

# CARACTERIZACIÓN DE BIENES RELIGIOSOS Y SU APOORTE AL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS ESPECIALIZADOS

## CHARACTERIZATION OF RELIGIOUS PROPERTY AND ITS CONTRIBUTION TO THE DESIGN OF SPECIALIZED TOURIST PRODUCTS

*Wilson Ricardo Pinillos Castillo\**  
*Juan de Jesús Rojas Ramírez\*\**

Recibido: 27/05/2019  
Revisado: 30/08/2019  
Aceptado: 20/09/2019

### RESUMEN

Artículo que presenta los resultados de investigación descriptiva desarrollada en las provincias Sabana Centro, Sabana Occidente y Valle de Ubaté en el departamento de Cundinamarca, con el fin de aportar a la caracterización de los bienes religiosos, al diseño de productos y experiencias turísticas, mediante un proceso de investigación cualitativa de corte descriptivo que parte del análisis de los elementos de valor histórico, cultural y patrimonial de dichos bienes, los cuales se constituyen en el insumo para la diversificación de la oferta turística del departamento, en donde dada la cantidad de bienes histórico-culturales, se hace pertinente convertirlos en los elementos convocantes de los destinos

Palabras claves:  
turismo, producto turístico, caracterización, turismo cultural, turismo religioso

\* Docente investigador del Programa de Administración de Empresas, Universidad de Cundinamarca. Profesional en Publicidad y en Mercadeo, especialista en Pedagogía, magíster en Dirección de Marketing. Integrante del Grupo de Investigación DEMCUN. wrpinillos@ucundinamarca.edu.co - 320 341 95 32.

\*\* Docente investigador del Programa de Administración de Empresas, Universidad de Cundinamarca. Administrador de empresas, especialista en Docencia Universitaria, magíster en Dirección Estratégica en Tecnologías de la Información. Miembro del Grupo de Investigación ORGANICEMOS. jrojas@ucundinamarca.edu.co.

y desde ellos desarrollar recorridos y actividades para los turistas que les brinden experiencias únicas de viaje y respondan a las necesidades y demandas del mercado actual.

## ABSTRACT

*Keywords:*  
Tourism,  
Tourism Product,  
Characterization,  
Cultural Tourism,  
Religious Tourism

*Article that presents the results of descriptive research carried out in the Sabana Centro, Sabana Occidente and Valle de Ubaté provinces in the department of Cundinamarca in order to contribute to the characterization of religious goods, the design of tourism products and experiences, through a qualitative research process of descriptive cut that based on the analysis of the elements of value at the historical, cultural and heritage level of said goods, which constitute the input for the diversification of the tourist offer of the department where given the amount of goods historical - cultural it becomes pertinent to turn them into the summoning elements of the destinations and from them to develop tours and activities for tourists that provide them with unique travel experiences responding to the needs and demands of the current market.*

## 1. INTRODUCCIÓN

En Colombia los diferentes organismos relacionados con el turismo reconocen el potencial que tiene el país en materia turística, en especial un departamento como Cundinamarca en donde encontramos un sinnúmero de bienes culturales y de interés religioso que pueden ser incorporados a la oferta turística existente, situación que hace necesario definir la forma de aprovechar estos recursos y así desarrollar de experiencias y productos turísticos especializados, aportando así a la consolidación de este sector y a la implementación de las políticas y los planes de desarrollo con las que se cuenta en materia turística.

### **1.1 Política de turismo en Colombia y la creación de productos turísticos especializados**

Las políticas de turismo promueven el desarrollo de productos especializados, que atiendan a las dinámicas del mercado

y generen una diversificación de la oferta, lo que requiere la caracterización de los bienes susceptibles de ser incorporados en el diseño de nuevos productos turísticos. El impacto del turismo en la economía del país se convierte en uno de los referentes para la formulación de planes de desarrollo en las regiones y departamentos, debido a los resultados y las transformaciones obtenidas en los destinos que le apuestan a la actividad turística (Mincit, 2015).

Los planes de desarrollo del país están dados por la Constitución política de Colombia, que en su artículo 339 establece la necesidad de formularlos a nivel nación y sus regiones con el fin de hacer un uso eficiente de los recursos; planes que estarán apoyados por las entidades territoriales que apoyan la labor del Gobierno en la adopción de dichas políticas (Mincit, 2014, p. 6).

Otras normas relacionadas con el desarrollo turístico, como las modificaciones a la Ley 300 y la Ley 1558 de 2012, que establece los incentivos tributarios y fiscales que

benefician a los prestadores de servicios turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo (RNT), la descripción de las funciones de Fondo Nacional de Turismo (Fontur), el apoyo al desarrollo y mejoramiento de la infraestructura turística y la promoción, así como el documento Conpes 3397 que establece la plataforma interinstitucional para el desarrollo del turismo (Minambiente, Mincultura y Mintransporte, entre otros) y la creación de los comités municipales de turismo, crean un acercamiento entre los diferentes actores regionales y locales que permite cumplir con el objetivo de darle un rol protagónico al turismo en su desarrollo.

El Plan Sectorial de Turismo 2014-2018 establece los lineamientos por seguir con el fin de alcanzar el objetivo propuesto: “Posicionar a Colombia como destino turístico sostenible y sustentable, reconocido por su oferta multicultural, representada en productos y servicios altamente competitivos” con énfasis en competitividad para el desarrollo turístico, conectividad, promoción turística y la articulación institucional nación-región (PST, 2014).

El desarrollo de dichas estrategias pretende crear el camino para el cumplimiento de los objetivos estratégicos del PST, en los cuales se recogen las proyecciones en materia turística del país, así como las iniciativas, programas y proyectos exitosos que se ven articulados con la visión 2018 planteada en el objetivo general.

Uno de los objetivos estratégicos que tiene directa relación con el proceso de identificación y caracterización de bienes religiosos es: “Impulsar el desarrollo y la consolidación de destinos y productos turísticos competitivos y sostenibles a nivel nacional y territorial, a partir del aprovechamiento responsable de la

diversidad natural, étnica y cultural” (PST, 2014).

Este objetivo contempla el papel dinamizador que tiene el turismo, la necesidad de crear o consolidar productos, como parte de las actividades y metas propuestas en los planes de desarrollo, tanto departamentales como municipales, atendiendo a la diversificación de la oferta turística.

En las acciones descritas para el desarrollo de productos turísticos se incluye el apoyo a los procesos de investigación y desarrollo de nuevos productos, y en cuanto a los incentivos, la ejecución de un programa de promoción turística para nuevos segmentos de mercado, con lo que se puede validar el propósito de caracterizar bienes religiosos con fines turísticos, del cual se derivan propuestas de rutas o productos especializados en el marco del turismo cultural.

En el ámbito departamental, el Plan de Desarrollo en el Programa número 6, se describen las diferentes acciones relacionadas con el turismo, las cuales tienen como objetivo la consolidación de Cundinamarca como destino turístico nacional e internacional, soportado en las riquezas naturales, culturales y ancestrales de nuestro país y su posición estratégica (Plan Departamental de Desarrollo, 2012).

## **1.2 Iniciativas de productos especializados en Cundinamarca**

En el marco del convenio de asociación Secretaría Regional de Cundinamarca (SRC), n.º 07 de 2012, la Gobernación de Cundinamarca, la Secretaría de Integración, Fenalco y los municipios de la Sabana Occidente presentaron en junio de 2013 un proyecto que le apunta a la creación de un producto turístico integrado que involucra a

los municipios de la provincia. En el estudio se hace una caracterización de cada uno de los municipios, destacando atractivos de tipos natural y cultural, en los cuales se destacan los recursos relacionados con el turismo religioso.

“Plan Sectorial de Desarrollo Turístico provincia de Ubaté. Desarrollo turístico sostenible para la provincia del Valle de Ubaté 2010-2020”. Describe la iniciativa de desarrollo del turismo en la región a partir del análisis de los atractivos de la provincia del Valle de Ubaté: “El plan incluye solo cuatro municipios (Cucunubá, Fúquene, Susa y Ubaté) de los diez que conforman la provincia, e identifica 86 atractivos turísticos clasificados en recursos naturales, patrimonio material e inmaterial y festividades y eventos” (Fondo de Promoción Turística, 2014).

Estas iniciativas buscan el desarrollo de productos turísticos que se apoyen en atractivos e infraestructura de servicios que actualmente poseen estas poblaciones y que se convierten en su apuesta en materia turística.

La caracterización de los bienes de tipo religioso, como propuesta, se valida a partir de los resultados preliminares de este diagnóstico, al identificar que los bienes religiosos están cargados de elementos de valor que pueden ser medidos desde el punto de vista arquitectónico, histórico y cultural, y que la recopilación de esta información es el principal suministro para poder formular productos especializados en el marco del turismo cultural, incluyendo la ruta de turismo religioso de Boyacá que conecta con varios destinos de turismo cultural y religioso de Cundinamarca.

### **1.3 Iniciativas de turismo cultural en Colombia**

El turismo cultural en Colombia posee ventajas comparativas en relación con la presencia de atractivos culturales, representadas en expresiones de patrimonio intangible, valores en lo artístico e histórico en todo el territorio nacional, pero que no representan mayor importancia en la actividad turística que ofrece nuestro país, debido a que no es un renglón del turismo en el cual el mercado internacional perciba al país con un posicionamiento destacado, como sucede en países como Perú, México, Guatemala y Cuba (Política de Turismo Cultural, 2007, p. 8).

Las propuestas de turismo cultural, avaladas y promocionadas por Procolombia, se limitan a la identificación de destinos y actividades de turismo cultural en las que se destacan elementos como: la riqueza arqueológica, muestra de las huellas dejadas por las sociedades prehispánicas que hicieron parte de los pobladores de nuestro territorio, y las representaciones culturales y artísticas de las regiones en donde se da muestra de las costumbres, música y festividades religiosas y folclóricas (Procolombia, 2014).

## **2. PROBLEMA**

La falta de desarrollo de productos turísticos especializados en las regiones que se basen en el reconocimiento y la caracterización de sus recursos y bienes de interés turístico, con el fin de aprovechar las iniciativas propuestas desde las políticas de turismo y los planes de desarrollo de la nación y sus regiones.

### 3. JUSTIFICACIÓN

El Plan Sectorial de Turismo (2014-2018), el Plan Nacional de Desarrollo “Todos por un nuevo país” y el Plan de Desarrollo Departamental “Cundinamarca, calidad de vida” están soportados en una visión de carácter económico, en la cual el turismo se convierte en motor de desarrollo y dinamización de la economía sin evaluar los impactos que dichas actividades puedan generar en las comunidades, sus recursos e incluso su propia identidad.

En la economía de nuestro país, el turismo religioso es un producto vinculado al significado cultural y espiritual de los lugares. Este proceso, se encuadra en la laicización de los actos religiosos, que a su vez se convierten en una importante atracción turística (Cánoves Valiente, 2006). Shinde (2010) constata que la religión proporciona los recursos (tanto materiales como metafísicos), incluyendo artefactos físicos, tales como templos, iglesias y catedrales, los rituales, festivales y eventos para la actividad del turismo religioso.

### 4. OBJETIVOS

#### 4.1 Objetivo general

Caracterizar los bienes religiosos y su aporte al diseño de productos turísticos especializados.

#### 4.2. Objetivos específicos

- Analizar el turismo religioso en Colombia con el fin promover productos y experiencias diferenciadoras.
- Identificar las variables de valoración de los bienes de interés religioso más

representativos en Cundinamarca, y su valor cultural, histórico y patrimonial.

- Diseñar una propuesta de uso de los bienes religiosos en el campo turístico.

### 5. METODOLOGÍA

El estudio realizado parte de un proceso exploratorio mediante la recolección de información de fuente primarias como entrevistas, con el fin de identificar los recursos y bienes de interés religioso de las provincias Sabana Occidente, Centro y Valle de Ubaté, en el departamento de Cundinamarca, y termina con una tipología descriptiva aplicada en los objetos de estudio encontrados mediante el registro de las características y los elementos de valor de los bienes religiosos a través de formatos de caracterización de bienes religiosos, adaptación de los manuales de inventario y de manuales de bienes tangibles del Ministerio de Cultura, en los cuales se destacan las características y los elementos de valor histórico, cultural y patrimonial, proceso que no se limita a la recolección de datos, sino que incluye la identificación de las relaciones que existen entre las variables propuestas en el estudio con el objetivo de este. Como investigación mixta atiende a los postulados de Le Compete (1995), quien establece que el enfoque mixto de la investigación (cualitativo-cuantitativo) permite relacionar diferentes tipos de información en su realización. En esta investigación se extrajeron descripciones a partir del proceso de observación directa, entrevistas semiestructuradas, notas de campo, grabaciones, fotografías y escritos de todo tipo vinculados con la valoración de cada uno de los bienes encontrados en las tres provincias visitadas.

## 6. RELACIÓN TURISMO CULTURAL Y TURISMO RELIGIOSO

El turismo cultural es usado para describir segmentos del mercado cuyo interés está dado por sitios de valor histórico, artístico, científico o patrimonial, describiéndolo como: “Movimientos de personas debido esencialmente a motivos culturales como viajes de estudio, viajes a festivales u otros eventos culturales, visitas a sitios y monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte o el folclore, y peregrinaciones” (OMT, 2005).

La visita a monumentos y los desplazamientos que realizan los peregrinos por cuestiones de fe se consideran actividades de turismo cultural. Los municipios objeto del estudio de caracterización de bienes religiosos muestran que la carga histórica que poseen dichos bienes permite no solo mejorar la experiencia de los turistas en el marco de la actividad religiosa, sino captar la atención de los viajeros que buscan información de carácter histórico y patrimonial, lo que conecta con la segunda definición: “El turismo cultural son todos los desplazamientos de personas que satisfacen la necesidad humana de diversidad y tienden a elevar el nivel cultural del individuo y suscitan nuevos conocimientos, experiencias y contactos” (OMT, 2005).

### 6.1 Turismo religioso como experiencia cultural

El turismo religioso es uno de los nichos del mercado turístico con mayor crecimiento (20% del turismo mundial) bien sea receptivo o interno (Lanquar, 2007); en una sociedad sumergida en profundos desarrollos tecnológicos que le ha significado pérdida

de valores, este producto se presenta como un renacer de las creencias religiosas y valoración del patrimonio natural y cultural de un destino turístico. Los lugares santos representan lugares de devoción y de peregrinaje, así como sitios destacados por su peculiaridad histórica-cultural, “el turismo religioso y espiritual puede representar una gran oportunidad para las mujeres y los hombres de todas las creencias, filosofías y religiones” (Lanquar 2007, p. 1).

El turismo religioso podemos relacionarlo con las peregrinaciones que en las diferentes culturas han de darse a sitios sagrados o de interés divino: “El tema de la religión, entendida como una forma social de relación con la divinidad, independientemente del credo, nos obliga a tratar y hablar de sistemas, de creencias, de expresiones y comportamientos que todas las civilizaciones han tenido y de desplazamientos hacia un ‘lugar sagrado’ con fines religiosos” (Ruezga y Martínez, 2005, p. 169).

Las peregrinaciones como actividad están relacionadas con el turismo debido a que hacen uso de la infraestructura y las facilidades turísticas de los destinos, por eso ha sido relacionada con el turismo, dándole así origen al concepto de turismo religioso. Al tratar de establecer la definición de este tipo de turismo es común encontrarse con una variedad de conceptos, como sucede con el turismo mismo; sin embargo, algunos autores (Montaner, Antiach y Arcarons) lo definen como:

Actividad turística que consiste en realizar viajes (peregrinaciones) o estancias en lugares religiosos (retiros espirituales, actividades culturales y liturgias religiosas, etc.), que para los practicantes de una religión determinada supone un fervor religioso por ser lugares sagrados de veneración, o preceptuales según su credo.

Aunque esta definición muestra de manera directa la relación de la actividad turística y la motivación religiosa del viaje en sí, es importante resaltar que de igual forma la curiosidad o el interés cultural del viajero está presente y que en muchos casos se convierte en la causa principal de la actividad turística.

## **7. LA VALORACIÓN DE BIENES RELIGIOSOS COMO HERRAMIENTA PARA LA GENERACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS CULTURALES ESPECIALIZADOS**

Desde otro punto de vista (García, 2005), las actividades turísticas han difundido los sitios patrimoniales en el mundo, promocionando la herencia cultural que poseen. El atractivo es un bien fructífero preexistente que permite invertir capitales con riesgos y gastos mínimos, reportándoles considerables utilidades. No obstante, desconocemos ejemplos en el área latinoamericana (exceptuando a Cuba) que reporten ventajas para los lugares que han recibido inversiones, generando una posición de muchos conservacionistas de la región a pensar más en las desventajas del turismo para el patrimonio.

La valoración de los bienes religiosos objeto del estudio parte de la información proporcionada por el Ministerio de Cultura y las publicaciones con las que cuenta en relación al inventario y valoración de bienes culturales (inmuebles y muebles), entendiendo que los bienes de carácter religioso cuentan con características que se pueden medir con los mismos principios de valoración propuestos en los manuales del Ministerio.

El patrimonio cultural se define como el conjunto de bienes y manifestaciones culturales materiales e inmateriales, que se encuentra en permanente construcción sobre el territorio transformado por las comunidades. Dichos bienes y manifestaciones se constituyen en valores estimables que conforman sentidos y lazos de pertenencia, identidad y memoria para un grupo o colectivo humano (Ministerio de Cultura, 2005).

Entonces, los bienes religiosos han de clasificarse para delimitar las variables de valoración que son susceptibles de ser aplicadas en cada uno de los casos. En el Manual de inventarios de bienes culturales, se relaciona que los bienes considerados patrimonio material han de incluir los bienes muebles e inmuebles como elementos que poseen un cuerpo físico y pueden ser percibidos por los sentidos, para destacar las construcciones e infraestructura, que hacen parte de las poblaciones y que cuentan con parte de las actividades sociales y productivas de sus pobladores.

“El patrimonio cultural mueble, dado su propio peso y constitución, es susceptible de ser trasladado de un lugar a otro, así no haya sido concebido para tal fin (...) monumentos conmemorativos, esculturas públicas, vestigios arqueológicos, paleontológicos y sumergidos, entre otros” (Ministerio de Cultura, 2005).

En la primera etapa del estudio se realizó la visita a la ruta andina que está compuesta por los municipios que conforman las provincias de Sabana Centro, Sabana Norte y Valle de Ubaté, en Cundinamarca y las rutas en Boyacá con destinos como: Chiquinquirá, Ráquira, Villa de Leyva y Tunja, entre otros, en donde se realizó una primera caracterización y valoración de los bienes

muebles e inmuebles que hacen parte de las iglesias de cada municipio. A través de la valoración se logró determinar cuáles son los bienes que cuentan con suficientes elementos para potencializar la visita del destino, al determinar si enriquecen el “atractivo” o son el atractivo mismo más allá de las edificaciones encontradas; para hacer esta caracterización es necesario establecer los siguientes conceptos: “El patrimonio inmueble se caracteriza por estar fijo a la tierra, tal como las edificaciones, los conjuntos arquitectónicos, los asentamientos urbanos, las obras de ingeniería, los parques arqueológicos y las obras de adecuación del territorio para fines de explotación, producción o recreación” (Ministerio de Cultura, 2005).

### **7.1 Variables de caracterización de los bienes**

En la caracterización de los bienes encontrados, sus potencialidades turísticas se abordaron a partir de la identificación de los elementos de “valor” que los hace susceptibles a ser incluidos no solo en la oferta turística de la provincia, sino además como parte de los avances en las políticas de desarrollo relacionadas con el sector turismo.

Como se ha analizado anteriormente, para poder usar los bienes que inicialmente tienen representatividad en el turismo religioso y elevarlos a bienes de interés cultural, fue necesario identificar cuáles son los elementos que pueden representar “valor” para los turistas con motivaciones culturales, actividad que fue desarrollada luego de analizar los manuales de inventario y valoración de bienes culturales.

Las primeras variables de caracterización identificadas en este material son:

#### **7.1.1 Cultural**

Capacidad de congregación e interacción humana en relación con el lugar. En el caso de las iglesias de los municipios visitados, se pudo establecer que son uno de los elementos que ayudó (en su época) a establecer el orden de las poblaciones, en donde la iglesia, la plaza central y las entidades o autoridades locales hacen parte de la estructura central de los municipios.

#### **7.1.2 Histórico**

Representatividad de todas las construcciones visitadas, sin importar si conservan su infraestructura original desde su construcción, si han sufrido remodelaciones o si se han convertido en construcciones diferentes, albergan un sinnúmero de situaciones de interés general que se conserva en libros, relatos y demás elementos que la población tiene para ofrecer al visitante.

#### **7.1.3 El patrimonio**

Arquitectónico, conservación. Las construcciones por sí mismas están cargadas de gran valor, los estilos, materiales usados, el tipo de arquitectura que predomina en la zona y su aporte a la construcción misma de la ciudad, o el cómo se integra con la historia de la población validan su inclusión en la oferta del turismo cultural.

Entendiendo que no serán las únicas variables por considerar, el Manual de inventario y valoración de bienes culturales describe los posibles criterios de valoración que han de aplicarse, los cuales están soportados en un trípede que presenta los elementos que constituyen la valoración de un bien cultural: el objeto, el sujeto y el contexto, en los cuales

la información relacionada con la constitución de bien, técnica, forma y antigüedad también son consideradas. Esta valoración relacionada con la forma y la antigüedad permitirá, a partir de la aproximación de su origen, ubicarlo en uno de los periodos históricos en los que se encontrarán las características y los argumentos de validación como atractivo de tipo cultural.

Las construcciones que hacen parte del inventario de sitios por caracterizar conforman la infraestructura principal de los municipios, en cada uno de ellos la organización parte de una plaza central en donde se ubican las instalaciones del gobierno municipal y la iglesia, elementos de análisis que hacen parte del contexto urbano de cada población en donde se evidencian la relaciones que están dadas entre la infraestructura de “ciudad” y sus pobladores.

## **7.2 Aplicación**

Se analizaron las particularidades del turismo religioso relacionadas con la oferta y la demanda. El primero que identifica los destinos y productos consolidados y cómo la caracterización de los bienes inmuebles de interés religioso desde el punto de vista histórico, cultural y patrimonial, se incorporan como atractivos en el diseño de productos turísticos. El segundo para establecer el perfil del turista cultural-religioso, sus gustos, preferencias y factores que inciden en el proceso de toma de decisiones a la hora de acceder a productos o servicios turísticos.

Para el desarrollo de la primera fase de caracterización turística de los bienes religiosos, se inicia por la identificación de cada uno de los bienes por incluir en el estudio, para así poder evaluar sus potencialidades. Esta actividad puso en evidencia la falta de información de cada uno de los bienes en

relación con su valor cultural. Los bienes de origen religioso no tienen información procesada de carácter turístico que ayuden a la promoción de los destinos o al diseño de la propuesta de producto.

Las dificultades en el acceso a este tipo de información no siempre son las mismas, en algunos casos los prestadores de servicios no conocen los elementos de valor de los bienes que hacen parte de las poblaciones, ya sea por desconocimiento o falta de acceso a la información, dejando a la interpretación del turista la valoración de dicho bien por visitar, la cual termina siendo limitada a lo estético.

Los procesos de caracterización de bienes religiosos que tienen representatividad en lo cultural dependen de los bienes mismos, los cuales los turistas querrán visitar y en ellos desarrollar una serie de actividades que convierten a estos bienes en atractivos públicos, situación que no es bien vista en algunos sectores por el nivel de impacto que se puede generar por la cantidad de visitas y la interrupción en la dinámica misma del sitio.

Al visitar las provincias con el fin de generar la caracterización de los bienes religiosos, es evidente que el actor principal es la iglesia como organización encargada de administrar dichos bienes, en ellos se ha de encontrar el mayor porcentaje de la información relacionada con la historia, constitución del bien y parte de la representatividad cultural que tiene para la población. Por otro lado, el gobierno municipal es el garante de los procesos de investigación, es el que valida el objetivo del proceso y su incorporación en las políticas públicas relacionadas con el turismo; de igual forma, los pobladores participan como los anfitriones del destino, y deben consultarse para recuperar la historia y datos relevantes del bien, así como deben ser parte de la divulgación de los resultados como primeros replicadores en los destinos,

y por último los prestadores de servicios turísticos como facilitadores de la estancia de los turistas.

## CONCLUSIONES

Atendiendo a que el nuevo turista es una persona informada más aun en el turismo cultural, en el cual espera encontrar en los destinos información detallada y especializada de los atractivos que en el destino encuentra, los cuales quiere conocer y apreciar apoyado en los referentes consultados, más el aporte que el mismo destino y los prestadores de servicio le ofrecen. Tarea que no es fácil debido a la poca información con la que contamos en nuestro país, debido a que este tipo de desarrollos son muy limitados, a pesar de los avances que en materia de productos y destinos turísticos se tienen.

El proceso de caracterización de los bienes de interés religioso permite identificar aquellos elementos de valor que hacen posible el diseño de productos turísticos especializados que atiendan las necesidades de los turistas y apoyen la diversificación de la oferta del mercado, siendo este el punto de partida para:

- Diseñar rutas de turismo religioso y cultural.
- Proponer políticas de desarrollo local y departamental que incorporen la caracterización de bienes de interés religioso.
- Diseñar planes de promoción de destinos en el marco del turismo religioso y cultural.

El proceso de caracterización de bienes religiosos se convierte en una herramienta que debe usarse en el desarrollo de propuestas de carácter turístico cultural y religioso; si bien estos sitios ya cuentan con cierto reconocimiento de turismo, no cuentan con la suficiente información para brindarle al turista que desea conocer más de los atractivos.

El turismo religioso no solo beneficia al sector turístico, se convierte en un espacio para fomentar el desarrollo cultural de la región, en donde la preocupación e información que se promueva de los atractivos, actividades religiosas, lleve a fomentar el cuidado y la conservación de los estos sitios de interés religioso no solo de los elementos tangibles sino además de los intangibles relacionados con la experiencia ofrecida al turista, como las manifestaciones de carácter cultural.

## REFERENCIAS

- Cánoves, V. G. (2006). Turismo religioso en Montserrat: montaña de fe, montaña de turismo. *Cuadernos de Turismo*, (18), 63-76. Recuperado de <http://www.um.es/dpgeografia/turismo/n18/02%20CANOVES.pdf>
- Fondo de Promoción Turística de Colombia. (2010). *Plan de Desarrollo Turístico de Cundinamarca 2010-2020*.
- García, J. A. (2005). Turismo y desarrollo económico. Instituto Nacional de Investigaciones Económicas. *Temas*, (43), 43-55.
- Lanquar, R. (2007) *Turismo y religiones*. OMT.
- LeCompte, M. D. (1995). Un matrimonio conveniente: diseño de investigación cualitativa y estándares para la evaluación

- de programas. *Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa*, 1(1).
- Mincit. (2007). *Política de turismo cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio*. Recuperado de <http://www.mincultura.gov.co/SiteAssets/documentos/Turismo/Politica.pdf>
- Mincit. (2014). *Plan Sectorial de Turismo*. Bogotá.
- Mincit. (2015). *Estadísticas de turismo*. Bogotá.
- Ministerio de Cultura. (2005). *Manual de Inventario para Bienes Culturales*. Dirección de Patrimonio. Bogotá.
- Pantoja, G. E. (2012). Turismo y desarrollo económico en el Caribe: el auge de las "industrias del pecado". *Investigaciones Turísticas*, (4), 49-76.
- Procolombia. (2014). *Destinos colombianos de cultura e historia*.
- Rueza, S. y Martínez, R. (2005). El turismo por motivación religiosa. El caso de San Juan de los Lagos. *Patrimonio cultural y turismo*, (176).
- Shinde, K. A. (2010). Entrepreneurship and indigenous entrepreneurs in religious tourism in India. *Internacional Journal of Tourism Research*, 12(5), 523-535.