

FORTALECIMIENTO DEL TURISMO EN EL POSCONFLICTO

YINE ARLET BARRANTES BUSTOS

CODIGO 20500017

DAVID MEDOZA BELTRAN

ASESOR DE INVESTIGACION

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

DIRECCION DE POSTGRADOS

ESPECIALIZACION EN FINANZAS Y ADMINISTRACION PÚBLICA

2015

RESUMEN

En el presente trabajo se busca exponer como al firmar el acuerdo de paz entre el Gobierno Colombiano y la guerrilla de las fuerzas armadas revolucionarias de Colombia (Farc), se simbolizaría no solamente un territorio libre de presencia paramilitar y guerrillera sino también un territorio libre de violencia, con ello se espera que los turistas pierdan el miedo a visitar el país, podría atribuírsele al turismo la transformación del país.

El turismo es la pieza fundamental de cualquier industria en crecimiento, la firma de un acuerdo de paz traerá grandes beneficios a la economía del país y especialmente al turismo, generando reactivación en la actividad económica, el empleo, las oportunidades y también sería un factor de bienestar, prosperidad y sin duda alguna sería una herramienta muy potente para disminuir la pobreza en Colombia.

Palabras claves: Turismo, Paz, Posconflicto, Inversión, Convivencia.

ABSTRACT

In the present work aims to expose and to sign the peace agreement between the Colombian government and the guerrillas of the Revolutionary Armed Forces of Colombia (FARC) , it was to symbolize not only a territory free of paramilitary and guerrilla presence but also a free territory violence, it is expected to lose their fear tourists to visit the country , it could be attributed to tourism the country's transformation .

Tourism is the cornerstone of any growing industry, the signing of a peace agreement will bring great benefits to the economy and especially tourism , generating recovery in economic activity , employment , opportunities and would also be a factor welfare , prosperity and undoubtedly would be a powerful tool to reduce poverty in Colombia tool.

Keywords: Tourism, Peace, Post-Conflict, Investment, Coexistence.

INTRODUCCION

El sector turístico actualmente presenta un gran fortalecimiento, reconocido por su importancia económica, social y cultural. Colombia es un país que se caracteriza por su rica biodiversidad y por su amplia cultura, sin embargo es esto no es suficiente para estar bien posicionado en el índice de competitividad de viajes y turismo, es necesario consolidar la recuperación del mercado local y asumir el compromiso de capturar más turistas extranjeros.

Teniendo en cuenta que se vislumbra la firma del acuerdo de paz con la guerrilla de las fuerzas armadas revolucionarias de Colombia (Farc), se espera una mejora sostenible en la seguridad y por ende en el tránsito por cualquier zona del país, lo anterior crearía una gran ventaja para que el sector turismo ya que sería uno de los llamados a crecer, diversificar y jalonar la economía por el atractivo que puede llegar a ser para los turistas tanto nacionales como extranjeros, adicionalmente podría generar inclusión social, vinculando personas que fueron parte del conflicto.

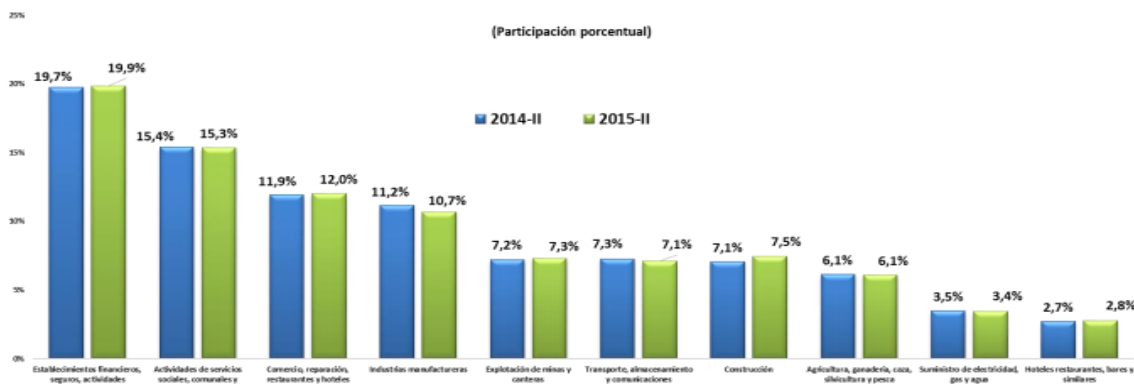
Igualmente, la paz es muy importante para el turismo ya que desde las comunidades se puede acceder a destinos que estaban prohibidos por diferentes actores armados, es el caso de la Sierra de la Macarena que tuvo 9.000 turistas en 2014 cuando antes nadie iba, 3.000 de ellos fueron extranjeros y dejaron un ingreso económico de \$3.000 millones, integrando a las regiones que han sido víctimas del conflicto armado a un mercado turístico incluyente que brinde opciones a las comunidades locales, permitiendo la transformación de escenarios de guerra a territorios de

Spaz a través de la práctica del turismo consciente y sustentable, con el apoyo de las entidades territoriales, gremios, empresarios turísticos y la academia, se sumaran el interés por conocer regiones inexploradas, con buenas vías aerolíneas de bajo costo y la percepción de seguridad para que los colombianos nos sintamos más orgullosos de nuestro país y lo recorramos con interés.

El gobierno nacional de Colombia entendiendo la importancia del sector, incrementó en un 137% el presupuesto pasando de \$263.000 a \$ 623.000 millones, buscando fomentar el crecimiento social, económico y cultural de las regiones; adicionalmente las actividades de Comercio, hoteles y restaurantes concentraron el mayor porcentaje de empleo en la economía.

Los gremios del sector turismo esperan alcanzar en 2018 divisas para el país del orden de los US\$6.000 millones, generar 300.000 nuevos empleos en este sector y atraer cinco millones de visitantes, el sector turismo tiene una participación del 12% en el Producto Interno Bruto (PIB), se espera que aumente su contribución luego del crecimiento proyectado para el sector en el posconflicto. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, foro turismo paz y sostenibilidad, septiembre 2015).

Participación % PIB grandes Ramas en el PIB Total (II Trimestre 2014 - 2015)



En el II Trimestre de 2015, el PIB total del país cerró en \$ 132.294 miles de millones; con una participación destacada de los sectores financiero, servicios sociales (19,9 %); la gran rama comercio reparación hoteles y restaurantes, participó con el 12,0 % del PIB total distribuidas de la siguiente manera: Comercio (8,2 %), Reparación (1,1 %) y Hoteles, restaurantes, bares y similares (2,8 %).

Fuente: Viceministerio de Turismo, Informe Turismo Agosto 2015

TURISMO EN LA ERA DEL POST-CONFLICTO

El turismo como un camino para la transformación de los espacios de guerra en territorios de convivencia pacífica, pueden ser hoy una realidad gracias a las diferentes iniciativas de fortalecimiento de la paz en el país, el gran impacto positivo que se tiene en la culturas y sobre todo en aquellos destinos que han sido víctimas del conflicto armado como lo han sido las zonas del Putumayo, Meta, Magdalena y la Zona del Darién, son un claro ejemplo de las oportunidades que posee el país para el desarrollo del ecoturismo como uno de los ejes fundamentales para promover la competitividad y potencializar este mercado.

DESTINOS TURISTICOS POSCONFLICTO



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Publicaciones Turismo Paz y Convivencia.

Se debe promover el desarrollo y consolidación de destinos y productos turísticos competitivos y sostenibles, logrando posicionar a Colombia a nivel internacional y nacional a través de una efectiva e innovadora promoción turística, para esto es necesario aumentar las inversiones en proyectos turísticos con capitales nacionales y extranjeros, que favorezcan el desarrollo

empresarial y la generación de proyectos exitosos en las comunidades del sector turístico, con una excelencia en la prestación de servicios, desarrollo de destinos y productos turísticos.

Colombia debe estar posicionado como un destino turístico de talla mundial sostenible, caracterizado por la competitividad de las empresas y su excelente capital humano, generando una amplia oferta turística que permita el acceso de todos los colombianos al turismo, aplicando nuevas metodologías, criterios de planificación y gestión de los destinos turísticos, avanzando en la diversificación y especialización de la oferta, a través del desarrollo de productos competitivos, bajo un aprovechamiento óptimo y responsable de los recursos naturales y culturales, acordes con las tendencias globales logrando una gestión pública que permita alianzas con el sector privado para el desarrollo competitivo.

Vinculando a todos los actores que participan de forma directa e indirecta del sector, de manera que se logre integrar y desarrollar una visión estratégica del modelo turístico. Las acciones deben concentrarse en la planificación de los destinos, y también de los productos asociados mejorando la oferta y cobertura para los territorios turísticos, proyectando planes de desarrollo turísticos tanto Departamentales como Municipales.

Gestión para el mejoramiento de los aeropuertos de segundo nivel para incrementar la capacidad de acogida de los nuevos destinos, buscando mantener un aumento constante en el flujo de turistas extranjeros y en el número de viajeros nacionales que deciden hacer turismo en el país.

Es importante generar estrategias que permitan capturar nuevos consumidores del mercado

internacional de mayor gasto que impacten directamente en la generación de mayor riqueza, entendiendo que una efectiva promoción, impacta positivamente en la atracción de nuevos turistas y el mantenimiento de la demanda existente.

El mercado turístico internacional es cada vez más competitivo, por ello Colombia tiene el reto de continuar generando valor en sus estrategias de mercadeo, mejorando cada día la imagen que transmitan a los colombianos y al resto del mundo, a través de mensajes claros, valores sociales, culturales y ambientales. Colombia debe ser reconocida a nivel mundial como uno de los destinos turísticos que más se esfuerza en lograr captar mercados turísticos del mundo hacia el país.

Según ProColombia (Entidad asociada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT), orienta su gestión Entidad encargada de promover el turismo, la inversión extranjera en Colombia, las exportaciones no minero energéticas y la imagen del país), Estados Unidos es el mercado que cuenta con más frecuencias aéreas directas hacia Colombia. A la fecha existen 209 vuelos a la semana que llegan desde 8 ciudades (Atlanta, Dallas, Fort Lauderdale, Houston, Miami, New York, Orlando, Washington) hacia Armenia, Barranquilla, Bogotá, Cali, Cartagena y Medellín.

País	Cifras año corrido enero-febrero		
	2014	2015	% Var 15/14
Estados Unidos	8.488	9.417	10,9%
México	4.367	5.217	19,5%
España	4.135	4.311	4,3%
Brasil	3.173	3.689	16,3%

Fuente: Pro Colombia

Teniendo en cuenta que la competencia es grande y cada vez más destinos en el mundo le apuntan al turismo. Hay que fortalecer la promoción en términos financieros para que la inversión en promoción e infraestructura sea competitiva frente a los demás países de la región; el turismo puede generar enormes beneficios económicos y oportunidades sociales para el país, por ello es importante contar con más recursos para hacer frente a este gran reto, para posicionar al turismo como motor de desarrollo y hoy tercer renglón de exportaciones del país. Asimismo, es necesario que más colombianos propicien el turismo interno, logrando el posicionamiento de Colombia a nivel internacional y nacional a través de una efectiva e innovadora promoción turística.

DESARROLLAR LA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA

Tomando como base nuestros valores, sociales, culturales y ambientales, se debe generar un plan estratégico de promoción y comercialización, que busque el posicionamiento de Colombia, con la oferta de productos turísticos integrados. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo viene trabajando en el diseño e incorporación de nuevos contenidos en la campaña de promoción turística nacional, con el propósito de seguir aumentando en número de colombianos viajando por Colombia. Adicionalmente es necesario desarrollar iniciativas de posicionamiento de la Imagen del País en el Exterior que permita incluir a Colombia entre los 25 primeros países del Country Brand Index (Índice de Países con Marca País), en la dimensión de Turismo.

La industria turística atraviesa su mejor momento, en los últimos años se ha mantenido como el tercer renglón de exportaciones del país, y el primero dentro del sector servicios, con una entrada de divisas que al finalizar el 2014, ascendió a US\$4058 millones. Es el turismo uno de los sectores con mayores oportunidades de desarrollo, generador de empleo y posibilidades de nuevos proyectos, pero con grandes necesidades de innovación, generación de nuevas tecnologías, infraestructuras y variación de su oferta en general, por lo cual resulta imprescindible fortalecer y crear estímulos desde el Gobierno Nacional, que permitan la atracción de inversiones de capitales nacionales y extranjeros.

Colombia, un destino para la inversión, presenta en el sector la posibilidad de abrir nuevos subsectores en una economía que constantemente se encuentra en crecimiento, por sus destinos turísticos que están siendo reconocidos mundialmente y permiten vivir experiencias únicas, porque cada vez más empresas multinacionales están llegando al país estimulando la hotelería, por su ubicación estratégica y conectividad aérea favorable.

INCENTIVAR LA INVERSIÓN EN EL SECTOR TURISTICO

Para incentivar el sector turismo es necesario aumentar las inversiones en proyectos turísticos con capitales nacionales y extranjeros, que favorezcan el desarrollo empresarial y la generación de proyectos exitosos. Propiciar el desarrollo de nuevas inversiones para todos los sectores de la cadena productiva del turismo, con programas viables de promoción para la atracción de la Inversión Extranjera Directa para el desarrollo de proyectos de impacto.

Programa de promoción y facilitación a las inversiones con capitales nacionales, que contemple nuevos mecanismos de financiación y cofinanciación de proyectos, incentivos tributarios. Plan de promoción en responsabilidad social empresarial, en materia de transferencia de conocimiento, protección del medio ambiente involucrando la participación de las comunidades. Es importante revisar el sistema de evaluación para la financiación de proyectos, en función de criterios de impacto, tiempo y costo, que permita priorizar las alternativas más importantes y viables para el sector.

MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD Y SEGURIDAD TURÍSTICA

Es importante el mejoramiento continuo de los servicios turísticos con el fin de aumentar cada vez más los estándares de calidad turística, que otorgue un mejor posicionamiento de la oferta turística del país frente a otros países, principalmente los de la región. La misión del Gobierno Nacional, es fomentar un turismo de calidad que responda a las preferencias y demandas del mercado mundial cumpliendo con los estándares para aumentar el consumo turístico, buscando su sostenibilidad y desarrollo continuo.

Es necesario fortalecer las actividades enfocadas a los procesos de promoción y certificación de calidad para los prestadores de servicios turísticos, así como el fortalecimiento de los destinos turísticos y la adopción de buenas prácticas en la prestación. Otros aspectos como la seguridad integral en la prestación de servicios turísticos, que incluye aspectos de higiene, salubridad y mecanismos para el desarrollo de actividades de riesgo; y la formalización del sector, propiciando una cultura de excelencia en la prestación de servicios, en busca de consolidar el reto competitivo de tener un destino de talla mundial.

Elaborar una campaña de promoción y fomento de la calidad turística, construir manuales prácticos con los requisitos mínimos de normas de turismo de aventura y turismo sostenible, los cuales son de carácter obligatorio, para los prestadores de servicios turísticos, de acuerdo con la ley 1558 de 2012 “... tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la

creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la ' calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad. [...]”, plan de sensibilización a las autoridades locales, para el ejercicio del control en la aplicación de las normas.

FORMALIZACIÓN DEL SECTOR TURISTICO EN TODOS LOS NIVELES.

Elaborar planes y campañas de promoción que permitan propiciar en los consumidores y/o turistas una cultura de exigencia de la calidad en la prestación de servicios turísticos, fortalecimiento de las acciones dirigidas al mantenimiento de estándares de seguridad integral en la prestación de servicios y destinos turísticos, aplicación de sanciones y medidas obligatorias en materia de higiene, seguridad e información desde las autoridades locales.

Es importante desarrollar un plan conjunto de trabajo para la seguridad turística integral, en articulación con los Ministerios de Salud, Ambiente, Interior, Defensa y las autoridades locales, con el fin de difundir e implementar los protocolos de seguridad turística. Incluir variables de calidad y seguridad en las mediciones del sector turístico. Generar una imagen más amable para el turista, de los integrantes de la policía de turismo.

EMPRESARIOS TURISTICOS Y RECURSO HUMANO MÁS COMPETITIVO

En los últimos años las empresas e instituciones han venido fortaleciendo el recurso humano del cual disponen, teniendo en cuenta que es un factor primordial para realizar los respectivos procesos productivos. En Colombia, se generan un gran número de profesionales en las diversas áreas, es importante la calidad en la formación desde primaria hasta la educación superior que muestre un crecimiento constante.

Lo anterior teniendo en cuenta que se está frente a un escenario globalizado y el capital humano debe proveer ventajas competitivas al sector para generar un turismo de calidad. Para cumplir el objetivo el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo viene desarrollando el Plan Sectorial de Turismo con visión a 2020 en el cual plantea: “El recurso humano vinculado al sector tendrá altos niveles de calidad, su formación corresponderá con las exigencias del mercado y será un personal bilingüe. La investigación y el desarrollo tecnológico en turismo tendrán un apoyo decidido del Estado [...]”

Es vital reconocer que el capital humano debe estar alineado con las necesidades nacionales e internacionales del sector turismo, el principal desafío en materia de capital humano competitivo, sigue siendo el mejoramiento continuo y la articulación de las necesidades que se generan desde la demanda turística, la generación de empleo, las habilidades y competencia de la oferta existente.

Incrementar la productividad empresarial, incentivando la creación de fondos de capital semilla en etapa temprana para el fomento del emprendimiento empresarial, buscando un desarrollo sostenible en el sector turístico como herramienta para la planificación de destinos y productos. Plan de promoción de Responsabilidad Social Empresarial, incentivando la participación de nuevos inversionistas para el desarrollo empresarial del sector turístico, buscando la generación de negocios participativos, protección del medio ambiente involucrando la participación de las comunidades.

Diseñar programas de actualización y capacitación empresarial, con el objetivo mejorar las competencias profesionales del recurso humano en coordinación con los gremios del sector, dirigidos a los prestadores de servicios turísticos, emprendedores y empresarios, que contemple la utilización de tecnologías de la información y la comunicación (TIC's), el desarrollo de nuevos productos, la estructuración de planes de negocios.

TURISMO SOCIAL

El Gobierno Nacional debe gestionar alianzas estratégicas con gremios, instituciones de educación superior en turismo e instituciones de enseñanza de una segunda lengua, con el propósito de fomentar el bilingüismo en el sector con el objeto de generar pertinencia en la educación en turismo. En Colombia, el turismo social se reconoce como un canal estratégico que

facilita el acceso de toda la población colombiana al derecho fundamental de la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, convirtiéndose en un factor de participación y reconocimiento social. Es así como, en este escenario se deben considerar las poblaciones con menos posibilidades de disfrute del turismo (personas con discapacidad, las personas mayores, jóvenes y de escasos recursos económicos) que deben ser beneficiadas con una política que promueva la mejora de la calidad de vida con base en el desarrollo turístico social. El factor de sostenibilidad social busca el desarrollo turístico alternativo encontrando las respuestas adecuadas a las necesidades de los turistas, viajeros y sociedad en general, frente a sus condiciones y necesidades físicas. Por ello, es necesario seguir promoviendo un turismo incluyente y accesible desarrollado desde aspectos de capital humano, sensibilización de prestadores de servicio, infraestructura, actividades, acceso a atractivos y servicios, y en general, oferta turística.

Por otro lado, desde el punto de vista de la oferta, el país avanza en el desarrollo e implementación de emprendimientos diferenciados, competitivos y sostenibles promovidos desde las distintas comunidades, campesinas, étnicas, población desplazada. El Gobierno Nacional debe generar estrategias con el propósito de que contribuyan a la generación de empleo e ingresos y a la consolidación competitiva y sostenible de los destinos con la participación de sus actores locales, por ende es necesario generar una oferta turística incluyente, que permita el acceso de todos los colombianos al turismo, y propicie el emprendimiento turístico de las comunidades.

Así mismo, con la participación de las cajas de compensación familiar, promover un plan de trabajo interinstitucional, para el desarrollo de acciones de turismo social, como parte de un programa de inclusión de todos los grupos de población al turismo. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo contempla una alternativa para la creación de una categoría en el Premio de Turismo Sostenible, para los prestadores de servicios turísticos con iniciativas novedosas de turismo social, con un programa de tarifas diferenciales para el adulto mayor, en alianza con los distintos prestadores de servicios turísticos.

Elaboración del diagnóstico nacional de Turismo comunitario, con el objeto de identificar emprendimientos comunitarios competitivos, para fortalecer el turismo comunitario, de manera que se contribuya a la generación de ingresos y a la obtención de destinos y productos con para la prestación de servicios e impulso de las mismas favoreciendo la permanencia en el territorio de las comunidades.

CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta que el turismo es un fenómeno cultural y social que compromete a personas de todas las naciones, cabe resaltar que su práctica genera vínculos que posibilitan el conocimiento, respeto y valoración de otras culturas, ejerciendo una función integradora que compromete a todos los actores vinculados en la práctica de un turismo. Por lo anterior, y teniendo en cuenta la iniciativa del Gobierno Nacional para construir una cultura de paz a través del turismo, para transformar vidas a través de la práctica turística, en procesos de reconciliación con la cultura y la naturaleza.

De esta forma, el Viceministerio de Turismo a través del proyecto “Turismo, Paz y Convivencia”, pretende “preparar al sector turístico en contexto de paz, integrando a las regiones que han sido víctimas del conflicto armado a un mercado turístico incluyente que brinde opciones a las comunidades locales”, permitiendo la transformación de escenarios de guerra a territorios de paz a través de la práctica del turismo, con el apoyo de las entidades territoriales, gremios y empresarios turísticos.

Para materializar dicha iniciativa, a través de la “Declaración de Bogotá de Paz a través del Turismo”, adoptada el 27 de junio de 2014 en el marco del XII Seminario Internacional de la OMT –turismo y paz, fueron presentadas las cuatro experiencias piloto seleccionadas: Camino a Tayrona (Ciudad Perdida) de la Sierra Nevada de Santa Marta (Magdalena).

Por otra parte, en la formulación del nuevo Plan Estratégico Sectorial de turismo se establece como meta, la adhesión de más regiones al programa de “Turismo, Paz y Convivencia”.

Es así como este proyecto se constituye como uno de los aportes del sector a la construcción de la paz de Colombia, entendiendo que la práctica de la actividad turística no representa el fin, sino el medio que permitirá el fortalecimiento económico, social y cultural de las regiones y la creación una cultura de paz.

Para la promoción del programa en las entidades territoriales es importante la creación de un programa de incentivos tributarios para emprendimientos de turismo comunitario, tales como las exenciones al impuesto a la renta en hotelería, prestación de servicios ecoturísticos, y nuevos servicios turísticos, así como el desarrollo de acciones que permitan propiciar la participación de las comunidades artesanas, en la cadena de valor del turismo de sus territorios.

Favorecer una conciencia de prestar servicios turísticos de manera responsable a nivel nacional, teniendo en cuenta mandatos como el Código de Ética Mundial del Turismo. Adicionalmente la ampliación de la campaña de sensibilización a prestadores frente a la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes a través del turismo, sensibilizar a los prestadores de servicios frente a la venta y consumo de narcóticos asociada al turismo y el uso responsable de los recursos en la prestación de servicios turísticos, en aras de proteger el patrimonio natural y cultural de la Nación.

Creación de un programa de asistencia técnica en metodología de identificación formulación, evaluación y seguimiento de proyectos de desarrollo turístico para las entidades territoriales con el fin de incentivar a las regiones y municipios a la presentación de proyectos viables para desarrollo de actividades turísticas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Informe de Gestión 2014 Sector Comercio, Industria y Turismo.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Oficina de estudios económicos, Informe turismo Agosto 2015.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Mapa Turismo Paz y Convivencia.

Banco de la Republica, Informe de Sostenibilidad 2014.



herramienta de búsqueda y seguimiento de plagios

Síguenos en [Facebook](#) | [Twitter](#) | [Blog](#) | [Ayuda](#) | [Mi cuenta](#) | [Iniciar sesión](#)

Revisar texto

Revisar URL

Revisar archivo

Mis búsquedas

Mis alertas

Servicios Profesionales

Español

Controle el uso pegando o escribiendo su texto original aquí, hasta 3,597 caracteres:

Para incentivar el sector turismo es necesario aumentar las inversiones en proyectos turísticos con capitales nacionales y extranjeros, que favorezcan el desarrollo empresarial y la generación de proyectos exitosos. Propiciar el desarrollo de nuevas inversiones para todos los sectores de la cadena productiva del turismo, con programas viables de promoción para la atracción de la Inversión Extranjera Directa para el desarrollo de proyectos de impacto. Programa de promoción y facilitación a las inversiones con capitales nacionales, que contemple nuevos mecanismos de financiación y cofinanciación de proyectos, incentivos tributarios. Plan de promoción en responsabilidad social empresarial, en materia de transferencia de conocimiento, protección del medio ambiente involucrando la participación de la comunidad. En materia de promoción del sistema de evaluación con la financiación de proyectos de inversión de

Búsqueda Rápida

Búsqueda Profunda

Busca a través de: la web noticias social networks *Beta* - [ver opciones avanzadas](#)

Plagium no encontró documentos que estén haciendo uso del texto ingresado.

¡Corra la voz!

[Like](#) 8.4k [Tweet](#) [G+](#) 579 [Share](#) 3.6K