

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

Tabla de Contenido

1.	INTRODUCCIÓN	2
2.	OBJETIVOS	2
3.	MARCO LEGAL	3
4.	RESPONSABLES	5
5.	RECURSOS	6
6.	DEFINICIONES	6
7.	JUSTIFICACIÓN	9
8.	METODOLOGÍA	10
9.	DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA	11
9	FORMATOS	22
10	CONTROL DE CAMBIOS	22
11	REFERENCIAS	23

Elaborado por:	Aprobado por:	Registrado SIG:
LUIS ARIEL CONTENTO ROJAS Profesional Supervisor		
MARÍA ALEJANDRA MEDINA Profesional CPS	DANIEL IVÁN PARDO Subdirector Técnico	NATALIA LEYVA QUIJANO Subdirectora General

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

1. INTRODUCCIÓN

El departamento del Meta está ubicado en el corazón de los Llanos Orientales de Colombia, goza de gran riqueza natural, cultural y social que lo convierte en un territorio con un alto potencial para el turismo comunitario. La majestuosidad de sus paisajes, su biodiversidad única, sus tradiciones culturales, su gastronomía junto con la calidad humana de sus comunidades rurales conforman un escenario perfecto para promover una forma de turismo sostenible, inclusivo y participativo.

La presente estrategia de Turismo Comunitario busca fortalecer las capacidades locales, diversificar la economía rural, donde las comunidades sean protagonistas del desarrollo. Este enfoque promueve el respeto hacia el entorno natural y cultural, fomenta la conservación del patrimonio, prioriza la equidad social y económica mediante la participación activa de los actores locales en la cadena de valor.

A través de la planificación integral y colaborativa, se establecen dos líneas estratégicas con acciones concretas que permitirán posicionar el turismo comunitario como una alternativa real y sostenible para el desarrollo territorial del Meta, respondiendo tanto a los desafíos actuales como a las oportunidades emergentes del sector turístico en el contexto regional, nacional e internacional, con fin de generar herramientas de fortalecimiento para las comunidades.

2. OBJETIVOS

General

Promover un turismo comunitario, regenerativo, sostenible y responsable que fomente la cultura turística, la participación de las comunidades y la conservación del medio ambiente, a través de un trabajo articulado con los diferentes actores y los cooperantes que hacen presencia en el territorio para que las comunidades del Meta sean protagonistas y se beneficien directamente del desarrollo turístico y conserven su identidad.

Específicos

- Promover la sostenibilidad de la cadena de valor del turismo comunitario mediante la implementación de prácticas responsables.
- Recuperar, conservar y promover recursos naturales, culturales e históricos como base para diseñar productos turísticos auténticos, sostenibles.
- Generar estrategias de promoción, comercialización y posicionamiento competitivo de los productos y destinos identificados.
- Trabajar articuladamente con cooperantes nacionales e internacionales, aliados de

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

entidades públicas y/o privadas que fortalezcan el sector.

- Realizar una alianza interinstitucional que nutran los procesos del sector turístico.

3. MARCO LEGAL

Ley 300 de 1996 Ley General de Turismo “Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones”. Constituida por principios generales y disposiciones entre los que se destacan el Artículo 1, la importancia de la industria turística, 28 factor de vital importancia para el desarrollo nacional el cual resalta la actividad turística como un factor esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales. Artículo 2. Enmarca que el turismo se desarrollará bajo los procesos de concertación, coordinación, planeación, en el Artículo 3. La conformación del sector turismo, integrado principalmente por el Ministerio de Desarrollo Económico, el sector mixto conformado por el Consejo Superior de Turismo, el Consejo de Facilitación Turística, el Comité de Capacitación Turística y, por último, la rama privada, conformada por prestadores de no servicios turísticos. El artículo 8. Dirección de análisis sectorial y promoción, que enmarca básicamente la elaboración de estudios sobre indicadores que vislumbren el comportamiento de la actividad turística. (Colombia, s.f.)

Ley 1101 de 2006, por lo cual se modifica la Ley General de Turismo, en especial sus artículos 4,5 y 6, que establecen el impuesto con destino al turismo como inversión social, su recaudo y destinación a la promoción y competitividad del sector, de manera que se fomente la recreación y el adecuado aprovechamiento del tiempo libre, de acuerdo con lo previsto en el artículo 52 de la Constitución Política. (Colombia, s.f.)

Ley 1558 de 2012 (por la cual se modifica la Ley 300 de 1996-Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y otras disposiciones) en la conglomeración de artículos y párrafos que abarca la Ley, se destaca el Artículo 20 aborda la importación de la actividad turística como factor de integración social para las entidades territoriales a nivel nacional. (Colombia, s.f.)

Ley 2068 de 2020 – Modificación de la Ley General de Turismo. Esta ley actualiza y complementa la Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo) e incorpora disposiciones específicas para el impulso del turismo comunitario. Entre sus artículos destacados se encuentran: **Artículo 16:** El Gobierno nacional implementará planes y programas orientados al fomento y desarrollo del ecoturismo en sus territorios, conforme a la geografía y diversidad de los mismos. **Artículo 17:** El Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, impulsará el turismo comunitario rural mediante acciones que fortalezcan la participación de las comunidades organizadas, el acceso a incentivos, su oferta de servicios turísticos y su vinculación a la cadena de actores del sector turismo. (Colombia, s.f.)

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

Ley N° 2239 de 2022 – Se regula la actividad del agroturismo en Colombia. La presente Ley tiene como objeto Impulsar el agroturismo o turismo rural como una alternativa para el desarrollo sustentable de áreas dedicadas a actividades predominantemente agrícolas de modo tal que se brinden alternativas económicas, diversifiquen los rendimientos de la actividad agropecuaria, revalorice a la agricultura como medio de desarrollo local y se promueva la asociatividad rural. Se establecen objetivos específicos que el Estado promueva para garantizar el impulso del agroturismo como alternativa para el sector agropecuario, incluyendo el objetivo de exaltar el rol de la mujer rural y jóvenes, así como brindar alternativas de emprendimiento con enfoque diferenciado de género. Se crea la Comisión Nacional de Turismo Rural Sostenible y se establecen las funciones de la Comisión. Se establece que los municipios y/o distritos podrán conformar Circuitos Rurales Agroturísticos con el fin de promover y desarrollar el agroturismo en sus regiones y que puedan hacer los circuitos. (Base de données FAOLEX, 2022)

Decreto 4152 del 2011 - Creación de la Agencia *Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia, APC– Colombia.*” Establece las funciones y lineamientos para la APC como ente articulador que la faculta para gestionar, orientar y coordinar toda la Cooperación Internacional pública, privada, técnica y financiera no reembolsable, que reciba y otorgue el país.

(Función Publica - Creación APC)

Decreto 432 de 2014 “Por el cual se deroga el Decreto 1323 de 1998 y se establece la estructura orgánica y funciones del Instituto de Turismo del Meta y se dictan otras disposiciones sobre su organización y funcionamiento” El Instituto de Turismo del Meta tiene por objeto la formulación y ejecución de las políticas, planes y programas para la promoción del turismo y el posicionamiento del Departamento como destino turístico sostenible. (Meta, s.f.)

Decreto 603 del 2022 - SISTEMA NACIONAL DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL DE COLOMBIA Establece el Sistema Nacional de Cooperación Internacional (SNCI), el cual coordina, regula, articula los diferentes actores de Cooperación Internacional la cual contribuye a la política exterior del país, alineada por los objetivos establecidos por la Agencia Presidencia de Cooperación Internacional (APC), siendo el principal actor de gestión ante cooperantes.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=186027>

Política Pública del departamento del Meta. (ordenanza 868 de 2014). Tiene por objeto posicionar al departamento del Meta en el mercado nacional e internacional como un destino de turismo de naturaleza y cultura llanera con una oferta turística fortaleciendo la organización empresarial, la valorización y preservación del patrimonio natural y cultural generando oportunidades para la población e incrementando beneficios sociales, económicos y ambientales 13 a través del diseño de productos especializados y diferenciados en los municipios del departamento como respuesta del departamento a la

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

consolidación de la paz y la convivencia en el territorio. (Meta A. D., 2014)

Política Pública del departamento del Meta (2017). Se establece mediante la Ordenanza 868 de 2014 con un horizonte al año 2032 y tiene por objeto posicionar al departamento del Meta en el mercado nacional e internacional como un destino de turismo de naturaleza y cultura llanera con una oferta turística fortaleciendo la organización empresarial, la valorización y preservación del patrimonio natural y cultural generando oportunidades para la población e incrementando beneficios sociales, económicos y ambientales a través del diseño de productos especializados y diferenciados en los municipios del departamento como respuesta a la consolidación de la paz y la convivencia en el territorio. Esta política pública consta de cuatro líneas estratégicas que a su vez se componen de acciones, competencias, horizonte, indicadores y metas. (Meta A. D., 2014)

Plan regional de competitividad e innovación Departamento de Meta 2014– 2032. Apuestas productivas Meta 2014-2032, apuesta 4. Turismo “El Meta se ha constituido en un destino turístico porque se ha convertido en uno de los departamentos con más dinamismo socioeconómico-cultural, que motiva su desarrollo agro turístico y ecoturístico” (Instituto de Turismo del Meta, 2017) (Meta, Turismo del Meta, s.f.)

Plan Sectorial de Turismo 2018-2022. Fortalecer la institucionalidad para el turismo y la gestión de sus recursos como herramientas para mejorar la coordinación, cooperación, responsabilidad, gobernanza y sostenibilidad de la actividad a nivel nacional y regional. (MinComercio, 2018) (ABONDANO, 2018)

Plan de Desarrollo Económico y Social “EL GOBIERNO DE LA UNIDAD” 2024-2027 (Ordenanza 1256 de 2024) Por medio del cual se aprueba y adopta el Plan de Desarrollo Económico y Social “El Gobierno de la Unidad” el cual plasma en el programa 2.1.8.1 PLANIFICACIÓN TURÍSTICA, el cual tiene como objetivo: Objetivo. Definir las estrategias, planes, inversiones a través de instrumentos de planificación del sector para orientar el desarrollo turístico del Departamento a nivel regional, nacional e internacional. (Guerrero, 2024). A través del proyecto BPN 2024005500241, “FORTALECIMIENTO DEL TURISMO COMUNITARIO Y AGROTURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL META”, el cual establece las siguiente cuatro metas: 1) Fortalecer veinte (20) fincas turísticas en proceso de agroturismo, 2) fortalecer procesos de turismo comunitario en sesenta (60) empresarios del Meta, 3) Realizar 3 alianzas estratégicas con entes nacionales e internacionales y 4) Fortalecer 5 productos turísticos del Meta. (Plan de Desarrollo El Gobierno de la Unidad 2024 -2027)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo “Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia 2012”. (Ministerio de Comercio, LINEAMIENTOS DE POLÍTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO EN COLOMBIA, 2012)

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

4. RESPONSABLES

Director del Instituto de Turismo del Meta: Responsable de validar, aprobar la estrategia de turismo comunitario y gestionar los recursos para la implementación de la misma en el marco del cumplimiento de las metas trazadas en el Plan de Desarrollo Departamental “El gobierno de la Unidad 2024-2027”. BPN 2024005500241, “FORTALECIMIENTO DEL TURISMO COMUNITARIO Y AGROTURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL META”,

Subdirector(a) Técnico(a): Responsable de establecer los propósitos y objetivos de la estrategia Departamental por medio del direccionamiento, acompañamiento y seguimiento de las actividades realizadas por equipo para el cumplimiento de los mismos, teniendo en cuenta los Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia, del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Personal de apoyo: Responsables de dar cumplimiento a los lineamientos establecidos por la Dirección y Subdirección por medio de la implementación de la estrategia de Turismo Comunitario y Agroturismo en el departamento del Meta. Los profesionales de apoyo realizan espacios de participación con la comunidad, generando encuentros articuladores interinstitucionales.

5. RECURSOS

Talento Humano: Director(a), subdirector(a), profesionales universitarios, técnico(a), servidores públicos y contratistas prestadores de servicio, quienes planifican, acompañan la formulación de los proyectos, coordinan, ejecutan y realizan seguimiento a la estrategia Turismo Comunitario.

Maquinaria y Tecnología: Equipos tecnológicos, proyector de video beam, Equipos de cómputos, medios audiovisuales, entre otros.

Materiales o Logísticos: Papelería, elementos de difusión, material informativo, material educativo.

Metodológicos: Lineamientos de nivel nacional y departamental y guía metodológica.

Medio Ambiente: Actividades que promuevan la preservación, conservación de los recursos naturales permitiendo un turismo regenerativo. Campañas de siembra de árboles, reducción de residuos sólidos, campaña de reciclaje y buen uso de los residuos naturales.

6. DEFINICIONES

Agroturismo: Segmento especializado del turismo rural. En este tipo el visitante se involucra

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

con la población rural en las labores agrícolas. Por sus características, se desarrolla en actividades vinculadas a la agricultura, la ganadería y similares, lo que genera un ingreso adicional a la economía rural. (Ley 300, artículo 26) ABC DEL TURISMO, FONTUR COLOMBIA (ABC del Turismo Comunitario)

Asociatividad: Es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas, medianas, y diferentes actores de la economía en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente colaborar en un esfuerzo conjunto con los demás para la búsqueda de un objetivo común. (UNISOLIDARIA, s.f.)

Cadena de valor del Turismo: Forma de organización del sector turístico que integra a los proveedores de todos los productos y servicios que forman parte de la experiencia del turista, desde la planificación de su viaje, la permanencia en el destino turístico, hasta su regreso a su lugar de residencia al mismo. Pretende identificar fuentes de ventaja competitiva en las actividades generadoras de valor y los márgenes que éstas aportan para el sector, en cada etapa o componente de un viaje turístico. (Lineamientos de política para el desarrollo de turismo comunitario en Colombia)

Comunidad: Colectivo de personas que se organizan e integran, en busca de un objetivo común, a través del establecimiento de normas y funciones. (Adaptado de Lineamientos para el desarrollo del Ecoturismo Comunitario, parques Nacionales Naturales de Colombia.) (Lineamientos de política para el desarrollo de turismo comunitario en Colombia)

Cooperación: Se define como la colaboración entre diferentes actores, como países, agencias u organismos internacionales, nacionales y el Estado, entes Gubernamentales territoriales y organizaciones de la sociedad civil, quienes generan acciones de manera conjunta para apoyar el desarrollo económico, ambiental y social del país, haciendo la salvedad, que apoya las funciones del Estado, no lo exime de su responsabilidad ni desplaza su misión en el territorio. Otorgando apoyo mediante la transferencia de tecnologías, conocimientos, experiencias o recursos por parte de países u organizaciones con igual o mayor nivel de desarrollo, organizaciones multilaterales, u organizaciones de la sociedad civil. (Agencia Presidencial de Cooperación, 2012)

Cultura Turística: La cultura turística se define como un conjunto de conocimientos y valores que adquieren los anfitriones y turistas de un destino y mediante su práctica, actitudes y costumbres, que favorecen el fomento y el crecimiento de la actividad turística. (DIALNET-UNIRIOJA)

Destino turístico: Unidad de planificación y gestión del territorio como espacio geográfico delimitado, define imágenes y percepciones determinantes en su competitividad en el mercado turístico. El destino turístico se caracteriza por la presencia de atractivos, infraestructura básica, planta turística, superestructura y demanda, como conjunto de bienes y servicios turísticos ofrecidos al visitante o turista, en la zona y por diversos grupos humanos entre los cuales se encuentra la comunidad local. (Unidad Sectorial de Normalización en Turismo Sostenible de la Universidad Externado de Colombia. NTSTS 001 -1. Destinos turísticos de Colombia Requisitos

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

de Sostenibilidad. Bogotá, 2007)

DOFA: es una técnica de análisis que se utiliza para identificar los factores internos (Fortaleza, Debilidades) y factores externos (Amenazas, Oportunidades) que pueden afectar las actividades turísticas de una comunidad. (Elaboración propia)

Emprendimiento: conjunto de personas, variables y factores que intervienen en el proceso de crear una empresa. Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Política Nacional de Emprendimiento. Bogotá. 2009)

Medio Ambiente: La palabra medio ambiente se usa más comúnmente en referencia al ambiente "natural", o la suma de todos los componentes vivos y los abióticos que rodean a un organismo, o grupo de organismos. El medio ambiente natural comprende componentes físicos, tales como aire, temperatura, relieve, suelos y cuerpos de agua, así como componentes vivos, plantas, animales y microorganismos. En contraste con el medio ambiente natural, también existe el "medioambiente construido", que comprende todos los elementos y los procesos hechos por el hombre. El uso de la palabra en este documento incluye ambos el medio ambiente natural y el construido, o " Todos los factores externos, las condiciones, y las influencias que afectan a un organismo o a una comunidad.
(DOCUMENTO DE APOYO MEDIO AMBIENTE)

Negocios Verdes: Son las actividades económicas en las que se ofertan bienes o servicios, que generan impactos ambientales positivos y además incorporan buenas prácticas ambientales, sociales y económicas con enfoque de ciclo de vida, contribuyendo a la conservación del ambiente como capital natural que soporta el desarrollo del territorio.
(MINAMBIENTE)

Organización de Base Comunitaria (OBC): Agrupación colectiva organizada e integrada por varias iniciativas/ emprendimientos que ofrecen servicios o experiencias turísticas de base local, tienen objetivos en común que propenden el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad. (ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO)

PESTEL: Es un instrumento de análisis estratégico que facilita el análisis del entorno externo de un proyecto, teniendo en cuenta factores que pueden ejercer influencia positiva o negativa en su desarrollo. Su denominación se deriva de las iniciales de los seis factores que examina.

Producto Turístico: Es el resultado de la integración de los recursos naturales, actividades susceptibles a desarrollar, servicios turísticos e infraestructura, con objeto de satisfacer la demanda de esparcimiento y asignación del tiempo libre de los turistas. (Lineamientos de política para el desarrollo de turismo comunitario en Colombia)

Sostenibilidad: La sostenibilidad se refiere a la capacidad de mantener o preservar un equilibrio

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

en el uso de recursos naturales, sociales y económicos, de manera que satisfaga las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas.

(ESG INNOVA GROUP, s.f.)

Turismo: El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. (ONU TURISMO, s.f.)

Turismo Comunitario: “Es un modelo de gestión de turismo que se enfoca en la organización y el manejo de la actividad desde una comunidad organizada y no es una tipología turística” Según la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario la cual oferta de servicios que beneficia, participa e involucra en los diferentes eslabones de la cadena de valor del turismo (MINCIT,2012).

Turismo Regenerativo: Se define como la capacidad de restaurar y renovar un sistema o entorno. En el contexto del turismo regenerativo, se relaciona con la idea de que las actividades turísticas pueden contribuir a la restauración y revitalización de comunidades locales y el medio ambiente (Dredge & Gyimóthy, 2015).

Turismo Rural: Se refiere al disfrute, la recreación y el descanso en el entorno natural, rural o campestre. Promueve asimismo la participación en actividades que permitan el conocimiento de las costumbres y en general, del modo de vida de las comunidades locales (MinCIT). ABC DEL TURISMO, FONTUR COLOMBIA <https://es.scribd.com/document/453852540/abc-turismo-pdf>

Turismo Sostenible: El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y ambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. (OMT,s.f)

7. JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta lo establecido en la agenda 2030 de las Naciones Unidas, la cual establece los diecisiete (17) Objetivos de Desarrollo Sostenible. El Instituto de Turismo del Meta como entidad responsable del sector, pretende aportar al cumplimiento de los mismos, a través de la generación de acciones integrales que hagan del Turismo una actividad promotora del desarrollo óptimo del sector, llevado a cabo con responsabilidad y enfoque comunitario. El departamento busca articularse de manera afectiva con los Objetivos de Desarrollo Sostenible al promover un modelo de desarrollo que pone en el centro a las comunidades locales, su cultura y el entorno natural.

Esta articulación facilita la alineación de las actividades turísticas con una agenda global orientada hacia el desarrollo equitativo, inclusivo y sostenible.

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025



Estrategia del Ministerio de Comercio Industria y Turismo Viceministerio de Turismo Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo 2022 (17 compromisos para un futuro sostenible, 2017)

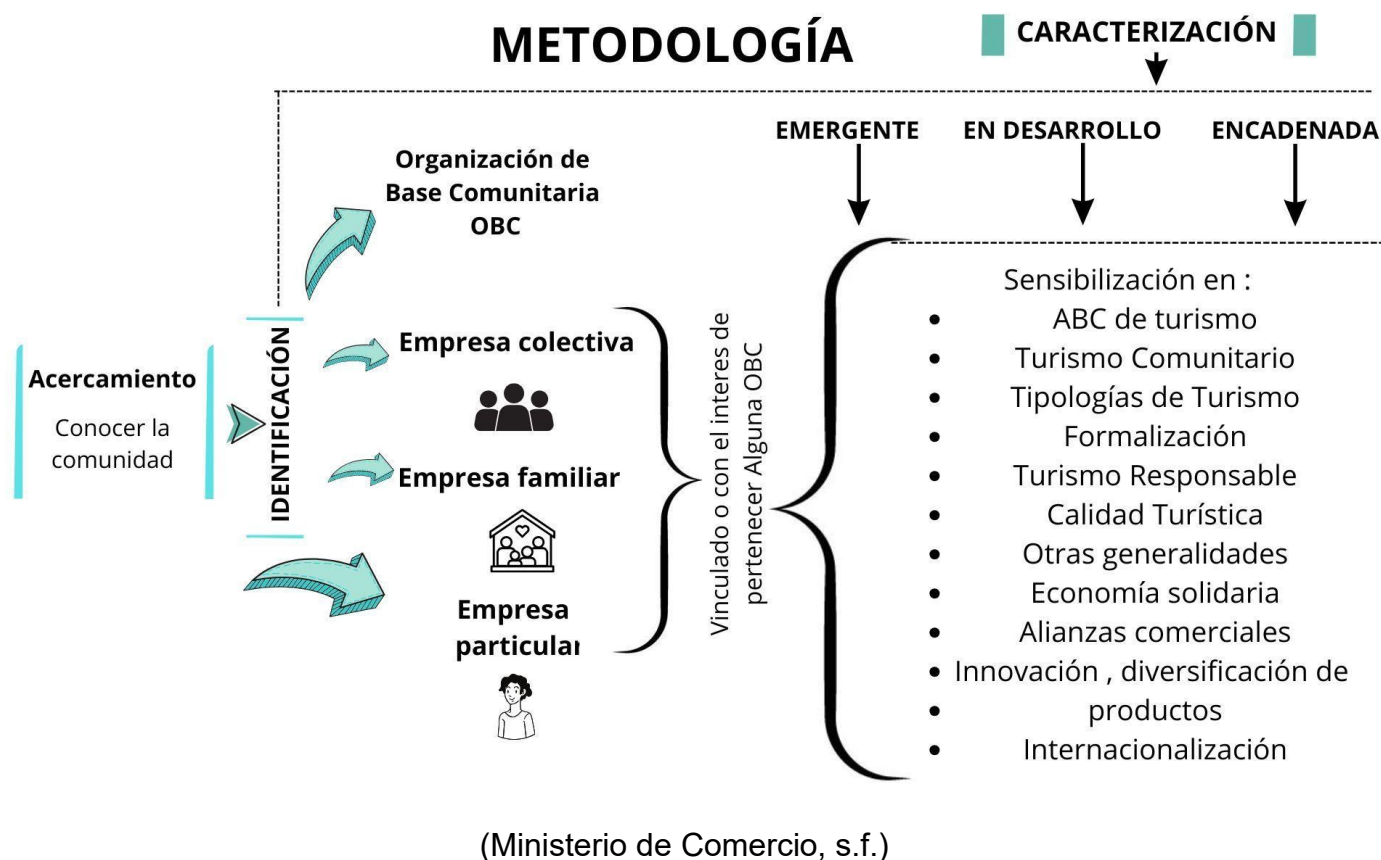
8. METODOLOGÍA

La imagen *Metodología Estrategia Turismo Comunitario* relacionada posteriormente, evidencia el método para implementar y potenciar el turismo comunitario en los municipios. La estrategia se fundamenta en trabajar directamente con las comunidades, identificando sus habilidades, organización y grado de crecimiento turístico. El método se divide en las siguientes fases:

1. **Acercamiento:** Es el primer paso para el desarrollo de la estrategia, generar una relación respetuosa y participativa además de dar a conocer al equipo de profesionales que realizará el acompañamiento.
2. **Identificación:** Tiene como objetivo conocer el estado de conformación de las comunidades e identificar el tipo de organización (organización de base comunitaria, empresa familiar, empresa particular, empresa colectiva).
3. **Vinculación con interés de pertenecer a una Organización de Base Comunitaria (OBC):** Tiene como objetivo la integración a una organización base comunitaria o la creación de una nueva según se requiera, para garantizar la participación colectiva, la distribución equitativa de beneficios y gobernanza local de turismo.
4. **Caracterización:** Se busca la clasificación de la comunidad en tres categorías las cuales son: emergente, en desarrollo y encadenada. Ajustar la estrategia de apoyo según el nivel de madurez turística.
5. **Sensibilización y formación:** El propósito es sensibilizar a las comunidades para generar un turismo comunitario, sostenible, juntos y competitivo a través de actividades educativas e informativas, teniendo en cuenta el nivel de caracterización.

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

Imagen. Metodología Estrategia Turismo Comunitario



9. DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA

Desde el Instituto de Turismo del Meta entidad promotora del Turismo Comunitario basado en el Agroturismo y fortalecimiento en la cultura turística en las comunidades del departamento del Meta, por lo cual se crea la *Estrategia de Turismo Comunitario (T.C)*. Con su implementación se busca fortalecer el sector y dar cumplimiento a las metas establecidas en el proyecto BPIN 2024005500241 “FORTALECIMIENTO DEL TURISMO COMUNITARIO Y AGROTURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL META”, de tal modo, se requiere identificar a que a quienes estén desarrollando actividades turísticas comunitarias o aquellas que pretendan realizar la transición de sus territorios hacia un enfoque turístico, brindando apoyo a dicho proceso con la oferta institucional del Instituto, con el propósito de hacer del turismo una actividad organizada y sostenible, teniendo en cuenta que la iniciativa

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

debe provenir desde la comunidad.

Para la implementación de la estrategia Turismo Comunitario, se requiere contar con el recurso humano establecido de la siguiente manera:



Elaboración Propia

Se han plasmado dos líneas estratégicas: 1) Implementación del turismo comunitario con enfoque en agroturismo y cultura turística y 2) Generación de alianzas a través de aliados estratégicos como Cooperantes nacionales e internacionales.

Primera Línea Estratégica: Implementación del Turismo Comunitario con enfoque en agroturismo y cultura turística.

El **Agroturismo** se consolida como una estrategia de desarrollo territorial que genera oportunidades tanto para los visitantes como para los propietarios y habitantes de las zonas rurales del Departamento. En este marco, se incorpora también el enfoque de **Turismo Comunitario** como un eje transversal orientado a promover la participación activa de las comunidades locales, el fortalecimiento de la cultura turística, la economía local, la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial y la gestión sostenible de los recursos naturales.

El Instituto de Turismo del Meta, con el propósito de dar cumplimiento a las metas definidas para el cuatrienio, pretende fortalecer el turismo comunitario y de esta manera los emprendimientos con potencial en agroturismo. La priorización de los municipios a intervenir es otorgada bajo las directrices de la Subdirección Técnica.

El desarrollo de esta estrategia se compone de 3 momentos:

Momento 1. Diagnóstico

Reconocimiento del Territorio y Caracterización.

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

En un trabajo articulado con los coordinadores de las rutas turísticas del Instituto de turismo del Meta y con la administración municipal o el enlace, quienes tienen un mayor conocimiento, acceso e identificación de las comunidades que hayan participado o deseen ser parte de procesos agroturísticos y de turismo comunitario. Brindarán apoyo en la organización del primer encuentro interinstitucional, con el fin de presentar la **Estrategia de Turismo Comunitario** y los profesionales que la integran.

Este primer encuentro, tiene como fin conocer las actividades agroturísticas y comunitarias, la cual nos permitirá identificar de manera detallada los productos y servicios ofertados, de igual manera la construcción de la base de datos. A través del diligenciamiento (de manera presencial o virtual) de los siguientes formatos:

- PST-F-03 Formato de Caracterización de Operadores de Agroturismo.
- PST-F-11 Formato de Caracterización Empresarial de Operadores - Alojamiento.

Aplicación de herramientas para el diagnóstico

De manera articulada entre el equipo de la estrategia de turismo comunitario y la comunidad, se elaborará una matriz **DOFA** (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas), que permitirá evaluar de forma integral la situación interna y externa de la comunidad para fortalecer su actividad turística y agroturística, identificar áreas de mejora y definir estrategias que impulsen su desarrollo sostenible. Adicionalmente, se realizará un análisis **PESTEL** para comprender el **contexto externo** que puede influir en el desarrollo del proyecto. Su propósito es analizar los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales provenientes del entorno que afectan directa o indirectamente a la comunidad y su iniciativa turística.

Momento 2. Integración de Actores.

El desarrollo de la Estrategia de Turismo Comunitario y agroturismo en el departamento del Meta, requiere una acción coordinada entre el sector público y el sector privado para garantizar un crecimiento ordenado, inclusivo y sostenible. Para el desarrollo de esta estrategia se pretende hacer partícipe a los siguientes actores:

- Comunidades locales.
- Instituto de Turismo del Meta.
- Alcaldías Municipales.
- Secretaria de Medio Ambiente.
- Secretaria de Agricultura del Meta.
- Secretaria de Competitividad del Meta.
- Cormacarena.
- Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

- Asociaciones de agroturismo.
- Aliados de cooperación nacional e internacional.

SELECCIÓN.

Con la información recopilada en la caracterización, se establecen los siguientes criterios de selección para elegir los emprendimientos que participarán en la próxima fase de la estrategia:

- Voluntad del propietario- servicio /aporte de ese actor con respecto a los demás.
- Accesibilidad.
- Conectividad.
- Oferta y demanda de producto/servicio.
- Lineamientos por la Subdirección técnica y Profesional Especializado.

MAPA DE ACTORES.

Durante las visitas, el equipo de la estrategia llevará un croquis del mapa de actores, el cual será entregado a la comunidad, para que de manera conjunta identifiquen los diferentes actores que participan en el desarrollo de su actividad turística.

Un mapa de actores en el turismo comunitario identifica a las personas, grupos, instituciones y entidades que participan directa o indirectamente en el desarrollo y gestión del turismo en una comunidad. Este mapa permite visualizar relaciones, roles, intereses y niveles de influencia, lo cual es clave para una planificación participativa y sostenible.

Esta es una estructura básica de un mapa de actores para el turismo comunitario, dividida por niveles de influencia:

➤ *Actores internos (locales o comunitarios).*

Alta influencia directa – Alta implicación:

- Pobladores locales: habitantes de la comunidad, anfitriones, guías locales.
- Empresas comunitarias de turismo: cooperativas, asociaciones, emprendimientos locales.
- Autoridades comunales: cabildos, juntas vecinales, líderes indígenas o tradicionales.
- Jóvenes y mujeres organizadas: como agentes clave para el cambio y dinamismo social.

➤ *Actores intermedios (de apoyo y articulación).*

Influencia media – Soporte técnico o institucional:

- ONG's y organizaciones de cooperación: brindan capacitación, financiamiento, asesoría.
- Municipalidad o gobierno local: normativas, infraestructura básica, promoción.
- Academia y centros de investigación: documentación, formación, evaluación de impactos.
- Operadores turísticos responsables: vinculan al mercado con la comunidad respetando valores locales.

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

➤ *Actores externos (macro o contexto nacional/internacional).*

Influencia alta – Baja implicación directa:

- Ministerio de Turismo u organismos estatales: legislación, certificaciones, promoción nacional.
- Organismos internacionales (UNESCO, OMT, cooperación internacional): pautas globales, fondos.
- Turistas: su comportamiento y motivaciones influyen en el modelo turístico local.
- Medios de comunicación y redes sociales: influyen en la imagen y reputación del destino.

UBICACIÓN

Los mapas constituyen las primeras formas de expresión gráfica de los pueblos, surgen de la necesidad de utilizar dibujos del terreno para conocerlos y transmitir conocimientos. Para el desarrollo de proyectos turísticos, el mapa es una herramienta importante, puesto que nos permite conocer qué tenemos, en dónde lo tenemos, qué hacemos en nuestro territorio, y así poder definir lo que podemos ofrecer a nuestros potenciales visitantes o turistas. (MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, Cartilla ABC DEL TURISMO)

El equipo encargado de la estrategia, realizará un croquis del municipio visitado y lo compartirá con la comunidad. Este será entregado junto con materiales didácticos como marcadores, papel periódico y colores para que, entre todos, puedan aportar desde el conocimiento y vivencias sobre el territorio. Esta actividad les permitirá reconocer e identificar juntos la ubicación, los recursos naturales y culturales, así como las principales actividades que realizan en el territorio. Siendo una oportunidad para construir colectivamente una visión más clara y compartida de lo que son y de lo que pueden ofrecer como comunidad.

Momento 3. Sensibilización.

Se genera la creación del material didáctico y teórico, que se compone de herramientas visuales y auditivas, donde no solo se espera dejar información, sino que también se fortalezcan y proyecten sus emprendimientos.

Para dar inicio de manera participativa, se realizará una serie de preguntas básicas para determinar el nivel de conocimiento respecto a ciertos conceptos y definiciones sobre turismo comunitario, agroturismo y cultura turística.

Se realizará 3 presentaciones digitales a través de diapositivas donde se procederá a compartir toda la información:

Presentación No 1. Turismo Comunitario:

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

- ¿Qué es Turismo comunitario?
- Lineamientos del turismo comunitario en Colombia.
- ¿Qué necesita el turismo comunitario?
- Beneficios del turismo comunitario.
- Plan de acción de Colombia para el turismo comunitario.
- La importancia de los eslabones en la cadena de valor en el turismo comunitario.
- ¿Cómo podemos tener un emprendimiento de turismo comunitario formal?
- Se culmina compartiendo experiencias exitosas desde la parte nacional y local.

Presentación No 2. Agroturismo:

- Agroturismo en Colombia: Cultura y diversión.
- ¿Qué necesita el agroturismo?
- ¿Qué ofrece?
- Experiencias exitosas (Colombia).
- Experiencias locales Departamento del (Meta).
- Se contará también con un producto audiovisual de uno de los proyectos más antiguos del agroturismo que ha crecido durante cuarenta (40) años, al día de hoy.

Presentación No 3. Cultura Turística:

- Qué es cultura turística.
- Porque es esencial la cultura turística.
- Beneficios de la cultura turística.
- Principios de la cultura turística.

Con el objetivo de medir el impacto de las charlas y del material educativo (como las presentaciones digitales), se aplicará una serie de preguntas que permitirán evaluar el nivel de comprensión y los aprendizajes adquiridos por los participantes durante los espacios formativos.

La fase de sensibilización se pondrá en marcha a través de unas charlas informativas en temas de:

Marketing Digital: Esta charla tiene como propósito enseñar a los participantes la importancia de las redes sociales y sus beneficios. Ayuda a generar visibilidad de los servicios, atraer a viajeros interesados en experiencias auténticas y a fortalecer la identidad cultural de la comunidad a través de canales digitales.

- **Servicio al cliente:** Este espacio tiene como propósito proporcionar información sobre la relevancia de ofrecer un servicio al cliente de calidad, identificar los elementos clave para su mejora y presentar ejemplos prácticos que contribuyan a una experiencia turística positiva y satisfactoria

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

- **Sostenibilidad:** Adquirir conocimientos sobre prácticas sostenibles (manejo de residuos) y el cuidado ambiental para implementar en el emprendimiento de turismo comunitario, garantizando la conservación de los recursos naturales y culturales, y promoviendo un turismo responsable que beneficie tanto a la comunidad como al entorno.

Al concluir la implementación de la primera línea estratégica, se realizará una encuesta de satisfacción (SIG-F-38) para detectar las fortalezas y debilidades del material entregado. con el objetivo de obtener información valiosa para la toma de decisiones estratégicas.

Segunda Línea Estratégica: Generación de alianzas a través de aliados estratégicos como Cooperantes nacionales e internacionales.

La Cooperación para un territorio puede ser estipulada de diferentes formas, pues el apoyo otorgado por el cooperante puede depender de la misión del mismo, las necesidades de las comunidades y los objetivos comunes que sean establecidos. Por lo cual se categorizan diferentes modalidades y tipos de cooperación.

Modalidades de Cooperación

- 1. Ayuda Oficial para el Desarrollo (AOD):** Son flujos de recursos dirigidos a países que figuran en la lista de países receptores del Comité de Ayuda al Desarrollo (CAD) y a instituciones multilaterales de desarrollo pertenecientes a dicha lista, proporcionadas por organismos oficiales, incluidos gobiernos estatales y locales, o por sus organismos ejecutivos. Su objetivo principal es promover el desarrollo económico, ambiental y social sostenible a nivel internacional. Puede ser bilateral o multilateral. Las transacciones promueven el desarrollo y el bienestar económico de los países en desarrollo.
- 2. Cooperación Sur - Sur (CSS):** es la modalidad de cooperación internacional entre países de nivel de desarrollo similar que buscan apoyarse mutuamente para alcanzar sus metas y objetivos conjuntos en áreas como el desarrollo económico, social, educación, ambiental, infraestructura y tecnológico a través de programas y proyectos de intercambio de conocimientos, experiencias, recursos, con el fin de generar un fortalecimiento local.
- 3. Cooperación Triangular:** Es una modalidad de ayuda al desarrollo en la que participan tres actores: un socio con experiencia o capacidades técnica específicas (uno o varios países en desarrollo), un socio con capacidad financiera o donante (país en desarrollo, país desarrollado, organismo regional o multilateral) y un socio receptor que se beneficia de la cooperación (país o países en desarrollo).
- 4. Cooperación descentralizada:** es una modalidad en la que participan directamente los gobiernos territoriales o actores locales regionales como ONG's, Universidades, o entidades no estatales sin pasar necesariamente por el gobierno central, permitiendo de esta manera llevar procesos más autónomos, tener mayor cercanía con las comunidades,

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

haciendo la salvedad que no reemplaza la ayuda del gobierno nacional pero complementa la del gobierno local, de esta manera potencializar las capacidades de los territorios.

- 5. Cooperación Col - Col Colombia enseña a Colombia:** Es una modalidad de cooperación intra-nacional diseñada por APC-Colombia que fomenta el desarrollo local en Colombia por medio del intercambio de experiencias, conocimientos, prácticas y aprendizajes de actores locales, y su posterior apropiación y adaptación en diversos contextos territoriales del país.

Tipos de Cooperación:

- 1. Cooperación Financiera:** Es la colaboración entre países, instituciones o entidades para apoyar y facilitar el desarrollo económico y social a través de recursos financieros, es fundamental para impulsar el crecimiento, reducir desigualdades y promover la estabilidad económica, de ella se pueden incluir préstamos, donaciones, inversiones, o asistencia técnica que buscan promover proyectos, o iniciativas que beneficien a las comunidades. A través de *Recursos Reembolsables*: Son los créditos y se establecen bajo condiciones de interés y de tiempo más favorables y *Recursos No reembolsables*: Es la cooperación ofrecida por algunas fuentes, mediante la asignación de recursos en efectivo, con el objeto de apoyar proyectos o actividades de desarrollo.
- 2. Cooperación Técnica:** Es la transferencia de conocimientos, experiencias y habilidades, con el fin de fortalecer capacidades y promover el desarrollo, incluyendo asesoría técnica, capacitación, transferencia de tecnología, asistencia en la implementación de proyectos, y el intercambio de buenas prácticas por parte de estados, organizaciones multilaterales o instituciones.
- 3. Cooperación Cultural:** Es la colaboración y realización de actividades entre diferentes países, instituciones o comunidades para promover y fortalecer el intercambio cultural o mediante entrega de equipos, donaciones, capacitación e intercambios.

El departamento del Meta tiene un gran potencial natural en su biodiversidad, riqueza en fauna y flora, el aviturismo, los atractivos naturales y cultura llanera. Sin embargo, sin desconocer que ha enfrentado desafíos como la violencia y el conflicto armado. Esto ha sido uno de los principales motivos que han hecho que los entes internacionales y cooperantes tengan gran interés hacia el mismo. La ventaja comparativa, las características únicas que posee; han hecho que se vea en el turismo como una alternativa de paz, desarrollo y dinamismo económico en el Departamento siendo la oportunidad para la transición social, económica.

Lo anterior, evidencia la oportunidad para generar espacios de cooperación entre diferentes actores, como el gobierno nacional, departamental y municipal, las comunidades locales (urbanas y rurales) y organizaciones internacionales o nacionales, plasmando como objetivo común promover el turismo y hacer de él una actividad transformadora de territorios. La cual debe ser desarrollada con acciones que propendan la normatividad, legalidad y responsabilidad, para hacer de ésta sostenible.

Teniendo en cuenta que el Meta se caracteriza por que “*Somos la Ruta Natural*”, se adquiere la

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

gran responsabilidad de velar y cuidar la preservación y conservación de los atractivos naturales a través del desarrollo de buenas prácticas medioambientales, además de fortalecer la identidad y cultura local. Es aquí donde se resalta la importancia de realizar un trabajo articulado con los diferentes aliados, ya que son ellos quienes llegan a fortalecer los territorios desde diferentes áreas, ya sea con recursos, intercambio de experiencias y conocimiento, construcción de líneas metodológicas, estrategias de comercialización, asesoramiento y acompañamiento en procesos normativos o regulaciones ambientales, entre otras. Todo este tipo de acciones conjuntas llevan a promover el fortalecimiento de iniciativas que contribuyan al desarrollo sostenible y regenerativo, mejorar el nivel de vida por medio del desarrollo económico. Llevando a las comunidades establecer objetivos comunes y trabajar en pro de ellos, a través de los procesos de turismo comunitario desde las diferentes iniciativas presentadas en los municipios.

El desarrollo de la estrategia será llevado a cabo de la siguiente manera:

Momento 1: Iniciar articulación con la secretaría de Competitividad y Desarrollo Económico para conocer las acciones, recursos y proyectos en relación a cooperantes nacionales e internacionales con presencia en el departamento del Meta como: ONG's, instituciones gubernamentales, fundaciones, empresas o universidades, entidades que apoyen la conservación del medio ambiente, sostenibilidad, negocios verdes, economía circular y turismo regenerativo. y las demás existentes.

Momento 2: Solicitar información a la Secretaría de Competitividad, a la Agencia Presidencial de Cooperación de Colombia APC de los cooperantes que hacen presencia en el departamento del Meta, para la construcción de la base de datos.

Momento 3: Proceso de articulación con la APC a través de correo electrónico para la revisión de convocatorias vigentes y/o futuras y presentación de proyectos de cooperación. Con el fin de difundir y promocionar las convocatorias existentes con los coordinadores de rutas, alcaldías, comunidades interesadas y empresarios del sector turismo, según corresponda, a través de espacios virtuales y/o presenciales.

Momento 4: Fortalecer la construcción de productos turísticos integrando la oferta institucional del ITM y la implementación de la línea estratégica de *Turismo Comunitario con Enfoque en Agroturismo*.

Momento 5: Asistencia técnica a los representantes de las comunidades o enlaces de turismo

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

a fin de brindarles herramientas que les permitan formular y presentar proyectos con enfoque turístico orientado al agroturismo y a la asociatividad teniendo en cuenta el documento sugerido por la APC *“HERRAMIENTAS PARA LA FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL”*. El espacio de sensibilización puede ser otorgado por funcionarios del ITM, o representantes de la entidad de apoyo. Adicionalmente, se pueden gestionar espacios con otras entidades como FONTUR, Universidades con quienes se pueden realizar alianzas con estudiantes de últimos semestres de aquellas facultades que puedan llegar a fortalecer la Estrategia, pueden ser de Agricultura, Formulación de Proyectos, Administración de Empresas, y los que se consideren pertinentes.

Temas de Sensibilización:

- Concepto de “Proyecto” según APC
- Ciclo del Proyecto
- Ficha de Perfil del Proyecto - Ejercicio práctico
- Metodología del Marco Lógico
 1. Identificación de problema
 2. Modelo sistemático de solución
 3. Matriz del Marco Lógico

9 FORMATOS

CÓDIGO	NOMBRE DE FORMATO
SIG-F-01	Acta de reunión
SIG-F-02	Lista de asistencia
PST-F-01	Identificación de Población Beneficiaria
SIG-F-38	Encuesta de satisfacción
PST-F-03	Caracterización de Operadores de Agroturismo
PST-F-11	Caracterización Empresarial de Operadores - Alojamiento.

	ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO	Código: DPP-EST-04-V1
	Proceso de Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Fecha de Vigencia: 05/06/2025

10 CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN No.	FECHA	DESCRIPCIÓN MODIFICACIONES
01	05/06/2025	Primera Versión documento