, preparar presupuestos con visión de futuro, y generar más oportunidades para los jóvenes empresarios.



Una hoja de ruta compartida para el futuro del turismo en Iberoamérica

En una última ponencia, previa al cierre de la jornada, el director de Innovación, Educación e Inversiones de ONU Turismo, Antonio López de Ávila, ofreció un enfoque alineado con el principio “Personas, Planeta y Prosperidad” y abogó por promover una gobernanza inteligente que integre a las comunidades locales, fomente el emprendimiento, la economía circular y mejore la eficiencia en la gestión de recursos naturales.

Esta metodología está siendo replicada con éxito en decenas de países que han adaptado el modelo de Destinos Inteligentes a sus contextos específicos, desde zonas rurales de América Latina hasta capitales turísticas europeas.

Debe ser un modelo flexible con un enfoque multidimensional, explicó, permitiendo a cada destino construir su propia hoja de ruta hacia una



transformación sostenible apoyado por las tecnologías.

Varios países iberoamericanos están implementando este modelo turístico desde un enfoque inclusivo, innovador y orientado al largo plazo. En este sentido, el II Foro Iberoamericano de Turismo actúa como una plataforma clave para compartir estos aprendizajes, impulsar alianzas regionales y proyectar una nueva visión de turismo más sostenible, inclusivo e inteligente.

La jornada culminó con un panel cargado de reflexiones estratégicas y llamados a la acción. Moderado por Santiago Sánchez, el espacio reunió a voces clave del sector como Luis Alejandro Dávila (ProColombia), quien destacó la necesidad de integrar el conocimiento ancestral y fortalecer la participación de las comunidades indígenas en la formulación de políticas turísticas. Yohania de Armas (Conecta Iberoamérica) instó a repensar la empleabilidad juvenil, poniendo en valor el conocimiento como un activo económico.

Por su parte, Lorenzo Amor (CEOE) abogó por un modelo de turismo más humanista, impulsado por marcos fiscales justos que promuevan el emprendimiento; y Antonio Magraner (FIJE) cerró el panel con un mensaje claro: es momento de sustituir la sobrerregulación por esquemas colaborativos que faciliten la innovación y la acción conjunta.

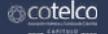




II FORO
 IBEROAMERICANO DE TURISMO
 SANTA MARTA
 COLOMBIA **EL PAÍS DE LA BELLEZA**



UN TURISMO SOSTENIBLE, INCLUSIVO E INTELIGENTE





II FORO
IBEROAMERICANO DE TURISMO
SANTA MARTA
COLOMBIA 
EL PAÍS DE LA BELLEZA



IBEROAMÉRICA,
EL TURISMO TE HACE
GRANDE.