



Propuesta para el diseño de un producto de turismo cultural. Caso: Arboledas, Norte de Santander

✉ MARÍA DE LOS ÁNGELES GARCÍA ZAMBRANO^A

RESUMEN: En este trabajo se presenta una propuesta de investigación cuyo objetivo principal es diseñar un producto de turismo cultural para el municipio de Arboledas en el departamento de Norte de Santander, como estrategia para promover el desarrollo social y económico de la comunidad, de acuerdo con los objetivos de turismo de los ámbitos nacional, departamental y municipal. Esta investigación de acción tiene un enfoque cualitativo. El diseño del producto se lleva a cabo en cuatro fases: la primera es un diagnóstico de potencialidades; la segunda, un estudio de los inventarios turísticos; la tercera, el establecimiento de los criterios del producto; y, por último, está la definición del plan de acción. Como resultado se espera establecer una ruta clara por seguir por parte de los empresarios e inversores, así como promover los procesos de innovación turística en el territorio.

PALABRAS CLAVE: turismo cultural, producto de turismo cultural, desarrollo socioeconómico

CÓMO CITAR

García-Zambrano, M. (2021).
Propuesta para el diseño de
producto de turismo cultural. Caso:
Arboledas, Norte de Santander.
*Revista Habitus: Semilleros de
Investigación*, 1(2), e12174. <https://doi.org/10.19053/22158391.12174>

RECIBIDO: 05/12/2020 • **EVALUADO:** 01/26/2021
APROBADO: 03/03/2021 • **PUBLICADO:** 12/04/2021



Autor para correspondencia.
mariagarciaover@gmail.com

^A Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (Colombia).
<http://orcid.org/0000-0002-8817-4544>

HOW TO CITE

García-Zambrano, M. (2021). Proposal for the design of a cultural tourism product. Case: Arboledas, Norte de Santander. *Revista Habitus: Semilleros de Investigación*, 1(2), e12174. <https://doi.org/10.19053/22158391.12174>

Proposal for the design of a cultural tourism product. Case: Arboledas, Norte de Santander

ABSTRACT: This article presents a research project aimed at designing a cultural tourism product for the municipality of Arboledas in the department of Norte de Santander, as a strategy to promote the community's social and economic development, based on the tourism objectives at the national, departmental, and municipal contexts. This action research has a qualitative approach. The product design is carried out in four phases: the first is a diagnosis of potentiality; the second is a study of tourism inventories; the third is the establishment of product criteria; and lastly, there is the definition of the action plan. As a result, it is expected to establish a clear route for the entrepreneurs and investors to follow, as well as to promote tourism innovation processes in the territory.

KEYWORDS: cultural tourism, cultural tourism product, socio-economic development

Proposta para o desenho de um produto de turismo cultural. Caso: Arboledas, Norte de Santander

RESUMO: Este artigo apresenta um projeto de pesquisa que visa desenhar um produto turístico cultural para o município de Arboledas no departamento de Norte de Santander, como uma estratégia para promover o desenvolvimento social e econômico da comunidade, com base nos objetivos turísticos dos contextos nacional, departamental e municipal. Esta pesquisa de ação tem uma abordagem qualitativa. O desenho do produto é realizado em quatro fases: a primeira é um diagnóstico de potencialidade; a segunda é um estudo de inventários turísticos; a terceira é o estabelecimento de critérios de produto; e por último, a definição do plano de ação. Como resultado, espera-se estabelecer um caminho claro a ser seguido pelos empresários e investidores, assim como promover os processos de inovação turística no território.

PALAVRAS-CHAVE: turismo cultural, produto turístico cultural, desenvolvimento socioeconômico

Contextualización

El turismo cultural, según Santana (2003), es visto como una forma de turismo alternativo que basa su actividad en la comercialización de la cultura. Los elementos culturales de cualquier territorio pasan a ser parte de la oferta de productos turísticos. Este tipo de turismo se caracteriza por su alto grado de complejidad, en especial en la atracción al turista, que tiene intereses culturales acerca de un destino. A propósito, Baudrihaye (1997) menciona que el turista cultural “es un viajero especialmente sensible a la calidad, a la exactitud de la información recibida, al respeto al paisaje y al entorno, a la contaminación acústica y estética” (p. 44).

La importancia del turismo cultural y su relación con el desarrollo socioeconómico surge porque el primero brinda las oportunidades y estrategias para desarrollar de la actividad turística, lo que establece puentes entre el progreso económico y el reconocimiento de la cultura y la identidad. Es importante que el proceso sea realizado bajo los conceptos de conservación, preservación y salvaguardia del patrimonio.

En el contexto internacional, el turismo cultural ha sido un tema de interés. “La actividad de turismo cultural es motivada por el deseo de aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos y productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico” (OMT, 2019, p. 31). Sin embargo, muchos territorios no han desarrollado su potencial cultural orientado al turismo aun cuando tienen los elementos necesarios para desarrollarlo. De igual forma, con la centralización en una sola tipología de turismo, se requiere la diversificación de la oferta turística con nuevos productos de turismo cultural.

En Colombia existe la *Política de Turismo Cultural*, la cual aborda ampliamente esta actividad. Considera que el turismo cultural genera la necesidad de diseñar nuevos productos de turismo cultural en el marco de su gestión como línea estratégica (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2007). El *Plan de Desarrollo Nacional 2018-2022* busca por medio del turismo cultural el desarrollo de productos turísticos diferenciados y de alto gasto (Departamento Nacional de Planeación, 2019).

Por su parte, el *Plan de Acción* de la Secretaría de Cultura de la Gobernación de Norte de Santander (2020) establece la necesidad de estimular la protección, valoración, difusión y la identificación del patrimonio cultural. El *Plan de Desarrollo Departamental 2020-2023* planea dentro de sus metas la producción de publicaciones sobre turismo cultural: sobre historia, folklore, costumbres, gastronomía, música, literatura y religión (Serrano, 2020).



Por su parte, el *Plan de Desarrollo* del municipio de Arboledas para el periodo de 2020-2023 resalta que, para lograr una promoción de turismo en el destino, es necesaria la valoración de los atractivos culturales a partir de las áreas y planes de manejo con el objetivo clave de garantizar un desarrollo social y económico del territorio (Dallos, 2020).

En este sentido la presente investigación pretende dar respuesta a: ¿cómo puede el municipio de Arboledas orientar su práctica turística hacia el turismo cultural y estimular el desarrollo social y económico?

Estado del arte: objeto de investigación

Definiciones

La cultura es un hecho imperativo en toda sociedad. Es producto de un constructo espontáneo y libre que se convierte en herencia con el pasar del tiempo. Existen múltiples definiciones que intentan acercarse a esta amplia gama de características. La Unesco (2002, como se citó en Saarinen *et al.*, 2014, p. 9), la definió como un conjunto de rasgos distintivos espirituales, materiales, intelectuales y emocionales de la sociedad o de un grupo social. La cultura abarca el arte y la literatura, los estilos de vida, las formas de convivencia, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias.

En sentido extenso, el turismo cultural es aquel cuya motivación principal son los elementos culturales de un destino. En general, el turismo cultural puede considerarse como el desplazamiento de personas a atracciones culturales fuera de su lugar de residencia habitual, con la intención de reunir nueva información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales (Richards, 1997 y Smith, 2003, como se citó en Saarinen *et al.*, 2014, p. 9). De igual manera, otros autores amplían el concepto de necesidades culturales: las formas de turismo que se basan principalmente en el deseo de aprender y conocer a los demás y su forma de vida. El turismo cultural se centra en lugares donde se pueden experimentar las artes, el patrimonio y las tradiciones (Smith & Kamamba, 2003, como se citó en Saarinen *et al.*, 2014, p. 9).

Por lo tanto, la integración de la cultura —la cual es convertida en patrimonio con la asimilación de actividades en costumbres y tradiciones— y la actividad turística establecen una atractiva posibilidad para el turismo que involucra a comunidades y turistas. En el proceso de integración se desarrollan múltiples acciones alrededor de la cultura y el patrimonio. El turismo cultural consiste en la visita a museos, actividades artísticas,

galerías, zonas de patrimonio cultural. También incluye los estilos de vida formados por creencias, idiomas, actividades religiosas, gastronomía, hábitos de nutrición, vestimenta de las personas, edificios arquitectónicos, obras de artesanía, artefactos y atmósfera relacionada (Craik, 1991, Mbiti, 1991 y OMT, 2005, como se citó en Saarinen *et al.*, 2014, p. 9).

Características

La caracterización del turismo cultural tiende a volverse compleja debido a su naturaleza cambiante y espontánea. Es decir, no se puede ejercer control sobre la cultura, sobre lo que fue y ahora es un legado patrimonial. La cultura es algo que no está fijado o congelado, sino que es un proceso de transformación constante a medida que las culturas interactúan entre sí y se ven afectadas por factores económicos, políticos y sociales (Sarup, 1996, como se citó en Saarinen *et al.*, 2014, p. 9). De igual forma, en el turismo los factores culturales pueden presentarse como algo palpable. Puede ser material o inmaterial, o también expresarse en las actividades de la vida cotidiana (Keitumetse, 2005, McCarthy, 1992 y Smith & Richards, 2013, como se citó en Saarinen *et al.*, 2014, p. 9). En otro ámbito, es importante resaltar la diferencia clara del turismo cultural de otras tipologías del turismo: su objetivo es clave y más trascendental, orientado al aprendizaje y a la comprensión de los bienes culturales y expresiones de la tradición cultural. Es decir, es una manera más formal de la actividad turística. El turista pretende pasar la línea del tiempo de ocio y adquiere conocimientos de las comunidades locales (McCarthy, 1992, como se citó en Saarinen *et al.*, 2014, p. 9).

Ahora bien, una característica importante del turismo cultural es su valioso aporte al desarrollo de las comunidades, debido a la integración de los actores del turismo, a la aceptación de los valores culturales y, a su vez, a la preservación y divulgación de lugares y tradiciones importantes para las personas locales. Si bien el elevado ritmo de crecimiento y la proporción estimados del turismo cultural pueden ser debatidas críticamente, ya que no existen bases estadísticas coherentes para evaluar las cifras, en muchos lugares el turismo cultural puede ser un vehículo ideal para el desarrollo local y regional, en el que la población local puede experimentar los beneficios económicos directos y el empleo de los turistas visitantes (Smith, 2003, como se citó en Saarinen *et al.*, 2014, p. 9).

Además, los beneficios percibidos por las comunidades, producto de la actividad turística basada en la cultura, permiten abrir espacios dedicados a la preservación del patrimonio utilizado para estos fines (Saarinen *et al.*, 2014). Lo anterior resulta indiscutiblemente necesario para prever su conservación y mantener la posibilidad de compartirlo con las generaciones futuras.



Importancia

En este sentido, el patrimonio cultural —el legado que ha dejado la historia y la conservación de tradiciones, costumbres y expresiones de generación en generación— representa en su conjunto la identidad cultural de una sociedad. El patrimonio cultural materializa y hace visibles la cultura y la memoria, factores fundamentales para la cohesión de una sociedad, lo cual permite la constitución de la identidad cultural colectiva de un pueblo (Rangel, 2002, como se citó en Alvares & Paula, 2019, p. 2). Se trata de un medio en el que se da el intercambio cultural y se renuevan las formas tradicionales, especialmente para la comunidad receptora (Moswete & Dube, 2013, como se citó en Saarinen *et al.*, 2014, p. 10).

Por consiguiente, surge la importancia de promover una debida conservación y gestión del patrimonio cultural y se presenta la indiscutible tarea de crear estrategias para impulsar un desarrollo socioeconómico que integre todas las regiones (Alvares & Paula, 2019). Con el fin de evitar las consecuencias negativas del crecimiento del turismo y de sostener el desarrollo de la comunidad, la población local debería ser el centro de atención del desarrollo (Choi & Sikaraya, 2005, como se citó en Saarinen *et al.*, 2014, p. 10). Esto quiere decir que el papel de la comunidad debe ser permanente y protagonista en los procesos de turismo cultural, con el objetivo de proteger su identidad.

Finalidad

El turismo cultural ha permitido abrir nuevos y diversos horizontes para las economías locales, regionales, nacionales e internacionales, lo cual le da un valor añadido al turismo tradicional de masas y, por otra parte, al turismo meramente de naturaleza. De hecho, el desarrollo pasado de la industria turística ha excluido otras formas de actividades turísticas a expensas del turismo exclusivo de vida silvestre. Por lo tanto, con el fin de encontrar un crecimiento adicional y los correspondientes beneficios socioeconómicos para la nación, la nueva política de turismo reconoce la necesidad de diversificar el producto turístico (OMT, 2008, como se citó en Saarinen *et al.*, 2014, p. 8).

Desde otra perspectiva, la del turista, el turismo cultural permite descubrir nuevas culturas y, desde luego, experimentarlas. Algunos viajeros disfrutan de la oportunidad de conocer las grandes diferencias entre culturas y se deleitan visitando lugares exóticos. Las diferencias culturales que esperan encontrar son, de hecho, la razón misma del viaje (Starr, 1987, como se citó en Saarinen *et al.*, 2014, p. 9).

La vivencia cultural experimentada permite al turista involucrarse y ser parte, por un momento, de un mundo distinto al suyo. Así, se espera que, al experimentar la cultura, el turista se eduque a la vez que se entretiene y tenga la oportunidad de aprender sobre la comunidad, su patrimonio y un paisaje cultural (Saarinen *et al.*, 2014, p. 9). Precisamente, esta es la finalidad deseada del ejercicio del turismo cultural: alcanzar el desarrollo socioeconómico de la comunidad receptora y satisfacer las necesidades de tipo cultural de los turistas en el sentido de aprendizaje, esparcimiento e integración con otras culturas, sin poner en riesgo su identidad cultural.

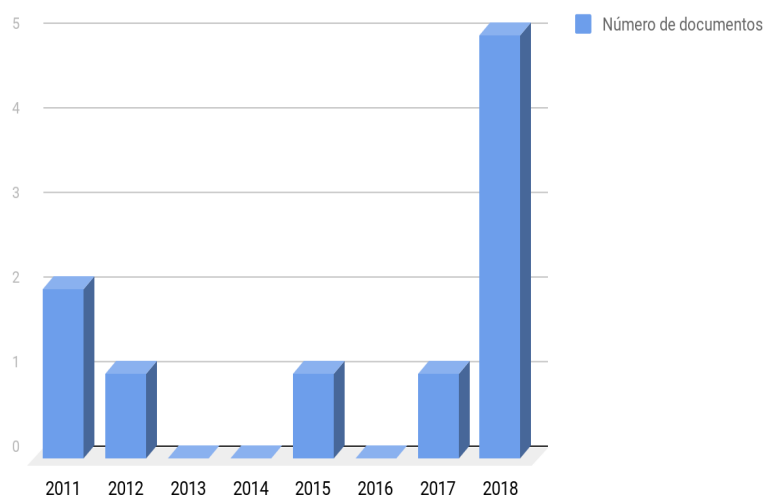
Estado del arte de la tradición investigativa

Con el objetivo de identificar las investigaciones más recientes y relevantes sobre el diseño de productos de turismo cultural, se llevó a cabo una búsqueda en el repositorio de la Universidad el Externado. Se tuvo en cuenta la participación del programa de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras en investigaciones de este tipo. También se encontraron otros estudios en Google Académico.

En los resultados obtenidos sobre el diseño de productos de turismo cultural se encontraron diez documentos entre tesis y artículos científicos. En la figura 1 se observa con detalle el comportamiento de estos registros por año.

Figura 1

Documentos por año





Los principales problemas abordados sobre el diseño de productos de turismo cultural se orientan hacia la búsqueda del aprovechamiento y conservación de recursos patrimoniales e identidad cultural junto con la vocación turística de los destinos para dar lugar al turismo como una fuente de desarrollo (González & Baquero, 2018). También, se han abordado problemáticas sobre la implicación en el desarrollo de productos turísticos al tener como referencia manifestaciones culturales inmateriales (Barrera, 2018). De igual forma, el mejoramiento de la imagen y el reconocimiento han impulsado el diseño de estos productos y han establecido formas de diversificación de la oferta turística al interpretar los elementos necesarios para la construcción de nuevos productos (García *et al.*, 2015).

La forma en la que se han definido estos problemas parte de la contextualización y conceptualización del estudio en ámbitos políticos, económicos, culturales y ambientales, así como del abordaje de conceptos teóricos propios de cada investigación. Por otra parte, el estudio acerca de las metodologías empleadas para el diseño de productos turísticos es muy amplio y da lugar a otros procesos como el análisis de mercados, la caracterización de los atractivos, la aplicación de otros estudios —como administrativos y financieros— y el diseño de productos turísticos culturales. También, ha dado lugar a nuevos procesos metodológicos propuestos para la construcción de estos productos (Cardet *et al.*, 2018).

El enfoque destacado en las investigaciones recolectadas es el cualitativo, seguido del enfoque mixto. El tipo de investigación con mayor frecuencia en los estudios es el descriptivo. Los instrumentos empleados más comunes son las encuestas y las entrevistas. Dentro de las poblaciones objetivo están los turistas y habitantes de los territorios, asociaciones gremiales y operadores turísticos. Las investigaciones han sido desarrolladas en gran mayoría en el ámbito local de distintos países, en territorios como: Cojitambo, en Ecuador (Fernández, 2018), Juanjuí, en Perú (Barrera, 2018) y Córdoba, en España (García *et al.*, 2015), entre otros; y a nivel de Colombia, en lugares como Morroa y Sumpués, en el departamento de Sucre (González & Baquero, 2018), así como en Montería (Sánchez, 2017) y otros municipios como Charalá, Páramo y El Socorro (Angulo & Giraldo, 2018).

Los resultados de las investigaciones son el diseño de productos o propuestas de turismo cultural y rutas temáticas para integrar los elementos del producto turístico (Angulo & Giraldo, 2018; Barrera, 2018; Cardet *et al.*, 2018; Duis, 2011; Fernández, 2018; Martins & Baptista, 2011; Sánchez, 2017). La construcción de estos diseños se ha venido desarrollando alrededor de uno o más municipios y se ha enfocado en las manifestaciones culturales como la historia, la gastronomía, los mitos y leyendas, las artesanías, la música

y las danzas. De igual manera, se han desarrollado centros específicos de difusión de la cultura (Vela, 2012). Se han dado a conocer las limitaciones a la hora de conservar la tradición artesanal (González & Baquero, 2018) así como las motivaciones del turista para viajar al tener en cuenta factores culturales (García *et al.*, 2015).

De esta manera, es de resaltar que hasta el momento no se ha desarrollado una investigación referente al diseño del producto de turismo cultural, en específico, para el municipio de Arboledas, Norte de Santander. En este sentido, sería ideal realizar la construcción de productos innovadores de turismo cultural en conjunto con la comunidad, que les permita reconocer su valor y dinamizar su desarrollo social y económico.

Objetivo y alcance de la investigación

La presente investigación tiene por objetivo proponer el diseño de un producto de turismo cultural para el municipio de Arboledas, Norte de Santander, como estrategia para impulsar el desarrollo económico y social de la comunidad. Esta investigación surge de la necesidad de los territorios de encontrar vías eficaces de identificación, difusión y conservación de bienes de interés patrimonial. El turismo permite estimular la economía y generar espacios alternativos, como aquellos del turismo cultural.

Esta investigación pretende lograr la integración de la comunidad en los procesos de turismo, con énfasis en la identidad cultural de sus habitantes, en su historia y en aquello que más los representa. En la práctica, la creación de un producto de turismo cultural permitirá establecer canales eficaces de comunicación entre prestadores de servicios, comunidad y autoridades para responder a las necesidades actuales de diversificación de productos turísticos.

El resultado de esta investigación podrá servir como punto de referencia para las autoridades en turismo para la promoción y difusión del municipio de Arboledas a partir del producto de turismo cultural. De igual forma, los procesos de diagnóstico, identificación y valoración de atractivos y recursos culturales aportarán mejores datos tanto a la comunidad como a entes municipales, departamentales y nacionales. Finalmente, esta investigación servirá como antecedente para futuras investigaciones en territorios en etapa temprana de desarrollo turístico.

Metodología

El enfoque de investigación es cualitativo, ya que “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar



nuevas interrogantes en el proceso de interpretación" (Hernández *et al.*, 2014, p. 7). La unidad de trabajo es la población del municipio de Arboledas, Norte de Santander.

El tipo de investigación es investigación acción, la cual se entiende como "un tipo de investigación cuyo método cualitativo se centra [...] en el conocimiento de las ciencias sociales y humanas, mediante el cuestionamiento o crítica sistemática de las prácticas profesionales y la respectiva mejora continua dentro de ese campo específico" (Flores, como se citó en Corrales, 2013, p. 1).

La propuesta de investigación se desarrollará en cuatro etapas.

Primera fase: diagnóstico de las potencialidades de turismo cultural en el municipio de Arboledas

Las actividades por desarrollar son:

- Revisión de documentación —planes de desarrollo, políticas—.
- Delimitación del destino —características y contextualización—.
- Análisis de la oferta y de la demanda turísticas.
- Análisis del contexto social, económico y político.

Los instrumentos serán fichas técnicas, matriz DOFA, entrevistas y encuestas.

Segunda fase: realización del inventario de atractivos culturales del municipio

Las actividades pertinentes son:

- revisión de metodología de inventarios turísticos
- documentación a través de inventarios previos o documentos oficiales
- realización de trabajo de campo
- establecimiento del inventario

Los instrumentos son fichas de inventarios turísticos. Para ello, se tendrán como herramientas de trabajo cámaras fotográficas, dispositivos GPS y papelería, tablets o smartphones.

Tercera fase: establecimiento de los criterios para el diseño del producto de turismo cultural

Las actividades son:

- evaluación del producto propuesto
- definición y caracterización de los elementos que conforman el producto
- evaluación de condiciones actuales del producto
- validación de la propuesta
- definición de recursos requeridos

Los instrumentos son encuestas, entrevistas y fichas técnicas.

Cuarta fase: definición del plan de acción para el desarrollo del producto de turismo cultural

Las actividades por desarrollar son:

- conformación de comité de gestión y desarrollo del producto turístico
- validación final de entes públicos y privados
- ejecución del plan de acción.

Resultados esperados

Se espera que esta investigación sirva como una ruta clara y punto de referencia a seguir para los actores del turismo sobre las actividades por realizar en torno a la cultura. Además, se pretende fomentar los procesos futuros de innovación turística en el territorio. Con esta propuesta se quiere lograr la integración de la comunidad en los procesos de turismo con énfasis en la identidad cultural de sus habitantes, su historia y aquello que más los representa. Finalmente, con el desarrollo de esta propuesta se proyecta generar impactos sociales positivos y encontrar en las actividades de turismo cultural nuevas oportunidades de desarrollo económico.

Conclusiones

Para el desarrollo de la presente propuesta es necesario el apoyo conjunto de autoridades, el gremio turístico y la comunidad en general. Es indispensable que exista la disposición de generar una cadena de valor con productos y servicios turísticos sostenibles y de calidad. El equipo para llevar a cabo el desarrollo de la propuesta debe tener como enfoque principal el contexto social de la comunidad y articular el sector público con pequeños empresarios, así como con los habitantes de la zona urbana y rural.

Es posible inferir, a partir de la propuesta de investigación, que la importancia de desarrollar actividades de turismo cultural se basa en la capacidad de establecer puentes entre el desarrollo social y económico de una comunidad y la conservación y salvaguarda de su patrimonio cultural. Así pues, los beneficios que pueden ser generados por la creación e implementación de un producto de turismo cultural para el municipio de Arboledas son el fortalecimiento de la identidad cultural, la afluencia de turistas de alto gasto, la integración de la comunidad en actividades económicas y el fomento de una economía estable.



Referencias

- Alvares, D., & Paula, L. (2019). Gestão patrimonial e competitividade turística: os desafios do turismo cultural em Ouro Preto (Brasil) e Cusco (Peru). *Revista Espacios*, 40(27), 6-14. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n27/a19v40n27p06.pdf>
- Angulo, A., & Giraldo, C. (2018). *Producto turístico: Reconociendo el valor cultural, histórico y natural de Charalá, Páramo y El Socorro*. <https://dspace-uexternado.metacatalogo.com/handle/001/1184>
- Baudrihayé, J. A. R. (1997). El turismo cultural: luces y sombras. *Estudios turísticos*, 134, 43-54. <https://n9.cl/k3f6>
- Barrera, V. (2018). *Manifestaciones folclóricas del distrito de Juanjuí, provincia de Mariscal Cáceres-región San Martín para generar un producto de turismo cultural* [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio Universidad Nacional de Trujillo. <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/10197>
- Cardet, E., Palao, R., & González, Y. (2018). Procedimiento para el diseño de productos turísticos basados en el patrimonio de un municipio. *Retos de la Dirección*, 12(1), 1-16.
- Corrales, M. (2013). *Introducción a la investigación-acción*. <https://repositorio.uned.ac.cr/reun-ed/bitstream/handle/120809/1156/1%20-%20Intro%20Investigaci%C3%B3n-acci%C3%B3n.pdf?sequence=1>
- Dallos, W. (2020). *Plan de desarrollo municipal*. <http://www.arboledas-nortedesantander.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-municipal-arboledas-avanza-firme>
- Departamento Nacional de Planeación. (2019). *Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022. Pacto por Colombia, pacto por la equidad*. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Resumen-PND2018-2022-final.pdf>
- Duis, U. (2011). Caminos e historias de la tierra cafetera – La unión entre territorio, paisaje cultural y su gente como producto experiencial de turismo cultural. *Anuario turismo y sociedad*, 12, 83. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2061254
- Fernández, A. (2018). *Diseño de producto turístico cultural de Cojitambo-Azogues* [Trabajo de Titulación, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/15543>
- García, L., Fernández, G., & López-Guzmán, T. (2015). El flamenco como producto del turístico cultural. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 1(2), 239-261. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665956>
- González, M. E., & Baquero, A. P. (2018). Producto turístico cultural artesanal en Morroa y Sumpués Sucre-Colombia. *International journal of scientific management and tourism*, 4(1), 7-28. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6358758>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Martins, U., & Baptista, M. (2011). La herencia de la gastronomía portuguesa en Brasil como un producto del turismo cultural. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(2), 404-424. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180717607008.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2007). *Política de turismo cultura: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio*. <https://n9.cl/izb3>
- OMT. (2019). *Tourism definitions*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Saarinen, J., Moswete, N., & Monare, M. (2014). Cultural tourism: new opportunities for diversifying the tourism industry in Botswana. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 26(26), 7-18. <https://sciendo.com/article/10.2478/bog-2014-0041>
- Sánchez, A. (2017). *Diseño del producto turístico cultural para la zona urbana de la ciudad de montería* [Trabajo de grado, Fundación Universitaria Los Libertadores]. Repositorio Institucional Fundación Universitaria Los Libertadores. <https://repository.libertadores.edu.co/handle/11371/1535>
- Santana, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*, 9(20), 31-57. https://www.researchgate.net/publication/26369087_Turismo_cultural_culturas_turisticas

- Secretaría de Cultura de la Gobernación de Norte de Santander. (2020). *Plan de Acción*. <http://www.nortedesantander.gov.co/Gobernacion/Transparencia-y-acceso-a-informaci%C3%B3n-p%C3%ABlica/Planes-de-Acci%C3%B3n>
- Serrano, S. (2020). *Plan de desarrollo departamental*. http://www.nortedesantander.gov.co/portals/0/PDD_2020-2023_Plan_de_desarrollo.pdf
- Vela, D. (2012). *Diseño de un producto turístico para la conservación y uso del patrimonio cultural del Centro de Turismo Comunitario San Virgilio, cantón Arajuno, provincia de Pastaza* [Trabajo de Titulación, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/1839>