

Atributos de la identidad cultural de Sincelejo que perciben los visitantes e inversionistas
para potencializar el desarrollo turístico

Dayana Benjumea Gómez
Carlos Mario Gómez Rodríguez
Juan Sebastián Pérez Sánchez

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR
Facultad de ciencias económicas y administrativas
Administración de empresas
Sincelejo
2023

Atributos de la identidad cultural de Sincelejo que perciben los visitantes e inversionistas
para potencializar el desarrollo turístico

Dayana Benjumea Gómez
Carlos Mario Gómez Rodríguez
Juan Sebastián Pérez Sánchez

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de
Empresas

Directora
Martha Cecilia Méndez Prada
Doctora en Gobiernos Locales y Desarrollo Regional
Codirectora
Yolanda Patricia Cardona Arce
Magíster en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR
Facultad de Ciencias Económicas Administrativas
Programa Administración de Empresas
Sincelejo - Sucre
2023

Nota de Aceptación

APROBADO

4.6 (CUATRO PUNTO SEIS)

TESIS MERITORIA



Asesor

Yeimis Alzate CI

Evaluador 1



Evaluador 2

Agradecimientos

Sin duda alguna, en este camino lleno de retos y conocimientos, he estado rodeada de personas a las cuales estaré eternamente agradecida, empezando por mi familia, amigos y compañeros de trabajo, que han sido un apoyo constante y alentador. La confianza depositada en nosotros, por la Dra. Martha Méndez, fue un factor determinante para culminar este proyecto, gracias a su disposición y palabras de motivación. Y a Dios, por ser el refugio y fortaleza durante estos años de aprendizaje.

Dayana Benjumea Gómez

Me gustaría agradecer primero que todo a Dios por permitir culminar esta etapa en mi vida, agradecer a mis padres por cada esfuerzo y palabras de aliento que me permitieron lograr esta meta, a mis amigos por siempre creer y estar incondicionalmente y, por último, pero no menos importante a los docentes que siempre fueron una guía y unos grandes maestros que siempre buscaron que diera lo mejor de mí y me ayudaron a llegar donde estoy.

Carlos Mario Gómez Rodríguez

Quiero expresar mis agradecimientos a todas las personas y actores involucrados que contribuyeron en la realización de esta investigación. En especial, a nuestra coordinadora de tesis la Dr. Martha Méndez por su orientación. A mi familia y amigos por su motivación. De igual manera, al equipo de trabajo de esta investigación por su tiempo y disposición

Juan Sebastián Pérez Sánchez

Tabla de Contenido

Resumen	8
Abstract	9
Introducción.....	10
1. Problema de investigación.....	11
1.1 Planteamiento del problema	11
1.2 Preguntas de investigación	16
1.2.1 Pregunta principal	16
1.2.2 Preguntas específicas	16
1.3 Objetivos de investigación	16
1.3.1 Objetivo general	16
1.3.2 Objetivos específicos	16
1.4 Cuadro de variables	17
1.5 Justificación.....	18
1.6 Delimitación	19
2. Marco referencial	20
2.1 Antecedentes	20
2.1.1 Internacional	20
2.1.2 Nacional	22
2.1.3 Local	23
2.2 Marco Teórico	24
2.2.1 El turismo como fenómeno sociocultural y su impacto en la economía local ..	24
2.2.2 Importancia de las instalaciones y bienes culturales en la generación de atractivos turísticos	27

2.2.3 Turismo cultural: una perspectiva compleja e interdisciplinaria.....	28
2.2.4 La identidad cultural: una expresión de la diversidad cultural.....	29
2.2.5 La etnia Zenú y su patrimonio cultural: arte y artesanía y turismo	31
2.2.6 El porro y el fandango como patrimonio cultural y su relación con el turismo	32
2.2.7 La gastronomía como atractivo turístico en Sincelejo: una muestra de la rica tradición cultural.....	34
2.2.8 Patrimonio cultural tangible e intangible y su rescate para el turismo sostenible	35
2.2.9 El desarrollo turístico: impactos positivos y negativos en la economía local ..	37
3. Metodología.....	41
3.1 Enfoque de investigación	41
3.2 Tipo de investigación	42
3.3 Técnicas e instrumentos de investigación	42
3.4 Fuentes de investigación	43
3.5 Población	43
3.6 Muestra.....	44
4. Resultados	45
4.1. Atributos que perciben los visitantes e inversionistas de la identidad cultural de Sincelejo.....	45
4.2 Análisis de la percepción de los visitantes e inversionistas acerca del desarrollo del turismo en Sincelejo.	60
4.3. Relación de la identidad cultural en el desarrollo del turismo de Sincelejo.....	63
5. Discusión	66
6. Conclusiones	69
7. Recomendaciones.....	73

Referencias	75
-------------------	----

Tablas

Tabla 1: Cuadro de variables.....	17
Tabla 2: Otras bases teóricas de la investigación.....	39
Tabla 3: Festejos más representativos de Sincelejo para visitantes e inversionistas.....	54
Tabla 4: Artesanías más representativas de Sincelejo para visitantes e inversionistas	55
Tabla 5: Patronos más representativos en Sincelejo para visitantes e inversionistas.....	56
Tabla 6: Consolidado de regionalismos	59

Ilustración

Ilustración 1: Obtenido de Wikipedia, 2012	19
Ilustración 2: Portal de Información Turística de Colombia.....	43
Ilustración 3: Portal de Información Turística de Colombia.....	44

Gráficos

Gráfico 1: Tipo de participantes.....	45
Gráfico 2: Sector	46
Gráfico 3: Problemas por atender en Sincelejo.....	46
Gráfico 4: Percepción de visitantes e inversionistas sobre la comida en Sincelejo	48
Gráfico 5: Platos típicos en el municipio de Sincelejo.....	49
Gráfico 6: Lugares más visitados en Sincelejo	50
Gráfico 7: Características de Sincelejo que atrae a visitantes, turistas e inversionistas.....	51
Gráfico 8: Música que distingue a Sincelejo.....	52
Gráfico 9: Bailes típicos de Sincelejo	53
Gráfico 10: Festejos y fiestas pertenecientes a la cultura Sincejana	53
Gráfico 11: Artesanías, arte y manufacturas de Sincelejo.....	54
Gráfico 12: Patronos venerados en Sincelejo.....	55
Gráfico 13: Inclinación religiosa.....	56
Gráfico 14: Comida emblemática de Sincelejo.....	57

Gráfico 15: El turismo como desarrollo socio económico en Sincelejo 60
Gráfico 16: Percepción de visitantes, turistas e inversionistas sobre Sincelejo 61

Resumen

Este estudio tiene como propósito abordar la identidad cultural desde la perspectiva turística, relacionada con los patrones de comportamiento de las comunidades inmersas en un área determinada, así como sus costumbres, creencias, valores y características generales que identifican sus rasgos culturales. Esta investigación se realizó en el municipio de Sincelejo, considerado como una subregión del departamento de Sucre, que involucra a los municipios de Corozal, Morroa y Sampués, teniendo en cuenta que se encuentran dentro de los límites de la ciudad, y que cuentan con una buena posición para desarrollar el turismo, sin embargo, su crecimiento se ha rezagado. Por tanto, se requiere identificar esas particularidades culturales de la ciudad y sus alrededores, pues actualmente se desconocen cuáles son las características que hacen parte de la idiosincrasia sabanera que atrae a viajeros nacionales y extranjeros y que pueden ser una oportunidad de negocio para inversionistas, así como, de mejora económica para aquellos que viven del turismo y por consecuencia, sus habitantes. El objetivo de la investigación es entonces, determinar los atributos de la identidad cultural de Sincelejo que perciben los visitantes e inversionistas para potencializar el desarrollo turístico, para el año 2022. Como parte de la metodología se realizó una investigación descriptiva, de enfoque cuantitativo, con algunos análisis de corte cualitativo a través de una encuesta como instrumento de recolección, comprendida por 27 preguntas, basado en los indicadores de cada una de las variables y que obedecen a las dimensiones del estudio. Esta encuesta fue realizada a una muestra intencional de 60 personas (20 inversionistas, 40 turistas y visitantes). La principal conclusión obtenida fue que la mayoría de encuestados percibieron que la ciudad tiene un gran potencial por sus atractivos turísticos de índole cultural, pero que aún existen retos por superar, en cuanto a la oferta y promoción turística de la ciudad.

Palabras clave: turismo, identidad cultural, cultura, desarrollo turístico, atributos, visitantes, turistas, inversionistas, Sincelejo.

Abstract

The purpose of this study is to address cultural identity from a tourism perspective, related to the behavioral patterns of the communities immersed in a given area, as well as their customs, beliefs, values and general characteristics that identify their cultural traits. This research was conducted in the municipality of Sincelejo, considered as a sub-region of the department of Sucre, which involves the municipalities of Corozal, Morroa and Sampues, taking into account that they are within the limits of the city, and that they have a good position to develop tourism, however, their growth has lagged behind. Therefore, it is necessary to identify those cultural particularities of the city and its surroundings, since currently it is unknown which are the characteristics that are part of the idiosyncrasy of the savannah that attracts national and foreign travelers and that can be a business opportunity for investors, as well as, of economic improvement for those who live from tourism and consequently, its inhabitants. The objective of the research is then, to determine the attributes of the cultural identity of Sincelejo that visitors and investors perceive in order to potentiate tourism development for the year 2022. As part of the methodology, a descriptive research was carried out, with a quantitative approach, with some qualitative analysis through a survey as a collection instrument, comprised of 27 questions, based on the indicators of each of the variables and that obey the dimensions of the study. This survey was conducted to an intentional sample of 60 people (20 investors, 40 tourists and visitors). The main conclusion obtained was that the majority of respondents perceived that the city has great potential for its cultural tourism attractions, but that there are still challenges to overcome in terms of the city's tourism offer and promotion.

Key words: tourism, cultural identity, culture, tourism development, attributes, visitors, tourists, investors, Sincelejo.

Introducción

Sincelejo, una ciudad con una rica cultura, ofrece una amplia variedad de atractivos turísticos para los visitantes e inversionistas. Estos atributos están directamente relacionados con la historia y las tradiciones de la ciudad, así como con la vida cotidiana de los habitantes, lo que la hace un destino único e interesante. Uno de los atributos más relevantes es su arquitectura colonial, que incluye una amplia variedad de casas antiguas, iglesias y edificios históricos, que han resistido el paso del tiempo y que le dan a la ciudad una personalidad insuperable. Junto con el rico patrimonio histórico, se encuentra la vibrante cultura, que hacen de Sincelejo un municipio lleno de historias, costumbres y creencias que han sido pasadas de generación en generación. El desarrollo turístico de la ciudad, se vería sin duda potencializado si los visitantes e inversionistas conocieran esos rasgos de la identidad cultural que hay por disfrutar y aprender en Sincelejo.

La ubicación geográfica del municipio lo convierte en un importante cruce de rutas que conectan las principales ciudades del norte del país, con el centro. Sin embargo, a pesar de estas características favorables, el municipio presenta falencias en varios aspectos, como desempleo, mal estado de las vías de acceso, inexistencia de transporte público, alto índice de pobreza, servicios públicos deficientes, desinformación sobre los procesos de planeación para la prestación de servicios turísticos, falta de inversión y poca preservación de los ecosistemas naturales que forman parte fundamental de la belleza del municipio. Por lo tanto, esta investigación proporcionará una visión clara y detallada de los aspectos culturales relevantes para el desarrollo del turismo en el municipio, como sus principales atractivos y recursos turísticos, la condición de sus servicios y el impacto de la industria turística sobre el entorno local.

1. Problema de investigación

1.1 Planteamiento del problema

El turismo es concebido como el traslado de individuos a países o zonas fuera de su entorno habitual, por razones profesionales o de negocios, así como también, para el disfrute de los recursos naturales, históricos y culturales de los destinos que visitan. De acuerdo con lo expuesto por la Organización Mundial del Turismo, a estas personas se les denomina viajeros (que pueden ser turistas o visitantes que pernoctan; residentes o no residentes y excursionistas o visitantes del día) (Turismo, 2007).

En primer lugar, desde el ámbito económico, este fenómeno genera un aumento de la actividad mercantil en los lugares visitados, fundamentalmente en la estimulación del comercio, por el requerimiento de bienes y servicios que deben ser manufacturados y suministrados, además, de la contribución que representa su impacto y los beneficios que trae consigo como: el incremento neto de la riqueza de los residentes, empleo, atracción de inversión estatal y extranjera (inyección de capital a la economía local), desarrollo de infraestructuras (servicios públicos, vías de acceso, aeropuertos, telecomunicaciones), desarrollo de empresas turísticas (transporte, agencias de viajes, guías, alojamiento, restaurantes y espacios recreacionales) y suplidoras como agroindustrias. En segundo lugar y a partir del surgimiento de estas ventajas dimanadas del turismo, también se debe destinar parte de los beneficios, a la construcción de obras de interés social y comunitario como escuelas, centros médicos, instalaciones deportivas, que logren un desarrollo equilibrado en las comunidades, y que exija un mayor nivel tanto de educación como de calidad de vida para ofrecer servicios eficientes y competitivos (Ceupe magazine, 2019). Por último, desde una esfera cultural, el turismo permite acercar a las sociedades a través de la materialización de experiencias promovidas por las manifestaciones culturales locales y regionales tales como la danza, artesanías, gastronomía, vestimenta, música, religiones, distinción del patrimonio cultural y la conservación de obras arqueológicas, artísticas y monumentos.

Teniendo en cuenta lo anterior, es indiscutible que el turismo mueve masas a nivel mundial, incluso después de haber atravesado una pandemia que volcó al sector a niveles que

no se habían visto desde hace 30 años (Moneda Única, 2020), siendo la industria más perjudicada, por lo cual los países empezaron a trazar medidas para aminorar el impacto económico sobre los hogares y empresas, a través de la implementación de planes de reactivación, que sin duda alguna, resultaron satisfactorios, tanto es que, en el 2022, más de 900 millones de turistas realizaron viajes internacionales, para disfrutar los atributos que ofrecen los destinos turísticos (OMT, 2023). El turismo se ha transformado en un motor de desarrollo y Colombia no ha sido la excepción, el país está centrado en reponerse y según cifras de Migración Colombia, entre enero y octubre del 2022, entraron más de 3,5 millones de viajeros internacionales, ProColombia por su parte, expresó que esta cifra representó un crecimiento de 145,2% frente al mismo periodo de 2021 (La República, 2022), lo que consolida aún más, el posicionamiento del país como un destino predilecto y que no pierde vigencia. No sólo es conocido por ser uno de los países con mayor biodiversidad a nivel internacional, sino también, por su bagaje histórico, diversificación de recursos y destinos dónde la multiplicidad turística es extensa (turismo gastronómico, negocios, arqueológico, religioso, turismo de sol y playa, etc.), demostrando que el mercado es vasto, sin desestimar su calidad, ocupando un lugar competitivo destacable en el nivel de servicios del sector en la oferta externa.

Dentro de toda esta gama de potencial turístico, uno de los aspectos que más atrae a los visitantes e inversionistas, es la diversidad cultural que posee el país y la gran acogida que reciben por parte de los locales (Acis, 2017). Además, existe un interés creciente dentro y fuera de Colombia por viajar alrededor del país teniendo experiencias únicas que los lleve a conocer y a interactuar a fondo con las diferentes tradiciones y estilos de vida de las comunidades (Ortíz y Andrade, 2018). La cultura como un elemento del turismo, se convierte entonces, en una tendencia que día a día está ganando más relevancia con la aparición de nuevos hábitos turísticos, y de un perfil del turista o visitante más interesado en estar al tanto de otras culturas, descubriendo los recursos relacionados especialmente con la historia y el arte (arquitectura, gastronomía, artesanía, folclore, etc.) (Noyola y Campón, 2016), conforme a esto, en Colombia, tenemos una lista considerable de municipios que podrían impactar positivamente en el sector turístico, expresamente en el ámbito cultural, explotando la

identidad que los caracteriza, y los hace un destino único a la vista de los visitantes e inversionistas.

En ese orden de ideas, y aterrizando lo anterior al contexto geográfico del estudio en cuestión, con la presente investigación se pretende identificar cuáles son los atributos de la identidad cultural del municipio de Sincelejo que perciben los visitantes e inversionistas para potencializar el desarrollo turístico.

El municipio de Sincelejo se encuentra ubicado en el norte del país, y pertenece a la región caribe y a la subregión sabana. Cuenta con un número de habitantes de 290.667, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas en la proyección de población CENSO 2018 (Alcaldía de Sincelejo, 2020). De acuerdo, con el registro Mercantil de Cámara de Comercio el municipio cuenta con 8.511 empresas (entre micro, pequeñas, medianas y grandes), donde la actividad económica principal es el comercio, seguido de los servicios e industrias manufactureras. Ha recibido apelativos como La Capital de la Sabana, por estar rodeada de este accidente geográfico; "La Ciudad del Dulce Nombre"; "Reina y Señora de la Sabana" y "Capital Cebuista de Colombia", esto último debido a que Sincelejo se consolida como un relevante centro agrícola-ganadero del norte del país (Arrieta y Díaz, 2010).

Debido a su ubicación geográfica se convierte en un eje excepcional por los cruces entre las rutas que conectan las principales ciudades al norte de la región con el centro del país, asimismo, es el lugar de paso y enlace entre las urbes de sabanas del sur del departamento de Sucre y el golfo de Morrosquillo (Tolú, Coveñas y Rincón del Mar); esta ubicación le ha concedido a la red vial y de comunicaciones, un crecimiento radial que diferencia a su organización urbana, pudiéndose considerar un componente estratégico (Alcaldía de Sincelejo, 2020).

En cuanto al índice de competitividad, el aspecto cultural aumentó al 2.10%, en gestión del destino 3.99, estrategias de mercado 3,54 y en el indicador empresarial se encuentra en 3,17 de acuerdo con las estadísticas departamentales del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el año 2020 (Citur, 2021), lo cual es un buen indicativo a tener en cuenta.

La actividad turística reconocida del municipio se enfoca en la arquitectura de la ciudad, donde se distingue el Centro Histórico con la Catedral San Francisco de Asís, y su entorno el cual atraviesa transformaciones para ser declarado Patrimonio Arquitectónico Republicano y a eventos culturales y folclóricos como: Celebraciones Taurinas o Corralejas, Fiestas del 20 de enero, Festival Nacional de Bandas, Encuentro Internacional de Danza y Gaitas, y Festival del Frito de Sincelejo. También es importante resaltar los sitios de interés que pueden visitar, como: el Museo Zenú Manuel Huertas Vergara, el Teatro Municipal de Sincelejo, que reabrió sus puertas hace poco, además de los monumentos que se encuentran en la ciudad, como: Monumento a Pola Becté en la plaza majagual, el Monumento a la Cayena: Flor del Bonche, la iguana, entre otros (Huertas, González, y Baquero, 2019).

De lo anteriormente planteado, se evidencia que el municipio de Sincelejo posee características a su favor que le permitirían aprovechar la competitividad de su idiosincrasia sabanera, como motivo de progreso para la economía local, instaurando productos y servicios atractivos y viables para expandir el mercado hacia el turismo y ubicar a Sincelejo en el panorama de nacionales y extranjeros, como un sitio turístico importante en la Región de la Sabana, los Montes de María y el Caribe Colombiano (Departamento Nacional de Planeación, 2017).

Sin embargo, esta noción aún está lejos de materializarse. Sincelejo, ha quedado en el rezago si se compara con los otros municipios de la Región Caribe colombiana. Hoy en día, la motivación de los visitantes para arribar a Sincelejo está asentada por razones comerciales y/o de índole empresarial, pues el municipio no representa un producto turístico destacable, siendo “una ciudad de paso” para ejecutivos en correrías hacia las localidades vecinas, lo que no retribuye al sector turístico pues son visitantes de día, que no pernoctan, que simplemente llegan a la ciudad por un tiempo limitado, y luego se van. Esta condición de “ciudad de paso” para comerciantes ha conllevado a poca oferta hotelera, limitada a satisfacer las necesidades básicas de hospedaje para este tipo de visitantes.

Lastimosamente, la realidad es que el municipio de Sincelejo presenta falencias desde el alto índice de desempleo que conlleva al trabajo informal, el lamentable estado de las vías

de acceso y transporte público, las malas condiciones laborales, la pobreza latente entre sus habitantes, servicios públicos deficientes, hasta la falta de una arquitectura urbana llamativa, la poca regulación de los precios del mercado que varían constantemente y confunden al turista, la desinformación de los procesos de planeación para la prestación de servicios turísticos, la falta de inversiones a causa de la escasez de recursos financieros que se presenta en la zona y la poca preservación de los ecosistemas naturales que son parte fundamental de la belleza del municipio.

Al mismo tiempo, no se tiene un inventario de los atributos que hacen parte de la identidad cultural del municipio, y hay un desconocimiento palpable de la oferta turística del municipio de Sincelejo a nivel local, nacional e internacional (Departamento Nacional de Planeación, 2017), por lo que es necesario levantar información de base, que permita contar con los elementos tangibles que posee Sincelejo para potencializar su desarrollo turístico. Los entes territoriales vienen creando estrategias de gestión y planificación, con el fin de identificar y desarrollar sus atractivos turísticos para fomentar ventajas comparativas en un mercado cada vez más competitivo. De hecho, se han implementado acciones para neutralizar efectos negativos causados por la Covid-19, no obstante, este esfuerzo se ha quedado corto, especialmente porque no se impulsa adecuadamente a la actividad turística y no hay un desarrollo de la infraestructura tal como: servicios públicos, servicios aeroportuarios, rutas de comunicación en buen estado, y capital financiero idóneo para la inversión necesaria en la expansión del turismo del municipio. En este sentido, el patrimonio cultural depende de la importancia que se les otorgue a sus elementos para la recuperación, conservación, difusión y puesta en valor con el fin de originar interés en los visitantes.

En la actualidad, la identidad cultural y el turismo están estrechamente vinculados, en un mundo netamente globalizado, -la identidad no sólo puede manifestarse a partir del patrimonio cultural-, sino que además puede desencadenar actividades económicas y con ello mejorar los ingresos y la calidad de vida de la colectividad (Mullo y Padilla, 2019). En especial, el turismo tiene una particular relación histórica con el patrimonio, por tanto, podría decirse que el municipio de Sincelejo posee potencialidades que aún no han sido debidamente explotadas, por lo que se requiere identificar sus atributos y visibilizar su contenido cultural:

expresiones, actividades, eventos, espacios artísticos y servicios, esto en calidad de fomentar el desarrollo turístico y social, que beneficie directamente a los habitantes de Sincelejo y a las comunidades aledañas. Asumiendo que está en la capacidad de reinventar y diseñar políticas económicas relacionadas con el turismo, velando por el medio ambiente, para abrirse a nuevos mercados y posicionar a Sincelejo como un destino turístico en la región, a su vez, que incremente las inversiones, favorezca la llegada de visitantes y extranjeros motivados por los atractivos culturales y recursos turísticos del municipio.

1.2 Preguntas de investigación

1.2.1 Pregunta principal

¿Cuáles son los atributos de la identidad cultural de Sincelejo que perciben los visitantes e inversionistas para potencializar el desarrollo turístico?

1.2.2 Preguntas específicas

- ¿Qué atributos perciben los visitantes e inversionistas que hacen parte de la identidad cultural de Sincelejo?
- ¿Cuál es la percepción de los visitantes e inversionistas acerca del desarrollo turístico de Sincelejo?
- ¿Cómo se relaciona la identidad cultural en el desarrollo turístico de Sincelejo?

1.3 Objetivos de investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar los atributos de la identidad cultural de Sincelejo que perciben los visitantes e inversionistas para potencializar el desarrollo turístico, para el año 2022.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar los atributos que perciben los visitantes e inversionistas de la identidad cultural de Sincelejo.

- Analizar la percepción de los visitantes e inversionistas acerca del desarrollo turístico de Sincelejo.
- Establecer la relación de la identidad cultural en el desarrollo turístico de Sincelejo.

1.4 Cuadro de variables

Tabla 1

Cuadro de variables

Objetivo general: Determinar los atributos de la identidad cultural de Sincelejo que perciben los visitantes e inversionistas para potencializar el desarrollo turístico, para el año 2022.			
Objetivos específicos	Variables	Dimensión	Indicadores
Identificar los atributos que perciben los visitantes e inversionistas de la identidad cultural de Sincelejo.	Atributos de la identidad cultural de Sincelejo	Atributos culturales	<ul style="list-style-type: none"> ● Cultura ● Identidad cultural ● Atributos de identidad cultural
Analizar la percepción de los visitantes e inversionistas acerca del desarrollo turístico de Sincelejo.	Percepción de visitantes e inversionistas del desarrollo turístico de Sincelejo	Desarrollo turístico	<ul style="list-style-type: none"> ● Turismo ● Desarrollo turístico ● Percepción de los actores
Establecer la relación de la identidad cultural en el desarrollo turístico de Sincelejo.	Este objetivo se logra mediante el análisis de cada uno de los objetivos anteriores		

1.5 Justificación

La presente investigación tiene como fin determinar los diferentes recursos de la identidad cultural de Sincelejo que pueden potenciar el turismo, se realizará una valoración de los elementos de la cultura, creencias y tradiciones sincelejanas que puedan ser un atractivo turístico potencial para los visitantes e inversionistas. Además, se apoyará a tener una mayor visualización de los elementos de la identidad cultural, permitiendo así, mayores oportunidades de empleo y generación de ingresos. El desarrollo turístico de una región depende en gran medida de la identidad cultural de esta: Sincelejo posee una cultura única, con una herencia histórica y artística, que es la base para su identidad. Los atributos de la identidad cultural de Sincelejo son una herramienta importante para que los visitantes y los inversionistas perciban, conozcan y puedan ver la región, como un destino turístico atractivo. Estos atributos de la identidad cultural de Sincelejo son la clave para que el turismo se desarrolle de manera sostenible y ayude al desarrollo económico del municipio.

Esta investigación es una importante contribución para abrir el camino a otros estudios similares, relacionados con el ámbito cultural en el municipio, proporcionando una visión clara y detallada de los aspectos relevantes para el desarrollo turístico, a través de sus principales atractivos y recursos turísticos disponibles, la condición o estado de los servicios y el impacto de la industria turística sobre el entorno local. Se espera que este proyecto sea una herramienta importante para ayudar a los responsables de la toma de decisiones, a aprovechar las oportunidades de mejora que representa el turismo y para vislumbrar un panorama más amplio que permita el avance en el desarrollo de la industria.

1.6 Delimitación

Ilustración 1

Delimitación



Según el Instituto Geográfico Agustín Codazzi de Colombia, el municipio de Sincelejo, capital del departamento de Sucre, está ubicada en la Región Caribe de Colombia, en las coordenadas 9°18'30"N 75°23'22"O. Este territorio limita al norte con el municipio de Corozal, al este con Sampués y Tolú Viejo, al sur con San Pedro y al oeste con Los Palmitos (Instituto Geográfico Agustín Codazzi, 2018).

La delimitación territorial de Sincelejo, según el IGAC, corresponde a un área que equivale a 279 km² y se encuentra a una altitud de 193m sobre el nivel del mar. Esta ciudad es considerada un importante centro económico y

Fuente: Wikipedia, 2012

comercial en la región, con una población aproximada de 290.667 habitantes (Instituto Geográfico Agustín Codazzi, 2018).

En términos turísticos, la ciudad ofrece una variedad de lugares de interés, como la Catedral de Francisco de Asís, el Centro Cultural Banco de la República, el Parque Santander, entre otros (Alcaldía de Sincelejo, 2021). Las festividades del 20 de enero, es una celebración considerada como una de las más importantes y representativas del país en materia turística y cultural.

Por último, pero no menos importante, Sincelejo cuenta con una posición geográfica estratégica en el departamento, lo que la convierte en un importante centro de comercio, transporte y turismo. Además, se ha destacado por su producción ganadera y agrícola.

2. Marco referencial

Esta investigación vincula los antecedentes, fundamentos teóricos e hipótesis de las variables relacionadas con la identidad cultural y el desarrollo turístico, de las cuales se ha desarrollado un profundo estudio, siendo numerosas las nociones sobre las variables anteriormente mencionadas.

2.1 Antecedentes

Se proponen los siguientes estudios previos para conocer cuánto se han estudiado las variables relacionadas a la investigación propuesta.

2.1.1 Internacional

García et al. (2015), realizaron la investigación de **Percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo local. Caso San Pedro Tultepec, México**. En este estudio, el objetivo general fue analizar la percepción de la comunidad de San Pedro Tultepec en torno al turismo. La población total fue de 12.368 habitantes y se alcanzó una muestra de 373 personas. La obtención de la información se logró gracias al diseño de un cuestionario que abordó las dimensiones social, ecológica, económica y turística, con base en diferentes autores que han planteado temas de interés indispensables para conocer la percepción de la comunidad acerca del desarrollo del turismo y los elementos que se encuentran ligados a la misma actividad. Con relación a los resultados, se tuvo que, desde el aspecto social los conflictos existentes se deben a la poca oferta educativa y laboral. Por otro lado, desde la dimensión ecológica, se observó que gran parte de la comunidad está a favor de la preservación de su patrimonio natural y cultural, para aprovecharlo como un atractivo. Desde la dimensión económica, se encontró que la población cree que es fundamental mejorar los servicios de seguridad, transporte, drenaje y limpieza para mejorar la imagen de San Pedro a través de una mayor inversión del gobierno. Por último, la dimensión turística expone que la comunidad es consciente de que la población receptora es la que mejor conoce su dinámica social y recursos naturales y culturales, por lo que se vería inmersa en la planeación para el adecuado aprovechamiento.

Así mismo, Urošević (2012), llevó a cabo la investigación titulada **Identidad cultural y turismo cultural - entre lo local y lo global (un estudio de caso de Pula, Croacia)**, con el objetivo de evaluar las percepciones de los huéspedes y residentes, sobre Pula como destino turístico, definiendo los elementos claves de su identidad cultural, que hacen que la ciudad sea única y reconocida, formando a futuros profesionales para la investigación y la crítica. Se utilizaron métodos cuantitativos y cualitativos a través de una encuesta y se utilizó un cuestionario para recopilar datos de 417 visitantes, 296 residentes locales y 15 expertos. Los datos recogidos han demostrado que los elementos de la identidad del destino son el turismo patrimonial, las industrias creativas, la multiculturalidad y el modo de vida local. La cultura se constituye como uno de los motivos más importantes para visitar la ciudad, pues la mitad de los encuestados citaron al turismo urbano, cultural y creativo como principal porqué de su visita. Se expuso la necesidad de la profesionalización de expertos en el ámbito cultural y el turístico. En conclusión, el desarrollo del turismo cultural y creativo podría resolver problemas típicos como la estacionalidad, revitalizar el núcleo del casco antiguo, aumentar el empleo y atraer a nuevos segmentos de visitantes resistentes a la recesión.

Por su parte, Orgaz y Moral (2016), llevaron a cabo la investigación titulada **El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso**, cuyo objetivo fue el de identificar y analizar el potencial turístico de la provincia de Dajabón (República Dominicana) y conocer la percepción de los residentes frente al turismo y los elementos que lo pueden afectar, a través del método cualitativo, utilizando entrevistas y grupos de discusión. La población objetivo fue de 63.955 personas residentes, y la muestra fue de 446 personas. Los resultados obtenidos arrojaron la identificación de 36 recursos turísticos, entre naturales, culturales y patrimoniales, para los cuales es indispensable establecer acciones para potenciarlos debidamente como: El diseño de excursiones turísticas, la creación de un plan de marketing para promocionar los productos turísticos, cursos dirigidos a la población local para formar profesionales en el ámbito turístico, crear asociaciones entre las empresas turísticas y la distribución de paneles informativos del recurso a visitar. Además, se propuso analizar las motivaciones de los

visitantes que llegan a la provincia, con la finalidad de conocer sus preferencias, lo cual ayudará a generar propuestas turísticas acorde a sus motivaciones y expectativas.

2.1.2 Nacional

En cuanto al contexto nacional, Pérez (2018), realizó una investigación titulada **Propuesta para superar las debilidades de los destinos turísticos en Santiago de Cali, generando desarrollo socioeconómico de la ciudad a través de la actividad turística**, cuyo objetivo fue generar propuestas que permitan fortalecer las debilidades de los destinos turísticos de Santiago de Cali, potencializando el desarrollo socioeconómico de la ciudad en la actividad turística. Se implementó una investigación aplicada en campo, con encuestas y entrevistas, mediante un enfoque mixto, descriptivo y explicativo. La población del estudio estuvo representada por los visitantes que acuden a diferentes destinos de Santiago de Cali, y la muestra fue de 35. Como conclusión se obtuvo que la propuesta debe estar enfocada en tres aspectos fundamentales: 1. Mercadeo dentro de la actividad turística. 2. Publicidad y promoción turística. 3. Enfoque en la gestión ambiental de los espacios turísticos.

Por su parte, Escobar, Beltrán y Bonza (2017), realizaron el estudio titulado **El potencial de los activos culturales asociados con la actividad turística como factor de desarrollo local en el barrio Getsemaní, Cartagena de Indias**, con el objetivo de valorar la contribución del patrimonio cultural material e inmaterial y su uso turístico para potenciar el desarrollo local del barrio Getsemaní, a través de un enfoque descriptivo y la revisión de información secundaria y documental, así como estadísticas del sector turismo presentes en los organismos gubernamentales de orden nacional y distrital. Además, se recolectó información derivada de la aplicación de encuestas y entrevistas tanto a empresarios turísticos como a residentes en el barrio Getsemaní. En cuanto a las conclusiones derivadas de la investigación, encontraron que el barrio histórico de Getsemaní, cuenta con edificaciones, calles, plazas, monumentos e iglesias; puntos turísticos que son parte del patrimonio del barrio y de la ciudad de Cartagena de Indias, siendo atractivos únicos, dignos de ser visitados y admirados por los visitantes y la comunidad. Sin embargo, se percibió que la comunidad residente no se interesa por participar en el crecimiento de la actividad turística, lo que

impacta directamente en los beneficios que recibe la misma comunidad en cuanto a ingresos económicos, emprendimientos y empleo. Se sugirió entonces, el diseño e implementación de una propuesta interpretativa de los productos turísticos de Getsemaní, desde una concepción vinculada a generar alternativas para el desarrollo turístico, dirigido a salvaguardar el patrimonio colectivo de Getsemaní, mediante propuestas adicionales como: propuesta de identidad, visibilización del patrimonio cultural, comunicación interactiva y solidaria con los visitantes, calles culturales llenas de vida e historias, y experiencia estética.

2.1.3 Local

En última instancia, a nivel local, García (2013), efectuó la investigación llamada **Potencial turístico en la ciudad de Sincelejo-Sucre**. El objetivo de la investigación fue identificar la existencia potencial turístico de Sincelejo, que estimule a la administración pública y entes privados a invertir recursos, permitiendo el desarrollo de actividades turísticas en la capital, beneficiando a sus habitantes. El tipo de metodología implementada fue analítica-descriptiva, mediante el análisis documental y la aplicación de encuestas. La población fue el municipio de Sincelejo. Como conclusiones se obtuvo que Sincelejo se caracteriza por su pobreza, que recibe personas desplazadas, con una economía basada en la producción agrícola y dependiente de las transferencias del estado. Sin embargo, en el inventario turístico, se encontró que Sincelejo tiene una arquitectura con edificaciones de estilo republicano en el centro histórico, monumentos como la Plaza y pozo de Majagual, donde se hallan esculturas famosas. Su riqueza cultural se manifiesta en poetas, escritores, músicos y pintores de talla internacional oriundos del municipio. Además de gozar de un hermoso paisaje de la Sierra Flor y sus reconocidas fiestas del 20 de enero, con porro y fandango, y su variada gastronomía. Por lo tanto, el estudio diseñó 6 rutas para agregar valor a las edificaciones antiguas y tradiciones que merecen ser conservadas, para resaltar el enorme potencial turístico en Sincelejo.

Estos antecedentes pueden ser de gran ayuda y servir de guion para analizar el potencial turístico de Sincelejo desde su identidad cultural, pues destacan la percepción de la comunidad y de viajeros, como un elemento fundamental que debe ser considerado, pues

representa la oportunidad de conocer la dinámica de los lugares turísticos para realizar propuestas que cubran las necesidades básicas más importantes. En este sentido, es relevante que antes de realizar cualquier inversión a proyectos turísticos en Sincelejo, se lleve a cabo una indagación previa sobre el impulso de la actividad turística frente a los grupos de interés, como lo es esta investigación, ya que son ellos, los puntos de partida que permitirán el desenvolvimiento de la actividad de manera armónica, en búsqueda del desarrollo local y generar una mayor participación de visitantes e inversionistas.

Entre los destinos expuestos anteriormente, la mayoría presentan una similitud con Sincelejo, y es que poseen las características para ser considerados atractivos destinos turísticos en sus regiones, sin embargo, cuentan con deficiencias en aspectos como: mala gestión de los recursos, escasa infraestructura de transporte, falta de colaboración y trabajo en red entre política, cultura y turismo. Reiterando su pertinencia en cuanto al aprovechamiento y explotación de los recursos turísticos, no sólo para la región sino también para el país entero, lo cual se ajusta a la investigación en curso, ya que se enfoca en el rol de la captación de inversiones y el desarrollo empresarial de la región, sentando bases y planes estratégicos para el desarrollo turístico. Despertando en el turista sensaciones y experiencias gratificantes, a través del valor diferenciador como destino turístico cultural, que nutran a los visitantes y sensibilicen a los residentes y a los posibles inversionistas. Además de ser el medio para optimizar la calidad de vida de los individuos y una opción diferente de actividad mercantil que brinde vacantes a aquellas zonas donde no se ha desarrollado aún.

2.2 Marco Teórico

2.2.1 El turismo como fenómeno sociocultural y su impacto en la economía local

El turismo desempeña un papel muy importante en la evolución económica de muchas naciones, ya que contribuye al desarrollo de las diferentes actividades económicas. Además de los impactos económicos que genera el turismo a una sociedad, están los beneficios al desarrollo social y cultural, gracias al intercambio y la interacción que existe, tanto en aquellas

personas que exportan turismo, como en las que lo reciben. Es un hecho, el turismo es un desafío para muchos destinos, lo explica su ventaja diferenciadora (Cuzzia y Rizo, 2011).

El estudio de percepción de los visitantes e inversionistas con relación a los atractivos culturales es una fuente de información que permite a los actores implicados y a las instituciones encargadas del destino, conocer su comportamiento y cuáles son sus elementos esenciales, que le permitan tomar decisiones a favor del crecimiento y desarrollo de los destinos turísticos.

Debido a que se pretende estudiar la percepción de los visitantes e inversionistas desde un punto de vista turístico cultural, se propone abordar los siguientes temas: turismo, cultura, desarrollo local, identidad cultural y, por supuesto, la percepción de los grupos de interés con el objetivo de contextualizar y entender mejor el tema de estudio.

Por otro lado, el turismo integra múltiples disciplinas, la globalización, los avances científicos y tecnológicos han conllevado al turismo a fuertes mejoras a través de nuevos enfoques con respecto a lo que se piensa y a lo que se hace frente al mismo. El turismo también puede ser concebido como un fenómeno socio ambiental y sociocultural, debido a su contenido en los impactos ambientales y culturales que se presentan en las comunidades y en los destinos turísticos.

De acuerdo con la OMT (2017), el turismo es una manifestación de carácter social y cultural con atributos económicos, que implica la mutación de las personas a destinos diferentes a su residencia. Esto es así, debido al interés por conocer diferentes países y lugares, así como también conocer culturas. A estos individuos se les ha nombrado turistas, quienes pueden ser viajeros o excursionistas, y/o pueden ser residentes o no residentes. Además de ello, el turismo genera el consumo de bienes y servicios, impactando en la economía local.

Ahora bien, ¿Qué término es adecuado para hablar de una persona que permanece en el extranjero, es correcto mencionar turista, residente, o inmigrante? En general se considera que un turista ha permanecido en el extranjero durante un tiempo limitado, pero esto no implica que se desplace a un nuevo destino (Huete y Mantecón, 2012). El autor señala que el

término “turista” se refiere a las personas que tienen intención de volver a su lugar de residencia, es decir, son individuos que disfrutan de sus vacaciones, los residentes son los ciudadanos que temporalmente se encuentran en un destino, y se quedan en propiedades privadas, mientras que los inmigrantes son aquellos que mantienen un tiempo corto en un destino y tienen su principal residencia es en otro destino.

Hui (2009) argumentó que el turismo es un viaje circular en el que los visitantes abandonan su hábitat, visitan un destino, luego se desplazan a otro hasta regresar a su hábitat. En otras palabras, los turistas salen de sus hogares, visitan diferentes destinos y finalmente regresan a casa. No existe un consenso exacto entre los científicos y los académicos sobre cuándo los turistas se convierten en "residentes" o cuándo se produce un cambio hacia la "inmigración", la residencia se logra después de permanecer seis meses en un lugar, mientras que Abu-Warda (2008), señala que la migración es un proceso que se da por determinantes situaciones, y que se manifiesta a través del tiempo, cambiando las condiciones que lo originan. Cohen (1974), se refiere a los visitantes como “personas que, a pesar de tener empleo en su país de origen, prefieren vivir en otro país de manera casi permanente” (p. 537), esta noción se percibe debido a factores sociales, económicos, legales, culturales, e incluso por diferentes intereses. De hecho, esta definición puede ser aplicable a diferentes comunidades en el extranjero, como los migrantes de estilo de vida. En otras palabras, el término se ha adaptado para abarcar la combinación de turismo e inmigración, representando un grupo de personas que realizan traslados (Huete & Mantecón, 2012).

En efecto, la gran afluencia masiva de visitantes asociada al turismo ha llevado a que muchos destinos, países y ciudades se enfoquen exclusivamente en el turismo (O'Reilly, 2000). Se infiere que los destinos turísticos están planificados y suelen tener estrategias turísticas, lo que significa que están posicionados en el mercado y poseen una buena infraestructura. En tanto que la planificación del turismo se realiza de diferentes maneras, de acuerdo, a la disponibilidad de recursos naturales, geográficos, económicos, enlazados directamente a una estrategia (Benseny, 2021).

De acuerdo con Mogrovejo et al. (2019), el turismo contribuye al crecimiento económico de un país o destino, reflejado en el incremento del ingreso y el nivel de empleo. Este tipo de destinos han sido concebidos mediante el desarrollo de diversas estrategias para fortalecer su imagen con el fin de aumentar la calidad de vida de los residentes. Ciertamente, la planificación turística es la base para el desarrollo del turismo, no es posible afirmar que el turismo aumenta el crecimiento económico o que resalta la identidad cultural de un destino, cuando este no se desarrolla de manera planificada, de hecho, la planificación turística se transforma para ofrecer mejores productos y servicios (Acosta, Barrientos, y Pulido, 2018).

2.2.2 Importancia de las instalaciones y bienes culturales en la generación de atractivos turísticos

Desde una mirada técnica, un destino debe contar con ciertos elementos que lo diferencien, tales como instalaciones, servicios, infraestructura y atractivos turísticos:

Las instalaciones prestan los servicios esenciales necesarios para generar una buena atención a residentes y visitantes en la zona turística. Por supuesto, esto incluye redes de agua, electricidad, conectividad y redes de internet. Como menciona Acerenza (2003), la calidad de estos servicios es un factor acorde con la competitividad, que requiere esfuerzos en los sectores público y privado para garantizar un buen nivel de satisfacción en la prestación de estos servicios.

En cuanto a los servicios relacionados con el turismo, como lo indican Barreras et al. (2021), la transformación de infraestructuras y servicios orientados al turismo no solo establece una fuente de ingresos monetarios para los destinos, sino que también genera abundantes ingresos para la economía local.

La infraestructura es un aspecto fundamental en el turismo, ya que conecta los caminos, las conexiones vehiculares y peatonales, la limpieza y la recreación, lo que permite un acceso adecuado a los atractivos turísticos y genera una experiencia satisfactoria para los visitantes. Por tal razón, el patrimonio no puede considerarse atractivo con una infraestructura

adecuada, por lo que las instalaciones deben diseñarse teniendo en cuenta las expectativas de los visitantes para lograr una experiencia única (García, 2018).

Los atractivos turísticos son elementos patrimoniales tangibles e intangibles que generan interés en los visitantes. Para ello es necesario que el elemento sea reconocido, es decir, que sea identificable y valorado como atractivo turístico (Navarro, 2003).

De hecho, los bienes culturales estratégicos en relación con la consolidación de un atractivo turístico representan recursos que simbolizan valores intangibles, como la identidad, la pertenencia y la revisión histórica de los mismos. En tanto que, la consolidación de empresas turísticas y su reconocimiento pueden ser impulsados por medio de estrategias basadas en proyectos culturales desarrollados en panoramas específicos, como redes sociales o ferias empresariales, que estén alineados con las tendencias culturales dominantes (Pasquinelli, 2017).

2.2.3 Turismo cultural: una perspectiva compleja e interdisciplinaria

Para hablar de turismo cultural es necesario indagar sobre las percepciones de la cultura. La Unesco (2001) señala que la cultura es una unión de recursos y elementos que simbolizan a un destino en particular. Además del arte y la literatura, la cultura incorpora aspectos como los modos de vivir, comportamientos, valores, creencias y tradiciones. Además, el turismo cultural da valor al patrimonio y, por tanto, a los sectores; el turismo genera el capital, lo que facilita la conservación del patrimonio (Molinar, 2006).

De acuerdo con Campos (1990-2002), los destinos han introducido su cultura en su oferta turística para aumentar el valor añadido ofrecido a los visitantes y turistas; así, los destinos planifican y al mismo tiempo diversifican la oferta para mejorar la experiencia de las personas.

Del mismo modo, el turismo cultural engloba el consumo de bienes y experiencias (Urry, 1990), aprovechando la demanda turística para obtener mejores resultados que permitan promover la cultura local, con el objetivo de ofrecer una mejor experiencia a los

visitantes o turistas. Se infiere pues, que el turismo cultural no se trata solo de experimentar algo nuevo, sino que también involucra sentimientos y emociones.

De hecho, el turismo cultural ha sido una de las actividades turísticas que más ha crecido a lo largo de los últimos años (Moreno, 2008), esto se debe variedad en la oferta turística, así como de servicios especializados, festivales de música, rutas gastronómicas y ferias de artesanía, pero sobre todo actividades de turismo cultura (Tovar, 2010), por lo tanto, lo que se percibe como turismo cultural para algunos visitantes, por ejemplo: ir a eventos folclóricos, es una modalidad que pertenece al entretenimiento (Mallor et al., 2013). Esta noción nos traslada a la experiencia, es decir, a un panorama de emociones que se reflejan en la satisfacción del turista (Cluzeau, 2000).

Los ejes culturales son muy amplios y abarcan diferentes aspectos que están íntimamente relacionados, como la economía, el mercado y consumo, lo que se denomina industrias culturales. Ahora bien, el desarrollo cultural ha permitido que la cultura juegue un papel en la cohesión social, innovación y revisión histórica. Además, también se manifiesta en el patrimonio material e inmaterial. De acuerdo con Molano (2015), El autor enfatiza que la identidad cultural es uno de los factores que desencadenan el desarrollo territorial. Este panorama sugiere que los temas culturales están relacionados con diversos aspectos, y que la cultura puede tener un papel fundamental en el crecimiento de una sociedad.

De hecho, la cultura es vista como un elemento de gran valor para fomentar el turismo local, ya que permite a los visitantes y turistas experimentar la autenticidad de la región. Por ejemplo, los eventos culturales como festivales, ceremonias y espectáculos pueden ser una fuente importante de atracción turística y contribuir al desarrollo económico de la comunidad local (Kim y Uysal, 2017), influyendo en la forma cómo se percibe un destino turístico.

2.2.4 La identidad cultural: una expresión de la diversidad cultural

La percepción de identidad cultural comparte características culturales comunes como costumbres, valores y creencias (Ballart, 2001), por tal razón, se destaca que la identidad cultural no es un concepto que se mantiene estático; al contrario, se recrea y se retroalimenta

constantemente en función a las tendencias, gustos y preferencias de las personas. Por tanto, la identidad cultural puede manifestarse de diferentes maneras; de hecho, la identidad se alimenta de factores que la rodean (Navarro, 2014). Se deduce que la cultura de una comunidad está sujeta a cambios, lo que significa que la identidad cultural está directamente influenciada por componentes internos como externos.

Por otro lado, con respecto a la identidad cultural, ésta está dada por diversos elementos que se encuentran en su cultura, y esta identidad sólo se expone en función del patrimonio cultural (Molano, 2006). El autor destaca que la identidad cultural está compuesta por diversos elementos como las costumbres, tradiciones, y creencias y solo se puede manifestar a través del patrimonio cultural de la comunidad, que se refiere a los bienes culturales y materiales que se han transmitido de generación en generación.

En la era de la globalización, la identidad cultural local se percibe como una posición social que agrupa la percepción, la experiencia y las opiniones de los individuos (Cornell y Hartmann, 2007). Esto sugiere que la identidad cultural se considera una expresión de características de una comunidad, tal y como la perciben los residentes que la componen. En otras palabras, la identidad cultural local se refiere al modo en que las personas se identifican con su cultura y se relacionan con ella. La globalización puede afectar a la forma en que se percibe la identidad, ya que puede tener influencias externas que causen la pérdida de identidad cultural.

En este orden de ideas, la identidad cultural establece las diferencias entre las comunidades, y al mismo tiempo establece reconocimiento (Aguirre y Morales, 1999). Esto indica que cada comunidad tiene su propia identidad cultural, como se mencionó anteriormente, esta se compone de elementos que incluyen tradiciones, religión, costumbres, gustos y otros aspectos culturales, y como consecuencia, estos elementos definen a la identidad de un grupo social.

2.2.5 La etnia Zenú y su patrimonio cultural: arte y artesanía y turismo

Según Navarro (2014), la etnia Zenú es una comunidad indígena que se ubica en el caribe en Colombia, en los departamentos de Córdoba y Sucre.

Este mismo autor sostiene que entre los aspectos más relevantes de la etnia Zenú se destaca su destreza en la creación de elementos de oro, como los famosos "poporos". Además, también son conocidos por su habilidad en la elaboración de tejidos, en los que utilizan fibras de palma de iraca y caña flecha. De hecho, el autor también señala que esta comunidad tiene potencial para comercializar artesanías y que representa una tradición que ha trascendido.

Se destacan las artesanías que hacen parte de la cultura Zenú en Sincelejo, sobresalen las mochilas, bolsos y otros objetos elaborados con hilos de algodón de diferentes colores. Estas artesanías suelen presentar diseños geométricos y figuras estilizadas que representan elementos de la naturaleza y la vida cotidiana (Navarro, 2014). Es decir, estas creaciones artesanales no solo son objetos útiles, sino que también constituyen una expresión cultural.

Según el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (2016) las artesanías Zenú son consideradas patrimonio cultural de la humanidad por su gran valor artístico y cultural. Además, estas artesanías son una fuente importante de ingresos para las comunidades indígenas que las elaboran y, por supuesto, para los artesanos que se sostienen con la venta de artesanías.

En cuanto a los avances en la producción y comercialización de las artesanías de la etnia Zenú, se han implementado mejores, en los últimos años, el gobierno local ha realizado diversas actividades para mejorar la calidad como el diseño de estas artesanías antes mencionadas. Se ha promovido la venta en línea y un aumento significativo de ferias y eventos culturales para resaltar las raíces del departamento de Sucre y de Sincelejo.

Se destaca que la relación entre las artesanías de la etnia Zenú y el turismo es muy estrecha, ya que es uno de los principales atractivos culturales de la región sincelejana. Las artesanías Zenú son muy valoradas por su calidad y diseño, y son muy buscadas por los

turistas que visitan la ciudad y el departamento. Además, las comunidades indígenas ofrecen experiencias turísticas relacionadas con la elaboración de las artesanías, lo que permite a los visitantes conocer la cultura y tradiciones de la etnia Zenú y cómo ha evolucionado ésta a través del tiempo (Corporación Mixta de Turismo de Sucre, 2021).

2.2.6 El porro y el fandango como patrimonio cultural y su relación con el turismo

El porro es un género musical y de danza tradicional de la costa Caribe colombiana, originario de San Pelayo, Córdoba. Este estilo musical se caracteriza por el uso de instrumentos como el tambor alegre, la tambora, el clarinete y el guache. El porro es una manifestación cultural profundamente arraigada en la región, y ha sido reconocido como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación en Colombia (Alcaldía de San Pelayo, s.f). En definitiva, el porro representa la riqueza cultural de la costa caribe, en especial, de la región sabana, y que ha sido conservado y valorada por las comunidades locales durante décadas.

El fandango es una festividad que se realiza en torno al porro e incluye música, baile, comida y bebida. Esta celebración es una tradición muy importante en la región, y se considera un espacio de encuentro y de intercambio cultural entre comunidades (Universal, 2021). En consecuencia, el fandango refleja alegría y, al mismo tiempo, ésta ha sido transmitida de generación en generación como parte del patrimonio cultural inmaterial.

En los últimos años, tanto el porro como el fandango en Sincelejo y su región han tenido importantes avances en cuanto a su relación con el turismo. Estos avances han impactado significativamente la promoción de la cultura y en el desarrollo económico de la región, como lo indica la Gobernación de Sucre (s.f). Dicho de otro modo, la introducción del porro y el fandango ha permitido que los turistas y visitantes conozcan estas expresiones culturales y, al mismo tiempo, ha impulsado la economía local por medio del turismo.

En cuanto al porro, uno de los avances ha sido la creación del Festival Nacional de Bandas: Este festival se celebra anualmente y es uno de los eventos más importantes de la región. Se realizan presentaciones de grupos de música tradicional de porro, bailes y desfiles de comparsas, así como concursos de instrumentos típicos y comidas regionales, eventos que

se han convertido en insignia en la ciudad y atrae a visitantes cada año. Se han implementado programas de formación para mejorar la calidad y diseño de las vestimentas utilizadas en el porro. Por otro lado, en cuanto al fandango, se han generado espacios para la promoción y difusión de este, como el Museo del Fandango en San Jacinto y la Casa de la Cultura de Corozal, que ofrecen experiencias turísticas para conocer la cultura y tradiciones de la región

En Sincelejo y su región, el porro y el fandango han tenido importantes avances en cuanto a su relación con el turismo en los últimos años. Estos avances han generado impactos significativos en la promoción de la cultura y el desarrollo económico de la región (Ministerio de Cultura de Colombia, 2015).

La vinculación del porro y el fandango con el turismo ha generado importantes impactos económicos y sociales, especialmente en Sincelejo, contribuyendo a la conservación y promoción de la cultura y tradiciones de la costa Caribe colombiana. Así mismo, las fiestas del 20 de enero en Sincelejo se encuentran íntimamente relacionadas con el porro, el fandango y el turismo, lo que la convierte en uno de los acontecimientos más relevantes del municipio, así como en una oportunidad para promocionar la cultura y tradiciones del municipio.

Durante las fiestas se realizan desfiles y presentaciones de grupos de música y danza, como el porro y el fandango. Además, se celebran concursos de vestimenta y coreografía, en los que se premia a las mejores representaciones de estas tradiciones. Las fiestas del 20 de enero han tenido un impacto importante en la promoción del turismo en la zona, atrayendo a miles de turistas cada año que buscan conocer y disfrutar de la cultura y tradiciones sincelejanas (Alcaldía de Sincelejo, 2020). Estas festividades son una muestra más del valor que se le otorga a la cultura y las tradiciones en Sincelejo.

Según la investigación realizada por Blanco, Cárdenas, y Paternina (2019), las festividades religiosas de Sincelejo mantienen una estrecha relación al turismo, siendo las fiestas del 20 de enero, se realizan en homenaje al Dulce Nombre de Jesús, patrono de la ciudad. Durante las festividades religiosas, se efectúan diversas actividades culturales y folclóricas que atraen a visitantes provenientes de diferentes destinos. Según la investigación

mencionada, la combinación de las tradiciones religiosas y culturales con el turismo ha generado un importante impacto económico en la ciudad y la región.

Según Escalona, (1984), el vallenato es un género musical que se originó exactamente en la región de la costa Caribe, específicamente en el departamento de La Guajira, a finales del siglo XIX y principios del siglo XX. El término "vallenato" se deriva de la palabra "Valledupar", una ciudad ubicada en el departamento del Cesar, que es considerada la cuna del vallenato (Escalona, 1984).

2.2.7 La gastronomía como atractivo turístico en Sincelejo: una muestra de la rica tradición cultural

La gastronomía es un estudio que abarca tanto la comida como la cultura que los rodea. Se emplean prácticas y técnicas para preparar y cocinar los alimentos, así como la forma en que se presentan. Según Cuervo (1999), el turismo facilita que los habitantes de un destino tengan ingresos a través de la venta de comidas tradicionales, esto se debe a que estos platos reflejan su identidad y autenticidad cultural.

En el departamento de Sucre, se han desarrollado estudios que han permitido la recuperación de los platos tradicionales y han contribuido al desarrollo de la gastronomía. Al mismo tiempo, estos estudios han permitido la creación de nuevos platos y nuevas técnicas de cocina enriqueciendo la oferta gastronómica de Sincelejo (Granados, 2017). En Sincelejo, la gastronomía se destaca en la cultura local y está estrechamente relacionada con el turismo, ya que la región es conocida por sus platos típicos y su rica tradición (González y Torres, 2018).

La oferta gastronómica es considerada una de las atracciones de Sincelejo y la región. Los platos típicos y la variedad de opciones son una muestra de la rica tradición cultural de la región. De hecho, muchos restaurantes y establecimientos gastronómicos han sido reconocidos por su excelencia en la preparación de platos típicos, lo que ha atraído a una gran cantidad de turistas y visitantes interesados en la gastronomía local. Un ejemplo claro de esto son los pasteles de Olga Piña, que atraen a cientos de visitantes y turistas e incluso

celebridades reconocidas (Secretaría de Turismo y Cultura de Sucre, 2021). De esta manera, la gastronomía es una importante fuente de ingresos para la región y una forma de preservar y promover su rica identidad cultural.

Entre los platos típicos de Sincelejo, se pueden mencionar el arroz con coco, el sancocho de pescado, el mondongo, el mote de queso y los fritos. Estos platos se destacan por su delicioso sabor y variedad de ingredientes, lo que refleja la rica diversidad cultural de la ciudad (Mendoza y Pérez, 2020). Cada uno de estos platos tiene una historia, que se ha transmitido de generación en generación y se han constituido en identidad cultural de Sincelejo y la región.

2.2.8 Patrimonio cultural tangible e intangible y su rescate para el turismo sostenible

El patrimonio cultural de un pueblo incluye las creaciones de sus artistas, arquitectos, músicos y escritores, que representan un conjunto de valores y simboliza la creatividad de los habitantes (Salazar, 2006). Por lo tanto, dentro del patrimonio cultural se divide en dos categorías principales: el patrimonio tangible o material, y el patrimonio intangible o inmaterial:

Patrimonio tangible: el patrimonio tangible comprende elementos materiales, que se pueden ver y tocar, pueden tener importancia histórica, cultural, espiritual, arquitectónica y científica. Este tipo de patrimonio se manifiesta materialmente como parte de la identidad de un pueblo o comunidad que lo reconoce como un elemento característico (Cepeda y Trujillo, 2019), el autor expone que el patrimonio tangible puede ser dividido en dos tipos, muebles e inmuebles, como se detalla a continuación:

Patrimonio tangible mueble: Estos elementos pueden ser desplazados de un lugar a otro, no se encuentran sujetos a una localización fija. Son transportables y pueden ser: piezas arqueológicas, archivos históricos, pinturas artísticas, libros, maquinaria, antiguos objetos, etc. (Unesco, 1972).

Según la misma entidad el patrimonio tangible inmueble es aquel tipo de patrimonio localizado en un lugar fijo, de carácter no transportable, como edificios, espacios públicos, barrios, centros históricos, casas antiguas, monumentos históricos, estatuas, espacios indígenas, sitios arqueológicos etc.

Patrimonio intangible o inmaterial: Es el tipo de patrimonio que se basa los conocimientos de los pueblos y comunidades, en los acontecimientos humanos que forman parte de la identidad, se relacionan a la música, bailes, tradiciones, estos le otorgan valor al patrimonio tangible, tanto en su contexto histórico como en la interpretación simbólica de estos elementos. Por lo tanto, la identidad de un lugar o destino se percibe, y su sustento no está en los elementos físicos sino en las interpretaciones que realiza la humanidad en relación con la realidad (Gelmar y Guzmán, s.f). El patrimonio inmaterial se transmite de generación en generación, en efecto, las comunidades lo agrandan, a fines de mejorar su interacción entre los actores (Olivera, 2011).

Por otro lado, según Pellicer (2006), el patrimonio cultural está constituido por los bienes materiales e inmateriales de un destino, que forman parte de la cultura, comprendiendo el modo de vida, las costumbres, y el desarrollo turístico. En consecuencia, en muchos casos, los turistas le dan valor al patrimonio cultural entre las diversas ofertas turísticas, lo que constituye un elemento diferenciador a la hora de elegir donde visitar.

En la actualidad, el rescate del patrimonio cultural tiene como objetivo recuperar elementos culturales antiguos que se han perdido. Sin embargo, es necesaria una restauración, conservación y socialización para su protección con la comunidad aledaña. Por lo tanto, su objetivo es dar a conocer elementos culturales, lo que implica un reconocimiento de tradiciones y costumbres pertenecientes a un destino y la historia de una cultura determinada, ya sea por extinción de las culturas. El rescate cultural se enfoca en remodelar o, en otras palabras, restaurar los bienes junto al patrimonio material que, de una u otra forma, permiten visualizar y poseer valor una cultura desapercibida (Brouder, 2010). Y por supuesto, existen oportunidades para el rescate cultural y el turismo, con el propósito de promover la diversidad cultural en Sincelejo, el rescate cultural en las comunidades indígenas y zenú, la puesta en

valor de la cultura sincelejana, la oferta de servicios turísticos ligados a una temática cultural específica y la diversificación de las actividades turísticas en zonas rurales o municipios aledaños a las tierras de Sincelejo.

2.2.9 El desarrollo turístico: impactos positivos y negativos en la economía local

Según López, Hernández y Sánchez (2018), el desarrollo turístico se refiere al proceso que necesita acciones y estrategias destinadas a mejorar y ampliar la oferta turística de una determinada región o destino. El objetivo principal de este es aumentar su demanda y potencial turístico, así como de impulsar su crecimiento económico y social. Se infiere que, el desarrollo turístico se trata de un esfuerzo planificado, permanente y de la diversificación de la oferta turística, con el fin de atraer más visitantes y turistas y en este sentido, generar beneficios e ingresos para la comunidad local.

Por consiguiente, el desarrollo turístico hace relación al proceso de crecimiento y evolución de la industria turística, lo que implica la planificación, gestión y promoción de recursos turísticos para atraer a visitantes y generar ingresos económicos. Según diversos estudios, el desarrollo turístico puede tener un impacto positivo en la economía local, incluyendo el aumento del empleo, la inversión en infraestructuras y el fomento de la actividad empresarial. Sin embargo, en algunos casos, el destino no es bien planificado y las consecuencias son graves en cuanto al desarrollo socioeconómico.

En un estudio realizado por Camilleri (2019) se argumenta que el desarrollo turístico puede tener un impacto en la calidad de vida de los habitantes. Esto se debe a que puede contribuir al crecimiento económico, la creación de empleo, la mejora de la infraestructura y la promoción de la cultura y el patrimonio local (p. 1). Además, el autor enfatiza que el desarrollo turístico puede tener un efecto positivo en la preservación del medio ambiente y la protección de los recursos naturales. Luego entonces, el desarrollo turístico puede tener un impacto positivo en múltiples aspectos, siempre y cuando se planifique y se gestione adecuadamente, teniendo en cuenta tanto los impactos ambientales como los económicos.

Sin embargo, como lo indica el autor, el desarrollo turístico también puede tener efectos negativos, tales como el aumento de los precios de los bienes y servicios locales, la pérdida de la autenticidad cultural o el aumento del desempleo. De hecho, un estudio de Sharpley y Telfer (2015), sostiene que el desarrollo turístico puede tener efectos no deseados, como el aumento de la presión incluyendo la explotación sobre los recursos naturales, el abuso a los trabajadores locales y la pérdida de la identidad cultural (p. 169). Por tanto, el desarrollo turístico es visto como un proceso complicado que puede tener tantos efectos positivos como negativos en la economía local y en la comunidad en general. Es importante que el sector público y privado articule en la planificación y gestión del turismo, para anticiparse a los posibles impactos sociales, económicos y ambientales de sus decisiones para garantizar que el desarrollo sea sostenible y equitativo.

Dicho de otro modo, el desarrollo turístico implica la creación y gestión de destinos turísticos atractivos y sostenibles que puedan generar beneficios económicos y sociales tanto para los residentes como los visitantes. Esto puede incluir la inversión en infraestructuras turísticas, la promoción del turismo en los diferentes canales (por mencionar, la televisión, plataformas digitales o redes sociales) la preservación del patrimonio cultural y natural, así como la mejora de la calidad de vida de la población local.

De acuerdo con Hjalager y Richards (2021), enfatizan que el desarrollo turístico puede estar impulsado por factores alternos como la globalización, el aumento del poder adquisitivo de los estratos sociales, la tecnología y la forma de acceder a los viajes. Por tanto, una planificación y gestión adecuada, es necesaria para contrarrestar los efectos adversos y maximizar los beneficios para todos los interesados en el sector turístico.

Según González y García (2019), sostienen que el desarrollo turístico “abarca la creación y el mejoramiento de la infraestructura turística, como la promoción y la planificación del destino, la preservación o restauración del patrimonio cultural, y por supuesto, el fortalecimiento de la oferta turística y la mejora de la calidad de los servicios y los productos turísticos. Como ya se señaló, el desarrollo turístico también implica la diversificación de la oferta turística, esto, requiere la creación de empleos y la mejora de los

ingresos de los habitantes del destino, así como la creación y la promoción del desarrollo sostenible (Wang, et al, 2020).

Tabla 2

Otras bases teóricas de la investigación

Año	Autor	Tema	Otras bases teóricas de la investigación
1980	Oscar de la Torre Padilla	Turismo	El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.
1991	Pearce	Desarrollo turístico	Provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, incluyendo los efectos asociados, tales como, la creación de empleos o la generación de ingresos.
2001	Unesco	Cultura	Es el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones.
2018	Jesús Cepeda Ortega	Identidad cultural	Sentimiento de pertenencia a un colectivo social que posee una serie de características y rasgos culturales únicos, que le hacen diferenciarse del resto y por los que también es juzgado, valorado y apreciado.

En conclusión, el turismo es un factor importante para el desarrollo económico, social y cultural de muchos países. El turismo cultural, en particular, ofrece la oportunidad de interactuar con las culturas locales, la identidad cultural es dinámica y evoluciona con las tendencias y preferencias de los turistas y residentes. El patrimonio cultural de una comunidad refleja la creatividad de sus habitantes y este representa sus valores compartidos.

Para el desarrollo turístico de un destino, es necesario implementar estrategias y acciones que amplíen y mejoren la oferta turística, generando así beneficios económicos y sociales para la región. En definitiva, el turismo cultural puede ser una herramienta para la preservación y promoción de la cultura local de Sincelejo, al tiempo este contribuye al crecimiento económico y al intercambio cultural en un mundo cada día más globalizado y conectado.

3. Metodología

El presente trabajo se basó en el tipo de investigación descriptiva, teniendo en cuenta el paradigma cuantitativo, sin embargo, el instrumento contaba con ciertas preguntas abiertas que se necesitaban analizar cualitativamente. Por otro lado, el ámbito espacial de la investigación tuvo como epicentro el municipio de Sincelejo, perteneciente al departamento de Sucre, Colombia. El ámbito temporal del estudio abarcó el período del año 2022. Esta investigación contiene una descripción del proceso metodológico para dar respuesta y llegar a consolidar los atributos de la identidad cultural percibida por visitantes, turistas e inversionistas.

3.1 Enfoque de investigación

En lo correspondiente a las nociones metodológicas, se tomó en cuenta para el desarrollo del presente proyecto de investigación el enfoque cuantitativo. De acuerdo con Hernández Sampieri (2014), la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema. Dentro de esta, es posible emplear un enfoque cuantitativo, que, al ser un proceso, sigue una mecánica secuencial y probatoria, que utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación confiando en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población (Angulo, 2011).

Para esta investigación hemos enfocado nuestra labor de recolección de información y generar conclusiones sobre dos grandes variables: Turismo e identidad Cultural, las cuales engloban en un mayor nivel a la cultura vista desde el desarrollo turístico:

- El turismo representa una de las principales fuentes de ingresos y que va de la mano del incremento de la diversificación y competencia, siendo un catalizador para el avance y desarrollo (Organización Mundial del Turismo , 2015).

- Por su parte, la identidad cultural es entendida como las expresiones, tradiciones, gastronomía, religión, festividades, arte, música, y danzas propias de una región en particular.

3.2 Tipo de investigación

La investigación es de tipo descriptiva, ya que, de acuerdo con Bernal (2010), a partir de esta se muestra o identifican hechos, rasgos o características de estudio relevantes para la investigación y que se guía por las preguntas soportadas por cuestionarios, encuestas, entrevistas, y observación. Lo anterior, permite la identificación de los atributos de la identidad cultural percibido desde actores externos como lo son los visitantes, turistas e inversionistas, lo que da fundamento a la investigación realizada y responde a los interrogantes.

3.3 Técnicas e instrumentos de investigación

Para obtener los resultados correspondientes al proyecto de investigación “Atributos de la identidad cultural de Sincelejo que perciben los visitantes e inversionistas para potencializar el desarrollo turístico” e identificar la percepción de los agentes, se empleó una encuesta de elaboración propia, como instrumento de recolección, comprendida por 27 preguntas, basado en los indicadores de cada una las variables y que obedecen a las dimensiones del estudio.

Con relación al proceso de recolección de la información, se tomaron en consideración los resultados obtenidos por la encuesta realizada. La cual fue diligenciada de forma anónima para obtener respuestas cercanas al objetivo de la investigación. Seguidamente, los resultados de esta fueron consolidados mediante el programa estadístico informático SPSS, validado previa y ampliamente por la Secretaría de Turismo de México (SECTUR), a partir del cual se obtuvieron las gráficas y tablas para la consolidación de resultados.

Según la temporalización, la investigación realizada fue de corte transversal, donde la característica fundamental es que todas las mediciones se realizan en un solo momento,

por lo que no existen periodos de seguimiento. De acuerdo con Manterola et al. (2018), el objetivo es indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población.

3.4 Fuentes de investigación

Fuente primaria: Encuestas realizadas a visitantes, turistas e inversionistas en el municipio de Sincelejo, a través de un formulario diseñado con el fin de conocer su opinión respecto a la variable de turismo e identidad cultural.

Fuente secundaria: Para efectos de esta investigación, las fuentes secundarias proceden de investigaciones previas con relación a la identidad cultural como motor de desarrollo turístico, y a la cultura como factor determinante para el desarrollo local. También se tendrán en cuenta publicaciones realizadas por entidades como la Organización Mundial del Turismo, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, la Alcaldía de Sincelejo, Ministerio de Industria y Comercio, ProColombia, Departamento Nacional de Planeación, así como también se consultarán los planes de desarrollo, y empresas prestadoras de servicios turísticos.

3.5 Población

Ilustración 2

Población



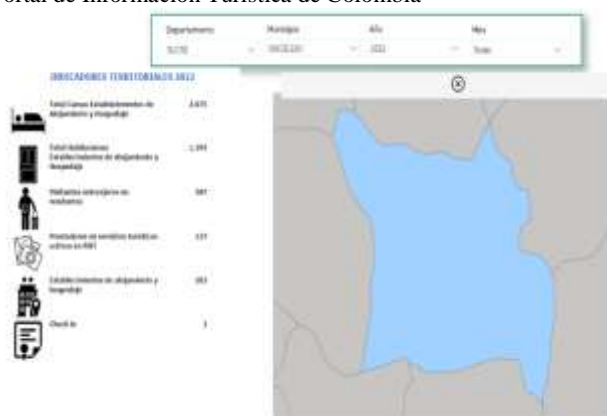
Para esta investigación se tuvo en cuenta la participación de visitantes, turistas e inversionistas del municipio de Sincelejo. De acuerdo con el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, para el 2022, Sincelejo recibió un promedio de 587 visitantes extranjeros no residentes.

Fuente: Portal de Información Turística de Colombia

Además, según un estudio realizado en el primer semestre de 2019 por la misma entidad, un total de 11.255 turistas nacionales llegaron a Sincelejo. De acuerdo con el mismo estudio, el perfil de los turistas nacionales que visitaron Sincelejo se caracteriza por ser mayoritariamente adultos de entre 25 y 44 años (62%), seguidos por los turistas de entre 45 y 64 años (24%). Además, el 58% de los visitantes son mujeres, mientras que el 42% son hombres (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019).

Ilustración 3

Portal de Información Turística de Colombia



En cuanto, a prestadores de servicios turísticos activos en el Registro Nacional de Turismo, se encuentran 127, y 103 establecimientos de alojamiento y hospedaje (Portucolombia, 2022).

3.6 Muestra

La muestra seleccionada corresponde a una muestra intencional, la cual es una técnica de muestreo en la que los elementos se escogen deliberadamente de una población específica, en función de ciertas características o criterios de interés. En otras palabras, se selecciona a propósito a los individuos que se consideran más representativos o relevantes para el estudio en cuestión (Otzen & Manterola, 2017). Se eligió este tipo de muestra, pues facilita la recolección de información, tanto de visitantes y turistas como de inversionistas, para lo que se dispuso la realización de encuestas en sitios estratégicos, donde estos grupos de interés pudieran ser abordados de una manera sencilla y asequible. El alcance de la muestra estuvo compuesto por 40 personas entre visitantes y turistas, y 20 inversionistas.

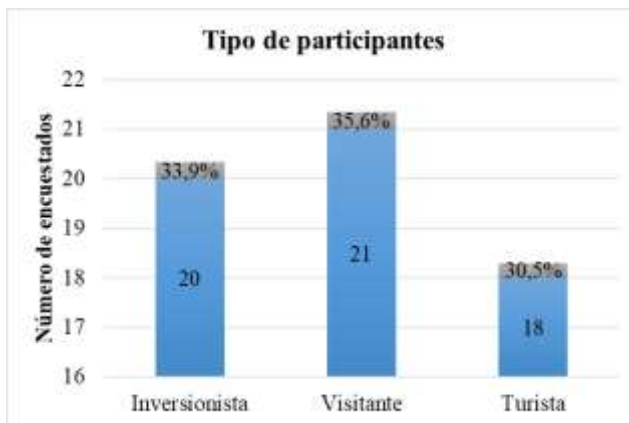
4. Resultados

4.1. Atributos que perciben los visitantes e inversionistas de la identidad cultural de Sincelejo

En este apartado se presentan los resultados obtenidos sobre la percepción que tienen los encuestados sobre los atributos que resaltan e identifican la cultura de la capital sucreña.

Gráfico 1

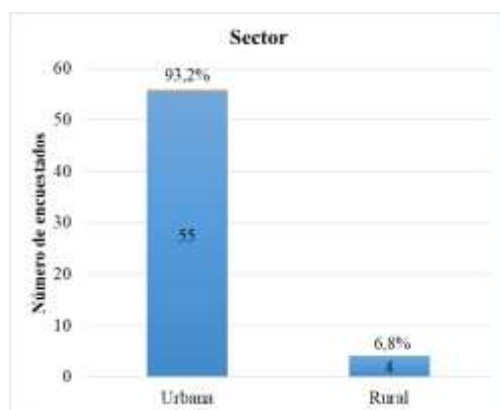
Tipo de participantes



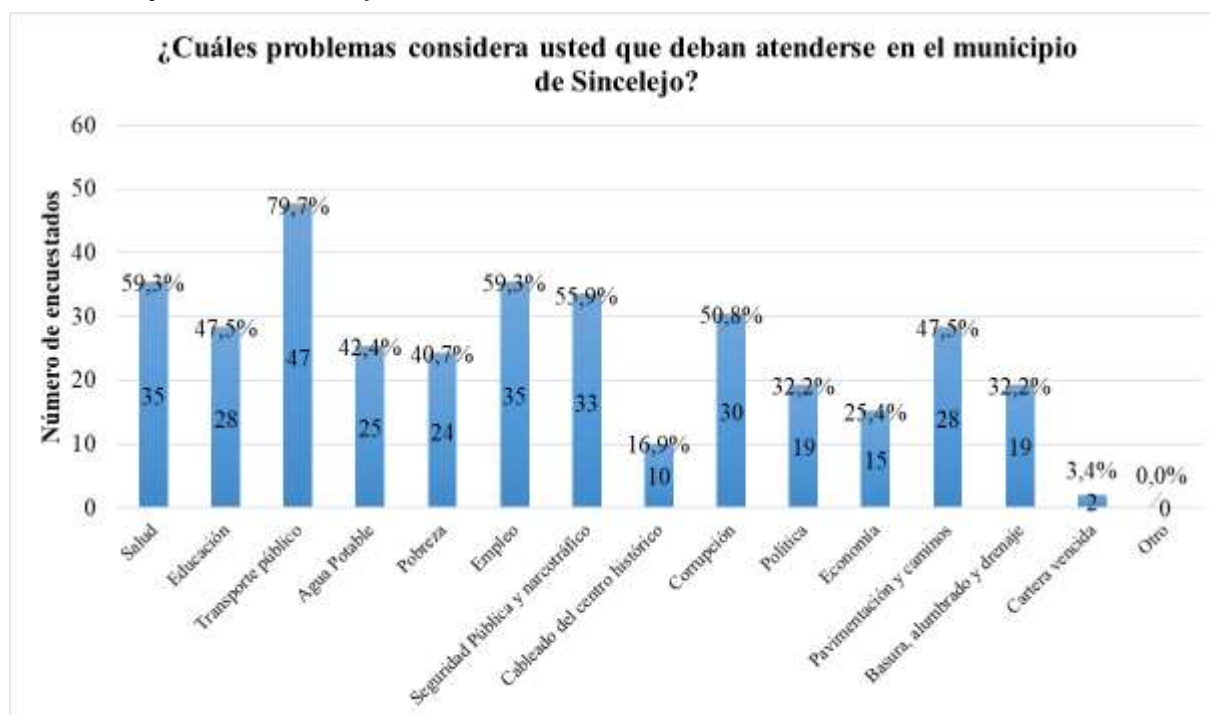
En el gráfico 1, se puede observar el porcentaje de participantes que respondieron la encuesta, arrojando los siguientes resultados:

- De los participantes encuestados, el mayor porcentaje corresponde a los visitantes, con un 35,6%. Un visitante es considerado como aquella persona que viaja a un destino distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, por motivo de ocio, negocios u otro, que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado (Naciones Unidas, 2008).
- Por otro lado, los inversionistas reportaron un porcentaje del 33,9%. Aquí se incluyen a personas que cuentan con capital financiero para invertir en proyectos en el municipio de Sincelejo, con el objetivo de obtener ganancias y así contribuir con la economía de la ciudad.

- Por último, con un porcentaje de 30,5% se encuentran los turistas, siendo la menor proporción en este apartado. Lo que permite deducir que la precariedad de infraestructura y desconocimiento de atractivos y servicios turísticos se ven reflejados en la poca afluencia de turistas al municipio.

Gráfico 2*Sector*

En cuanto al gráfico 2, los datos indican que el 93,2% de la población encuestada está ubicada en áreas urbanas, mientras que el 6,8% restante está ubicado en áreas rurales. Esto significa que la región es predominantemente urbana.

Gráfico 3*Problemas por atender en Sincelejo*

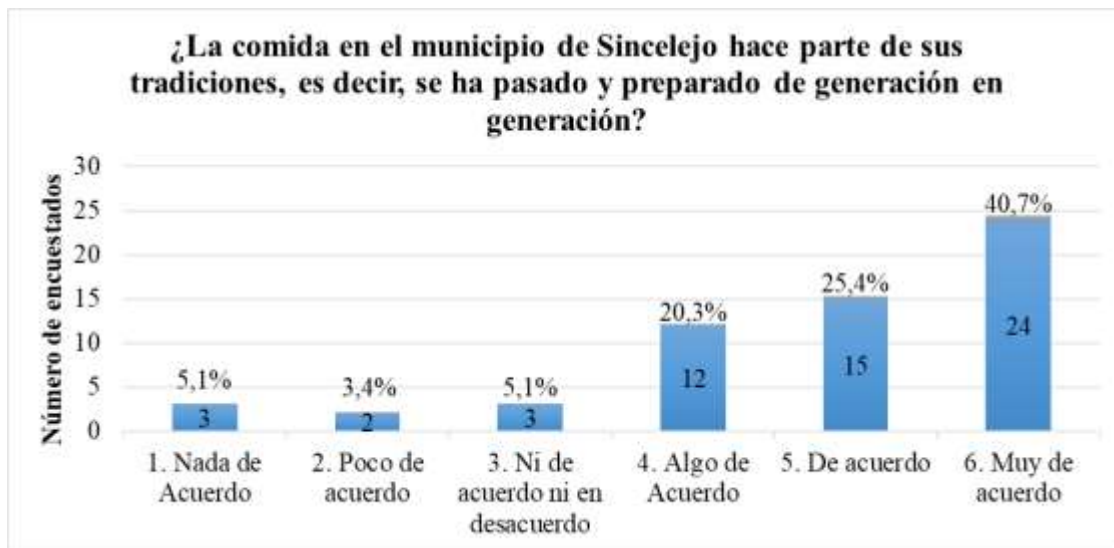
Acorde con la información recolectada y de acuerdo con el gráfico 3, se puede observar que los principales problemas que se deben atender en Sincelejo son:

- Transporte público con un 79,7%. Sincelejo no cuenta con transporte público, desde el año 2020 fueron retiradas los buses que suplieron por un corto periodo de tiempo esta necesidad y hasta la fecha no se ha retomado. El transporte más usado por aquellas personas que no cuentan con un medio de transporte propio es la coloquialmente llamada mototaxi, el cual se ha convertido en un fenómeno social de mayúsculo problema para la administración, repercutiendo en la movilidad y seguridad.
- Tanto la salud y el empleo cuentan con un 59,3%, problemas que requieren de una intervención prioritaria ya que son recursos básicos para la calidad de vida de visitantes, turistas e inversionistas. En términos de salud, se presentan deficiencias administrativas en el sector público, en cuanto a la distribución de recursos, contratación, control de procesos internos y déficit de profesionales lo que explica la decadencia en la oferta de servicios (Manjarrez, 2015). Por otro lado, Según la revista Portafolio (2023), la tasa de informalidad de empleo de Sincelejo es del 65,9%. El desempleo en Sincelejo es sin duda una situación preocupante para la región, muy a pesar de los esfuerzos de la administración local para crear nuevos empleos, la tasa de desempleo sigue siendo alta.
- La seguridad pública corresponde al 55,9%, siendo un problema preocupante para inversionistas, en especial comerciantes del municipio, quienes viven sufriendo con la delincuencia en sus locales al igual que contra el usuario/consumidor.
- La corrupción con el 50,8%, lo cual no sorprende por los múltiples casos que se conocen a diario de conductas irregulares por parte de trabajadores y colectivos públicos.
- Otras variables también recibieron altos porcentajes como es el caso de la educación con 47,5%, pavimentación y caminos con el 47,5%, agua potable con 42,4%, pobreza con el 40,7%, política con 32,2 al igual que basura, alumbrado y drenaje.

- Por último, las variables menos seleccionadas por los encuestados fueron el cableado del centro histórico con un 16% y cartera vencida con un 3,4%. Según el periódico El Universal (2022), la Alcaldía de Sincelejo ha solicitado a las empresas que tienen cableado aéreo que realicen una revisión y remuevan aquellos que se encuentren inactivos. La Secretaría de Planeación Municipal ha pedido a las compañías de telecomunicaciones, fibra óptica y energía eléctrica que verifiquen las redes instaladas en el centro y se encarguen de limpiar el cableado.

Gráfico 4

Percepción de visitantes e inversionistas sobre la comida en Sincelejo

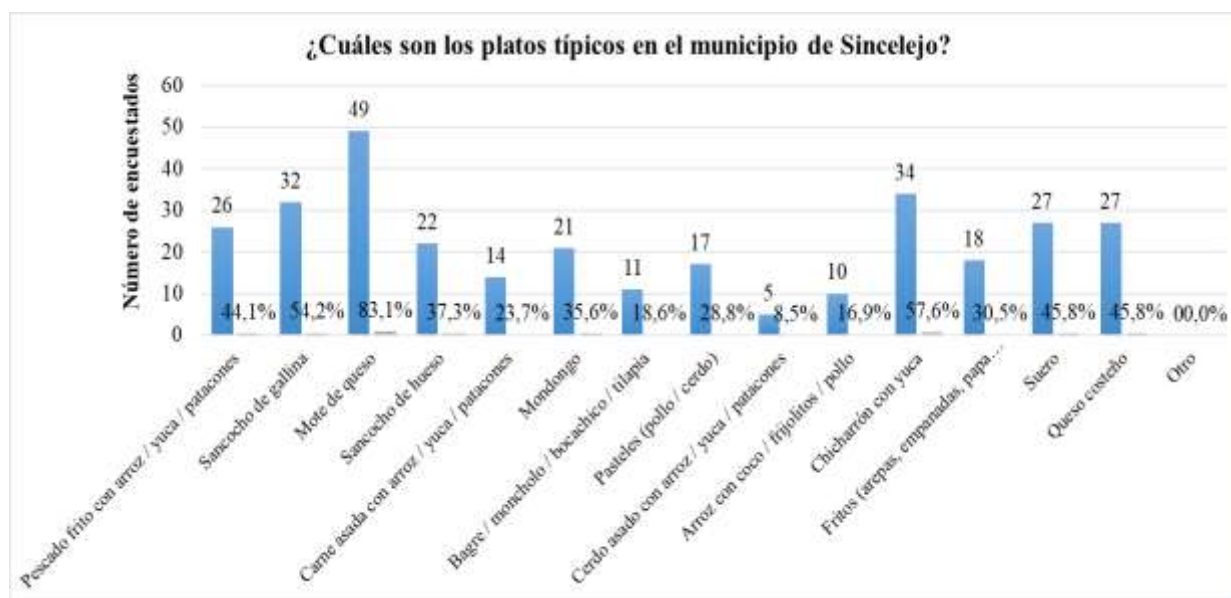


En el gráfico 4, se recogen los datos correspondientes a la percepción que tienen turistas, visitantes e inversionistas sobre la comida tradicional sincelejana, y si esta, es pasada de generación en generación, el 86,4% (sumando la escala correspondiente a las opciones 4, 5 y 6) afirma estar de acuerdo, mientras que el 17% (correspondiente a las opciones 1 y 2 de la escala) responde no estar de acuerdo. Mientras que el 5,1% no responde ni a favor ni en contra. De acuerdo con lo anterior, es importante mantener la tradición de la comida típica de las regiones, las recetas locales son parte de la cultura y el patrimonio de una ciudad, el mantenerlas vivas y frescas ayuda a conectar a las personas con su

identidad colectiva. Además, es una excelente forma de promover la diversidad cultural, la creatividad y la innovación culinaria.

Gráfico 5

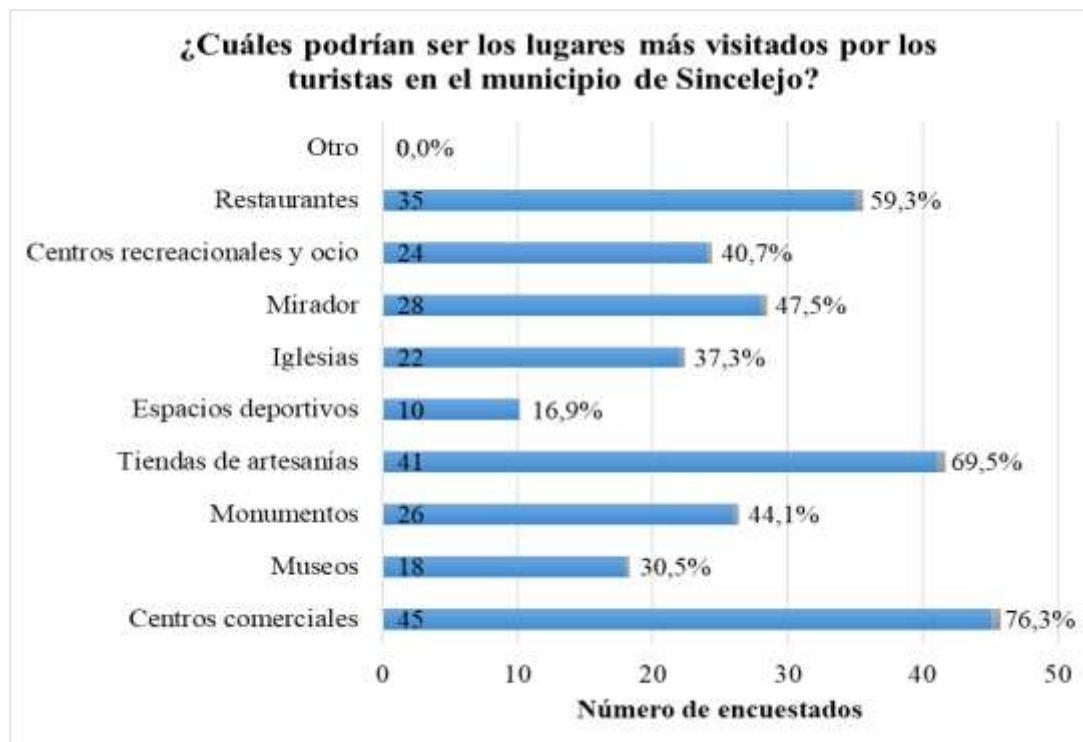
Platos típicos en el municipio de Sincelejo



De la gráfica 5, se desprende que los platos típicos más populares en Sincelejo según los encuestados son el mote de queso con un porcentaje del 83,1%, el chicharrón con yuca con el 57,6%, el sancocho de gallina con el 54,2%, el suero y el queso costeño con el 45,8%. El mote de queso hace parte de la tradición gastronómica y culinaria de Sincelejo, originario de la Subregión Montes de María y de la Sabanas del Bolívar Grande (departamentos de Córdoba y Sucre). Es una comida típica que lleva muchos años siendo preparada y disfrutada por la población local, esto demuestra que es una receta muy arraigada a la cultura de la región.

Gráfico 6

Lugares más visitados en Sincelejo



De acuerdo con la gráfica 6, los datos muestran que la mayoría de los visitantes visitan los centros comerciales (76,3%), seguidos de las tiendas de artesanías (69,5%), esto indica que la mayoría de los visitantes buscan experiencias de compras y entretenimiento al visitar la ciudad. Los restaurantes también son una atracción popular con un 59,3%. El mirador de Sincelejo con vistas a la sierra flor es otro atractivo importante con un 47,5%. Los monumentos y las iglesias también están representados con una buena cantidad de visitantes e inversionistas, con 44,1% y 37,3% respectivamente. Finalmente, los centros recreacionales y los espacios deportivos son los lugares menos visitados, con un 40,7% y un 16,9% respectivamente.

Gráfico 7

Características de Sincelejo que atrae a visitantes, turistas e inversionistas



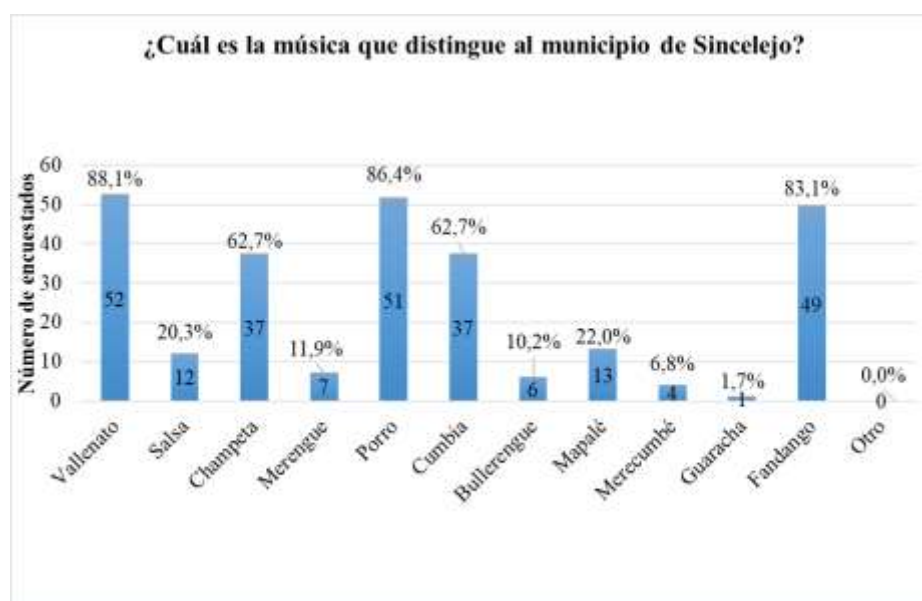
Los datos conglomerados en la gráfica 7, demuestran que los visitantes, turistas e inversionistas perciben como parte de las características culturales de Sincelejo sus festividades y gastronomía representado con un 76,3%, en ambas variables. En tercer lugar, se posicionan los centros comerciales (61%), seguido por sus fiestas patronales (47,5%), festivales y artesanías (44,1%), centros recreacionales y de ocio (32,2%), monumentos y el patrimonio histórico (25,4%), museos (22%) y los eventos deportivos (16,9%). Esto indica que los visitantes, turistas e inversionistas, están principalmente interesados en la gastronomía, las festividades y los centros comerciales de Sincelejo.

Las personas encuestadas optaron por estas opciones pues consideran que estos son los principales atractivos turísticos del municipio de Sincelejo. La gastronomía, las

festividades y las fiestas patronales tienen un alto porcentaje, debido a su variedad y al hecho de que ofrecen experiencias únicas para los visitantes. Los centros comerciales atraen a los turistas por la oferta de productos diferentes que pueden encontrar en ellos. Los monumentos, las artesanías y los festivales también son atractivos por su riqueza cultural. Los eventos deportivos, el patrimonio histórico y los centros recreacionales y de ocio tienen un porcentaje menor porque no son tan populares entre los turistas, visitantes e inversionistas.

Gráfico 8

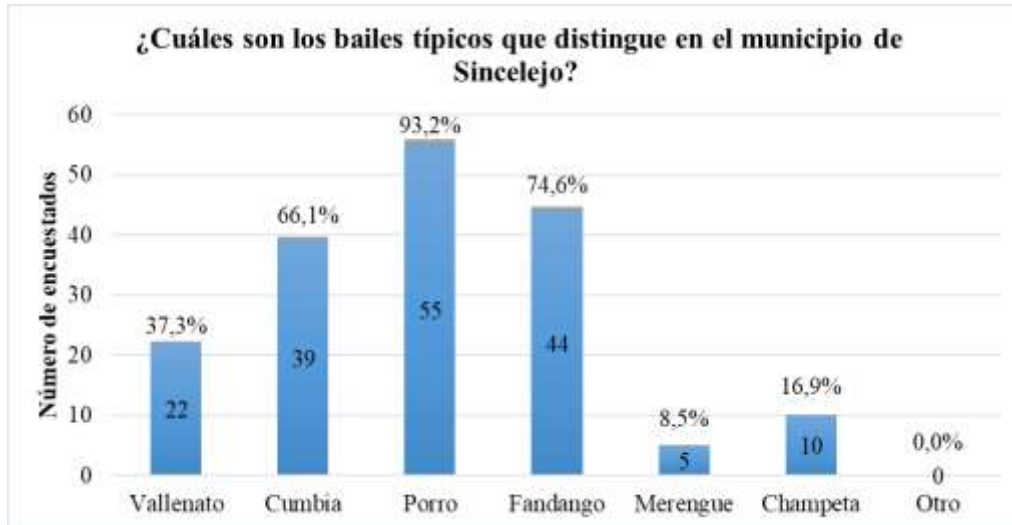
Música que distingue a Sincelejo



Como se puede observar en la gráfica 8, los géneros musicales más destacados para identificar a la ciudad de Sincelejo son el Vallenato (88,1%), el Porro (86,4%), el Fandango (83,1%), la Champeta (62,7%), la Cumbia (62,7%). Sin embargo, el género musical que ha distinguido al municipio de Sincelejo durante años, es el Porro, lo que discrepa con los resultados obtenidos. El porro es un ritmo musical colombiano típico de la región Caribe y es muy popular en Sincelejo, esta música se caracteriza por su alegría y fiesta y forma parte de la cultura local, especialmente en las celebraciones como las Fiestas del 20 de enero de Sincelejo.

Gráfico 9

Bailes típicos de Sincelejo



Interpretando las respuestas mostradas en la gráfica 9, los bailes más populares en Sincelejo son el Porro, con un 93,2% de los encuestados, seguido por la Cumbia con un 66,1% y el Vallenato con un 37,3%. Los bailes menos populares son la Champeta con un 16,9% y el Merengue con un 8,5%.

Gráfico 10

Festejos y fiestas pertenecientes a la cultura Sincelejiana

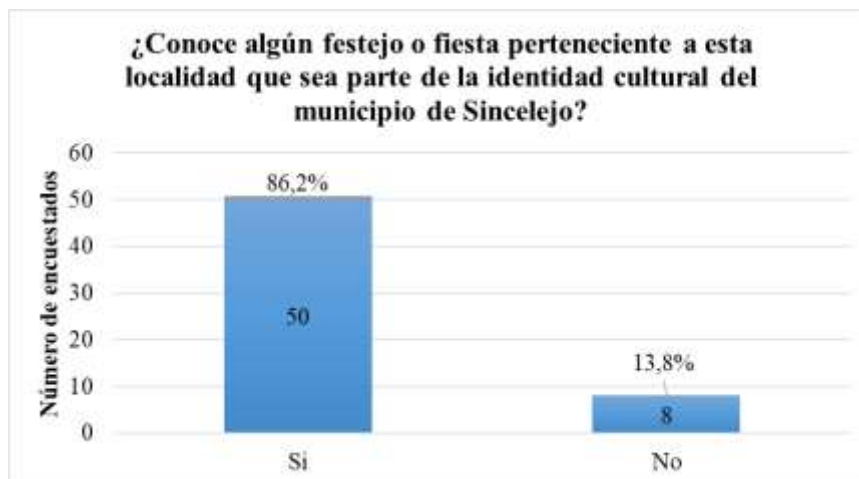


Tabla 3

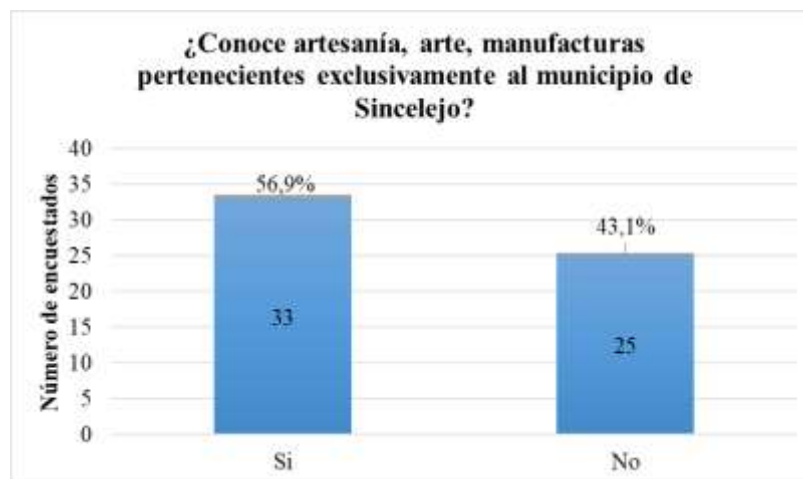
Festejos más representativos de Sincelejo para visitantes e inversionistas

No.	Fiestas o festejos	F. absoluta	F. relativa %
1	Fiestas del 20 de Enero	23	46,00%
2	No recuerda	15	30,00%
3	Corralejas	5	10,00%
4	Festival de bandas	4	8,00%
5	Procesiones en Semana Santa	3	6,00%
Total		50	100%

La gráfica 10 muestra que la mayoría de las personas (86,2%) conocen algún festejo o fiesta local que forma parte de la identidad cultural del municipio de Sincelejo. Esto indica que el patrimonio cultural de la localidad es reconocido y valorado por la mayoría de los visitantes e inversionistas.

Gráfico 11

Artesanías, arte y manufacturas de Sincelejo



En la gráfica 11, según las respuestas obtenidas de los encuestados, un 56,9% conoce artesanías manufacturadas en Sincelejo. Esto indica que la cultura y las tradiciones artesanales de la ciudad son reconocidas por muchas personas. Un 43,1% indica que desconoce esta tradición, lo que se podría considerar como una oportunidad para los artesanos de Sincelejo para impulsar, aprovechar y comercializar sus productos a una audiencia más amplia.

Tabla 4*Artesanías más representativas de Sincelejo para visitantes e inversionistas*

No.	Artesanías	F. absoluta	F. relativa %
1	No recuerda	17	51,52%
2	Sombrero vueltaio	7	21,21%
3	Artículos tallados en totumo como: llaveros, cucharas, platos, elementos de cocina en general.	4	12,12%
4	Artículos hechos en madera: muebles y juguetes	2	6,06%
5	Abarcas	2	6,06%
6	Tejeduría	1	3,03%
Total		33	100%

Analizando la gráfica 12, se puede observar que la mayoría de los visitantes no conoce el santo patrono de Sincelejo, un 50,9% respondió que no y un 49,1% respondió afirmativamente. Se puede inferir que, existe el desconocimiento por no estar familiarizados con la cultura, religión e historia local. Sincelejo antes era un referente de fiestas patronales sobre todo en el periodo de Semana Santa, hoy en día, los eventos no son tan ostentosos, ha bajado la afluencia de personas a este tipo de celebraciones. Se debería retomar y promocionar las fiestas y actividades a los santos patronos como San Francisco de Asís, para promover su conocimiento y aumentar la conciencia sobre la historia y la cultura local.

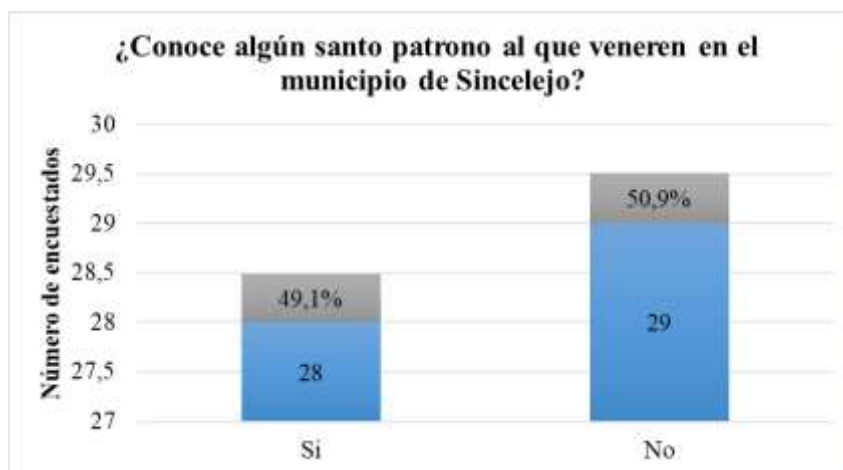
Gráfico 12*Patronos venerados en Sincelejo*

Tabla 5

Patronos más representativos en Sincelejo para visitantes e inversionistas

No.	Santo patrono	F. absoluta	F. relativa %
1	No recuerda	19	67,86%
2	San Francisco de Asís	7	25,00%
3	Dulce nombre de Jesús	1	3,57%
4	Inmaculado corazón de María	1	3,57%
Total		28	100%

De los resultados obtenidos en la gráfica 13, se puede concluir que el 43,1% de los votantes es católico no practicante, el 25,9% es católico practicante, el 10,3% es cristiano perteneciente, el 12,1% es indiferente a cualquier religión, el 6,9% es cristiano no perteneciente y el 1,7% es no creyente. Esto indica que la mayoría de los votantes son católicos, seguidos por los cristianos y los indiferentes a la religión.

Gráfico 13

Inclinación religiosa

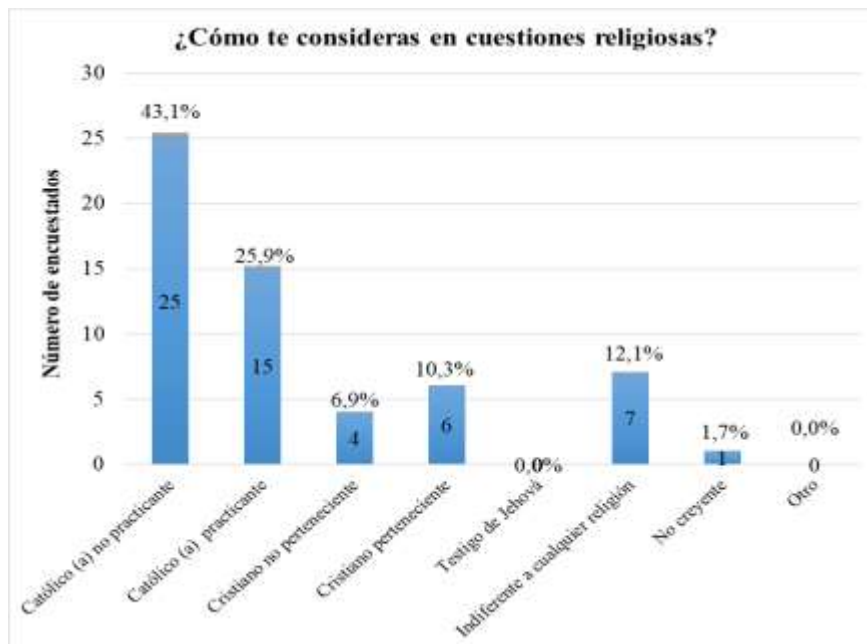
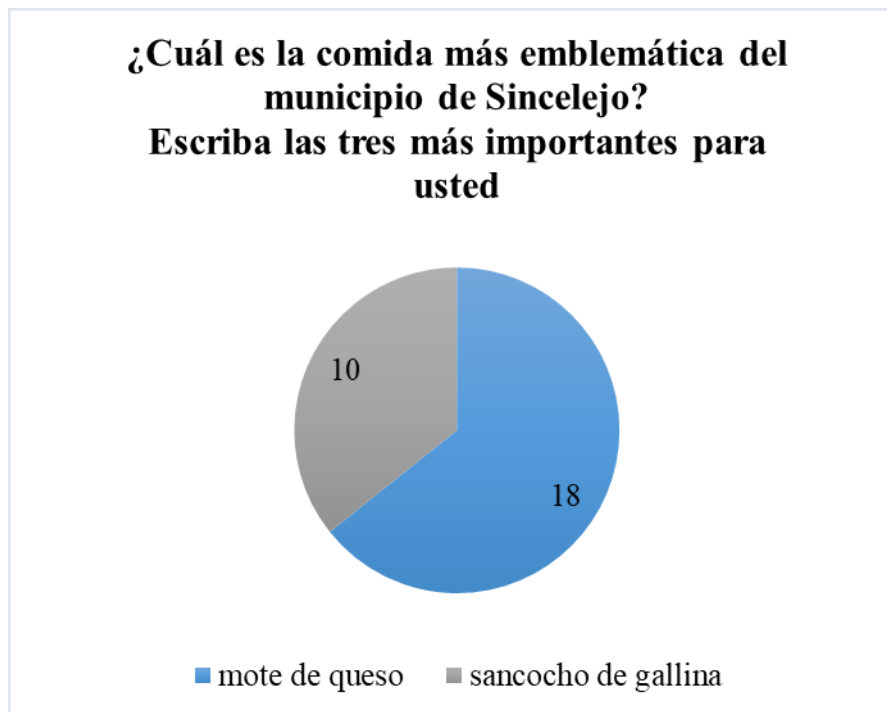


Gráfico 14

Comida emblemática de Sincelejo



Según los datos, las comidas que se consideran emblemáticas de Sincelejo son el mote de queso y el sancocho de gallina. Tanto el mote de queso como el sancocho de gallina son dos recetas tradicionales que se han preparado durante muchas generaciones, y que tienen un sabor único que es una parte importante de la cultura de la ciudad. El que estas comidas sean consideradas como emblemas enorgullece a la región sucreña.

Algunas preguntas arrojaron resultados abiertos, por lo que se procede a realizar un análisis cualitativo de la información obtenida, dicho análisis permitió separar la información en categorías relevantes para la investigación permitiendo descubrir patrones y tendencias que nos permitan extraer conclusiones significativas.

¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre el turismo y su relación con la tradición y la cultura en el municipio de Sincelejo?

Analizando todas las recomendaciones expresadas por los encuestados el turismo es una fuente importante de ingresos para el municipio de Sincelejo, por lo tanto, es necesario invertir en infraestructura, mejorar la seguridad, promover la cultura, reducir la corrupción y ofrecer más atractivos turísticos para atraer a los visitantes. Además, hay que mejorar los servicios de transporte, incentivar el turismo sostenible y el turismo gastronómico, así como promocionar guías turísticos para que la gente conozca más la cultura y el patrimonio de Sincelejo. También se deben mejorar los sitios turísticos para que los visitantes puedan disfrutar de la cultura y el patrimonio de Sincelejo. Se debe promover el turismo sostenible y mostrar los lugares escondidos que la ciudad tiene para ofrecer.

Se debe mejorar la seguridad para que la gente se sienta segura al visitar el municipio y pueda disfrutar de sus atractivos turísticos. Se debe invertir más en infraestructura para mejorar la situación de los transportes públicos y de los servicios públicos. Hay que incentivar la economía desde la administración municipal y promover la cultura para que las nuevas generaciones conozcan sus raíces. Se debe reducir la corrupción para que se promueva el turismo y la gente de afuera conozca lo hermoso que tiene Sincelejo para ofrecer.

¿Cuáles son los regionalismos, palabras típicas, refranes o dichos que distinguen al municipio de Sincelejo?

En Sincelejo, los regionalismos se caracterizan por su uso de palabras y frases como “mija”, “nojoda”, “ajá”, “ira”, “eche” y “oh” (delante de cualquier nombre). Los cuales, permiten la distinción con otras regiones, ya que cada una tiene sus propios localismos. Estas expresiones también se utilizan para enunciar sentimientos como la alegría, el entusiasmo, la frustración y la ira, así como para denotar situaciones específicas, como el desacuerdo o la confusión, convirtiéndose en parte importante de la cultura sincelejana.

Los turistas, visitantes e inversionistas, al escuchar dichos refranes, frases o expresiones suelen quedar intrigados y los consideran un dialecto divertido, algunos intentan imitarlos y conectarse aún más con la tradición del municipio. Los regionalismos son aspectos que se han mantenido durante muchos años de generación en generación conservando la jocosidad y alegría que resalta la región sucreña.

A continuación, se realizó un consolidado de los resultados que arrojó la encuesta:

Tabla 6

Consolidado de regionalismos

No.	Regionalismos	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada	Frecuencia relativa en porcentaje	Frecuencia relativa acumulada en porcentajes
1	"Mija", "¡Mija que!", "¡Oh mija!"	15	15	0,144	0,144	14,42%	14,42%
2	"Nojoda", "No me joda"	12	27	0,115	0,260	11,54%	25,96%
3	"Ajá"	7	34	0,067	0,327	6,73%	32,69%
4	"Ira"	5	39	0,048	0,375	4,81%	37,50%
5	"Eche"	4	43	0,038	0,413	3,85%	41,35%
6	"Nojoñe"	4	47	0,038	0,452	3,85%	45,19%
7	"Wee", "Wepaje" (Guapirreos)	6	53	0,058	0,510	5,77%	50,96%
8	"Y entonces"	3	56	0,029	0,538	2,88%	53,85%
9	"Oh niña"	3	59	0,029	0,567	2,88%	56,73%
10	"Oh" (delante de nombres)	3	62	0,029	0,596	2,88%	59,62%
11	"Puya el burro"	3	65	0,029	0,625	2,88%	62,50%
12	"Uh carajo"	3	68	0,029	0,654	2,88%	65,38%
13	"Nombre"	3	71	0,029	0,683	2,88%	68,27%
14	"Erda"	3	74	0,029	0,712	2,88%	71,15%
15	"Va pue"	2	76	0,019	0,731	1,92%	73,08%
16	"Vale mía"	2	78	0,019	0,750	1,92%	75,00%
17	"Cule"	2	80	0,019	0,769	1,92%	76,92%
18	"Ñerda"	2	82	0,019	0,788	1,92%	78,85%
19	"Anda"	2	84	0,019	0,808	1,92%	80,77%
20	"Veave"	2	86	0,019	0,827	1,92%	82,69%
21	"Carajo"	2	88	0,019	0,846	1,92%	84,62%
22	"Facto"	2	90	0,019	0,865	1,92%	86,54%
23	"Atravesao"	2	92	0,019	0,885	1,92%	88,46%
24	"Compae"	2	94	0,019	0,904	1,92%	90,38%
25	"Vaina"	1	95	0,010	0,913	0,96%	91,35%
26	"Todo bien"	1	96	0,010	0,923	0,96%	92,31%
27	"Mamar gallo"	1	97	0,010	0,933	0,96%	93,27%
28	"Ombe"	1	98	0,010	0,942	0,96%	94,23%
29	"Cogela suave"	1	99	0,010	0,952	0,96%	95,19%
30	"Esa es la que te cae"	1	100	0,010	0,962	0,96%	96,15%
31	"Embuste"	1	101	0,010	0,971	0,96%	97,12%
32	"Mejor dicho"	1	102	0,010	0,981	0,96%	98,08%
33	"Mira tu eso"	1	103	0,010	0,990	0,96%	99,04%
34	"Pa fregarte"	1	104	0,010	1	0,96%	100,00%
Total		104		1		100,00%	

4.2 Análisis de la percepción de los visitantes e inversionistas acerca del desarrollo del turismo en Sincelejo.

La percepción de los visitantes e inversionistas acerca del desarrollo del turismo en Sincelejo es generalmente negativa. Muchos consideran que el desarrollo ha sido lento y no se han tomado las medidas necesarias para mejorar la infraestructura y la oferta turística. Además, se quejan de la seguridad en la ciudad, la falta de opciones de hospedaje e instalaciones turísticas. Muchos visitantes e inversionistas consideran que Sincelejo carece de una cultura turística, lo que significa que no es muy atractiva para ellos culturalmente hablando. Otro punto de preocupación es la falta de promoción de la ciudad y los destinos turísticos locales. Estos factores han hecho que las personas tengan una percepción negativa sobre el desarrollo del turismo en Sincelejo.

Gráfico 15

El turismo como desarrollo socio económico en Sincelejo

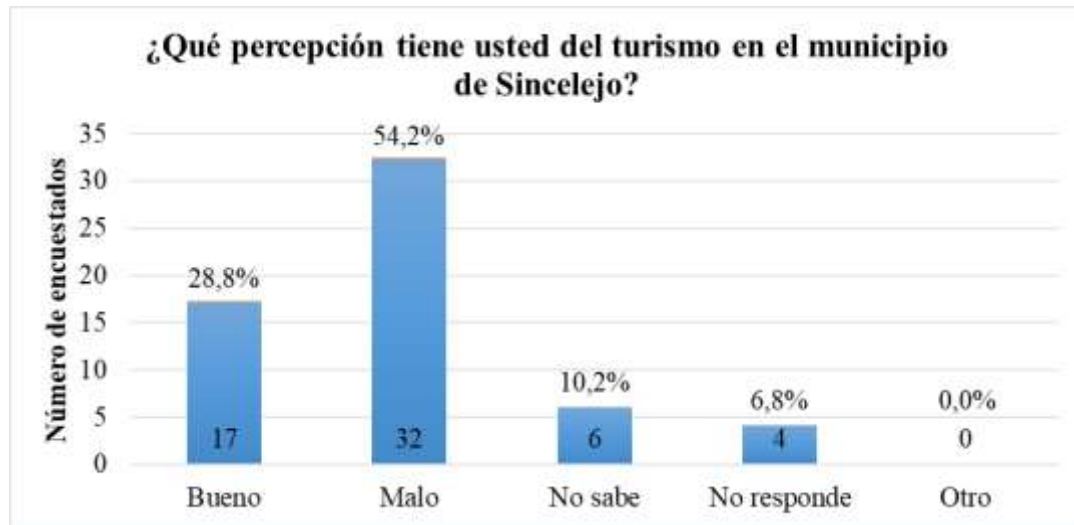


No obstante, los encuestados ven en el turismo una oportunidad de desarrollo, tal como se muestra en la gráfica 15, en la cual se evidencia que el 89,8% de los encuestados responden afirmativamente, aludiendo a que el turismo podría traer desarrollo socioeconómico para el municipio de Sincelejo. El turismo es una forma importante de generar ingresos para una comunidad a través de tasas de ocupación de alojamiento, impuestos sobre la venta de alimentos y bebidas, tasas de entrada a los destinos turísticos, entre otros. Además, el turismo puede generar empleo directo e indirecto para la comunidad

local, desarrollar infraestructura turística y mejorar la calidad de vida de la población local. Por lo tanto, el turismo puede ser una herramienta valiosa para el desarrollo socioeconómico de Sincelejo.

Gráfico 16

Percepción de visitantes, turistas e inversionistas sobre Sincelejo



Acorde a la información recolectada en la gráfica 16, se muestra que el 54,2% de los encuestados considera que la imagen turística del municipio de Sincelejo no es positiva, solo un 28,8% considera que es buena. Para mejorar esta percepción del municipio se deben establecer programas de educación turística para ayudar a los visitantes a comprender mejor la cultura local, así como los lugares de interés y las actividades que se pueden realizar para impulsar el turismo rural, fomentando el desarrollo de la economía, al promover la conservación de los recursos naturales y mejorar la calidad de vida de la población rural.

Una de las principales teorías relevantes para el desarrollo turístico es la Teoría de la Cadena de Valor de Porter (1985) Esta teoría sostiene que el desarrollo turístico de un destino depende de la interacción entre los proveedores de los diferentes productos y servicios turísticos. La cadena de valor se divide en cuatro categorías principales: proveedores, transportistas, intermediarios y destinos. Según esta teoría, la colaboración entre los proveedores y los destinos es clave para lograr el éxito del desarrollo turístico. Si

bien Sincelejo no cuenta con una cadena de valor completa, es importante que los proveedores y los destinos trabajen juntos para mejorar el desarrollo turístico.

El desarrollo turístico es interpretado como el proceso mediante el cual se necesitan acciones y estrategias destinadas a mejorar y ampliar la oferta turística de una determinada región o destino, con el objetivo de aumentar su demanda y potencial turístico, así como de impulsar su crecimiento económico y social (López, Hernández y Sánchez, 2018). En contraparte a ello, sobre si el turismo trajera desarrollo socioeconómico a Sincelejo es una pregunta importante para considerar en la planificación del desarrollo local. Aunque se evidencia que un 89,8% encuestados consideran que el turismo podría traer desarrollo socioeconómico, no obstante, el turismo podría tener posibles impactos positivos o negativos, como el aumento del empleo, crecimiento económico o sobrecarga en los servicios públicos, el impacto ambiental, la gentrificación y la dependencia económica del sector turístico.

González y García(2019), sostienen que el desarrollo turístico “abarca la creación y el mejoramiento de la infraestructura turística, como la promoción y la planificación del destino, la preservación o restauración del patrimonio cultural, y por supuesto, el fortalecimiento de la oferta turística y la mejora de la calidad de los servicios y los productos turísticos. Es alentador ver que los encuestados reconocen la importancia del turismo como fuente de ingresos para el municipio de Sincelejo y proponen diversas recomendaciones para mejorar la experiencia turística. Sin embargo, muchas de estas sugerencias son bastante amplias y no especifican cómo se podrían implementar en la práctica. Por ejemplo, se menciona la necesidad de promover la cultura y reducir la corrupción, pero no se detalla cómo se podría lograr esto.

Por otro lado, el desarrollo turístico no necesariamente conduce al desarrollo socioeconómico. El turismo puede proporcionar ingresos, pero si no se planifica de forma equitativa, puede llevar a una dependencia hacia el sector turístico y una pérdida de la identidad cultural. Por tal motivo el turismo debe tener un enfoque en el desarrollo local que

incluya aspectos sociales, económicos, culturales y ambientales, y que involucre a la comunidad local en el proceso de planificación y toma de decisiones.

De hecho, la percepción del turismo es negativa en el municipio de Sincelejo, según un 54,2% que así lo afirma, es preocupante. Es cierto que el turismo de una ciudad es fundamental para atraer visitantes y generar desarrollo socioeconómico, pero no se puede ignorar que la percepción de los turistas y visitantes puede ser influenciada por factores externos, como la seguridad pública y la infraestructura turística.

Es cierto que el turismo puede tener un impacto idóneo en el desarrollo económico de los destinos. Sin embargo, se debe tener en cuenta que estos efectos del turismo entre los sectores pueden presentarse de forma desigual e inequitativa, y no siempre benefician a todos los sectores de la sociedad por igual. Además, aunque el intercambio cultural puede ser positivo, también puede haber consecuencias negativas en términos de la preservación de la cultura local y la explotación de los recursos naturales que hacen parte del patrimonio.

4.3. Relación de la identidad cultural en el desarrollo del turismo de Sincelejo.

Es importante reconocer cómo la identidad cultural puede ser considerada como un factor de atracción para el desarrollo turístico, debido al interés de muchas personas a conocer culturas diferentes (Vallejo, 2003). Lo cual se refuerza al revisar lo expuesto por Cotorruelo (2001), quién manifiesta que “para competir con éxito y poder impulsar un proceso de desarrollo genuino, resulta necesario que el territorio logre diferenciarse positivamente y llegue a poseer un cierto estilo propio”, al igual que Molano (2015) cuando manifiesta que la identidad cultural es uno de los factores que desencadenan el desarrollo territorial. Así mismo, este desarrollo se puede dar al impulsar iniciativas de turismo cultural, lo cual es una tendencia actual y que provoca el interés de muchos públicos, un ejemplo de ello es la forma como se ha desarrollado el turismo en México a partir de los atributos de su identidad territorial y cultural (Guerrero, 2015).

La identidad cultural de un lugar, que se refiere a las características y elementos que lo hacen único y distintivo en términos de su historia, tradiciones, costumbres, lenguaje, arte

y patrimonio, juega un papel fundamental en la relación con el desarrollo del turismo. Por lo tanto, la identidad cultural de un lugar puede influenciar en el turismo, si se tienen en cuenta los siguientes criterios:

1. La identidad cultural de un lugar puede ser una atracción turística en sí misma, ya que los viajeros buscan experimentar y sumergirse en la cultura local de un destino, lo que incluye su música, danzas, gastronomía, festividades, arquitectura y artesanías. La riqueza y autenticidad de la identidad cultural de un lugar puede ser un factor determinante para atraer turistas interesados en explorar y aprender sobre la historia y las tradiciones del lugar. Esto se vio reflejado en los resultados puesto que los visitantes y turistas reconocieron algunos de los atributos de la identidad cultural de Sincelejo como su gastronomía, según lo que alcanzaron a consumir, la música que más se escuchaba, sobre todo porque en las fiestas del 20 de enero es cuando más se escuchan el porro y se baila fandango. Además, las festividades representativas son un factor de atracción para estos, entre ellos, además de las corralejas, el encuentro nacional de bandas, entre otros que mencionaron.
2. La identidad cultural de un lugar puede proporcionar a los turistas una experiencia auténtica y significativa. Los visitantes buscan cada vez más experiencias auténticas y genuinas, en las que puedan conectarse con la cultura local y sus habitantes. La preservación y promoción de la identidad cultural de un lugar permite a los turistas experimentar la autenticidad de la vida cotidiana, las prácticas culturales y las interacciones sociales del lugar, lo que puede enriquecer su experiencia turística.
3. La identidad cultural de un lugar puede ser un factor clave para diferenciarse y ser competitivo en el mercado turístico. En un mundo globalizado y homogeneizado, los destinos turísticos que destacan por su identidad cultural única y genuina pueden tener una ventaja competitiva al atraer a viajeros que buscan experiencias distintivas y memorables. La promoción y valorización de la identidad cultural puede ayudar a un destino a destacarse en la oferta turística y a captar la atención de un segmento de mercado interesado en la autenticidad cultural.

4. La identidad cultural de un lugar puede tener un impacto positivo en el desarrollo económico local a través del turismo. La promoción del patrimonio cultural y las actividades turísticas relacionadas con la identidad cultural pueden generar empleo, estimular la economía local y contribuir a la revitalización de comunidades y regiones. El turismo cultural, basado en la identidad cultural de un lugar, puede ser una fuente importante de ingresos para las comunidades locales y una forma de mejorar la calidad de vida de sus habitantes.
5. La identidad cultural de un lugar puede ser un incentivo para la preservación y conservación del patrimonio cultural y natural. La valorización de la identidad cultural a través del turismo puede crear conciencia sobre la importancia de proteger y preservar los recursos culturales y naturales de un lugar para las generaciones futuras. Además, los ingresos generados por el turismo cultural pueden ser utilizados para financiar proyectos de conservación y restauración del patrimonio, lo que contribuye a su sostenibilidad a largo plazo.

5. Discusión

Uno de los atributos de la identidad cultural que este estudio refleja es la gastronomía, en el cual, las personas encuestadas la reconocen como tal; donde un 80% distinguen que los platos típicos han pasado y preparado de generación en generación, mientras que un 4% asegura que esta tradición se ha ido perdiendo. Según lo que plantean Mendoza y Pérez (2020), entre los platos típicos de Sincelejo, se destacan el arroz con coco, el sancocho de pescado, el mondongo, el mote de queso y los fritos. Estos platos se caracterizan por su sabor y variedad de ingredientes, y reflejan la diversidad cultural de la ciudad, y por lo tanto, los encuestados identifican al mote de queso, el chicharrón con yuca, el suero y el queso costeño como comida típica, lo que quiere decir que están en sintonía en relación con la gastronomía y los platos típicos de Sincelejo.

Por otra parte, el transporte público es una necesidad básica para la mayoría de los habitantes de una ciudad, especialmente para aquellos que no tienen acceso a un transporte propio. Con relación al resultado, un 79,7% de los encuestados afirma que el principal problema que debe atenderse en Sincelejo es el transporte público, la ciudad no cuenta con transporte público desde el año 2020 lo que se convierte en una situación alarmante que requiere una atención por parte de las administraciones municipales. La falta de transporte público no solo afecta la movilidad de los ciudadanos, sino que también tiene consecuencias negativas en la economía local, ya que dificulta el acceso al trabajo y limita las oportunidades de negocio, además de otros problemas como de movilidad que afectan el transporte de forma indirecta.

Por su parte, los bienes culturales estratégicos con relación a la consolidación de un atractivo, y representan recursos que simbolizan valores intangibles como la identidad, la pertenencia y la reseña histórica de los mismos (Pasquinelli, 2017). Las características del municipio de Sincelejo que atrae a los turistas sugieren que se sienten atraídos por los centros comerciales con un 76,3%, y que estos aspectos son los más importantes para ellos en su decisión de visitar el municipio. Sin embargo, no se mencionan otros factores decisivos en la toma de decisiones para visitar la ciudad, como la infraestructura turística,

la calidad de los servicios, la seguridad y la limpieza, que también pueden influir en la percepción para visitar a Sincelejo.

De igual manera, los centros comerciales y la gastronomía son atractivos turísticos relevantes en Sincelejo, pero no podemos negar la importancia del patrimonio histórico y cultural, así como de otros atractivos turísticos, para atraer a un público más amplio para mejorar la experiencia turística de quienes se interesan por conocer la cultura sincelejana.

En cuanto a la promoción del turismo en la región, si bien es cierto que las fiestas del 20 de enero atraen a miles de turistas cada año, por ello, se resalta que la promoción de la cultura y las tradiciones locales no debería depender únicamente de un evento que se realiza cada año, sería mucho más beneficioso para la región y sus habitantes promover de manera constante y sostenible la cultura y las tradiciones locales, no solo en eventos específicos, sino a lo largo de todo el año.

Del mismo modo, con respecto a la música de Sincelejo, el 88,1% considera que el vallenato es el género que distingue a Sincelejo, sin embargo, para todos es notorio que este género es originario de la región Caribe colombiana, específicamente de los departamentos de La Guajira, y Cesar. Además, es un género que tiene una unión de diferentes ritmos y estilos musicales, entre ellos la cumbia, el merengue y la puya (Escalona. R, 2002).

Los encuestados aseguran que el porro con un 93,2% es el baile más popular en el municipio de Sincelejo, seguido de cumbia con un 66,1% y el vallenato con un 37,35 respectivamente. Estos bailes son elementos fundamentales de la cultura y tradiciones de la región Caribe colombiana y son muy valorados tanto por la población local como por los turistas que visitan la zona. De hecho, es muy común que, al visitar establecimientos de licor, o restaurantes y se escuchen diferentes canciones de estos géneros musicales.

En cuanto a las artesanías que conforman la cultura Zenú en Sincelejo, se destacan las mochilas, bolsos y otros objetos tejidos con hilos de algodón de diferentes colores. Estas artesanías suelen presentar diseños geométricos y figuras estilizadas, que representan elementos de la naturaleza y la vida cotidiana (Corporación Mixta de Turismo de Sucre,

2021). En consecuencia, un 43,1% de la población no conoce estas artesanías, lo que sugiere que aún hay trabajo por hacer para dar a conocer y promover la cultura y tradiciones artesanales de Sincelejo.

Finalmente, el turismo es una tendencia que crece en todo el mundo y que debería ser una prioridad en el desarrollo en Sincelejo. Esto implica no solo la promoción de lugares turísticos, sino también la preservación del patrimonio cultural y los atributos estudiados en este trabajo como parte de la identidad de la ciudad. Además, se debe mejorar la calidad de los servicios turísticos, como el transporte y la seguridad, a fines de garantizar una experiencia positiva y que de una u otra forma posicione a Sincelejo como un destino turístico seguro y sostenible.

6. Conclusiones

Los inversionistas y visitantes lograron identificar los atributos que perciben de la identidad cultural de Sincelejo y son los siguientes:

Identidad cultural: La percepción de identidad cultural comparte características culturales comunes como costumbres, valores y creencias (Ballart, 2001), por tal razón, se destaca que la identidad cultural no es un concepto que se mantiene estático; al contrario, se recrea y se retroalimenta constantemente en función a las tendencias, gustos y preferencias de las personas. Es decir, Sincelejo atrae a visitantes interesados por conocer tradiciones y costumbres. Esto indica que los viajeros decidieron visitar a Sincelejo para interactuar con las actividades culturales y tradiciones de la ciudad. Algunos percibieron que la ciudad tiene un gran potencial por sus atractivos turísticos, mientras que otros consideraron que aún existen retos por superar, esto cuanto a la oferta y promoción turística de la ciudad.

Atractivos turísticos: Estos atractivos turísticos son elementos tangibles e intangibles del patrimonio que generan interés en los visitantes. En este sentido, los visitantes percibieron sobre los atractivos turísticos más sobresalientes de Sincelejo, como las corralejas, fiestas del 20 de enero, festival del frito, festival nacional de bandas Sincelejo. Lo que quiere decir que estas celebraciones son reconocidas y se han identificado como atractivos turísticos (Navarro, 2003).

Según la mayoría de los encuestados, la imagen turística del municipio no es positiva. Esta condición ha generado una oferta hotelera limitada enfocada en satisfacer necesidades básicas de alojamiento para los visitantes y turistas. Estos percibieron sobre la disponibilidad de alojamiento, transporte público y servicios turísticos en la ciudad. Como menciona Acerenza (2003), la calidad de estos servicios es un factor acorde con la competitividad, que requiere esfuerzos en los sectores público y privado para garantizar un buen nivel de satisfacción en la prestación de estos servicios.

En este mismo orden de ideas, existen diversas problemáticas que afectan el desarrollo económico y social en Sincelejo. La falta de transporte público, servicios de salud, y un alto nivel de desempleo en la ciudad, son los principales problemas que deben abordarse en Sincelejo. Además, la seguridad es un factor clave para atraer a turistas e inversionistas a la ciudad, por lo tanto, es necesario tener un ambiente seguro y tranquilo en la región debido a las diferentes modalidades de robo en el departamento. En otras palabras, estos factores afectan negativamente el bienestar de los habitantes en la zona. Esto indica que la administración del municipio de Sincelejo presenta falencias para generar empleos, mejorar las vías de acceso y crear una ruta de transporte público y establecer mejoras en los servicios públicos. En consecuencia, si no se abordan estos problemas, puede resultar difícil atraer visitantes de forma masiva y mayores inversionistas. Además, los visitantes e inversionistas pueden considerar a Sincelejo como una ciudad con un potencial turístico limitado si no se solucionan estos problemas.

En un estudio realizado por Camilleri, (2019) argumenta que el desarrollo turístico puede tener un impacto en la calidad de vida de los habitantes. Esto se debe a que puede contribuir al crecimiento económico, la creación de empleo, la mejora de la infraestructura y la promoción de la cultura y el patrimonio local (p. 1), en este sentido, es alentador que los visitantes e inversionistas reconozcan la importancia del turismo como fuente de ingresos para el municipio de Sincelejo, De hecho, un estudio de Sharpley y Telfer (2015), sostiene que el desarrollo turístico puede tener efectos no deseados, como el aumento de la presión incluyendo la explotación sobre los recursos naturales, el abuso a los trabajadores locales y la pérdida de la identidad cultural (p. 169). Y, por tanto, desarrollo turístico implica la creación y gestión de destinos turísticos atractivos y sostenibles que puedan generar beneficios económicos y sociales tanto para los residentes como los visitantes.

Según Cuervo González (1999), el turismo facilita que los residentes de un destino obtengan ingresos a través de la venta de alimentos tradicionales porque estos platos reflejan su identidad y autenticidad cultural. Bajo esta noción, la comida típica de Sincelejo se consideró un atractivo turístico para muchos visitantes, estos se interesaron en conocer y degustar los platos tradicionales de Sincelejo, lo que pudo generarles una experiencia única.

Por lo tanto, la oferta gastronómica es un factor importante para incrementar las inversiones e impulsar los emprendimientos de los residentes en Sincelejo. Si se promociona y se destaca la comida típica de la región, se podría atraer a visitantes interesados en conocer y degustar platos típicos. Los platos típicos de Sincelejo son ejemplos de la identidad cultural de la región. Entre los platos típicos de Sincelejo se encuentran el mote de queso, chicharrón con yuca, el suero y el queso costeño. Estos platos se destacan por su delicioso sabor y variedad de ingredientes, reflejando la rica diversidad cultural de la ciudad (Mendoza y Pérez, 2020). Se infiere pues que el turismo cultural no se trata solo de experimentar algo nuevo, sino que también involucra sentimientos y emociones.

La música típica de una comunidad puede ser un gran atractivo turístico para los visitantes, y en el caso de Sincelejo, los resultados del estudio muestran que el vallenato es el género musical que distingue al municipio. Según Escalona (1984), el vallenato es un género musical que se originó en la región de la costa Caribe, específicamente en el departamento de La Guajira. A pesar de ello, en la región sabana, y en especial en Sincelejo, son destinos turísticos reconocidos por su música, como lo es el porro, y su relación directa con la fiesta brava o taurina celebrada en las fiestas del 20 de enero. Sin embargo, existe una distorsión en relación con la identidad cultural de la región.

El baile que distingue a Sincelejo es el porro, una manifestación cultural muy arraigada en la región. El porro ha sido reconocido como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación en Colombia, según la Alcaldía de San Pelayo. El porro se caracteriza por su alegría y festividad y es parte fundamental de la identidad cultural, especialmente en celebraciones como las Fiestas del 20 de enero de Sincelejo, las corralejas y el festival nacional de bandas, y aunque el vallenato es un género importante en la región, el porro y su relación con las festividades locales es lo que mejor representa la identidad cultural de Sincelejo.

En resumen, los visitantes e inversionistas reconocieron el gran potencial turístico de la ciudad, pero también identificaron algunos desafíos que deben ser mejorados, como la falta de transporte público, servicios de salud, y el alto nivel de desempleo. Además,

sugieren una mayor diversificación en la oferta turística, y durante el año se realicen con mayor frecuencia las festividades culturales, rutas gastronómicas y ferias de artesanías. A pesar de estas dificultades, el desarrollo turístico hace relación al proceso de crecimiento y evolución de la industria turística, lo que implica la planificación, gestión y promoción de recursos turísticos para atraer a visitantes y generar ingresos económicos para los habitantes de Sincelejo. Por lo tanto, es fundamental que el turismo en Sincelejo se enfoque en el desarrollo local, teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, culturales y medioambientales, involucrando a la comunidad local en el proceso de planificación y toma de decisiones.

7. Recomendaciones

Las recomendaciones que como administradores de empresas damos a la administración municipal y a los prestadores de servicios turísticos incluyen las siguiente:

1. Promocionar los elementos culturales distintivos de Sincelejo, como su historia, tradiciones, costumbres, gastronomía, festividades, artesanías y patrimonio arquitectónico a través de diferentes canales de comunicación, como sitio web, redes sociales, folletos, eventos y actividades culturales, para atraer a turistas interesados en experimentar la autenticidad cultural de tu destino.
2. Desarrollar una marca territorial sólida que refleje su identidad cultural que permita transmitir sus valores, la esencia y la singularidad de Sincelejo como destino cultural, y ser coherente en todos los elementos de comunicación, como el logotipo, el eslogan, los colores y las imágenes. Una marca territorial bien desarrollada puede ayudar a posicionar a tu municipio como un destino cultural atractivo y memorable en la mente de los turistas.
3. Diseñar experiencias turísticas auténticas que permitan a los visitante sumergirse en la cultura local. Esto puede incluir recorridos culturales guiados, talleres artesanales, festivales y celebraciones, demostraciones culinarias, entre otros, de tal manera que estas experiencias sean genuinas, respetuosas de la cultura de Sincelejo y brinden oportunidades para la interacción y el aprendizaje cultural.
4. Establecer alianzas y colaboraciones entre los actores turísticos de Sincelejo y sus alrededores, como hoteles, restaurantes, agencias de viajes y guías turísticos, para que en conjunto desarrollen paquetes turísticos que integren la identidad cultural de Sincelejo en la oferta turística, y promuevan de manera conjunta el turismo cultural en la región.
5. Utilizar los canales de promoción adecuados para llegar al público objetivo interesado en el turismo cultural. Esto puede incluir la promoción en medios locales, la participación en ferias y eventos turísticos especializados, la presencia en redes sociales y la colaboración con blogs o influencers especializados en turismo cultural, teniendo

en cuenta adaptar la estrategia de promoción al público objetivo y utilizar mensajes que destaquen la identidad cultural de Sincelejo.

6. Promover y destacar el patrimonio histórico de la ciudad de Sincelejo, ya que este cuenta con una gran cantidad de espacios históricos que ofrecen una gran variedad de información cultural. Estos incluyen el Museo de Arte Contemporáneo, el Museo Histórico Regional y otros inmuebles históricos. La ciudad debe promover y destacar estos sitios para atraer a los turistas a conocer la historia de Sincelejo.
7. Fomentar la participación de los habitantes de la ciudad en actividades culturales, tales como bailes, música, teatro y otros. Mediante la creación de un foro para que los habitantes de Sincelejo compartan sus experiencias culturales. Esto ayudará a los turistas a entender mejor la cultura y el patrimonio de Sincelejo. Se pueden organizar foros en los que los habitantes compartan sus experiencias de manera interactiva.
8. Promover el turismo cultural, ya que Sincelejo cuenta con numerosos lugares interesantes de interés cultural. Estos incluyen iglesias, monumentos, museos, teatros y otros espacios. Los visitantes deben ser alentados a visitar estos lugares para conocer mejor la cultura de la ciudad.

Referencias

- Abu-Warda, N. (2008). *Las migraciones internacionales*. Revista de Ciencias de las Religiones.
- Acerenza, M. Á. (2003). Gestión de marketing de destinos turísticos en el ambiente competitivo actual. 43-56.
- Acis. (2017). *¿Qué motiva a los extranjeros visitar los destinos colombianos?*
- Acosta Uribe, B., Barrientos Gutiérrez, N. E., & Pulido Criollo, F. (2018). Modelo integrado de planeación turística: aspectos clave para el desarrollo turístico y regional en la Chinantla Baja. 1-2.
- Aguirre, Á., & Morales, J. (1999). *Identidad cultural y social*. Barcelona, España: Ediciones Bardenas S.L.
- Alcaldía de San Pelayo. (s.f). *El porro: Patrimonio cultural e inmaterial de la nación*.
- Alcaldía de Sincelejo. (2020). *Plan de Desarrollo Municipal 2020 - 2023*. Sincelejo.
- Alcaldía de Sincelejo. (2021). *Nuestra Ciudad*.
- Angulo, E. (2011). *Política fiscal y estrategia como factor de desarrollo de la mediana empresa comercial Sinaloense. Un estudio de caso*. Sinaloa: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Arrieta, Y., & Díaz, K. (2010). *Fiestas de Corralejas en Sincelejo: Cultura, economía y política, 1966 - 1980*. Universidad de Cartagena, Cartagena.
- Ballart Joseph, r. J. (2001). *Gestión del Patrimonio Cultural*. Ariel.
- Barreras Rojas, M. Á., Reyes Maya, O. I., Barradas Miranda, F., & Castellanos Martínez, E. O. (2021). Turismo y ¿desarrollo? Franjas de pobreza en Bacalar, Quintana Roo. 56-85.
- Benseny, G. (s.f de Marzo de 2021). Centros turísticos tradicionales o espontáneos y centros turísticos integralmente planificados. *Espacios Turísticos Americanos*(3), 2- 4.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3era edición ed.). Colombia: Pearson.
- Blanco, J., Cárdenas, J. A., & Paternina, L. E. (s.f de s.f de 2019). La influencia de las celebraciones religiosas en el turismo de Sincelejo. *Revista Científica de Administración*, 7(1), 27-36.

- Brouder, P. (2010). Sustainable tourism: alternative framework.
- Camilleri, M. A. (2019). The tourism industry: An overview. *Routledge*.
- Campos Vera, N. N. (1990-2002). *El impacto del turismo cultural en la economía del departamento de la paz*. La Paz, Bolivia: Doctoral dissertation.
- Cepeda Ortega, J. (2018). *Una aproximación al concepto de identidad cultura a partir de experiencias: El patrimonio y la educación*. Tabanque.
- Cepeda, D., & Trujillo, C. (2019). *Carolina El patrimonio cultural como recurso turístico en Colombia*.
- Ceupe magazine, C. E. (2019). El impacto turístico en la dimensión económica, ambiental y social.
- Citur. (2021). *Viceministerio de turismo Dirección de Análisis Sectorial y Promoción*.
- Cluzeau, C. (2000). Le tourisme culturel.
- Cohen, E. (1974). Who is a tourist?: A conceptual clarification. *The Sociological Review*, 527-555.
- Cornell, S., & Hartmann, D. (2007). *Ethnicity and race: Making identities in a changing world*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Corporación Mixta de Turismo de Sucre. (2021). *Cultura y tradición zenú*.
- Cotorruelo, M. R. (2001). Aspectos estratégicos del desarrollo local. Transformaciones Globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local. *Cuadernos de Turismo*, (8), 13-29.
- Cuervo González, L. M. (1999). *El rompecabezas de la intervención económica territorial. Territorios*.
- Cuzzia, T., & Rizo, I. (2011). Tourism seasonality in cultural destinations.
- De la Torre Padilla, O. (1980). El Turismo fenómeno social. Fondo de Cultura Económica. *Fondo de Cultura Económica*.
- Departamento Nacional de Planeación. (2017). *Implementación de canales alternativos de comunicación para la promoción y divulgación de la oferta turística del municipio de Sincelejo*. Sincelejo: Alcaldía de Sincelejo.
- El Universal. (12 de Junio de 2022). *En Sincelejo: harán limpieza de cableado aéreo del centro*.

- Escalona Martínez, R. (1984). *Vallenato: historia, leyenda y realidad*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Escobar Nieves, A., Beltrán Vargas, M., & Bonza Quesada, E. (2017). *El potencial de los activos culturales asociados con la actividad turística como factor de desarrollo local en el barrio Getsemaní, Cartagena de Indias*.
- García Bertel, D. (2013). *Potencial turístico en la ciudad de Sincelejo-Sucre*. Repositorio utb.
- García Martínez, A., Serrano Barquín, R., Maribel, O., & López Carré, E. (2015). *Percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo local. Caso San Pedro Tultepec, México*. México: Turismo y Sociedad.
- García, J. (2018). *Infraestructura turística, turismo y patrimonio cultural*. Tirant lo Blanch.
- Gelmar, G. V., & Guzmán Vilar, L. (s.f). *Fundamentos teóricos para una gestión turística*. 2.
- Gobernación de Sucre. (s.f). *Cumbia*.
- González, A., & Torres, J. (2018). La gastronomía como factor de desarrollo turístico en Sincelejo, Sucre. *Revista de Investigación Académica*, 16, 25-34.
- González, C. M., & García, A. R. (2019). Turismo y desarrollo: hacia una planificación estratégica de los destinos turísticos. *Revista Científica de Administración*, 5-13.
- Granados Suárez, L. M. (2017). *Propuesta para la promoción de la cocina tradicional* (43 ed.). Cartagena, Colombia: Universidad Tecnológica de Bolívar.
- Guerrero Rodríguez, R. (2015). *La construcción de una identidad cultural y el desarrollo del turismo en México*.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta edición ed.). México: McGrawHill.
- Hjalager, A. -M., & Richards, G. (2021). *Turismo y desarrollo sostenible*.
- Huertas, N., González, M., & Baquero, A. (2019). *Producto turístico cultural desde las asociaciones artesanales en Sincelejo*. Cartagena: Universidad Tecnológica de Bolívar.
- Huete, R., & Mantecón, A. (2012). *Residential tourism or lifestyle migration*. (C. i. tourism, Ed.) Moufakkir & P. M. Burns (Eds.).

- Hui, H.-C. (s.f de s.f de 2009). Many homes for tourism: Re-considering spatializations of home and away in tourism. *Tourist Studies*, 291-311.
- Instituto Colombiano de Antropología e Historia. (2016). *Artesanías Zenú, patrimonio cultural inmaterial de la humanidad*.
- Instituto Geográfico Agustín Codazzi. (2018). *Municipio de Sincelejo*.
- Kim, K., & Uysal, M. (2017). Tourism and cultural heritage: Journal of Hospitality and Tourism Management, *Review of literature*, 33, 37-48.
- La República. (2022 de Diciembre de 2022). En materia de turismo, 2022 va a cerrar con cinco millones de viajeros extranjeros. (S. Solórzano Cárdenas, Ed.)
- López Guzmán , T., Hernández Mogollón, J., & Sánchez Cañizares, S. (2018). Tourism development and its impact on economic growth. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9.
- Mallor, E., Gallarza Granizo, M. G., & Fayos Gardó, T. (2013). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con sereies temporales para el caso Español. *Pasos Revista de turismo y patrimonio cultural*, 2-4.
- Manjarrez Márquez, J. A. (2015). *Análisis del sector salud y su complejidad a la población juvenil en el municipio de Sincelejo*.
- Manterola, C., Quiroz, G., Salazar, P., & García, N. (2018). Metodología de los tipos y diseños de estudio más frecuentemente utilizados en investigación clínica. *Revista Médica Clínica Las Condes*.
- Mendoza, R., & Pérez, L. (2020). Platos típicos de la región de Sucre: identidad gastronómica y turismo cultural. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18, 87-98.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*.
- Ministerio de Cultura de Colombia. (2015). *Plan especial de salvaguardia del porro, patrimonio cultural inmaterial de la nación*.
- Mogrovejo Andrade, J. M., Herrera-Martínez, S. V., Maldonado-Niño, L. G., & García-Torres, N. E. (2019). El turismo como contribución al crecimiento del PIB, para el desarrollo de la economía del país. 298-307.

- Molano, O. L. (2006). La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial. *Academia*, 2-5.
- Molano, W. (2015). *Desarrollo territorial con identidad cultural*. Polisemia.
- Molinar Amaya, C. M. (2006). Relaciones entre el turismo y la cultura: turismo cultural y cultura turística en México y en Colima. 9-33.
- Moneda Única. (28 de Diciembre de 2020). El turismo internacional retrocede a niveles de hace 30 años. *Moneda Única: La revista económica de negocio internacional*.
- Moreno Delgado, N. L. (2008). *Modelo para el desarrollo del concepto de productos turísticos culturales*. Universidad de Matanzas.
- Mullo, E., & Padilla, M. (2019). *La diversidad cultural y su impacto en el turismo comunitario de la Región Andina*. Universidad de la Habana.
- Naciones Unidas. (2008). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo*.
- Navarro Hoyos, S. (2014). *Manifestaciones culturales e identidad en el Caribe*. Barcelona, España.
- Navarro, D. (2003). Las instalaciones turísticas de interpretación y los atractivos turísticos culturales en Mendoza. Jornadas “Turismo y desarrollo”. Turismo cultural: perspectivas y desafíos. 3.
- Noyola, L., & Campón, A. (2016). *La percepción de la autenticidad del destino cultural y su relación con la satisfacción y lealtad*. España: Rotur, revista de ocio y turismo.
- Olivera, A. (2011). Patrimonio inmaterial, recurso turístico y espíritu de los territorios. *Cuadernos de Turismo*, (27), 663-677.
- O'Reilly, K. (2000). *The British on the Costa del Sol: Transnational identities and local communities*. Routledge.
- Organización Mundial del Turismo . (s.f.). *¿Por qué el turismo?*
- Organización Mundial del Turismo . (2015). *El turismo: un fenómeno económico y social*.
- Organización Mundial del Turismo . (17 de Enero de 2023). *El turismo va camino a recuperar los niveles prepándemicos en algunas regiones en 2023*.
- Organización Mundial del Turismo. (2017). *¿Qué es el turismo?*

- Orgaz Agüera, F., & Moral Cuadra, S. (2016). *El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso*. México: El Periplo Sustentable, vol. 31, 2016.
- Ortíz, S., & Andrade, H. (2018). *Estudio de las necesidades, gustos, hábitos y preferencias de los viajeros que buscan en Colombia un turismo de naturaleza y aventura y la determinación de oportunidades de negocio en el mercado*. Bogotá: Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*.
- Pasquinelli, C. (2017). *The impact of tourism on culture and the environment in developing countries*. Routledge.
- Pearce, D. (1991). Desarrollo turístico: Su planificación y ubicación geográficas.
- Pellicer, J. (s.f de s.f de 2006). Recuperación del turismo en la protección del patrimonio cultural.
- Pérez Melo, H. (2018). *Propuesta para superar las debilidades de los destinos turísticos en Santiago de Cali, generando desarrollo socioeconómico de la ciudad a través de la actividad turística*. Universidad del Valle.
- Portafolio. (10 de marzo de 2023). Valledupar y Riohacha, con la mayor informalidad.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. New York: FreePress.
- Portucolombia. (2022). *Estadísticas territoriales de Turismo*.
- Salazar, J. A. (2006). *Patrimonio cultural inmaterial. Reflexiones teóricas y estudios de caso*. (Vervuert, Ed.) Iberoamericana Editorial.
- Secretaría de Turismo y Cultura de Sucre. (s.f de s.f de 2021). *Gastronomía de Sucre*.
- Sharpley, R., & Telfer, D. (2015). Tourism and development: Concepts and issues. *Channel View Publications*.
- Sincelejo, A. d. (2020). *Fiestas del 20 de enero*.
- Tovar Cañas, R. (2010). Xochipec: Una propuesta de desarrollo turístico cultural integral. 93-121.
- Turismo, O. M. (2007). *Glosario de términos de turismo*.

- Unesco. (1972). Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. La Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (17a).
- Unesco. (2 de noviembre de 2001). Actas de la conferencia general. *Declaración Universal de la Unesco sobre la Diversidad Cultural* (pág. 67). París: 31a edición.
- Universal, E. (2021). *Porro, la música y danza más representativa de la Costa Caribe*.
- Urošević, N. (2012). *Identidad cultural y turismo: entre lo local y lo global (un estudio de caso Pula, Croacia)*. Revista Singidunum.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London.
- Vallejo, M. (2003). La identidad cultural, el turismo y la recreación.
- Wang, J., Zhang, H., Song, H., & Huang, X. (2020). Sustainable tourism development in rural areas of China: Journal of Hospitality and Tourism Management. *A review of research progress and prospects.*, 105-114.