

Visión estratégica del turismo en el Paisaje Cultural Cafetero

Visión estratégica del turismo en el Paisaje Cultural Cafetero

Martha Lucía García Londoño

Libardo Carlos Vargas Taborda



Universidad La Gran Colombia
Seccional Armenia
2016



Esta publicación surge como un producto académico del proyecto de investigación "Caracterización de la oferta, demanda y acciones gubernamentales frente a los recursos turísticos de los municipios que conforman el Paisaje Cultural Cafetero en el departamento del Quindío" código 269, el cual fue seleccionado como parte de la Convocatoria de Investigación 2014 -2015 de apoyo a los grupos de investigación en consolidación a través de proyectos, auspiciada por la Dirección de investigaciones de la Universidad La Gran Colombia Seccional Armenia.

El contenido de esta obra no compromete el pensamiento institucional de la Universidad La Gran Colombia Seccional Armenia, corresponde al derecho de expresión de los autores. Todos los derechos reservados. Puede reproducirse libremente para fines no comerciales.

Universidad La Gran Colombia Seccional Armenia.

Londoño García, Martha Lucía. Vargas Taborda, Libardo Carlos.

Visión estratégica del turismo en el Paisaje Cultural Cafetero/ Universidad La Gran Colombia Seccional Armenia.

Universidad La Gran Colombia Seccional Armenia. Dirección de Investigaciones. Departamento de Comunicaciones, Mercadeo y Publicaciones – Editorial Universitaria, 2016.

p. 134

Incluye referencias bibliográficas

ISBN: 978-958-8510-60-6

1. Paisaje Cultural Cafetero. 2. Desarrollo. 3. Política pública. 4. Turismo. 5. Patrimonio Cultural.

CDU. 306.986134

Reservados todos los derechos
© Universidad La Gran Colombia Seccional
Armenia

Primera edición: Armenia, Q.
Junio de 2016
ISBN: 978-958-8510-60-6
Número de ejemplares: 100

Editorial: Universidad La Gran Colombia
Seccional Armenia
Dirección de Investigaciones
Editor: Jorge Hernán Jaramillo Durán.
Grupo de Investigación: Gestión Empresarial
Revisión de estilo: Juan Manuel Peña
Castaño.
Diseño de carátula: Carolina Aguilar L.
Imagen de Portada: Quindío cafetero-
Carolina Aguilar L.
Diagramación: Angie Tatiana Gutierrez
Ospina
Impresión: Optigraf

Universidad La Gran Colombia Seccional
Armenia
Dirección de Investigaciones
produccionbibliografica@ugca.edu.co
Carrera 14 # 7 – 46. Teléfono: 7462646 ext.
216
<http://www.ugca.edu.co>
Armenia, Quindío.

Autoridades Universitarias

Bogotá

Dr. José Galat Noumer
Presidente

Dr. Eric De Wasseige
Rector

Dra. Blanca Hilda Prieto De Pinilla
Vicerrectora Académica

Dra. María Del Pilar Galat
Vicerrectora Administrativa y Financiera

Dr. Carlos Alberto Pulido Barrantes
Secretario General

Armenia

Dr. Jaime Bejarano Alzate
Rector Delegatario

Dra. Bibiana Vélez Medina
Vicerrectora Académica

Dr. Jorge Alberto Quintero Pinilla
Vicerrector Administrativo y Financiero

Dra. Ana Milena Londoño Palacio
Secretaría General

Dra. María Angélica Ortiz Salazar
Directora de Investigaciones

Dedicatoria

**A nuestras familias y
la Universidad La Gran Colombia.
Por apoyarnos en el logro
de nuestras metas.**

Índice

Introducción.....	17
Capítulo I. Antecedentes del Paisaje Cultural Cafetero.....	24
Inscripción del PCC.....	30
Determinación del área principal del Paisaje Cultural Cafetero.....	31
En el marco del Paisaje Cultural Cafetero: La cultura más allá de las artes, un enfoque biocultural.....	32
Fortalecimiento de la cultura en la siembra del café.....	32
Capítulo II. Turismo, globalización y desarrollo. Perspectivas desde los paisajes regionales.....	35
Turismo y desarrollo.....	35
Conceptualización de la noción de turismo.....	38
Turismo y la experiencia agroturística con enfoque en la actividad humana.....	40
Turismo rural.....	41
Turismo rural en América del Sur.....	42
El turismo como fenómeno social y cultural.....	45
Perspectivas turísticas para el aprovechamiento de la inscripción del PCC.....	47
Cultura y turismo desde la óptica político-administrativa.....	48
Condiciones regionales y el impacto real de la inscripción del PCC.....	48
Capítulo III. Aspectos del turismo en Colombia y en el Eje Cafetero.....	51
Variables que enmarcan la evolución del turismo.....	56

Turismo en Colombia.....	56
Turismo en el Eje Cafetero.....	58
Capítulo IV. Incidencia del turismo: de lo global a lo local.....	61
Visión del turismo en el mundo.....	63
Situación empresarial del turismo en Colombia.....	66
Referente del turismo regional.....	70
Retos para el departamento.....	71
Perfil del turista del PCC en el departamento del Quindío.....	72
Percepción del concepto de PCC.....	73
Participación en alguna actividad relacionada con el PCC.....	73
Capítulo V. Paisaje cultural frente a los bienes materiales e inmuebles.....	75
Perspectivas de los atractivos culturales.....	77
Acciones gubernamentales en torno al PCC en los municipios que lo conforman en el departamento del Quindío.....	79
Acciones desde el orden nacional para la divulgación y apropiación del PCC.....	81
Contrato Plan.....	81
Asociación de los municipios PCC.....	82
Referentes legales y procesos de planeación.....	84
Consideraciones finales.....	91
Referencias bibliográficas.....	97

Apéndices.

Apéndice A. Acciones gubernamentales para el fomento de la cultura
cafetera y el Paisaje Cultural Cafetero.....103

Apéndice B. Instrumentos de recolección de información sobre las
acciones gubernamentales en relación con el PCC.....133

Apéndice C. Inventario turístico por municipios del Paisaje Cultural Cafetero
del departamento del Quindío.....134

Tablas y figuras

Tabla 1. Atributos del PCC.....	26
Tabla 2. Arribo de viajeros extranjeros por año.....	43
Tabla 3. Crecimiento del sector turismo en Colombia en porcentajes.....	43
Tabla 4. Ingresos por turismo internacional.....	65
Tabla 5. Arribo de turistas internacionales.....	65
Tabla 6. Oportunidades de turismo.....	69
Tabla 7. Perfil del turista.....	73
Tabla 8. Ficha de recolección de información.....	81
Tabla apéndice B1. Instrumentos de recolección de información sobre las acciones gubernamentales en relación con el PCC.....	133
Tabla apéndice C1. Inventario turístico	134
Figura 1. Categorización de los atributos del PCC.....	27
Figura 2. Atributos terrestres.....	27
Figura 3. Atributos tecnológicos.....	28
Figura 4. Atributos históricos.....	28
Figura 5. Instituciones que apoyan y gestionan el PCC.....	29
Figura 6. Municipios pertenecientes a la inscripción del PCC.....	30
Figura 7. Estructura PIB por sectores.....	59
Figura 8. Turismo internacional 2012.....	64
Figura 9. Llegada de viajeros extranjeros a Colombia por año 2004 - 2013 ene-oct.....	66
Figura 10. Comparativo dinámica de crecimiento llegadas internacionales a Colombia y al mundo 2000- 2011.....	67
Figura 11. Extranjeros que reportan al PCC como su principal destino en Colombia.....	68

Introducción

El presente libro surge de la cooperación entre el grupo de investigación Gestión Empresarial de la Universidad La Gran Colombia seccional Armenia y el grupo de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Pereira. Ambos mantienen como eje de sus reflexiones al Paisaje Cultural Cafetero (en adelante PCC) y encuentran en el turismo un programa común en las agendas de desarrollo impulsadas desde alianzas públicas y privadas. Sin embargo, sus búsquedas investigativas no son iguales por cuanto los dos departamentos elegidos, Quindío y Risaralda, tienen distintos grados de desarrollo turístico. El trabajo se realizó de manera independiente, pero compartiendo experiencias a través de mesas de trabajo en las que cada Universidad presentaba sus avances investigativos, así mismo, con esta alianza investigativa entre los grupos, se publicó, como resultado, un artículo de investigación en revista indexada.

Por tal motivo, en este libro se presentan los resultados de la investigación realizada por el grupo de Gestión Empresarial en torno al turismo en los municipios del departamento del Quindío que pertenecen al denominado PCC. Se espera, en un momento posterior, que la información de la investigación del grupo de la Universidad Católica de Pereira permita desarrollar una visión general de la incidencia de la declaratoria del PCC.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) incluye el PCC en la lista de Patrimonio de la Humanidad en el año 2011. Esta declaratoria destaca la identidad desarrollada a través del café, y la existencia de una institucionalidad única que genera capital social estratégico y sostenibilidad en la actividad productiva. Además, el reconocimiento es una posibilidad de desarrollar actividades económicas que se basan en mostrar las características únicas que hacen de la región cafetera un patrimonio de la humanidad. Por tal motivo, el turismo se torna como uno de las principales posibilidades de desarrollo económico. Sin embargo, para lograrlo, se debe determinar qué tipo de turismo se adecua al PCC, oferta

turística, y qué políticas públicas deben ser tomadas para volverlo un eje de desarrollo regional.

Para el caso del Quindío, el proceso investigativo se concentra en los once municipios que forman parte de la declaratoria del PCC. La falta de apropiación por parte de los entes encargados de la divulgación del Paisaje Cultural Cafetero, ante la oferta turística es débil en el sentido que no se han propiciado acercamientos con los empresarios de la región, para el aprovechamiento de dicha declaratoria. La investigación se realiza determinando los antecedentes y características de la declaratoria del PCC y la importancia del turismo como actividad humana, haciendo énfasis en el aspecto dinamizador de la economía de los municipios a los que se refiere la investigación. También se recopila y sistematiza la información referente a los recursos turísticos de los entes municipales, así como acciones gubernamentales tendientes a desarrollar el PCC. El apéndice A es uno de los instrumentos utilizados. En él se muestra el consolidado de actividades de las entidades gubernamentales sobre el tema de investigación. Por otra parte, los datos sistematizados del inventario turístico por municipios del departamento del Quindío por su naturaleza y volumen no se anexan al documento, pero fueron constante fuente de reflexión para la elaboración del libro. Para el estudio del inventario turístico se utilizan métodos aplicados como el estudio de caso, que consiste en un análisis intensivo de las características básicas, situaciones e interacciones de las zonas establecidas para la investigación. Posteriormente, se establece y agrupa la tipificación del turismo por medio de categorías y variables, lo cual genera herramientas para la construcción del análisis cualitativo.

En la investigación se utilizó el tipo de estudio exploratorio y descriptivo, ya que es una temática, que presenta poca indagación tras el rastreo de antecedentes iniciales. La propuesta metodológica busca generar una descripción de los diferentes elementos y componentes con su respectiva interrelación, así mismo identifica una problemática específica y de esta manera posibilita una investigación mas precisa, aumenta la familiaridad con el fenómeno a investigar, aclara conceptos y establece preferencias para posteriores investigaciones, generando exposiciones sobre los hechos y como son observados para identificar un acontecimiento. Estos tipos de investigación se complementan para obtener una investigación cuyos resultados poseen fines más concretos y comprensiones más profundas por categoría, posición desde la cual Méndez (2014) afirma:

Cuando el investigador construye un marco de referencia teórico y practico puede decirse que este primer nivel de conocimiento es exploratorio, el cual puede complementarse con el descriptivo, según lo que quiera o no el investigador. De este modo, según el problema y los objetivos planteados, en algunos estudios podrá establecerse su condición de exploratorio y descriptivo. (p.230)

Así mismo, se realizó la descripción de los turistas que arriban al departamento del Quindío, con el fin de conocer la percepción del concepto Paisaje Cultural Cafetero y las actividades que en marcan al turismo rural. Es por lo anterior, que se hace una caracterización en el que se estudia gustos, preferencias turísticas, como también, si alguna vez ha experimentado y practicado este tipo de turismo. También se estudia procedencia, motivo del viaje, conocimiento acerca del termino paisaje cultural cafetero entre otras variables de la investigación. Estos aspectos se analizaron con una escala de Likert, y a través de una encuesta aplicada a los turistas, con lo cual se calcula cada una de las variables objeto de estudio. Además, se establecen los tópicos de las categorías utilizadas: el motivo de viaje, días de estadía, de qué lugar proviene, a través de que mecanismo se enteró de la oferta turista enmarcada en el paisaje cultural cafetero, ingreso per cápita, actividades que ha realizado en el turismo rural en nuestro departamento entre otras. Las categorías establecidas son las siguientes: Paisaje Cultural Cafetero, tipos de turismo, historia del turismo, inventarios, oferta, demanda, acciones gubernamentales. Consecuentemente, se realiza la caracterización de la oferta, demanda e inventarios de turismo en los once municipios que conforman el PCC en el departamento del Quindío, al igual que se describen y analizan las acciones gubernamentales que toman los actores para preservar y salvaguardar el paisaje, identidad de la cultura cafetera.

Para recolectar información primaria se utilizó la encuesta y cuestionarios de preguntas para entrevistar a los alcaldes municipales, directores de casas de la cultura en los municipios. La información suministrada por el observatorio del turismo del departamento del Quindío, fue un referente significativo al analizar las variables objeto del conocimiento.

Las categorías son las siguientes: La primera es el turismo de los diferentes lugares del departamento relacionados con sitios naturales, excepto la variable de turismo religioso (considerada de tipo social, pero enmarcada dentro de las costumbres del PCC). La segunda son los museos y manifestaciones culturales, testimonios del pasado; se refiere a los lugares cuyo significado está vinculado con algún acontecimiento histórico relevante del país o región. Por último, la tercera es el folclor, considerada como la expresión máxima de las costumbres de cada región, aunque, en el estudio se priorizan las que aún tienen vigencia. Cada categoría se divide en las variables que se muestran a continuación:

Categorías y variables

Turismo.
Aventura.
Paisajista.
Ecológico.
Religioso (se exceptúa del estudio).
Museos y manifestaciones culturales, testimonios culturales del pasado.
Museos o casas de cultura.
Obras de arte y técnica.
Lugares históricos, arqueológicos y arquitectónicos.
Folclor.
Ferias y mercados.
Música y expresiones culturales.
Artesanías y artes.
Comidas y bebidas típicas.

En cuanto a las acciones gubernamentales, se tienen en cuenta las entidades gubernamentales que toman alguna medida en relación con el PCC. Las entidades son de tres niveles: nacionales, departamentales y municipales. En la investigación se determina el tipo de organismo, el objetivo de la acción institucional, las actividades, los programas y la asignación presupuestal. Los datos recolectados son prioritarios para determinar el nivel de compromiso institucional con la declaratoria de PCC como oportunidad de desarrollo regional a través del turismo.

Por otra parte, se realizó la caracterización de los inventarios, oferta, demanda y acciones gubernamentales tomadas para salvaguardar el PCC. Así mismo, se indagó la percepción del término que tienen los propietarios de las empresas de turismo de los municipios inscritos en la declaratoria otorgada por la Unesco. Posteriormente se puso en funcionamiento el método de observación a partir del trabajo de campo y diario del investigador para construir los análisis de naturaleza cualitativa. Por último, se realizó un análisis de variables para determinar en qué estado se encuentra la oferta, demanda e inventario turístico del departamento y qué apoyo recibían de los entes gubernamentales para la preservación y apropiación del paisaje por medio del dinamismo que genera el turismo en la región.

El libro se divide en cinco capítulos. En el primero se presentan las acciones y normas que llevan a la declaratoria del PCC por la Unesco. Además, se reconocen las características distintivas de la región que permiten la denominación como patrimonio de la humanidad. En el segundo se indaga la noción de turismo enlazada con el desarrollo. También se le caracteriza como actividad humana, y clasifica haciendo énfasis en la categoría de turismo rural, pues es la más

compatible con la región y la declaratoria del PCC. En el tercero se relaciona el turismo y la declaratoria, como posibles ejes de desarrollo regional. En esta perspectiva, se tiene en cuenta los problemas y posibilidades motivados por la inscripción del PCC como patrimonio de la humanidad. En el cuarto capítulo, se exponen datos que caracterizan el tipo de actividad turística que puede ingresar al departamento. Por último, en el quinto capítulo se abordan las implicaciones de la declaratoria y las acciones gubernamentales. De este modo, se llega a resultados como la poca coordinación y falta de perspectiva de las instituciones para aprovechar la declaratoria como eje de desarrollo económico y cultural.

Foto : Arturo Latorre Ortiz

CAPÍTULO I

Antecedentes del
Paisaje Cultural Cafetero



La primera iniciativa es del año de 1995. En ella se realiza la solicitud de inscripción en la lista de patrimonio mundial del centro histórico de Salamina, Caldas. En el 2006, se seleccionan los criterios de delimitación del área principal del PCC y un año después, se realizaron diferentes convenios entre el Ministerio de Cultura, la Federación Nacional de Cafeteros (FNC), la Red Alma Mater y la Universidad Católica de Pereira (UCP).

En el año 2008 se unificaron los informes departamentales a cargo de la FNC a través del Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Regionales (Crece). En el 2009, la Unesco envió observaciones del proyecto. En el 2010, se socializa el proceso y desarrollo del plan de manejo. Para el 24 de junio de 2011, la academia regional comparte la aceptación de una solicitud realizada por el Gobierno a la Unesco para la inclusión del PCC en la lista del patrimonio mundial. Esto se logró gracias a la investigación de diversas universidades públicas y privadas, así como de la Red Alma Mater.

La inclusión del Paisaje Cultural Cafetero (PCC) en la lista del Patrimonio de la Humanidad, se da en la 35.^a sesión del Comité de Patrimonio Mundial de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Tecnología (Unesco) celebrada en París, entre el 19 y el 29 de junio de 2011. La referencia al PCC, se trata específicamente a la identidad desarrollada a través del café, y por la existencia de una institucionalidad única que ha construido un capital social estratégico y ha generado sostenibilidad en la actividad productiva.

Para obtener la inclusión del PCC como patrimonio mundial ante la Unesco, el gobierno colombiano tuvo que sustentar el valor universal de la zona y la cultura cafetera por medio de los siguientes criterios:

- Esfuerzo humano, familiar, generacional e histórico para la producción de café de excelente calidad en el marco de un desarrollo humano sostenible.
- Cultura cafetera para el mundo.
- Capital social estratégico construido alrededor de una institucionalidad.

- Relación entre tradición y tecnología para garantizar la calidad y sostenibilidad del producto. (Conpes 3803, 2014: 58)

Para la Unesco, un paisaje cultural es el resultado de las actividades humanas en un territorio concreto. Los componentes que lo identifican son los siguientes:

- El sustrato natural: orografía, suelo, vegetación, agua.
- Acción humana: alteración de los elementos naturales y construcciones para un fin concreto.
- Actividad productiva.

Ser declarados como patrimonio de la humanidad sirve para articular esfuerzos internacionales para el diseño de medidas e implementación de proyectos que garanticen la protección, conservación y revitalización de este Patrimonio Cultural, cuyo valor excepcional es innegable.

Se hace mención de quince atributos del PCC que lo hacen excepcional, pues revelan las huellas que ha dejado la población en gran parte de los departamentos del Quindío, Risaralda, Caldas y Norte del Valle del Cauca (Tabla 1).

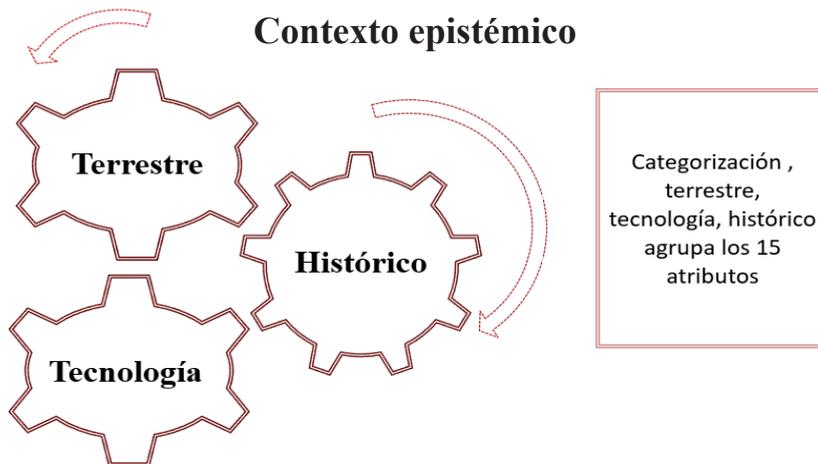
Tabla 1. Atributos del PCC.

Atributos	
1.	Café de montaña.
2.	Predominio del café.
3.	Cultivo en ladera.
4.	Edad de la caficultura.
5.	Influencia de la modernización.
6.	Institucionalidad cafetera y redes económicas afines.
7.	Tradición histórica en la producción de café.
8.	Estructura de pequeña propiedad cafetera.
9.	Cultivos múltiples.
10.	Tecnologías y formas de producción sostenibles en la cadena productiva del café.
11.	Patrimonio arquitectónico.
12.	Patrimonio urbanístico.
13.	Patrimonio arqueológico.
14.	Patrimonio natural.
15.	Disponibilidad hídrica.

Fuente: Ministerio de Cultura, 2011

En el desarrollo de la investigación los atributos enunciados se clasificaron en categorías, cada una con sus respectivas variables (figuras 1 – 6).

Figura 1. Categorización de los atributos del PCC



Fuente: Los autores

En el cuadro anterior, se representa los quince atributos que fueron estudiados por la Unesco para otorgar la inscripción a dicha declaratoria. De igual manera, se agrupan en las siguientes categorías: Terrestre, que contiene todo lo relacionado con la geografía, orografía y paisaje, en la delimitación de esta área del PCC, y las características que debe poseer el territorio. Las categorías enunciadas, se pueden reconocer en las figuras 2 - 4. La primera categoría incluye aspectos orográficos, agrícolas y en general de las condiciones físicas de la zona de producción de café.

Figura 2. Atributos terrestres



Fuente: Los autores

La segunda categoría, consiste en analizar los atributos tecnológicos, orientados al estudio de los procesos modernos que encierran la siembra de café y la producción sostenible. La agrupación permitió tener una mejor orientación a la clasificación de las características de cada uno de ellos, como por ejemplo estudiar de manera separada los componentes tecnológicos, históricos y terrestres y su incidencia con la preservación del paisaje cultural cafetero. De igual forma, al establecer la sostenibilidad del paisaje, se genera una sinergia con el turismo para el desarrollo económico de la región.

Figura 3. Atributos tecnológicos



Fuente: Los autores

La categoría de atributos históricos presenta una idealización de las transformaciones humanas al paisaje, que han constituido lo que se denomina PCC, así mismo, el análisis a los diferentes minifundios estudiados y sus tradiciones históricas que encierran los múltiples cultivos de café y su incidencia con las tecnologías que lo han reformado.

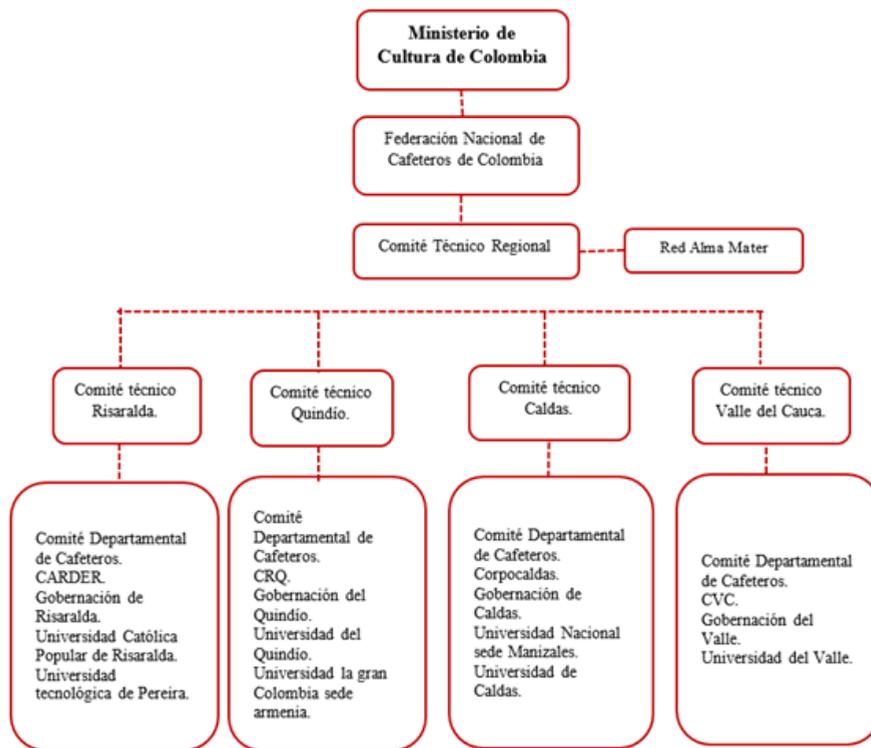
Figura 4. Atributos históricos



Fuente: Los autores

Seguidamente se observa cómo están constituidos los organismos que apoyan al PCC, para la preservación y divulgación del mismo, y su distribución de poder en el organigrama (figura 5). Está conformado como máxima autoridad el Ministerio de Cultura y Turismo, luego la Federación Nacional de Cafeteros, una institución que hace parte vital de la preservación del paisaje y promoción de la siembra del café. De igual manera, los comités que se conformaron para la elaboración del documento presentado ante la Unesco

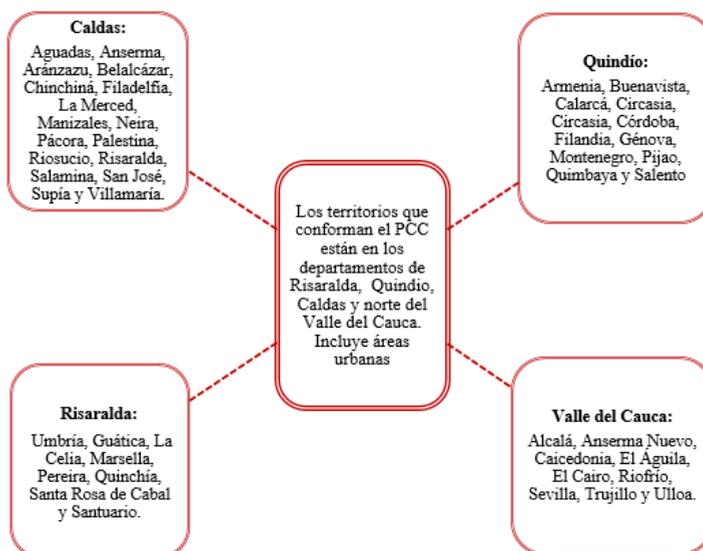
Figura 5. Instituciones que apoyan y gestionan el PCC



Fuente: los autores con información de Red Alma Mater

La declaratoria del PCC en el Eje Cafetero fue otorgada a cuatro departamentos: Caldas, Risaralda, Quindío y algunos municipios del norte del Valle. La siguiente gráfica muestra cada uno de los municipios (figura 6).

Figura 6. Municipios pertenecientes a la inscripción del PCC



Fuente: los autores

Entre el gobierno central y los cuatro departamentos se ha elaborado un plan manejo con seis objetivos:

- Fomentar la competitividad de la actividad cafetera.
- Promover el desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno.
- Conservar, revitalizar y promover el patrimonio cultural y articularlo al desarrollo regional.
- Fortalecer el capital social cafetero.
- Impulsar la integración y el desarrollo regional.
- Apoyar la sostenibilidad productiva y ambiental del PCC

Inscripción del PCC

La inscripción del PCC en la lista de Patrimonio Mundial de la Unesco es un reconocimiento a la identidad cultural desarrollada alrededor del café. Es por ello, que se ve la necesidad de que los entes gubernamentales generen proyectos que conlleven a la apropiación y protección de este patrimonio.

La región identificó y priorizó nueve proyectos para ser financiados a través del Sistema General de Regalías, los cuales suman más de 157.000.000 mil millones de pesos. Se destacan el mantenimiento y recuperación de vías, mejoramiento de viviendas rurales con técnicas tradicionales, Ruta del Café, implementación del Código de Conducta 4 C que beneficiará a 24.000 cafeteros y el denominado *Proyecto de conservación y puesta en valor del PCC, patrimonio cultural de la nación y del mundo*.

La celebración del primer aniversario de la inscripción en la lista de Patrimonio Mundial de la Unesco se realizó el 30 de septiembre de 2012, a través de eventos simultáneos en los 47 municipios del PCC (Paisaje Cultural Cafetero, 2012). El honor de pertenecer a esta lista, actualmente solo lo tienen otros dos paisajes culturales de América Latina: *el Paisaje Agavero y las antiguas instalaciones industriales de Tequila* de México; y *el paisaje arqueológico de las primeras plantaciones de café en el sureste de Cuba*.

Para la Unesco, el PCC es un ejemplo sobresaliente de adaptación humana a condiciones geográficas difíciles. Gracias a este esfuerzo humano se han desarrollado saberes y manifestaciones culturales únicas.

En resumen, el reconocimiento del valor universal excepcional del PCC es una afirmación de la riqueza cultural que han construido varias generaciones de caficultores, recolectores, distribuidores, consumidores y, en general, toda la población que está directa o indirectamente involucrada con la cultura cafetera colombiana.

Determinación del área principal del Paisaje Cultural Cafetero

El siguiente esquema de valoración se determina de acuerdo con los atributos de excepcionalidad, valorados e interpretados para delimitar el PCC en el departamento del Quindío:

- Veredas entre 0 – 5 puntos de valoración, consideradas como áreas de influencia.
- Veredas entre 6 – 10 puntos se consideraron como parte del área principal del PCC.

Valoradas las 207 veredas cafeteras del departamento, se encuentra que el área principal correspondiente a 152 de ellas, representa 38.867,81 hectáreas del cultivo de café.

Es por estos motivos que entidades gubernamentales, como la Secretaría de Turismo del departamento y el Fondo Mixto de Turismo del Quindío, se han

interesado por explotar las bondades de nuestro territorio, creando proyectos como la marca *Quindío, Corazón de la Zona Cafetera*. Con estas estrategias se busca representar y promocionar el paquete turístico del departamento, para asegurar a los visitantes una estadía amena y confortable (Convenio Forec - Red de Universidades, 2001).

En el marco del Paisaje Cultural Cafetero: La cultura más allá de las artes, un enfoque biocultural.

La confusión cotidiana entre arte y cultura es característica de los ejercicios de investigación – planeación cultural de las actividades de gestores, cultores, funcionarios y ciudadanía en general. Por este motivo, se orienta la política pública a la relación del ciudadano con el entorno, pero es escaso el abordaje de procesos de formación de cultura ciudadana, entendida como el conjunto de conocimientos, actitudes, prácticas y representaciones colectivas de la ciudadanía que emergen en un proceso dinámico de construcción social de lo público, permitiendo el ejercicio de los derechos, las relaciones de convivencia, la relación con el entorno, el desarrollo del sentido de pertenencia, responsabilidad social y la defensa del valor supremo de la vida (Secretaría Departamental de Cultura - Gobernación del Quindío, 2013). De este modo, se presentan problemas en el tema cultural ocasionados por diferentes factores que inciden en el desinterés de las familias por rescatar las prácticas ancestrales. Además, la falta de articulación en los currículos académicos en temas de fomento cultural, la poca divulgación de eventos culturales, en los que se convoque a la población en general a participar de las expresiones artísticas y culturales de su región, acarrearán la pérdida de identidad cultural de la población.

Fortalecimiento de la cultura en la siembra del café

El Plan de Desarrollo Departamental del Quindío propone vincular el PCC a través del fortalecimiento de la promoción y conservación de áreas cultivadas en café, bajo criterios de desarrollo cultural y productivo. El objetivo señalado se lleva a cabo por medio del acompañamiento a los municipios para determinar las áreas por recuperar o incorporar al cultivo. A la vez, con la investigación de nuevos sistemas productivos que concentren al café y respondan a criterios de sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo, cimienta los esfuerzos propuestos en la transmisión intergeneracional de conocimientos y el fomento de la producción cafetera con jóvenes rurales, el cual tiene como meta al 2015, apoyar la sostenibilidad productiva y ambiental del PCC, en términos de participación en la producción agrícola.

La competitividad de la actividad cafetera, por su parte, tiene como meta: apoyar a los municipios en la incorporación de áreas destinadas al cultivo del café, como también realizar estudios de viabilidad de sistemas productivos con valor agregado aplicables a las zonas tradicionales productoras. Este objetivo se divide en varios programas, o subprogramas.

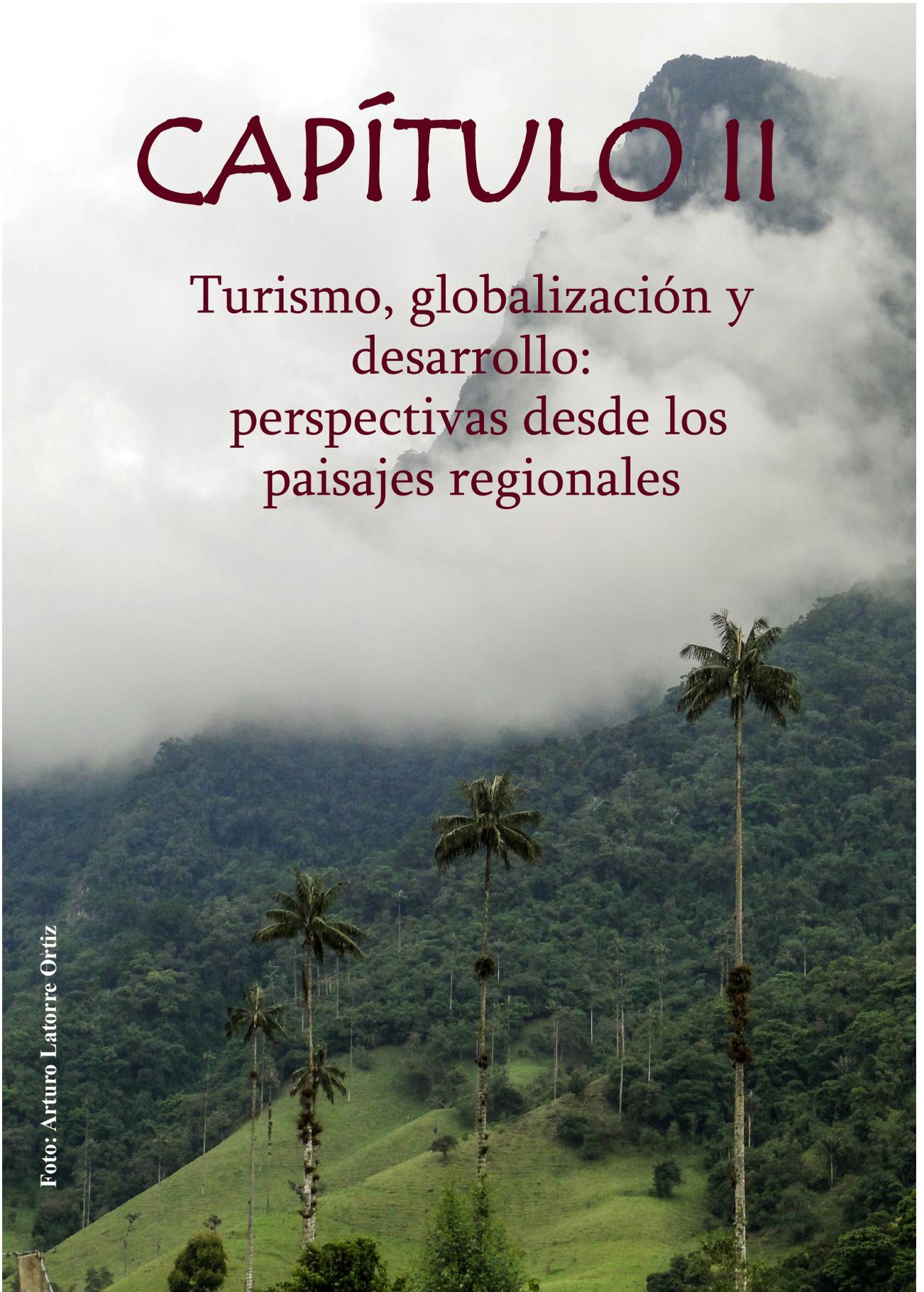
En el subprograma dos del Plan de Desarrollo Departamental se establecen otras metas al 2015. En cuanto a la sostenibilidad productiva y ambiental del PCC, propone incrementar el número de hectáreas participantes en proyectos de mejoramiento y conservación del medioambiente, igualmente apoyar el incremento de las hectáreas del café sembradas en el departamento.

El Ministerio de Cultura ha diseñado una estrategia dirigida a colectivos organizados que deseen trabajar voluntariamente en la construcción de una nación democrática y participativa, que se inventa todos los días para mantenerse viva. Los vigías, conocedores del paisaje y sus características, son citados por el ministerio como parte elemental de la defensa de las culturas locales y regionales amenazadas, luchan contra la exclusión, fomentan la creación y proponen alternativas de cambio para que el patrimonio cultural y natural, se incorpore al desarrollo económico y social del país.

CAPÍTULO II

Turismo, globalización y
desarrollo:
perspectivas desde los
paisajes regionales

Foto: Arturo Latorre Ortiz



Turismo y desarrollo

A lo largo de la historia, el turismo ha tenido varias definiciones y enfoques, aunque un elemento constante es que los turistas siempre están en la búsqueda de lo desconocido y de lo nuevo, así Vásquez plantea, la percepción del turista frente a actividades de esparcimiento en la búsqueda de la autorrealización y al encontrar su identidad a través de los viajes (Vásquez, 2005). El turismo, más que placer o lujo, se ha convertido en una necesidad vital para la calidad de vida de cualquier comunidad, pues en una sociedad donde el ritmo de vida cada día es más acelerado, las personas buscan alejarse de la cotidianidad, en búsqueda de paz y relajación.

Según la concepción del turismo como necesidad esencial del ser humano, en los últimos años se han generado nuevas inversiones en el sector público y privado, “con el objetivo de convertirlo en una actividad masiva, incluso los economistas comienzan a considerar su contribución al crecimiento”. (Gardella & Aguayo, 2002)

El turismo es una actividad multisectorial en la que participan diferentes áreas productivas como la agricultura, la construcción, los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. Además, es uno de los sectores económicos con capacidad para el impulso de desarrollo y crecimiento económico de una región, pues está comprobado (Gardella & Aguayo, 2002) que crea una mayor aglomeración de empresas y actividades económicas, generando empleo y superior oferta de bienes y servicios. Se afirma que el turismo propicia efectos multiplicadores de mayor amplitud que otras actividades, por lo que se le ve como un importante dinamizador socioeconómico, que induce la concentración espacial de actividades productivas y de recursos humanos, por la búsqueda de economías de escala y aglomeración, para generar procesos de desarrollo (Durán, Giraldo, & Torres, 2009). El turismo puede llegar a generar un importante desarrollo sostenible de algunos de los sectores económicos de un país, pero igualmente verse afectado positiva o negativamente por diferentes variables. Se alega:

[Que] representa un factor de desarrollo clave en la economía de numerosos países y al mismo tiempo está íntimamente ligado con el resto de los sectores económicos, e influido por factores del entorno natural, tecnológicos, económicos, sociales y políticos, que condicionan su estabilidad y estacionalidad (Hernández & Castellanos, 2003)

Sin embargo, hay quienes piensan que el turismo no siempre trae beneficios o, en otras palabras, que los problemas o costos que pueda generar opacan en gran medida sus resultados positivos. Existen autores para quienes “el costo que ha generado el turismo en muchos de esos países, ha sido tan significativo que no se vislumbra por ninguna parte sus bondades” (Requena & Muñoz, 2006, pág. 123). Por otra parte, la influencia “positiva” del fenómeno turístico está basada en aspectos relativos a la calidad de vida de la población local. El incremento de las dotaciones infraestructurales, de equipamientos y servicios, así como la adecuación del espacio físico, la rehabilitación del patrimonio histórico, etc., que favorecen el flujo turístico, también van a ser compartidas por la población residente. (Durán, Giraldo, & Torres, 2009).

Los efectos negativos tienen que ver con las grandes diferencias entre ciudadanos, por los beneficios de quienes se dedican a la actividad turística que se beneficia con inversión en detrimento de zonas próximas sin esta vocación. Es importante destacar que el potencial impacto negativo del turismo, dependerá de las medidas que se tomen en cada nación y de cómo se explote, sobre todo en lo ambiental. El turismo es factor de inversión y desarrollo, pero su sostenibilidad y potencial de disminución de la pobreza está condicionado por los ciclos climáticos y naturales, así como por su capacidad para generar empleo local.

Conceptualización de la noción de turismo

De acuerdo con la epistemología del turismo, se puede decir que este tiene muchos significados. Siguiendo a Panosso, gran variedad de autores han tratado de unificar su significado para que se pueda aplicar independiente del enfoque disciplinar, pero esto ha sido imposible. Por ejemplo, los biólogos miran su significado de acuerdo con el aspecto ambiental, los economistas, hacia un comportamiento de la economía a raíz de su ejecución del turismo. En definitiva, los criterios son muy subjetivos, lo que ocasiona una gran discusión y diversificación del concepto. A causa de ello, la gran controversia tiene como centro la formulación de una teoría y forma práctica de estudio del turismo unificada, en la que mediante la aplicación una metodología; se pueda sacar un gran provecho para que ella misma sea aplicada a este sector. Según Wahab (citado por Panesso, 2010):

[...] el turismo en su forma actual representa un sistema relacionado con la socioesfera. Por ello es claro, que se debe principalmente a la interdependencia

y a la interacción entre sus diversos componentes, que, aspirando una industria del turismo más “saludable”, deben funcionar coherentemente. (Panesso, 2010)

De esta forma, han surgido tres corrientes en las cuales se sustentan varios autores. Estas corrientes o fases se dividen en preparadigmática, paradigmática y los denominados nuevos enfoques. En el lapso de pasar de una fase a otra, se presentan otras dos subcorrientes que serían la de transición entre la fase preparadigmática y la fase sistema del turismo (paradigmática), mientras la otra sería de la transición entre la fase sistema del turismo (paradigmática) y la fase de los nuevos enfoques.

La primera fase, denominada preparadigmática, hace referencia a que el turismo puede ser considerado como una ciencia pero no como una ciencia independiente. En primera instancia, debe de tener una teoría y posteriormente una aplicación o práctica. En segundo lugar, debe crearse una doctrina en la cual se capacite específicamente en turismo a los aprendices, para de esta forma, en asociación con otras ciencias como la administración, la economía o la biología, se le pueda dar un enfoque unificado, de modo que una buena práctica turística lo haga mucho más productivo, generando un valor agregado a la región.

Con respecto a lo anterior, se puede utilizar provechosamente este concepto mediante la articulación de las demás disciplinas, para darle un enfoque sistemático que establezca la creación de valor agregado al sector. En la transición de la fase preparadigmática y la paradigmática se considera el turismo como una concepción sistémica, un objeto de estudio desde una perspectiva holística (Panesso, 2010).

El gran sistema holístico del turismo se conforma por unos subsistemas pequeños que, mediante su ejecución y articulación, hacen que este sector sea productivo. Por ejemplo, un subsistema sería el transporte. Este, a su vez, se descompone en varios ítems: aéreo, terrestre, fluvial, de tracción, entre otros, que mediante su plena articulación, crean una cadena de valor que repercute en el resultado del subsistema, el cual en cohesión con otros, hace que el turismo desde una perspectiva holística se produzca.

La segunda fase entiende al turismo como un sistema integrado por factores económicos, sociales, culturales y ambientales, estudiado a partir de la teoría general de sistemas, y caracterizado como una ciencia (Panesso, 2010).

En la transición de la fase paradigma–sistema, se habla de la inclusión de nuevos elementos: Lo político y las personas son los actores principales del turismo, ya que todo lo que se genere en él, debe incidir en las personas que se benefician de la actividad, con lo cual, a esta se la considera como un eslabonamiento en la cadena productiva o sistémica compleja. Asimismo, el

término *turismo* forma parte del marco conceptual de las ciencias sociales y, a la vez, su uso es frecuente en el lenguaje común, en todos los ámbitos de la sociedad y de los medios de comunicación, sin olvidar su incorporación al *argot* político y técnico de la gestión pública (Sancho, 1998). No obstante, el término no está exento de imprecisión. Cabe señalar que el turismo es una modalidad del ocio y se puede afirmar, desde una perspectiva integradora, que es sobre todo una práctica social, cultural, de entretenimiento y recreación. De hecho, se trae a colación la propuesta hecha por Leiva & Rivas (1997 citados por (Escalona-Ulloa, Hiriarte, & Peña, 2012), quienes describen la oferta turística de acuerdo con tres elementos fundamentales: Los atractivos y actividades turísticas, la planta turística y la infraestructura turística. Estos aspectos se deben integrar entre sí, para que no dificulten o impidan el desarrollo turístico. Determinan también, que los atractivos y actividades turísticas son los que activan los procesos del sector.

Por otra parte, Bullón y Boullón en su libro *Turismo rural un enfoque global*, considera que el punto dos de la Declaración de Manila en 1980, plantea la mejora de la gestión de la oferta. También afirma que el desarrollo del turismo nacional e internacional puede aportar a la vida de la nación, a través de una oferta bien concebida y de calidad, que proteja y respete el patrimonio cultural y el medioambiente natural, social y humano (Boullon & Boullon, 2008).

Así mismo, los académicos que han tratado de forma crítica y metódica el tema del turismo, lo nominan como una actividad fundamental para la vida de las naciones por sus consecuencias directas en los sectores sociales, culturales, educativos y económicos. Además, para sus relaciones internacionales en todo el mundo.

De hecho, Lillo *et al.* (2007), Torres (2003), Inman y Segura (1998), citados por Boullón y Boullón, (2008), manifiestan que el turismo para la nación chilena se convirtió en una ventaja competitiva, pues permitió, por su grado de desarrollo e innovación, que sus productos fueran altamente apreciados, por motivo de sus altos patrones de calidad. Por lo anterior, se concibe la oferta turística enmarcada en la implementación de estrategias para satisfacer las exigencias de mercado en un mundo globalizado como el de hoy, satisfaciendo las pautas del turismo emergente

Turismo y la experiencia agroturística con enfoque en la actividad humana

En este apartado se concibe el turismo como actividad humana, la cual radica en aspectos como la experiencia turística. El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA, 1999, citado por Escalona-Ulloa, Peña Cortés, y Hiriarte Llanos, 2012) plantea que el tema tratado aquí, al

igual que todas las actividades económicas, es influenciado en algún grado por las características del territorio donde está localizado y cuyas características pueden incidir en su competitividad.

Turismo rural

Aunque hay diversas clasificaciones, se acoge la diferenciación entre turismo rural, ecoturismo y agroturismo (Boullón y Boullón, 2008). El ecoturismo se practica en parques nacionales o áreas protegidas de carácter público (aunque pueden ser operadas por concesionarios privados), mientras el turismo rural se hace en propiedades privadas con actividades experienciales en el entorno rural e implica convivencia cercana con los nativos. En el agroturismo la experiencia se da en la unidad productiva que se visita, la cual brinda alojamiento y posibilidad de participar de una cultura condicionada por el tipo de explotación agropecuaria.

En las tres modalidades, el disfrute de la naturaleza y el medioambiente son dos condiciones que forman parte de la actividad turística, influidas por una creciente sensibilidad por los problemas ambientales, así como un nuevo perfil del turista (Curiel & Esteban, 2008). Actualmente, existe una tendencia marcada en hacer planeación estratégica del turismo con un enfoque cualitativo y no cuantitativo, para un desarrollo económico y social sobre la base del equilibrio ambiental, de un producto que se convierte en un bien tangible en el momento de su consumo (Boullón, 2008).

Se define y conceptualiza la expresión paisaje como “sistema territorial formado por componentes y complejos de diferentes rangos tomados bajo la influencia de los procesos naturales y de la actividad modificadora de la sociedad humana en permanente interacción y desarrollo” (Unesco, 2004, pág. 10). En el contexto internacional los paisajes se transforman en motivadores de la actividad turística global, razón por la cual las naciones aprovechan sus recursos paisajísticos. El turismo rural en Europa se potencia durante la década de 1950, mientras que en los países del Sur llega a partir de 1970. Esta actividad proporciona un aumento en la creación de empleos, en el arraigo de la población y un desarrollo socioeconómico en las zonas rurales desfavorecidas.

Algunos países de Europa concentran su atención en diferentes actividades rurales:

- En Suiza por políticas estatales no pueden existir pequeñas propiedades y las que aún existen deben obtener otros medios de sustento, por lo cual con iniciativa de los campesinos se ofrece alojamiento cómodo dentro de estas mismas propiedades.

- Italia es el único país de la UE que tiene una norma (Ley Nacional Número 730 del 5 de diciembre de 1985) que protege a los agricultores para que dentro de sus actividades esté el turismo.
- En Alemania existe una gran oferta turística de hotelería familiar, la cual proporciona actividades como excursiones, venta de productos agrícolas, juegos para niños y comida típica.

En cada país de Europa el turismo tiene un significado diferente y proporciona servicios diferenciados.

Turismo rural en América del Sur

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2009) plantea que el turismo, al igual que todas las actividades económicas, es influenciado en algún grado por las características del territorio donde está localizado y esto se traduce en diferencias de competitividad.

Argentina y Chile son dos países con políticas destacadas en el turismo rural en América Latina. Se puede considerar a Argentina como el país con mayor oferta turística rural en la región y su evolución viene desde la década de los años ochenta. Aunque antes existían establecimientos, los cuales disponían con camas y lugares de estar, pero no tenían gran relevancia. Argentina se caracteriza por tener una importante presencia de inmigrantes europeos, asentados en una gran cantidad de tierras rurales cultivables.

Por su parte, en Chile el aporte del turismo al producto interno bruto (PIB) fue del 3,11 % y solo durante el año 2008 el país generó un total de 2.030.500.000 dólares por esta actividad. En dicho periodo ingresaron un total de 2.698.659 turistas de nacionalidad extranjera, cifra superior en 7,7 % a la contabilizada el año anterior. La zona sur, que para efectos de entrada desde el extranjero abarca las regiones del BíoBío, La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos registra el 9,1 % de los arribos, lo cual asciende a 246.505 (INE, 2008). Con la ayuda de Indap (Instituto de Desarrollo Agropecuario) se han creado políticas para el turismo, como los *ecomuseos* donde los turistas pueden comprender la cultura de cada región.

En Uruguay, inicialmente no había entidades de apoyo al turismo y solo hasta 1995 se creó Sutur (Sociedad Uruguaya de Turismo Rural) que se enfoca en difundir el proceso de producción integrada y sustentable en los establecimientos rurales que brindan hospedaje y servicios de atención al turista. En Brasil existen grandes hoteles con numerosas habitaciones destinadas al confort, pero también existe el turismo comunitario con destinos de sol y playa, así como el rural en las haciendas azucareras y ganaderas.

En Colombia el enfoque tiende hacia el turismo rural, dado que la geografía brinda oportunidades únicas para la fotografía, la observación de especies y la contemplación, así como para adquirir conocimientos sobre la cultura, mientras se experimenta la relajación y el descanso.

En Colombia existen los dos tipos de turismo relacionados anteriormente: el rural y el agroturismo; el primero el turismo para observación y disfrute del paisaje con el hospedaje respectivo y el segundo para la experiencia y contacto del turista con la realización de actividades agrícolas – ordeño, elaboración de algunas etapas en la industrialización del café. Actualmente en el país, la oferta turística rural pasó del hospedaje y pasadía a fincas a la visita de parques temáticos, principio bajo el cual fueron creados el Parque Nacional del Café y Parque de la Cultura Agropecuaria –PANACA- en el departamento colombiano del Quindío que tiene el mayor desarrollo del turismo rural, por la capacidad de alojamiento y su variada oferta: Finca hotel, hotel rural, finca tradicional o *chalet*. (Boullón & Boullón, 2008: 143)

De acuerdo con el informe de turismo extranjero en Colombia, se reporta el aumento en el arribo de extranjeros (tabla 2), incluso a pesar de las dificultades económicas de los países europeos (Proexport Colombia, 2012).

Tabla 2. Arribo de viajeros extranjeros por año

Llegada de viajeros extranjeros	Año							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
	1.053.344	1.195.440	1.222.966	1.353.760	1.474.884	1.582.110	1.692.822	1.832.098

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Proexport Colombia. Informe Turismo extranjero Colombia, 2013.

Tabla 3. Crecimiento del sector turismo en Colombia en porcentajes

Variación porcentual	Año							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
	12,8 %	13,4 %	2,3 %	10,6 %	8,9 %	7,2 %	7 %	8,2 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Proexport Colombia. Informe Turismo extranjero Colombia, 2013.

El análisis muestra que durante 2011 se presentó un incremento del 7.2 % en la llegada de visitantes extranjeros a Colombia. Para el año 2012 (enero - julio) el arribo creció en 4.3 % con respecto al mismo periodo del año 2012 (tabla 3). Las perspectivas del Ministerio de Comercio Industria y Turismo (Mincit) a 2014 son llegar a 4 millones de visitantes.

Según el Dane (2012) el turismo genera en Colombia 1.490.000 empleos, de los que 30.000 fueron creados en 2011. La meta del Estado colombiano es la generación de otros 90.000 puestos entre 2012 y 2014 (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2013). Consecuentemente, el sector ha presentado crecimiento en el ingreso por divisas al país aportando al desarrollo de la economía y pasando de generar 2.0 a 2,6 millones de dólares en los mismos años. Estas cifras son el reflejo de políticas implementadas con el fin de promocionar el turismo en Colombia.

El informe del Foro Económico Mundial señala en su diagnóstico, que la información recopilada durante la elaboración de los Convenios de Competitividad Turística y la experiencia adquirida en la ejecución de la política de turismo, evidenciaron los siguientes problemas relacionados con el desarrollo de la actividad (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012):

1. Baja capacidad institucional, la cual se refleja en una limitada aplicación de políticas adicionales en las regiones e inexistencia de planes de desarrollo turístico en lo local.
2. Ausencia de coordinación entre las entidades del orden nacional, que permita la armonización de las políticas del sector.
3. La calidad de los servicios turísticos del país no es suficiente para cumplir con normas que permitan que Colombia se convierta en un destino de clase mundial. Esta situación se ve agudizada por la precaria calificación del personal de base en servicios turísticos y la baja disponibilidad de personal bilingüe.
4. Deficiencias de la planta turística, así como de la infraestructura de soporte de la actividad, limitan el desarrollo de destinos turísticos. De acuerdo con el *Reporte del índice de competitividad de viajes y turismo* del Foro Económico Mundial No. 608, las variables relacionadas con infraestructura representan un lastre para la situación competitiva de la actividad turística en Colombia. En infraestructura de transporte el país ocupa el puesto 108 y en infraestructura turística el puesto 93 entre 133 países, mientras que la posición general en el índice es la 72.
5. En cuanto al segmento de turismo de naturaleza, Colombia se destaca en el contexto mundial según la medición de Turismo del Foro Económico Mundial por ser el segundo país en el total de especies conocidas, quinto en recursos naturales y doce en número de áreas protegidas. Sin embargo, al mismo tiempo, esta medición nos coloca en el puesto 84 en prácticas de sostenibilidad ambiental y 120 entre 133 en “especies amenazadas”. Por otro lado, el modelo actual de apoyo al mercadeo, a la promoción y a la competitividad turística

del país basado en la cooperación del sector público privado, se ha consolidado en el Fondo de Promoción Turística (Ministerio de Industria y Turismo, 2003).

El turismo como fenómeno social y cultural

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo es el conjunto de actividades que desarrollan las personas dentro de sus viajes y estadías en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año (Organización Mundial del Turismo, 1980)

Esta peculiar forma de migración de personas en un determinado tiempo del año a un sitio, se debe a que todo ser humano tiene necesidad de descanso y esparcimiento. Así sea un acto individual, se convierte en un fenómeno de masas que satisface tal necesidad.

El turismo considerado como fenómeno social y cultural, es visto como esparcimiento, entretenimiento y ocio, genera un bienestar para el turista y ganancias para quienes le proveen bienes y servicios. Por tanto, en el turismo se observan un conjunto de interacciones entre los diversos grupos sociales; por consiguiente, se asocia como fenómeno social de intercomunicación entre dos sujetos, un receptor y el que hace uso de la actividad generada por el receptor (Boullón, 2008). Dicho fenómeno repercute en la generación de empleos, en el sector terciario, que se concentran principalmente en las actividades artesanales y de diversos servicios.

Desde una perspectiva histórica, el estudio del turismo como fenómeno social puede dividirse en tres grandes épocas:

1. Turismo incipiente o elitista, que inició a mediados del siglo XIX, por personas con altos recursos económicos, especialmente por la nobleza.
2. Turismo de transición: Es la etapa de popularización, cuando el turismo es masificado y dura hasta mediados del siglo XX.
3. Turismo de desarrollo o masivo: inicia a mediados del siglo XX hasta nuestros días cuando las mayorías tienen acceso a su práctica (Fundación por la social democracia de las Americas, 2014).

El turismo como actividad humana se fundamenta en aspectos como la experiencia turística, que es muy variada, en función de los intereses del turista y ha pasado de la vivencia del viaje al involucramiento con las culturas locales (Zamorano, 2007). Para el caso del PCC, el intercambio de las tradiciones de la cultura cafetera con otras de los turistas nacionales e internacionales posibilita ampliamente la anterior situación.

De igual manera, el turismo produce opiniones encontradas en la sociedad. Algunas son críticas, porque generar dicha actividad en una zona determinada es un elemento negativo que trae destrucción del tejido social, delincuencia, prostitución, entre otros factores de degradación social. Desde otra perspectiva, es un aspecto clave para el desarrollo autóctono de una región si se utiliza adecuadamente.

Los agentes que intervienen en el sector turístico (hoteles, restaurantes, transporte, entre otros), deben descubrir cómo atraer y satisfacer el tiempo libre de los posibles turistas. Para ello existen varias estrategias, entre las cuales está incorporar tecnología en el sector para volverlo mucho más eficiente en la prestación del servicio.

La incorporación de la tecnología al sector turístico se convierte en un impulsor que lo hace mejorar significativamente, genera valor agregado para el turista en cuanto a la consecución de información, comunicación y transporte. De esto modo, se minimizan costos y obtiene mayor rentabilidad. La conectividad facilita los procesos en las organizaciones al optimizar hora por hombre, por tanto, el factor humano debe estar bien capacitado para enfrentarse al mundo de las nuevas tecnologías.

Además, con la implementación de la tecnología en el turismo se busca conjuntamente conservar la biodiversidad. No obstante, hay dos grandes corrientes en cuanto la integralidad turística con respecto al medioambiente natural. La primera en *pro* de la conservación como elemento clave para que el turista goce y disfrute, despeje su mente y se conecte con la naturaleza. En muchas regiones turísticas, tanto el gobierno como el sector privado, tienen especial cuidado con la conservación de la biodiversidad y tradición de la región; destacando su relación con el desarrollo turístico, optando por desempeñar su labor con prácticas amigables con el medioambiente.

La segunda corriente considera el turismo como un aspecto negativo. Esta suposición está basada en la mala práctica ambiental ocasionada tanto por el sector público como privado. Todo esto se evidencia porque en muchas regiones el empresario no está teniendo en cuenta la biodiversidad, lo que acarrea un gran estado de abandono parcial o total del ambiente. En algunas ocasiones, ocurre porque lo que busca muchas veces el empresario es incrementar su rentabilidad construyendo más edificaciones, talando hectáreas de árboles o asentándose en lugares naturales, ocasionando un gran decrecimiento del mismo a causa de la inundación de compuestos inorgánicos a estos lugares. No obstante, en muchas partes el gobierno es partícipe de esta problemática, debido al grado de permisibilidad con muchas empresas.

Dado el impacto del turismo, el gobierno debe servir como promotor del desarrollo endógeno de una región, con políticas claras, articuladas con las comunidades y con el sector privado, para que ese desarrollo genere bienestar.

Sin embargo, se aclara que, la actividad turística no basta para que una zona se desarrolle.

Esta situación se presenta toda vez que al buscar el desarrollo económico, las regiones enfrentan la necesidad de ser más competitivas y darle mayor valor a sus ventajas comparativas para lograr una participación en el mercado global y así generar un círculo virtuoso en el cual el progreso influya especialmente en la calidad de vida de las personas. Si se crean mejores condiciones de educación y empleo, el ingreso *per capita* aumenta, se incrementa la demanda de los bienes y servicios, hay una mayor cantidad de necesidades satisfechas, la tasa de ahorro de la población y la tasa de inversión son dinamizadas, y con ello el gasto disponible para el ocio, vale decir para el turismo. En este escenario se espera la generación de más oportunidades para la creación de empresas de turismo competitivas y sostenibles que, en el marco de la declaración de paisaje cultural, favorezcan el desarrollo de mejores condiciones de vida.

Perspectivas turísticas para el aprovechamiento de la inscripción del PCC

El plan de desarrollo departamental del Quindío propone vincular el PCC a los procesos económicos del departamento a través de la promoción y conservación de áreas cultivadas en café, bajo criterios de desarrollo cultural y productivo. El objetivo propuesto se lleva a cabo acompañando a los municipios para determinar las áreas a recuperar o incorporar cultivos. Otra estrategia es la investigación de nuevos sistemas productivos que integren al café y respondan a criterios de sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo. En general, los esfuerzos se concentran en la transmisión intergeneracional de conocimientos y el fomento de la producción cafetera con jóvenes rurales, pues se identifica un problema en el punto de partida, dada la hibridación cultural con tendencias hacia lo urbano que ocurre actualmente en Colombia y otros países de América Latina, lo cual refleja inmediatamente un problema en la competitividad regional, al no poseer capital intelectual que lo respalde.

El tema de la competitividad en la actividad cafetera tiene como meta apoyar los municipios en la incorporación de áreas para el cultivo del café, la realización de estudios de viabilidad de sistemas productivos con valor agregado aplicable en zonas tradicionales productoras, y apoyar programas de fomento para la producción cafetera con jóvenes rurales del departamento del Quindío (Gobernación del Quindío, 2012).

La relación entre PCC y turismo es fundamental, ya que el departamento del Quindío ocupa el puesto doce como destino turístico reportado por los turistas internacionales, con una participación del 0,5 % sobre el total de llegadas de viajeros, según cifras calculadas por Proexport. Es por ello, que los turistas internacionales llegan al departamento del Quindío por el disfrute del contacto

con la naturaleza y el verde que lo caracteriza, así mismo, se percibe la oportunidad de generar alianzas estratégicas con la oferta turística para buscar alternativas de rescate del paisaje y actividades en *pro* de la permanencia de la identidad cafetera.

Los principales lugares de origen de los turistas extranjeros son Estados Unidos (47 %) y España (11,8 %), mientras se perciben incrementos importantes de Italia y Estados Unidos (Además el arribo de extranjeros en plan de turismo indica una clara estacionalidad con picos en los meses de junio, julio y diciembre (Gobernación del Quindío, 2012). Quindío como destino turístico está en proceso de consolidación y presenta importantes retos por superar, como la informalidad en la prestación del servicio, reflejada en una baja tasa de inscripción en el Registro Nacional del Turismo. Para 2011 solo 698 empresarios se habían inscrito (Banco de la República, 2011).

De acuerdo con lo referenciado, los procesos de la cadena de servicio al turista no se han estandarizado, siendo necesario integrar otros actores dentro de los procesos de mejoramiento. Por ejemplo, los conductores de taxis, empleados de restaurantes y trabajadores temporales en sitios de hospedaje. Otro tema de gran importancia es la definición de diferenciadores del servicio e inclusión de un turismo que aproveche las ventajas competitivas asociadas a la inscripción de Patrimonio Cultural del Paisaje Cafetero.

Cultura y turismo desde la óptica político-administrativa

Los empresarios asociados al turismo mencionan la necesidad de información pertinente, confiable y oportuna para la toma de decisiones. Por ello, la institucionalidad pública nacional y departamental está empeñada en contar con un *sistema departamental de cultura* que permita el desarrollo cultural y el acceso de la comunidad a los bienes y servicios culturales. A pesar de su complejidad, se constituye en condición fundamental para que las políticas formuladas impacten positivamente en el fomento al turismo rural relacionado con la cultura cafetera. Como respuesta, en el departamento del Quindío se creó el Consejo Departamental de Cultura y un Consejo Departamental de Patrimonio, además, hay trece casas de cultura funcionando en las cabeceras municipales (se exceptúa Armenia) incluyendo los corregimientos de Barcelona y la Virginia en Calarcá. Todas tienen procesos de formación en diferentes áreas artísticas y culturales.

Condiciones regionales y el impacto real de la inscripción del PCC

El PCC al haber sido incluido en la lista de Patrimonio Mundial por la Unesco obtiene una serie de beneficios, entre ellos cooperación técnica internacional,

asistencia internacional para formación y promoción, así como programas educativos de diversa índole. Por otra parte, el objetivo primordial del plan de desarrollo del departamento del Quindío, es aprovechar la inscripción del PCC para lograr mejorar la calidad de vida de los actores que conforman en el territorio cafetero. El proceso permite revalorar el concepto cultural, en el que se pueden destacar: el estilo de vida, la relación con el medio, la expresión espacial y el hábitat. La Unesco justifica esta conservación en aspectos significativos como valorar la cultura cafetera, contribuir en la conservación del PCC, fomentar programas de protección de la biodiversidad, el agua y el uso racional del suelo (Paisaje Cultural Cafetero, 2012). Esta inscripción hace que se apoyen y gestionen procesos desde la institucionalidad, y se asignen responsables en organizaciones como Ministerio de Cultura, Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y el Comité Técnico Regional – Red Alma Mater.

El plan de manejo del PCC parte de seis objetivos para desarrollar con el respaldo de las autoridades locales:

- Fomentar la competitividad de la actividad cafetera.
- Promover el desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno.
- Conservar, revitalizar y promover el patrimonio cultural y articularlo al desarrollo regional.
- Fortalecer el capital social cafetero.
- Impulsar la integración y el desarrollo regional.
- Apoyar la sostenibilidad productiva y ambiental del PCC.

El plan de manejo del PCC se basa en cuatro valores:

1. Trabajo humano, familiar, generacional e histórico para la producción de un café de excelente calidad.
2. Cultura cafetera para el mundo.
3. Capital social estratégico construido alrededor de una institucionalidad.
4. Relación entre tradición y tecnología para garantizar la calidad y sostenibilidad del producto.

CAPÍTULO III

Aspectos del turismo en Colombia y en el Eje Cafetero

Foto: Arturo Latorre Ortiz

El gobierno departamental del Quindío ha incluido en su plan de desarrollo políticas de divulgación y preservación del PCC, con metas al 2015 en las que se promueve un proceso informativo y de sensibilización por la identidad con el PCC. El departamento, así como los gobiernos municipales, están en la obligación de generar procesos, campañas y metodologías de sensibilización a través de elementos lúdicos, talleres recreativos, entre otras estrategias, para incentivar la siembra del café y conservar la cultura que se genera alrededor de esta actividad.

Con base en el análisis preliminar se percibe que los organismos departamentales y municipales del Quindío, aún no han ejecutado todas las políticas gubernamentales encaminadas a la preservación de bienes materiales e inmateriales y al fomento del área cultivable de café.

El turismo acarrea un sinnúmero de disyuntivas en la sociedad. Por ejemplo, muchas opiniones se centran en que es un grave elemento negativo porque genera destrucción, delincuencia, prostitución, entre otros factores sintomáticos de degradación social. Por otro lado, y en completa oposición, se concibe como un aspecto clave para el desarrollo autóctono de una región, explotando su potencial mediante sus costumbres y tradiciones; pues, un sistema económico es una articulación de elementos organizados funcionalmente para realizar una actividad (Ramírez, 2006).

La explotación articulada con cada uno de los actores de una sociedad, es lo que hace que el turismo se convierta en fenómeno económico, que mediante su plena administración pueda crear un crecimiento tanto en el sector público-regional como en el sector privado.

Si el turismo se emplea para la ocupación del tiempo de ocio del individuo, entonces se pueden plantear dos escenarios estacionales para el Eje Cafetero. El primero, entre los meses de junio – julio y diciembre–enero, y el segundo, en los meses no mencionados. En el primer escenario acontece la mayor demanda, y se incrementan los ingresos en el sector, gracias al ahorro, cesantías o primas de los turistas, lo que permite una generación de empleo estacional, por la llegada de personas de otras regiones y países del mundo. Al finalizar dicha

temporada, sucede un arduo desempleo, estancando el desarrollo del sector turístico que viene siendo lo que aparece en el siguiente escenario. A esto se le llama *el ciclo del turismo* porque se presenta casi siempre en estos periodos del año. Dicha peculiar forma de migración, en un determinado periodo, se debe a que todo ser humano tiene necesidad de descanso y esparcimiento.

Los agentes que intervienen en el sector turístico (hoteles, restaurantes, transporte, entre otros), deben procurar atraer y satisfacer ese tiempo libre de los turistas. Para ello, existen varias estrategias, entre las que se destacan la incorporación de tecnología con el fin de volverlo mucho más eficiente, eficaz y ameno para el visitante.

En el sector turístico, no solo se busca minimizar costos con la implementación de tecnología, por el contrario, el turismo como fenómeno multifacético mantiene numerosas y estrechas relaciones con el medio; como realidad ecológica da lugar a los efectos positivos ya estudiados, pero también causa efectos negativos sobre el medio natural.

El turismo como fenómeno mundial se ha convertido en una de las actividades más importantes de nuestro tiempo. Al vincularse con los cambios estructurales y el desarrollo de la tecnología, que han llevado a que el turismo tenga una visión global, su valor potencial, como sus efectos multiplicadores, contribuye al desarrollo en el sentido de progreso, paz y beneficio social.

Desde la academia, la ciudadanía y el gobierno, debemos reconocer la articulación de la práctica turística con otros sectores, como un gran motor de desarrollo para la región en sí. Como una medida de proyección, se debe tomar en cuenta todo lo relacionado con el turismo, haciendo hincapié en la capacitación de profesionales idóneos en el ámbito turístico para realizar una actividad que comporte al bienestar de todos y cada uno de los involucrados.

De acuerdo con el informe del Banco de la República, la competitividad del turismo ha tenido una tendencia de crecimiento en el año 2009. En el 2006, tuvo 1.978.000 visitantes, cuyo número aumentó a 2.494.000 en 2009. Colombia recibió en el 2011 a 3.080.000 de turistas y se pronosticó que a lo largo del 2012, el país andino recibiría un total de 3.35 millones de personas. Durante el año 2011 se presentó un crecimiento del 7.3 % en la llegada de visitantes extranjeros a Colombia (Banco de la República, 2009).

En el primer semestre del año 2012, el arribo de visitantes extranjeros al país creció un 4.3 %. El MinCIT consideró que podría llegar a cuatro millones de visitantes para el 2014. Según el Dane (2012), el turismo genera en Colombia 1.490.000 empleos, de los que 30.000 fueron creados en el 2011 con un prospecto de crecimiento de otros 90.000 puestos entre 2012 y 2014. Estas cifras son el reflejo de las políticas implantadas en la oferta turística con el fin de promocionar la actividad en Colombia. De esta forma, se

vislumbra como un sector muy importante para la economía de nuestro país, con el cual se fortalecen todos los recursos, con el fin de que se tenga un crecimiento sostenible y garantice una perspectiva económica. De acuerdo con la información recopilada durante la elaboración de los convenios de competitividad turística y la experiencia adquirida en la ejecución de la política de turismo, se identificaron los siguientes problemas relacionados con el desarrollo de la actividad:

Consecuentemente, según Bigné, Font y Andreu (2000: 30), en el análisis y estrategias de desarrollo. “El concepto y la naturaleza de los destinos turísticos, son combinaciones de productos turísticos que ofrecen una experiencia integrada a los turistas”. Los destinos son un país, una isla o una ciudad. Esta combinación se da por una zona geográfica, donde se identifican los itinerarios de los viajeros, ya sea por viaje de negocios, por conocer sitios turísticos, por atracción, ocio, cultura, religión, buscando diversidad y variación en sus vacaciones. Es aquí donde el turista percibe sus vacaciones como una experiencia global e intercambio cultural, fundamentada en los diferentes recursos turísticos.

Los autores enuncian cuatro tipos de destinos turísticos en la función de la distribución de recursos y utilización por parte de los turistas:

1. Destino único.
2. Destino como sede central.
3. Circuito.
4. Viaje en ruta. (Bigné, Font, & Andreu, 2000).

Por lo anterior, se estudia las preferencias de la demanda en turismo con su gusto y deseos por pasar unos días o semanas desarrollando diferentes actividades, así como contar con diferentes destinos que lo llevarán a ver diversos lugares, desplazándose de un sitio a otro. De allí que el mercadeo tiene como objetivo incrementar el número de visitantes y promocionar los productos de recursos turísticos.

Los turistas descubren el turismo como algo influyente en la diversidad de proveedores y servicios. Además, a medida que se logre el grado de satisfacción de los clientes en sus vacaciones, aumentará la demanda global. El incremento de la demanda incide en diversos factores, como la prosperidad a largo plazo de la comunidad local, el aumento de la rentabilidad de las empresas locales, la satisfacción de los visitantes, la optimización de los impactos económicos, costes socioculturales y medioambientales, la infraestructura comercial y de redes de transporte cada más extensas y globalizadas.

Variables que enmarcan la evolución del turismo:

- Infraestructura.
- Tecnología.
- Calidad de servicio.
- Demanda creciente.
- Bienestar.
- Seguridad.
- Servicios.
- Tiempo.
- Poder adquisitivo.
- Cambios culturales, sociales, económicos.
- Globalización.

Turismo en Colombia

Estudios regionales sobre turismo en San Andrés, Eje Cafetero y Meta evidencian que la intervención estatal y el direccionamiento de la actividad turística son necesarias por cuanto el surgimiento del turismo nacional ha sido espontáneo. En varios casos, persisten problemas en la calidad de los servicios prestados y en la distribución de los ingresos, lo que riñe con la propuesta de desarrollo local y regional. (Cruz y Johannie, 2009)

El Estado desempeña un papel definitivo en la vinculación entre el turismo y las posibilidades del desarrollo sostenible. El argumento es que, por ejemplo, para el Caribe, incluyendo San Andrés, el número de visitantes ha aumentado, la ocupación hotelera ha mejorado en promedio; sin embargo, los beneficios no se han revertido en la comunidad: “El desempleo promedio en el Caribe supera el 10 %; la pobreza en América Latina y el Caribe, pasó de 42,5 % de la población total en el año 2000 a 44,2 % en el año 2003” (Cruz y Johannie, 2009:268)

Para San Andrés, las cifras no distan del promedio caribeño: las necesidades básicas insatisfechas (NBI) han aumentado, de 34,04 % en 1993 a 42,45 % en 2005 (Cruz y Johannie, 2009). Adicionalmente, los datos del Sisben:

[...] indican que entre el 2000 y el 2008 el porcentaje de población con altos niveles de pobreza (Nivel 1 y 2) ha pasado de 40 % a 55 %. [...] mientras que la población intermedia y demás ha pasado de ser 41 % a tan solo 25 % (Cruz y Johannie, 2009:268)

Lo anterior puede explicarse por el tipo de turismo; el de masas o de las tres “S” (*Sun, Sand & Sea*) en donde hay una explotación de la playa y el mar a partir de la construcción de infraestructura hotelera por parte del sector privado, que en el caso de los países en desarrollo es limitado, con lo que se debe recurrir a la inversión extranjera, limitando aún más las posibilidades de eslabonamiento con las actividades locales y de redistribución del ingreso (Cruz y Johannie, 2009).

Como alternativa para el crecimiento económico en el Caribe, se plantea la intervención del Estado, con el fin de planificar y direccionar la política pública de la actividad turística, de modo que los beneficios apunten a mejorar las condiciones de vida de los habitantes y las relaciones con el ambiente (Cruz y Johannie, 2009). Esto es relevante si no se desea repetir la experiencia de San Andrés; la población raizal no participó del crecimiento de la actividad turística, al tiempo que se desligó de actividades económicas tradicionales como la agricultura del coco o la pesca y se contrató mano de obra no nativa (Meisel, 2003).

La industria turística regional en el Eje Cafetero dependió de eventos locales como la Feria de Manizales, de atractivos naturales como el Nevado del Ruiz, los Termales de Santa Rosa y de atractivos como el zoológico Matecaña. Solo hasta principios de los años 90 empezó la explotación del turismo rural en las fincas cafeteras, especialmente del Quindío, y la operación de parques temáticos en 1995 y 1999, así como del Jardín Botánico en Calarcá, en el año 2000.

Esta dinámica se explica como una ventaja comparativa regional asociada a la densidad vial, disponibilidad, calidad de los servicios públicos y la posibilidad de complementar servicios de alojamiento entre los tres departamentos, para responder a la 15ª temporada alta, esta situación generó que el Eje Cafetero pasase a ser el segundo destino turístico nacional, cobrando importancia el ecoturismo y el agroturismo, frente a las actividades de playa. (Gómez, Restrepo y González, 2004)

Este crecimiento hace que el turismo sea considerado promisorio y plantea desafíos para que la región mantenga su dinamismo, disminuya los efectos de la estacionalidad, amplíe la oferta natural y de servicios turísticos, mediante nuevos proyectos y actividades complementarias como corredores o circuitos turísticos. Además, se debe avanzar en una solución que acceda a la integración en las asociaciones de alojamiento rural, que busquen aumentar los niveles de servicio (Gómez, Restrepo, y González, 2004).

Por otra parte, en el Meta aumenta la presencia de viajeros desde el año 2000 como consecuencia de la apertura de la vía al Llano, la construcción de infraestructura hotelera y la adaptación de fincas para agroturismo y ecoturismo. No obstante, la oferta de servicios turísticos no es parte de una política de cualificación del sector o del desarrollo de un plan sectorial. Por el contrario, estuvo atada hasta el 2006 por las iniciativas de los primeros empresarios.

De allí la necesidad de la puesta en marcha de acciones que aúnen esfuerzos entre los gremios y el gobierno departamental. Fruto de ello es la puesta en marcha de estrategias con el objetivo de fortalecer la cadena del sector turismo. Se destacan, el convenio de “Competitividad *clúster* departamento del Meta”, suscrito entre el departamento y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. El documento se convierte en la guía para el desarrollo turístico departamental, y los laboratorios experimentales de organización socio empresarial (Leos), que apuntan a la generación y fortalecimiento de empresas solidarias para que participen en la cadena (González, 2004).

En lo referido a visitantes extranjeros, la demanda por servicios turísticos para Colombia y Cartagena están relacionadas con variables de los países de procedencia, tales como el ingreso y el número de visitantes en años anteriores; pero también, con otras surgidas en Colombia como el tipo de cambio real (Galvis y Aguilera, 1999). Hay, por otra parte, una diferencia entre los viajeros que llegan a Colombia desde Estados Unidos y Canadá y los procedentes de Europa: los primeros valoran mucho más el hecho de los visitantes en años pasados que el tipo de cambio real. Por el contrario, los segundos tienen en cuenta las variaciones de los precios colombianos medidos por el tipo de cambio real. Cabe mencionar que los estudios de demanda por servicios turísticos, en general, involucran ingresos, capturados mediante PIB *per capita*, y precios relativos, capturados mediante tipo de cambio real, dejando de lado la presencia de servicios sustitutos u otras posibilidades de demandas turísticas.

Turismo en el Eje Cafetero

En los últimos 10 años, los departamentos del Eje Cafetero han tenido que afrontar un fuerte cambio en sus economías.

De acuerdo con el Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales (Crece), entre 1998 y 2001 la crisis cafetera generó la pérdida de 63.358 empleos en el Eje Cafetero, y un descenso en la producción de la economía regional de 484.700 millones de pesos (Parra y Peña, 2006). El turismo se convirtió en una opción económica surgida de la crisis de la década de 1990 y finalmente el terremoto del 1999 creó una conciencia de región entre los ciudadanos favorable para nuevos proyectos.

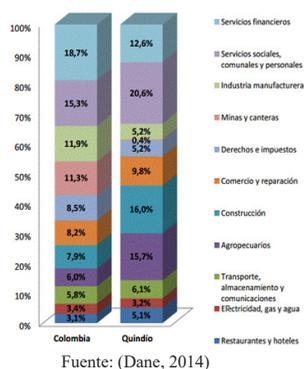
Aunque toda la región ha tenido desarrollo turístico, el Quindío es el departamento que más provecho ha sacado a la ventaja comparativa que tiene en cuanto a sus paisajes, fincas cafeteras y belleza paisajística. De acuerdo con Proexport, al departamento de Risaralda arriban más de la mitad del total de viajeros internacionales llegados al Eje Cafetero y Pereira fue reportada como el principal destino de esta región con una participación de 53 %. El segundo destino más visitado fue Armenia con el 20,5 % seguido por Manizales con 18,3 % y Dosquebradas con 1,8 % (Durán, Giraldo, & Torres, 2009).

En el año 2011 el PIB total del departamento del Quindío creció 0.9 % principalmente por la evolución en el comercio, la construcción con 5.5 % y la industria con 4.1 %. Así mismo, los servicios presentan una variación del 5.9 %, entre los que se incluyen las actividades turísticas.

Para el año 2011, el PIB nacional total fue de 615.727 billones de pesos, en donde el departamento del Quindío participa con el 0.7 % que equivalen a 4.5 billones de pesos, ocupando la posición 24 en la nación (Dane, 2012).

El PIB por habitante promedio fue de 13.372.404 pesos. De los 33 departamentos, 7 mantienen un PIB *per capita* por encima del promedio nacional y 26 por debajo. Entre estos se encuentra el departamento del Quindío cuyo índice fue de 8.139.230 pesos (Dane, 2012). En comparación con el año 2012, el turismo en el año 2013 creció en un 4,2 %. Además, en el año 2013, la contribución del sector turismo al PIB en Colombia fue de 37 billones de pesos (5,4 % al PIB). Así mismo, de acuerdo con el reporte de *World Travel and Tourism Council* (WTTC), para el año 2014, el turismo en Colombia crecería un 6,2 %, confirmando que el país tiene una amplia prospectiva en el tema y se ve la oportunidad de fortalecer este renglón económico, generando consigo un dinamismo al sector (Portafolio, 2014). Otro aspecto a resaltar es el gran crecimiento servicios para el año 2014; del 20,6 % en el departamento del Quindío, y del 15.3 % en Colombia. La siguiente figura detalla los aspectos del PIB mencionados.

Figura 7. Estructura PIB por sectores



CAPÍTULO IV

Incidencia del turismo: de lo global a lo local

El departamento del Quindío, en los últimos años, le acontecen cambios en cuanto a infraestructura, vías de acceso, construcción de centros comerciales, llegada de almacenes de grandes superficies. Estas transformaciones implican un rápido desarrollo en casi todos los sectores económicos. A pesar de estos avances y después de la inclusión del departamento al PCC, en el sector turístico no se percibe un aumento significativo de la demanda. Para determinar este fenómeno se agruparon las características y la percepción de la demanda turística en categorías y variables, por medio de una encuesta aleatoria se reconoce la percepción y caracteriza la demanda. De este modo, se muestra un panorama real sobre la perspectiva del turista acerca del Quindío como destino turístico enmarcado en una cultura sobre el PCC, las características demográficas y la gestión gubernamental en el sector turístico. El capítulo se desarrolla a partir de los datos sobre la importancia del turismo a nivel global, luego en Colombia y, por último, en la región del departamento del Quindío. Los datos en el mundo nos permiten contrastar la importancia de esta actividad a nivel global con su incidencia en los otros dos niveles. Para el nivel regional, a falta de mayores datos, se realiza la encuesta, con la cual es posible reconocer el perfil del turista del PCC en el departamento del Quindío.

Visión del turismo en el mundo

El turismo es un sector clave para el desarrollo y crecimiento de los países. Durante los últimos años muchos lugares se han abierto al mundo para convertirse en los destinos favoritos para los turistas. Desde 1950 el turismo internacional mantiene un crecimiento constante: “Desde los 25 millones en 1950 hasta los 278 millones en 1980, los 528 millones en 1995 y los 1.035 millones en 2012.” (OMT, 2013:2), y en el 2012 se superaron los mil millones en llegadas de turistas internacionales por primera vez en la historia: “1.035 millones de turistas cruzaron fronteras frente a los 995 millones de 2011.” (OMT, 2013:3). La figura 8 nos indica claramente los índices de llegadas.

Figura 8. Turismo internacional 2012



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT, 2013: 2)

En el 2012, la región más visitada fue Europa con un incremento del 3 % respecto al año anterior, seguida por Asia y Pacífico con incremento del 7 %, África con 6 % y finalmente las Américas con 5 %. La única región que presenta un resultado negativo es Oriente Próximo (-5 %).

El principal motivo de viaje fue ocio, recreo y vacaciones con un 52 % de participación; seguido de visitas a parientes y amigos (VPA), salud, religión y otros con un 27 %; negocios y motivos profesionales con un 14 %. Por otra parte, el principal medio de transporte fue el aéreo con un 52 %, seguido de terrestre con un 40 %, navegable 6 % y finalmente, el menos usado, el ferrocarril con 2 %. (OMT, 2013)

Los diez países que presentaron mayores ingresos por turismo internacional se encuentran en la tabla 4.

Tabla 4. Ingresos por turismo internacional

Rango	Ingresos por turismo internacional					
	\$ EE.UU.			Monedas locales		
	Miles de millones		Variación (%)		Variación (%)	
	2011	2012*	11/10	12*/11	11-oct	12*/11
1 Estados Unidos	115,6	126,2	11,7	9,2	11,7	9,2
2 España	59,9	55,9	14,0	-6,6	8,6	1,2
3 Francia	54,5	53,7	16,2	-1,5	10,7	6,7
4 China	48,5	50,0	5,8	3,2	1,0	0,8
5 Macao (China)	38,5	43,7	38,3	13,7	38,6	13,3
6 Italia	43,0	41,2	10,9	-4,2	5,6	3,8
7 Alemania	38,9	38,1	12,1	-1,9	6,7	6,2
8 Reino Unido	35,1	36,4	8,2	3,7	4,4	5,2
9 Hong Kong (China)	27,7	32,1	24,6	16,0	24,9	15,6
10 Australia	31,5	31,5	8,1	0,2	-3,8	-0,2

Fuente: (OMT, 2013:6)

Los países que recibieron mayor cantidad de turistas internacionales se señalan en la tabla 5. Entre ellos se encuentran Francia, Estados Unidos, China y España.

Tabla 5. Arribo de turistas internacionales.

Rango	Llegadas de turistas internacionales				
	Series ¹	Millones		Variación	
		2011	2012*	11/10	12*11
1 Francia	TF	81,6	83,0	5,0	1,8
2 Estados Unido	TF	62,7	67,0	4,9	6,8
3 China	TF	57,6	57,7	3,4	0,3
4 España	TF	56,2	57,7	6,6	2,7
5 Italia	TF	46,1	46,4	5,7	0,5
6 Turquía	TF	34,7	35,7	10,5	3,0
7 Alemania	TCF	28,4	30,4	5,5	7,3
8 Reino Unido	TF	29,3	29,3	3,6	-0,1
9 Federación de Rusia	TF	22,7	25,7	11,9	13,4
10 Malasia	TF	24,7	25,0	0,6	1,3

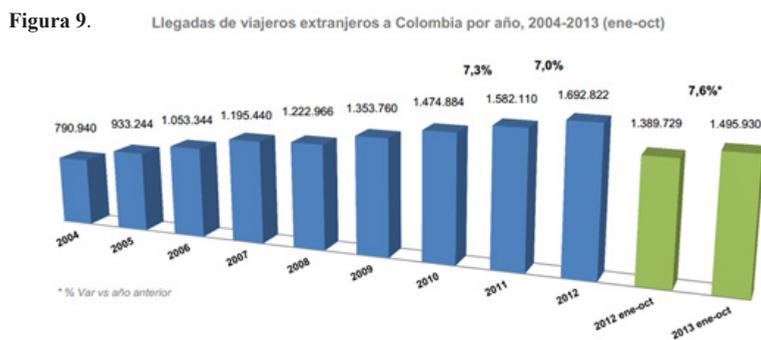
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

Situación empresarial del turismo en Colombia

En Colombia el turismo se desarrolla principalmente gracias a la asociación de un conjunto de empresas que encontraron en la unión una oportunidad para seguir participando en los mercados colombianos: Anato, la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo fue creada el 20 de octubre de 1949 por Resolución No. 0265 del Ministerio de Justicia, como un gremio sin ánimo de lucro encargado de apoyar y representar los intereses del sector de las agencias de viajes (Anato, 2013). Así mismo, otras asociaciones como Acotel actualmente Cotelco (Asociación Hotelera y Turística de Colombia) creada en 1954 con la misión de agremiar y representar a los empresarios de la industria hotelera en Colombia uniendo esfuerzos que contribuyan a su competitividad y al desarrollo sostenible del sector turístico (Cotelco, 2013). La Asociación de Líneas Aéreas Internacionales en Colombia (Alaico), y la Asociación Colombiana de Grandes Restaurantes (Acogran), impulsaron la creación de la Empresa Colombiana del Turismo en 1957, y el Instituto de Cultura y Turismo de Bogotá en 1959, organizaciones que facilitaron la consolidación del sector turismo en Colombia. (Así es Colombia, 2013)

A pesar de estos esfuerzos, la presencia de grupos armados al margen de la ley impedía una consolidación fuerte del sector. Solo hasta el año 2002 se empieza a observar un crecimiento y desarrollo significativo, debido a las nuevas condiciones de seguridad forjadas por la política de seguridad del expresidente Álvaro Uribe Vélez, ya que generaron mayor confianza en los viajeros. “El avance y crecimiento que ha tenido el país en materia de seguridad y turismo es ampliamente destacable. La seguridad se ha convertido en prioridad para el país desde el 2002, mostrando resultados positivos” (Paraisochoroni, 2014: 5)

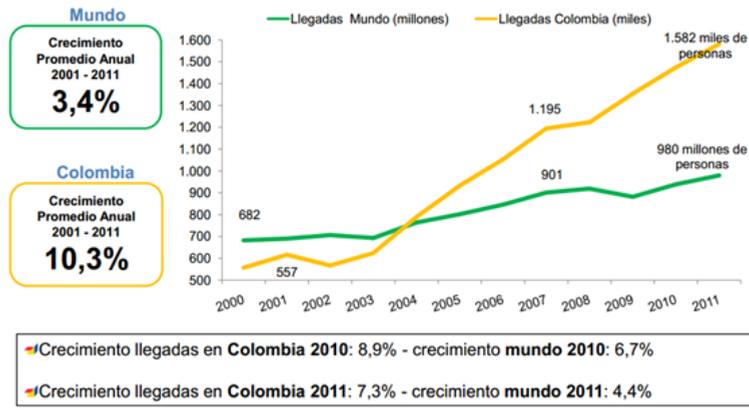
En la figura 9 se puede evidenciar el crecimiento del arribo de viajeros extranjeros a Colombia año tras año. En el periodo comprendido de enero a octubre del 2013 se registró un incremento del 7,6 % respecto al mismo periodo del 2012.



Fuente: (Proexport, 2013: 9)

La principal región que genera turistas al país es Sudamérica con un 45 % (2013), seguida de Norteamérica con 26 % (2013), y Europa con 19 % (2013), Centroamérica con un 5 %, y por último, el Caribe y Asia con 2 %. El incremento del turismo en Colombia ha sido tan significativo que el crecimiento promedio anual ha llegado a encontrarse por encima del promedio anual del mundo: 10,3 % frente a un 3,4 %, como se muestra en la figura 10.

Figura 10. Comparativo dinámica de crecimiento llegadas internacionales a Colombia y al mundo, 2000-2011



Fuente: (Proexport, 2012:3)

Entre los principales motivos de viaje de los extranjeros a Colombia se encuentra el turismo, que para el 2012 presentó un porcentaje de 61,8 %, seguido de 11,0 % por motivos de trabajo, debido a eventos 6,8 %, entre otros. Para el 2013 “los principales motivos de viaje fueron los relacionados con vacaciones, recreo y ocio (64,0 %), negocios y motivos profesionales (15,1 %) y trabajo (10,9 %).” (MinCIT, 2013:29)

A partir de lo anterior se observa que el turismo es la principal motivación para que los extranjeros viajen al país, y es claro que Colombia cuenta con una posición estratégica:

3.208 km de línea costera (1.760 km en el mar Caribe y 1.448 en el océano Pacífico), 400 km² de selva amazónica y la cordillera de los Andes... goza de una vasta variedad de todos los posibles paisajes y atracciones naturales del mundo. (Paraisochoroni, 2014).

Ofreciendo destinos “con variadas ofertas que combinan historia, cultura, gastronomía aventura, sol y playa, avistamiento de aves, golf, buceo, congresos y paisajes.” (Proexport, 2011).

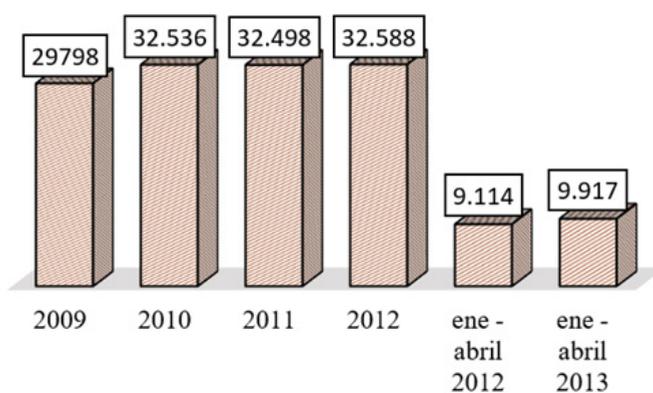
Los principales destinos visitados durante el periodo comprendido entre 2009 – 2012 fueron Bogotá, Bolívar, Antioquia, Valle del Cauca, San Andrés, Atlántico, Norte de Santander, Santander, Magdalena, Risaralda, Nariño, la Guajira, Cundinamarca y Quindío. Las principales ciudades destino de aquellos departamentos son Bogotá, Cartagena, Medellín, Cali, San Andrés, Barranquilla, Cúcuta, Santa Marta, Bucaramanga y Pereira.

El interés por los atractivos naturales ha crecido considerablemente desde el año 2012, pues se presentó un incremento de las visitas a los parques naturales del 18,9 % respecto al año anterior, las principales regiones que concentraron las visitas fueron la Caribe y Andina. Según cifras de parques nacionales, en 2012 el ingreso de visitantes se incrementó en 18,9 % frente al mismo período de 2011, pasando de 694.148 visitantes en 2011 a 825.497 en 2012. En la región Caribe se concentró el 88,6 % de los visitantes, en la Andina el 10,5 %, en el Pacífico el 0,6 % y en la Amazonia y Orinoquía el 0,3 % (MinCIT, 2013:77)

Para el periodo comprendido entre enero y junio de 2013 “los visitantes a los parques nacionales naturales pasaron de 417.322 en 2012 a 468.755 en 2013, registrando un crecimiento de 12,3 % con respecto al mismo período de 2012” (MinCIT, 2013:77).

Viajeros extranjeros que reportan al PCC como su principal destino en Colombia (ver figura 11).

Figura 11. Extranjeros que reportan al PCC como su principal destino en Colombia



Fuente: Los autores basados en información de “Turismo, Paisaje Cultural Cafetero experiencias únicas e inolvidables”, (Proexport, 2013)

De acuerdo con las estadísticas de Proexport, se nota una leve variación de un año a otro en el arribo de extranjeros al territorio del PCC, tendiente al alza, tal como lo demuestra figura 12 en la comparación entre enero y abril de 2012 frente al 2013. Referente a la procedencia de extranjeros que llegan al territorio del PCC, en el período enero - abril de 2013, del total de viajeros, el 58,6 % escogió al departamento de Risaralda, el 22,4 % visitó Caldas y el 19 % se inclinó por Quindío, según fuente de Proexport. Consecuentemente, las cifras que reporta el análisis de estacionalidad del 2012 elaborado por Proexport, señala que el 55.9 % de los extranjeros visitan los departamentos del PCC en el segundo semestre del año, mientras que el 44.1 % restante lo hace en el primer semestre.

Tabla 6. Oportunidades de turismo

Oportunidades de turismo para Colombia según país de procedencia									
País de Procedencia	Sector de Turismo								
	Reuniones	Convenciones	Avistamientos de aves	Naturaleza general	Agroturismo	Aventura en naturaleza	Ferías y fiestas	Lujo	Destino patrimonio
Alemania	*	*	*		*	*			*
Argentina	*		*	*	*	*		*	*
Aruba y Curacao	*			*					*
Australia					*	*			
Brasil	*	*		*					*
Canadá	*	*		*			*		*
Chile	*				*		*	*	
China					*				
Corea del Sur			*		*				*
Costa Rica	*	*		*	*				*
Ecuador	*	*				*	*		
España	*	*	*		*		*		*
Estados Unidos	*	*	*	*				*	
Francia	*		*	*	*		*		*
Guatemala	*								
Holanda				*					
India									*
Israel				*					
Japón			*		*				*
México	*						*		
Panamá	*			*					
Perú	*	*		*	*	*	*		*
Puerto Rico	*	*		*					
Reino Unido	*		*	*		*	*		
República Dominicana	*	*		*	*				*
San Martín y Guyana				*					
Suecia						*			
Suiza				*					*
Triángulo del Norte			*				*		*
Venezuela	*				*			*	

Fuente: (Proexport, 2013)

Las oportunidades de turismo identificadas por Proexport Colombia (2013) en la tabla 6, señalan la importancia que la cultura tiene para el visitante internacional, pues de 30 países, se pueden apreciar las siguientes cifras: El

33.3 % de los países estudiados indica que la afluencia de turistas tiene como principales motivaciones, el conocer la cultura a través de ferias y fiestas. El 50 % viaja al exterior para conocer los lugares incluidos en la lista de patrimonio de la humanidad; y el 53.3 % de las preferencias analizadas se inclinan por visitar sitios con atractivos naturales. Las variables indicadas anteriormente, dan a conocer que el PCC es una excelente oferta para satisfacer las exigencias y deseos de los turistas internacionales.

El origen de turistas nacionales que visitan el departamento del Quindío de acuerdo con datos del observatorio turístico del Quindío 2014, señala los departamentos de Cundinamarca 43,6 %, Antioquia 17,0 %, Valle del Cauca 12,7 %, Risaralda 4,3 %, Caldas 4,2 %, Tolima 3,3 %, Santander 2,5 %, Cauca 2,2 %, Nariño 1,6 %, y Atlántico 1,3 % como los principales lugares de procedencia nacional (Cámara de Comercio Armenia, 2014).

Referente del turismo regional

A finales del siglo XIX la economía del Eje Cafetero se centró en la producción cafetera, sin embargo, en 1989 el rompimiento del pacto de cuotas, llevó a la reducción de la cotización del grano, lo que generó la disminución de los ingresos. Los caficultores ante este panorama optaron por identificar otras fuentes de ingresos:

[...] convirtiendo al turismo en un renglón importante para la economía regional, inicialmente a través del turismo rural y el agroturismo. [El turismo rural se basó] en una red de alojamientos que incorporaba a las fincas cafeteras y la infraestructura de servicios básicos existente, a lo que adicionalmente contribuyó la variedad paisajística de la región y su arraigada cultura cafetera. (Gómez & Restrepo, 2004:1)

Adicionalmente, diversas entidades gubernamentales crearon parques temáticos, en 1995 se dio apertura al Parque Nacional del Café y en 1999 al Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria (Panaca), esto dinamizó el turismo en la región, y permitió complementar la oferta turística de sitios naturales:

[...] entre los que se destacan: el Valle de Cocora en Salento, la Granja de Mamá Lulú en Quimbaya, el Centro Experimental de la Guadua en Córdoba, El Zoológico Matecaña en Pereira y el Parque Nacional Natural de los Nevados, entre otros. (Gómez & Restrepo, 2004:3)

El PCC es de gran importancia en la vinculación con el turismo. Actualmente, el departamento del Quindío ocupa el puesto 12 como destino turístico reportado por los viajeros internacionales en Colombia, con una participación del 0,5 % sobre el total de llegadas de viajeros al país, según cifras calculadas por Proexport. El principal país de origen de los turistas extranjeros es Estados Unidos (47 %) y España (11,8 %).

Los países que presentaron incrementos importantes en número de turistas son Italia (47,9 %) y Estados Unidos (36,9 %). El arribo de turistas extranjeros ocasiona una clara estacionalidad con picos en los meses de junio, julio y diciembre. El índice de ocupación hotelera acumulado anual pasó de 40,7 % en 2010 a 44,6 % en 2011, según datos de Cotelco, para la zona cafetera, por debajo del indicador en lo nacional. Quindío, como destino turístico, está en proceso de consolidación y presenta importantes retos a superar como informalidad en la prestación del servicio, reflejada en una baja tasa de inscripción en el Registro Nacional del Turismo; para 2011, solo 698 empresarios se habían inscrito.

De acuerdo con el documento Conpes 3397, política sectorial del turismo: “Establece la política de turismo en Colombia, como el fortalecimiento de la competitividad de los diversos productos y destinos turísticos nacionales” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo , 2005). Estas políticas se encuentran establecidas en la Ley 300 de 1996 Ley del turismo, para así, realizar acciones en materia del mejoramiento de la competitividad de los productos como de los destinos turísticos y al desarrollo de políticas de promoción y mercado en la nación.

Otro tema de gran importancia es la definición de aspectos diferenciadores del servicio e inclusión de un turismo que aproveche las ventajas competitivas asociadas a la declaratoria de Patrimonio Cultural del Paisaje Cafetero. Los empresarios asociados al sector mencionan en diferentes espacios la necesidad de contar con información pertinente, confiable y oportuna para la toma de decisiones.

Retos para el departamento

La gobernación del Quindío a través del Plan de Desarrollo 2012 – 2015 establece las siguientes metas para ejecutar:

- Promover la incorporación de criterios de calidad en la prestación del servicio.
- Integrar los actores de la cadena de servicio al turista.
- Generar estrategias que aumenten el nivel de bilingüismo en actores de la cadena.
- Mejorar la señalización turística departamental y la atención en puntos de información.
- Generar encadenamiento productivo del sector.
- Especializar la prestación del servicio y la definición de productos con visión de mercado.

- Planear estratégicamente el sector.
 - Superar la informalidad en la prestación de servicios turísticos.
- (Gobernación Departamental del Quindío, 2012)

Perfil del turista del PCC en el departamento del Quindío

Un aspecto a tener en cuenta para el desarrollo del turismo en la región cafetera son los visitantes y qué lugares prefieren para sus vacaciones. Con el objetivo de identificar el tipo de turista del PCC, se utiliza una encuesta que indaga sobre la identificación de los atractivos turísticos, las motivaciones y la percepción del departamento por parte de ellos. Para realizar la aplicación de la encuesta, se tuvo en cuenta los puntos más representativos turísticamente de los once municipios pertenecientes al PCC en el departamento del Quindío. Estos lugares son:

- Parques temáticos.
- Cafés especiales.
- Parques principales.
- Restaurantes.
- Hoteles urbanos o rurales.
- Centros comerciales.
- Lugares representativos de los municipios.

La investigación ha permitido definir el perfil de los turistas que visitan esta región del país. Entre los aspectos más representativos para la caracterización, se encontraron el lugar de procedencia, ingreso, estadía en la zona y motivo del viaje. A continuación, en la tabla 7, se presenta un esquema del perfil de estos turistas.

Tabla 7. Perfil del turista

Origen nacional	82%
Lugares de mayor procedencia	Quindío, Valle del Cauca.
Extranjeros	18%
Lugar de mayor procedencia	España
Edad	Todas
Estado civil	Casados 46 % Solteros 32 %
Población nivel de ingreso	80%
Motivo de viaje	Esparcimiento 68% Visita familiar 20%

Otros aspectos:

La mayor parte de los turistas viajaron en compañía de sus familiares. Cerca del 37 % estaban solo de paso por la zona. La mayoría de los turistas han visitado el departamento más de dos veces.

Fuente: los autores

Percepción del concepto de PCC

A lo largo del proceso investigativo se estableció que cerca del 45 % de los encuestados no tienen una idea clara de lo que es el concepto de PCC; grave falencia que se identificó, dado que muchas de estas personas son procedentes de alguno de los municipios del Quindío.

Un grupo menos amplio de turistas encuestados, aseveran que sí poseen una idea acerca de lo que es este concepto. No obstante, tienen una concepción errada del PCC haciendo alusión a que este término solo está conformado por todos los sembrados de café en la región, dejando por fuera todos aquellos conceptos que constituyen la cultura cafetera.

Participación en alguna actividad relacionada con el PCC

Cuando se les explicó el término de PCC a la mayoría de los turistas, indicaron que lo vivenciaron bien sea en la gastronomía, la música o en la arquitectura. En estos casos resalta el municipio de Salento, ya que fue uno de los más nombrados, porque en él se puede sentir un aire muy diferente al que se vive en las ciudades cotidianas.

Se pudo percibir que muchos de los turistas relacionaron el término con el Parque Nacional del Café, ubicado en el municipio de Montenegro, aduciendo a los recorridos por los sembrados de café, los mitos y leyendas ubicados por los senderos y la vestimenta autóctona del departamento del Quindío.

CAPÍTULO V

Paisaje cultural frente a los
bienes materiales e
inmuebles



Perspectivas de los atractivos culturales

Colombia posee ventajas comparativas en los atributos y características relacionadas con los atractivos culturales, especialmente en cuanto a patrimonio intangible, valores artísticos e históricos de civilizaciones prehispánicas. A pesar de lo anterior, la creciente afluencia de turistas a nuestro país ha demostrado que la imagen de Colombia para el turismo cultural no tiene aún suficiente fuerza, incluso con la fuerte oferta de patrimonio cultural. El país últimamente ha desarrollado estrategias en relación con el turismo cultural incluyendo zonas en las declaratorias de la Unesco. En la actualidad, Colombia posee siete lugares declarados patrimonio mundial por la Unesco:

- Puerto, fortificaciones y conjunto monumental de Cartagena (1984).
- Parque Nacional Natural Los Katíos (1994).
- Parque Arqueológico de Tierradentro (1995).
- Centro Histórico de Santa Cruz de Mompox (1995).
- Parque Arqueológico de San Agustín (1995).
- Santuario de Fauna y Flora de Malpelo (2006).
- Paisaje Cultural Cafetero (2011).

En el caso del Paisaje Cultural Cafetero, los trabajos realizados en el Quindío por docentes y estudiantes de universidades de la región indican algunas características principales de los inventarios y su relación con el PCC. Por ejemplo, la tesis de grado denominada *Nivel de conocimiento que posee la comunidad local sobre el patrimonio cultural del departamento del Quindío y la incidencia en su reconocimiento, difusión y sustentabilidad* (Londoño,

J, Téllez, L & Castaño, M., 2009) está fundamentada en el conocimiento que posee la comunidad local de los municipios de Armenia, Montenegro, Circasia, Quimbaya, Salento y Calarcá sobre el patrimonio cultural del Quindío y su incidencia en el reconocimiento, la difusión y sustentabilidad. La investigación arroja resultados a partir del conocimiento que tienen las personas sobre el patrimonio cultural representativo de la región, y a su vez señala el desconocimiento de otras que son igual de importantes. Esto es consecuencia del poco interés por participar de las comunidades, ya que consideran de mayor relevancia los grandes eventos, sin considerar que los demás son de gran trascendencia cultural para la región y el país. Además, los autores del estudio consideran que la vinculación de la población en las actividades está por debajo del 50 %. Como dato final de la investigación, se evidenció que falta presencia de los entes gubernamentales de los municipios en los sucesos relacionados con el patrimonio cultural para que estos sean promocionados con mayor efectividad en la nación. Por otra parte, el estudio realizado por el Centro de Investigaciones Regionales de la Universidad del Quindío (CEIR), titulado *Inventario patrimonial en un sector del Paisaje Cultural Cafetero del departamento del Quindío (municipio de Montenegro, Quindío)* se constituye como un documento de referencia directo sobre las características del paisaje cultural (Centro de Investigaciones Regionales de la Universidad del Quindío (CEIR), 2008).

Los resultados obtenidos de los inventarios se enmarcan en el contexto del Viejo Caldas y del departamento del Quindío, estos, denotan cómo a lo largo de la historia son reconocidos por tener piezas precolombinas vistosas, parte de nuestra identidad cultural, que se exhiben en lo nacional y mundial. De igual manera, identifica el paisaje como un complejo proceso histórico en el que interactúa la historia con el medio natural y por supuesto el hombre. Argumenta que el PCC se debe estudiar desde una reconstrucción histórica que dé cuenta de los procesos sociales y culturales ocurridos en la región.

Los resultados de dicho estudio permiten llevar a cabo un análisis del paisaje y el inventario arqueológico, arquitectónico que encierra toda una cultura y el análisis de los diferentes departamentos donde se incluye

[...] las estribaciones montañosas de las diferentes cordilleras en los departamentos de Quindío, Caldas y la zona limítrofe del departamento del Valle del Cauca. En el desarrollo del estudio arqueológico, la investigación se enfocó en la cronología de la definición humana, así mismo como identificar los recursos arqueológicos que se encontraban en el municipio de Montenegro y la presencia de sitios arqueológicos como la Casa de la Cultura del municipio y la tenencia de ornamentos y colecciones obtenidas a las donaciones de particulares los cuales no disponen de elementos generales y legales para la tenencia de esto, al igual buscar marcadores cronológicos asociados al material cerámico (Briceño, 2008).

Otro estudio analizado es el proyecto de investigación de la Universidad La Gran Colombia seccional Armenia, a cargo de los docentes: Gloria Inés Duque Arango y Barney Ríos Ocampo y del cual participaron estudiantes del Semillero de Investigación en Patrimonio. Este proyecto está orientado a la realización del inventario-valoración del patrimonio arquitectónico de Filandia. El cual cuenta con elementos estéticos y ornamentales en el que se destaca la recopilación de imágenes en el levante de los inventarios; al igual, constituyó un registro que muestra viviendas de principios del siglo XX. (Crónica del Quindío, 2011).

Acciones gubernamentales en torno al PCC en los municipios que lo conforman en el departamento del Quindío

Tras la investigación se pudo identificar que la mayoría de los once municipios que hacen parte del reconocimiento del PCC, han incluido políticas gubernamentales dentro de sus planes de desarrollo, que pretenden vincular al PCC como motor económico de la región. Para lograrlo, los municipios se han preocupado por conocer los factores que establecen la declaratoria de la Unesco, y así formular estrategias en los programas de los planes de desarrollo y de inversiones plurianuales, a cargo de las dependencias o secretarías de turismo y cultura principalmente.

Las actividades que tienen como finalidad la conservación y divulgación del PCC, se puede categorizar en subprogramas de factores naturales, arquitectónicos y culturales. Dentro de los naturales encontramos todo lo relacionado con el cultivo de café, desde su siembra hasta la transformación del grano; el paisaje y demás sitios de interés natural de cada municipio como las cascadas, caminos y montañas.

Los factores arquitectónicos son aquellos que buscan el mantenimiento de las fachadas de las casas, locales e iglesias características de la región, en la zona de la plaza o parque principal del municipio. Por otra parte, están los factores culturales conformados por festividades, concursos, fortalecimiento de hábitos y tradiciones innatas de la cultura arriera y cafetera.

A continuación, se hace un comparativo de las acciones gubernamentales emprendidas a partir de la inscripción otorgada por la Unesco, en la lista de Patrimonio de la Humanidad del PCC. En el año siguiente de la declaratoria, se incluyen en los planes de desarrollo programas y subprogramas de turismo y cultura en cada uno de los municipios divididos por similitudes de ubicación:

Municipios Principales: Armenia y Calarcá.

Municipios Cordilleranos: Buenavista, Córdoba, Génova y Pijao.

Municipios Reconocidos: Circasia, Filandia, Montenegro, Quimbaya y Salento.

Para la realización de esta actividad se categoriza y asigna variables, que dan cuenta de las actividades, organismos y rubros presupuestales para la preservación y divulgación de los inmuebles materiales e inmateriales que componen el PCC en los once municipios. A continuación se detallan estos elementos.

Categorías

Variables

Organismos

Nombre del organismo, estamento que lo creó, fecha de constitución, miembros que lo conforman, resumen de los estatutos del organismo creado y funciones del organismo.

Objetivos propuestos

Actividades, programas, subprogramas, estrategias, enfoque.

Asignación presupuestal

Rubros, destinación.

La ficha (tabla 8) permite la consolidación de la información de las acciones gubernamentales alrededor del PCC. Con ella, se conocen los organismos, actividades y asignación presupuestal y se establecen las políticas desarrolladas para la apropiación y divulgación del PCC, por parte de los actores que lo conforman. (El Apéndice A muestra con mayor detalle las acciones gubernamentales de los distintos organismos).

Tabla 8. Ficha de recolección de información

Ente gubernamental (municipio o departamento)	
Nombre del organismo u organismos (comité en caso de existir)	
Estatuto que lo creo	
Fecha de constitución o creación	
Miembros que los conforman (cargo)	
Resumen de los estatutos del organismo creado	
Objetivos propuestos	1. 2. 3. 4.
Funciones del organismo creado	
Actividades realizadas (en relación con los objetivos planteados)	
Presupuesto asignado al organismo u organismos creados	
Es suficiente el rubro presupuestal para el cumplimiento de los objetivos propuestos	
Hacia qué objetivos se enfocan las actividades en el municipio o departamento con relación al PCC (ejemplo: Divulgación, capacitación, generación de empleo, apropiación del paisaje, turismo cultural, etc.) apropiación del paisaje, turismo cultural, etc.)	

Fuente: los autores

Acciones desde el orden nacional para la divulgación y apropiación del PCC

Para la inscripción del PCC en la lista del patrimonio mundial en junio del 2011, se elaboraron algunos procesos institucionales los cuales atienden las necesidades derivadas del plan de manejo del PCC. Estos son:

- Un contrato plan.
- La conformación de las asociaciones de municipios.
- Dinámicas relacionadas con la normativa.
- Planeación territorial.

Contrato Plan

Al tiempo que se incluía el PCC en la lista del Patrimonio Mundial, el Congreso colombiano gestionaba la aprobación del acto legislativo reformando las regalías y la Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial (LOOT). Dando vía libre a la conformación del plan y el marco normativo el cual apoyó a la gestión y planificación del PCC.

El contrato plan (en adelante CP) es una figura institucional que permite articular, gestionar y gerenciar el proceso en su conjunto. Se trata de una herramienta de coordinación interinstitucional, multiniveles, cuya principal función es permitir la realización de proyectos de desarrollo territorial con proyección estratégica a mediano y largo plazo. Estos contratos están diseñados para trascender los períodos de gobierno y en el Eje Cafetero se aspira a un acuerdo de al menos 7 años de duración.

Según el Decreto 819 de 2012, reglamentario de los CP, estos tienen como objeto la armonización de los planes de desarrollo nacional, los territoriales y los de las autoridades ambientales, para el desarrollo integral del territorio, mediante el fortalecimiento de la coordinación interinstitucional entre los diferentes niveles de gobierno, las autoridades ambientales regionales y los esquemas asociativos territoriales, con un enfoque de largo plazo.

Propósitos del Plan de Desarrollo 2011-2015 de acuerdo con CP:

- Un crecimiento sostenido basado en una economía más competitiva, más productiva y más innovadora.
- Una estrategia de igualdad de oportunidades que permita avanzar hacia la equidad.
- Una estrategia para consolidar la paz.

El CP para el Eje Cafetero pondría en relación varias categorías de actores:

- Responsables políticos.
- Administraciones del gobierno nacional, de las entidades territoriales.
- Autoridades ambientales.
- Cuerpos colegiados.
- Sector empresarial.
- Academia y organizaciones ciudadanas.

Asociación de los municipios PCC

Según el plan de manejo gran parte de la sostenibilidad del PCC se ha fundamentado por las asociaciones participantes, las cuales se conformaron del siguiente modo:

- Un comité directivo (con representación del Ministerio de Cultura y la Federación Nacional de Cafeteros).
- Una secretaría ejecutiva.
- Un comité técnico regional.
- Cuatro comités departamentales con participación de las respectivas gobernaciones, comités de cafeteros, corporaciones autónomas regionales y universidades.

Este arreglo institucional se formalizó mediante un convenio interinstitucional y de cooperación suscrito en el año 2008. Mediante el Acuerdo para la Prosperidad número 43, el presidente de la República diseñó instrucciones para los nuevos actores estatales, con el fin de garantizar su participación en las estrategias del plan de manejo. Las siguientes son algunas instituciones y funciones involucradas:

- Compromisos del Ministerio de Educación para atender las responsabilidades en materia de nuevas ofertas académicas que fortalezcan el estudio y la comprensión de las complejas realidades del paisaje.
- Ministerio de Minas para atender las relaciones de la minería con el PCC.
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible para construir las determinantes ambientales que deben orientar el reordenamiento territorial de los municipios que hacen parte del PCC.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para concertar y colocar en marcha un plan estratégico de turismo sostenible para la ruta del café.
- DNP para estudiar las opciones de un documento Conpes para el PCC.

En el pasado ha quedado el esquema institucional donde la región solo interactuaba con el Ministerio de Cultura. En adelante se espera el cumplimiento con la participación de los demás asociados, para hacer de esto un asunto de Estado o si se quiere un proyecto de país.

En este nuevo contexto institucional aparece la Asociación de Municipios del Paisaje Cultural Cafetero como un instrumento ideal para asumir, desde la escala local, los siguientes retos:

- Fomentar la competitividad de la actividad cafetera.
- Promover el desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno.
- Conservar, revitalizar y promover el patrimonio cultural y articularlo al desarrollo regional.
- Fortalecer el capital social cafetero.
- Impulsar la integración y el desarrollo regional.
- Apoyar la sostenibilidad productiva y ambiental de este paisaje.

Referentes legales y procesos de planeación

La legislación y la planeación, componentes sustantivos de la institucionalidad, sufren innovaciones de exclusivo interés para este proceso. Mediante Decreto 2079 de 2012, el Ministerio de Cultura reconoce el PCC como patrimonio nacional, orientando así un preciso futuro para los procesos de planificación y ordenamiento territorial.

La sostenibilidad del PCC queda incluida en los planes territoriales de desarrollo 2012 -2015, y el nuevo Plan Estratégico del Área Metropolitana Centro Occidente reconoció el PCC como un hecho metropolitano con sus correspondientes efectos institucionales. Las corporaciones autónomas regionales de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca pactaron una Agenda Ambiental para el desarrollo de la Ecorregión y han acordado las determinantes ambientales para el reordenamiento de su territorio.

Ocho instituciones de educación superior conforman una Red Observatorio para el patrimonio en paisajes. La Universidad Tecnológica de Pereira, la Red Alma Mater y el Sena tienen en sus programas institucionales de desarrollo el compromiso con la sostenibilidad del PCC. En la actualidad, parte importante de los compromisos institucionales para los siguientes tres períodos de gobierno consisten en la formulación y aprobación de planes y esquemas de ordenamiento territorial que incorporen los atributos y orientaciones identificados para garantizar la sostenibilidad de este Paisaje. Para enfrentar con éxito esta tarea se cuenta con insumos derivados de un trabajo coordinado por los ministerios de Ambiente y Cultura, y que ha contado con la participación de una cantidad significativa de actores públicos y privados de los municipios.

Los municipios integrantes del territorio PCC, cuentan con programas, subprogramas y actividades diseñadas en sus planes de desarrollo. Pero en la realidad, los funcionarios encuestados no tienen definidas estrategias claras que den respuesta a la apropiación y divulgación del PCC con los actores que

lo conforman. Es por ello, que las acciones puestas en funcionamiento hasta el momento son orientadas a objetivos y enfoques netamente turísticos, sin una articulación sólida de qué hacer, para que cada uno de los actores del PCC se apropie de dicha inscripción y se fomente un turismo integral cafetero.

Consecuentemente, se hace un análisis de los rubros ejecutados en los programas diseñados para el PCC en los municipios que lo conforman. Sin embargo, surge el interrogante ¿qué tan apropiadas han sido las estrategias desarrolladas? Al aplicar el instrumento que permitió conocer la demanda turística y los inventarios turísticos, se evidenció el desconocimiento de la mayoría de la población objeto de estudio sobre el significado y los medios de conocimiento en el tema del PCC. También, se originan otros interrogantes, ¿es suficiente los rubros presupuestales asignados para la divulgación y apropiación del PCC?, ¿será que solamente es promoción y publicidad?, ¿cuál es entonces la realidad del aprovechamiento de dicha inscripción otorgada por la Unesco?

Las acciones gubernamentales presentadas constituyeron un bosquejo de plan de trabajo para las secretarías de turismo y cultura del departamento del Quindío, durante el cuatrienio 2012 – 2015. Desafortunadamente la divulgación y preservación de la declaratoria otorgada por la Unesco como patrimonio cultural, no representa avances significativos que contribuyan al conocimiento de dicha inscripción por parte de cada uno de los actores que lo conforman. Este suceso es lamentable, ya que está cerca el fin del periodo, y no se encuentra ejecutado en su totalidad lo diseñado para el cumplimiento de dichos objetivos y estrategias. Por ejemplo, la articulación del turismo ecológico al PCC en Buenavista. Asimismo, Génova, que a pesar de tener uno de los mejores cafés suaves del mundo, no tiene en la actualidad una ruta turística que acompañe esta distinción. En el municipio de Pijao, los costos significativos de los insumos de la producción del café están generando esfuerzos y acciones gubernamentales, enfocados a la siembra de otros cultivos y a la generación de caminatas turísticas ecológicas y ambientales.

En conclusión, las acciones gubernamentales son ineficientes para consolidar al PCC como una alternativa que genere ingresos al departamento, y mejore la calidad de vida de sus habitantes.

Otra problemática que se identificó, consiste en que no existe identidad cafetera en los jóvenes; pues no conocen sus orígenes, costumbres y rasgos diferenciadores de las tradiciones quindianas. Además, no se aprovecha la fertilidad del suelo para aumentar la productividad de los cultivos, por las pocas garantías del sector agrícola y el encarecimiento de las tierras que en los últimos años han sido destinadas para la construcción y la práctica de agroturismo, pero sin la articulación a la red PCC. A continuación, se extraen los factores positivos de la inscripción de los municipios al PCC.

Factores positivos por municipio:

Córdoba: Fortalecimiento de la parte arquitectónica de los bienes materiales e inmateriales del PCC, apoyo Universidad La Gran Colombia, programa de Arquitectura. Programas y actividades culturales en el municipio.

Filandia: Incremento del rubro presupuestal para las fiestas municipales con el objetivo de divulgar identidad cultural; Puesto de atención e información al turista ubicado en la plaza principal del municipio. Mejoramiento en adecuaciones de infraestructura del mirador.

Génova: Apoyo a cuatro programas agrícolas de caficultura y ganadería lechera, para fomentar el cultivo al café. Todas las personas del municipio que poseen cédula cafetera podrán acceder al uso de la torrefactora para dar valor agregado a partir de la transformación del grano del café, en la Corporación Montes Aguas & Cafés. Actividades dirigidas desde la Casa de la Cultura para la promoción y divulgación de la cultura e identidad del municipio. Capacitación de café a jóvenes para incentivar la cultura cafetera a través del Sena.

Montenegro: A través del comité de cafeteros se está incentivando a los caficultores para que tengan participación activa en los concursos como La Tasa de la Excelencia de Café, en la finca El Agrado, vía Pueblo Tapado, que busca premiar los mejores cafés en la nación, dando valor agregado y aumento del precio de venta. Además, indirectamente busca la motivación para generar recursos que le sirva para el mejoramiento continuo en los cultivos. La finalidad es adecuar el proceso de poscosecha. Se fomenta la cultura cafetera por medio del Parque Nacional del Café, que por sus espectáculos, busca posicionar el café a nivel global.

Quimbaya: Se destaca el esfuerzo de la Alcaldía de Quimbaya y la Gobernación del Quindío en ser la sede del encuentro Comité Técnico Nacional y Regional, donde se discutieron temas referentes a la consolidación del PCC. Y los avances de la inscripción como apoyo al turismo. Además, el fomento de la identidad cultural y el turismo de parques temáticos con el parque los arrieros.

Armenia: La Corporación de Cultura y Turismo de Armenia en conjunto con el Banco de la República, en su programación cultural, han hecho esfuerzos para que la población conozca de primera mano qué es, para qué sirve y cómo se debe mantener y apropiar el PCC, a través de conversatorios, charlas y talleres gratuitos en el Museo Quimbaya.

Calarcá: Fomento en las festividades del Reinado Nacional del Café, de la inclusión a la lista de patrimonio con el Carnaval del Paisaje Cultural Cafetero, que hace homenaje a la caficultura y sus tradiciones ancestrales.

Un programa de éxito y como referente para los diez municipios que conforman el PCC en el Quindío, es el mantenimiento de las casas tanto en su exterior como en su interior y el Museo Gráfico y Audiovisual del Quindío.

En las políticas dadas del PCC desde las directrices del gobierno central en el plan manejo, Calarcá está cumpliendo con el Acuerdo para la Prosperidad No 43 del presidente Santos. Este documento institucional garantiza la participación en las estrategias del plan manejo en nuevas ofertas académicas que fortalezcan el estudio y la comprensión de las complejidades del paisaje, a través de la adopción y divulgación en las instituciones educativas. Todo ello es posible gracias a la interacción entre academia y gobierno para consolidar la cultura cafetera desde la infancia. Fortalecimiento del turismo por medio de la Casa de la Cultura.

Circasia: Convenio existente entre las universidades de La Salle, Bogotá y Pensilvania (Estados Unidos) con la Alcaldía de Circasia y la Gobernación del Quindío, donde el municipio de Circasia fue elegido como centro de operaciones de los estudiantes de Arquitectura del Paisaje y Maestría en Ciencias del Hábitat para desarrollar la investigación: *Apropiación social del Paisaje Cultura Cafetero*. Otra acción es la convocatoria para las facultades de arquitectura de universidades nacionales e internacionales coordinada por la División de Patrimonio del Ministerio de Cultura, Gobernación de Quindío, Alcaldía de Circasia y Revista Escala. La finalidad es el aporte de ideas de productividad, propuestas arquitectónicas, planteamientos urbanos, estrategias de ordenamiento territorial y otras iniciativas viables e innovadoras para fortalecer la apropiación y el desarrollo sostenible del PCC.

Salento: Los esfuerzos en la apropiación y conservación de los bienes naturales y su patrimonio ambiental.

Buenavista: El avance en los estudios del parque Tolrá, que ya están es su etapa final, que permita posicionarlo como un atractivo turístico más para el municipio, con la realización del mirador del PCC.

Pijao: La implementación de un turismo sostenible por medio de la filosofía *Cittaslow*, la gestión para la declaratoria del Páramo del Chili como parque regional natural, por un desarrollo sostenible del municipio dentro del plan 2020. Aumentar su capacidad turística con la creación de hospedajes.

En cuanto al orden departamental, cabe resaltar los esfuerzos publicitarios que realiza la gobernación, en los cuales se establecen tres misiones comerciales: Bogotá, Cali y Medellín. Así mismo, el diseño y producción de material publicitario para la divulgación del PCC, con 5.000 folletos promocionales, 500 DVD con vídeos relacionados a la experiencia del PCC, 2000 reimpressiones ajustadas a la guía turística del ministerio y 2000 mapas del territorio. Además

de lo anterior, se quiere poner en funcionamiento un plan de difusión en medios masivos como cuñas radiales, comerciales televisivos, revistas especializadas, espacios publicitarios en aeropuertos, cine, internet, entre otras.

Otro factor que se debe reconocer es el camino de formación y emprendimiento del ecosistema digital quindiano. El programa busca logros y avances en la conformación de una cultura tecnológica en el departamento del Quindío, especialmente en la enseñanza a estudiantes de educación primaria y media, haciendo énfasis en la cultura regional.



CONSIDERACIONES FINALES

Foto: Arturo Latorre Ortiz

El departamento del Quindío posee un entorno paisajístico excepcional, de gran valor para sus habitantes y visitantes. Se identificaron estrategias con las que el gobierno actual a través de programas y subprogramas generados en los planes de desarrollo, pretenden salvaguardar la declaratoria de PCC en la región. Acciones que se determinaron con la aplicación de entrevistas y cuestionario de preguntas dirigido a los funcionarios de las secretarías municipales de turismo y cultura del departamento.

Se analizó la información recolectada para así conocer las gestiones políticas que permitan la protección de la biodiversidad inherente al paisaje tradicional cafetero, las cuencas hídricas, la riqueza arquitectónica colonial característica de la región y otros factores referentes a dicha inscripción, siendo las de mayor importancia para los alcaldes en el cuatrienio 2012 – 2015, el rescate de las tradiciones culturales, el mantenimiento y recuperación de las fachadas y calles, así como la articulación del turismo con la cultura cafetera.

Resaltan los esfuerzos de los gobernantes para consolidar entre la población la identidad cultural cafetera, por medio del fortalecimiento de las costumbres de la región en las festividades de cada municipalidad y la creación de grupos artísticos juveniles. Así mismo, las actividades dirigidas a la divulgación del significado cultural y económico que representa para el Quindío la apropiación del PCC, con talleres y conversatorios.

Por último, se evidenció la insuficiencia de la asignación presupuestal para llevar a cabo los programas diseñados en los planes de gobierno. Pues en la realidad, no se han ejecutado todos los subprogramas ni alcanzado los logros en materia PCC en los municipios encuestados. Los rubros presupuestales asignados no son suficientes para la preservación de los bienes materiales e inmateriales que hacen parte del PCC, además, se destinan para otras actividades ajenas a la preservación de los inventarios arquitectónicos y arqueológicos, naturales, paisajistas, entre otros.

El conocimiento del PCC por parte de los actores que lo conforman es incipiente. Los entes gubernamentales deben generar campañas de sensibilización para dicha apropiación. A pesar de que hay programas para salvaguardar los inventarios, las acciones que toman los gobiernos frente al tema no son

suficientes para preservar el paisaje que caracteriza al departamento del Quindío. Además, se observó en el trabajo de campo desarrollado, que no existe identidad cafetera en las nuevas generaciones, ya que desconocen sus orígenes, costumbres y rasgos diferenciadores. De igual forma, la problemática encontrada se origina en la pérdida de la identidad cafetera, pues en vez de la siembra del cultivo del café, se prefiere dejar las tierras para el agroturismo, situación dada por las pocas garantías del sector agrícola, el encarecimiento de los terrenos y de los fertilizantes. Otro de los logros obtenidos con la investigación del PCC en el departamento del Quindío, lo constituye la actualización de los inventarios de los municipios, realizado a través de una ficha donde se evaluaron las condiciones geográficas, gastronómicas, sitios de esparcimiento, actividades culturales, económicas e historia de los lugares pertenecientes a la declaratoria. Se percibió que los turistas vienen al Quindío por sus hermosos paisajes, su clima, su gente, costumbres, gastronomía y por todos aquellos aspectos que catalogan al departamento como un atractivo turístico.

También se reconoce que algunos municipios ni siquiera han identificado en sus planes de desarrollo municipal la importancia de la inclusión del PCC que dio la Unesco para mejorar su oferta turística cultural y de desarrollo. Es preocupante, que si bien la mayoría de los municipios poseen planes en torno a la declaratoria, no se identifican posibilidades de ejecución de gran parte de los planes, parecen ser meras construcciones discursivas, toda vez que el ejecutivo reconoce su compromiso y la importancia de estos elementos, pero no plantea formas factibles de ejecutarlas en totalidad, llevarlas a cabo y medir sus impactos reales en términos de política pública.

Es fundamental para la conservación y apropiación del PCC, que las acciones gubernamentales se orienten a una mayor divulgación del significado real de la declaratoria, pues el desconocimiento sobre la inscripción sigue siendo muy grande. Se deben diseñar otros mecanismos de participación ciudadana diferentes a los talleres realizados por el Banco de la República, pues esta estrategia no ha tenido buena recepción en los sectores de la población quindiana.

Se deben tomar acciones gubernamentales, el empoderamiento de la declaratoria otorgada por la Unesco, con el fin de fortalecer la zona geográfica y así contribuir al sostenimiento de este entorno paisajístico que tiene el departamento del Quindío.

Otro aspecto a mejorar es el apoyo al sector caficultor, ya que casi todas las acciones gubernamentales identificadas se concentran en el turismo, dejando a un lado el inicio y eje central de la declaratoria: el café. Pues es evidente la reducción de la producción y área sembrada en el departamento por las dificultades del agro colombiano. Gestionar proyectos turísticos articulando todos los factores del PCC que aumenten el arribo de turistas.

Por último, se torna prioritario consolidar los convenios academia - empresa - gobierno que fortalezcan el sector turismo en el Quindío con un adecuado aprovechamiento del PCC. En los últimos años el departamento del Quindío recibe una cantidad considerable de turistas, por ello, es fundamental que los entes encargados del direccionamiento político de cada uno de los once municipios generen programas sociales, culturales sobre la identidad cafetera, el entorno paisajístico, los recursos naturales, la flora, la cultura, lo arquitectónico de los pueblos y la artesanía, para así propiciar mayor dinamismo comercial en el Quindío.

Referencias bibliográficas

- Anato.** (12 de Octubre de 2013). *www.anato.org*. Obtenido de <http://www.anato.org/index.php/historia>
- Así es Colombia.** (12 de octubre de 2013). *www.asiescolombia.wikispaces.com*. Obtenido de <http://asiescolombia.wikispaces.com/Historia+Del+Turismo+Colombiano>).
- Banco de la República.** (2009). *Competitividad del turismo*. Colombia: Banco de la República.
- Banco de la República.** (2011). *Boletín económico regional del cuarto trimestre del 2011*.
- Bigné, E., Font, X., & Andreu, L.** (2000). *Marketing de destinos turísticos*. Madrid: ESIC.
- Boullon, R., & Boullón, D.** (2008). *Turismo Rural. Un enfoque global*. México: Editorial Trillas.
- Briceño, P.** (2008). *Inventario patrimonial en un sector del Paisaje Cultural Cafetero del departamento del Quindío (municipio de Montenegro, Quindío)*. Armenia: S.D.
- Cámara de Comercio Armenia.** (2014). *Observatorio Tuístico del Quindío Versión 28*. Armenia.
- Centro de Investigaciones Regionales de la Universidad del Quindío (CEIR).** (2008). *Inventario Patrimonial en un sector del paisaje cultural cafetero del departamento del Quindío (Municipio de Montenegro Quindío)*. Armenia.

- Convenio Forec - Red de Universidades.** (2001). *Monitoreo social al programa de reconstrucción del Eje Cafetero. Impactos y efectos del programa de reconstrucción a dos años de la tragedia*. Obtenido de Universidad del Quindío: <http://portal.uniquindio.edu.co/fac/humanas/documentos/ceir/proyectos/1forec.pdf>
- Cotelco.** (12 de Octubre de 2013). www.cotelco.org. Obtenido de <http://www.cotelco.org/index.php/quienes-somos/mision-y-vision.html>
- Crónica del Quindío.** (N.D de 12 de 2011). Emprendimiento, Educaicón. *La Crónica del Quindío*.
- Cruz, J. & Johannie L.** (2009). El papel del Estado en la construcción del desarrollo sostenible: El caso del turismo en el caribe insular. *Cuadernos de Economía*, XXVIII(51), 265-281.
- Curiel, & E.** (2008). *Turismo cultural y medio ambiente en destinos urbanos*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.
- Dane.** Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (11 de octubre de 2012). *Cuentas departamentales - Base 2005. Resultados año 2011*. Obtenido de Dane. Boletín de Prensa: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/B_2005/Resultados_2011.pdf
- Durán, J., Giraldo, J., & Torres, C.** (2009). *Turismo y salud, una articulación con oportunidad para el crecimiento de la economía de Risaralda*. Pereira: Universidad Católica Popular de Risaralda.
- Escalona-Ulloa, M., Hiriarte, R., & Peña, F.** (2012). Oferta turística y perfil sociocultural del borde costero de la Araucanía, Chile. *Estudios y perspectivas de turismo*.
- Fundación por la social democracia de las Americas.** (2014). El turismo. Fusda.org, 13.
- Galvis, L., & Aguilera, M.** (1999). Determinantes de la demanda por turismo hacia Cartagena. 1987 - 1998. *Lecturas de economía*.
- Gardella, R., & Aguayo, E.** (2002). Impacto económico del turismo. *Estudios económicos de desarrollo internacional.*, 2(1), 27-49.

- Gobernación del Quindío.** (2011). *Paisaje Cultural Cafetero*.
- Gobernación Departamental del Quindío.** (2012). *Plan de desarrollo departamental 2012 – 2015. Gobierno firme por un Quindío más humano. Ordenanza No. 018 de mayo 30 de 2012*. Armenia.
- Gómez, A., Restrepo, G., & González G, P.** (junio de 2004). *Turismo en El Eje Cafetero*. Obtenido de Banco de la República: http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/2004_junio.pdf
- Hernández, N., & Castellanos, G.** (2003). El Turismo, un sector con futuro. *Santiago*(100), 106-112.
- Instituto Interamericano del Cooperación para la Agricultura.** (2009). *Informe anual*. Bogotá: IICA.
- Londoño, J, Téllez, L & Castaño, M.** (2009). *Nivel de conocimiento que posee la comunidad local sobre el patrimonio cultural del departamento del Quindío*. Armenia: (Tesis de grado). Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío.
- Meisel, A.** (2003). *Cuadernos de historia económica y empresarial*. Bogotá: Banco de la República.
- Mendez, C.** (2014). Metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación. En C. Mendez, *Metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación* (págs. 228-232). Editorial Limusa S.A.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo.** (17 de junio de 2013). Entre enero y abril llegaron 534 mil turistas a Colombia. *Portafolio*, pág. 1.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo .** (2005). *Documento Conpes 3397*. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación.
- Ministerio de Cultura, C.** (2011). *Paisaje Cultural Cafetero*. Obtenido de <http://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/publicaciones/Documents/C-Paisaje%20Cultural%20Cafetero.pdf>
- Ministerio de Industria y Turismo.** (2003). https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/Informe%20TTCI%202013_07.pdf. Obtenido de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/Informe%20TTCI%202013_07.pdf

- Organización Mundial del Turismo.** (10 de octubre de 1980). *www.mincomercio.gov.co/*. Recuperado el 10 de 05 de 2014, de *www.mincomercio.gov.co/VBeContent/documentos/turismo/2003/documentos internacionales/OMT/DeclaracionManila.doc*: *www.mincomercio.gov.co/VBeContent/documentos/turismo/2003/documentos internacionales/OMT/DeclaracionManila.doc*
- Paisaje Cultural Cafetero.** (26 de junio de 2012). *Paisaje cultural cafetero, primer aniversario como Patrimonio Mundial*. Obtenido de Paisaje Cultural Cafetero: <http://paisajeculturalcafetero.org.co/noticias/paisaje-cultural-cafetero-primer-aniversario-como-patrimonio-mundial>
- Panesso, A.** (2010). *Filosofía del turismo*. México: Editorial Trillas.
- Paraisochoroni.** (10 de Febrero de 2014). *www.paraisochoroni.com*. Obtenido de <http://paraisochoroni.com/scai/inversion colombia2.pdf>
- Parra, J., & Peña, L.** (2006). *Trabajo de grado: Caso Parque del Café*. Chía, Cundinamarca: Universidad de la Sabana.
- Portafolio.** (19 de marzo de 2014). turismo y viajes crecerían en el 2014 el 6,2%. *Portafolio*.
- Proexport Colombia.** (2012). *Informe Turismo extranjero Colombia*. Bogotá.
- Ramírez, C.** (2006). *Visión integral del turismo: fenómeno dinámico universal*. México: Editorial Trillas.
- Requena, K., & Muñoz, J.** (2006). El Turismo e internet, factores de desarrollo en países subdesarrollados. caso: Venezuela. *Actualidad Contable FACES*, 9(12), 118-131.
- Sancho, A.** (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: OMT Organización Mundial del Turismo.
- Secretaria Departamental de Cultura - Gobernación del Quindío.** (2013). *www.quindio.gov.co*. Obtenido de *www.quindio.gov.co*: http://www.quindio.gov.co/home/docs/items/item_61/Plan%20Departamental%20de%20las%20Culturas%20BIOCULTURA%202013-2023%201.pdf

Unesco. (2004). *Programa de desarrollo de capacidades para el Caribe para el Patrimonio Mundial*. La Habana: Unesco.

Vásquez, F. J. (2005). <http://www.eumed.net>. Obtenido de <http://www.eumed.net>: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2007/fjcv/>

Zamorano, F. (2007). *Turismo alternativo. Servicios turísticos diferenciados*. México: Trillas.

Apéndice A.

Acciones gubernamentales para el fomento de la cultura cafetera y el Paisaje Cultural Cafetero

Acciones Comité Técnico Departamental del PCC

Estamento que lo creó: Acuerdo No. 016, de 2013

Fecha de constitución: 27 de julio de 2013

Miembros del organismo

Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Ministerio de Cultura, Departamento Nacional de Planeación Nacional, Ministerio del Medio Ambiente, de Agricultura y Desarrollo Rural y Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Federación Nacional de Cafeteros, Gobernación del Quindío y demás entidades vinculantes. La adopción e implementación del correspondiente Plan de Manejo contribuye al respectivo Plan de Acción, con base en el Acuerdo para la Prosperidad No. 043 del 2011.

Estatutos del organismo: Con la creación del comité de PCC en Armenia, se elaboró el reglamento interno, donde se especifica su definición, objetivos, miembros y funciones, deberes y derechos y reuniones.

Funciones

1. Fomentar la competitividad de la actividad cafetera.
2. Promover el desarrollo de la comunidad cafetera.
3. Conservar, revitalizar y promover el patrimonio cultural y articularlo al desarrollo regional.
4. Fortalecer el capital social cafetero.
5. Impulsar la integración y desarrollo regional.
6. La sostenibilidad productiva y ambiental

Objetivos en divulgación y apropiación del PCC

Proteger el patrimonio tangible e intangible de los quindianos, apoyando la creación de vigías del patrimonio y fortaleciendo los proyectos de investigación arqueológicos y los planes de manejo y protección patrimonial, generando nuevas dinámicas en el aprovechamiento de nuestras riquezas culturales.

Promocionar y posicionar al Quindío como destino turístico en el contexto nacional e internacional, consolidando sus ventajas competitivas y factores diferenciadores, entre ellos, los atributos paisajísticos del departamento.

Mejorar la prestación de los servicios turísticos y la renovación de la oferta actual para lograr un destino turístico competitivo que incorpore las mejores prácticas y vincule a los empresarios del sector en procesos de mejora continua e incorporación de normas de calidad.

Promover el encadenamiento productivo del sector turismo para la reactivación económica de la región por medio del fortalecimiento de esquemas colaborativos el fortalecimiento de condiciones de sustentabilidad para las líneas de turismo promisorias.

Programas

Reconocimiento, apropiación y salvaguardia del patrimonio cultural.

Fortalecimiento del paisaje cafetero.

Posicionamiento del Quindío como destino turístico de encanto.

Calidad turística.

Subprogramas

PCC Patrimonio de La Humanidad.

Reconocimiento, conservación, promoción y difusión del patrimonio cultural.

Competitividad de la actividad cafetera sostenibilidad productiva y ambiental del PCC.

Plan de promoción turística territorial.

Innovación turística.

Innovación tecnológica para optimizar la toma de decisiones y el desarrollo empresarial competitivo.

Infraestructura turística.

El PCC como herramienta de mercadeo territorial.

Fortalecimiento de esquemas colaborativos de las empresas del sector turismo.

Clúster turismo.

Estrategias

Apoyar proyectos de investigación del patrimonio cultural en el PCC.

Realizar actividades de difusión del PCC e implantar plan de manejo.

Aumentar el número de las personas formadas como vigías del patrimonio PCC.

Apoyar proyectos para inventariar, registrar, valorar y promover el patrimonio cultural y natural.

Apoyo a la sostenibilidad productiva y ambiental del PCC.

Promover la incorporación o reincorporación de áreas destinadas al cultivo de café en los municipios del departamento.

Realizar estudio de viabilidad de sistemas productivos que incorporen café, aplicables en zonas tradicionalmente productoras.

Apoyar programas de fomento de la producción cafetera con jóvenes rurales.

Vincular jóvenes a programas de relevo generacional en el agro.

Incrementar el número de hectáreas participantes en proyectos de mejoramiento y conservación del medioambiente.

Elaborar el plan de promoción turística territorial para el cuatrienio.

Apoyar a los empresarios del sector turístico en la incorporación de TIC (una plataforma).

Formular y gestionar proyectos de infraestructura y señalización turística.

Prestar apoyo y asistencia técnica a los municipios en iniciativas de mercadeo territorial con base en la gestión y promoción sustentable del paisaje.

Incrementar el porcentaje de empresarios con RNT137 involucrados en procesos de calidad.

Incrementar el % de empresarios vinculados al clúster turístico.

Poner en funcionamiento procesos de formación a los actores que se involucran dentro de la cadena productiva del turismo (taxistas, sector educativo, guías, entre otros).

Asesorar la elaboración e implementación de planes de negocio para empresarios del sector turístico.

Impulsar redes empresariales para el fortalecimiento de la oferta del sector turístico.

Apoyar actividades que creen y/o fortalezcan líneas de producto en las modalidades del agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural y temático.

Desarrollar procesos ambientalmente amigables dentro del desarrollo turístico del destino.

Enfoque

Apropiación de la identidad cafetera en todo el departamento articulado al plan manejo establecido en el Convenio 1769 del 13 de noviembre de 2009, suscrito entre Ministerio de Cultura, Federación Nacional de Cafeteros y gobernaciones de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca.

Destinación

Ruta de cafés especiales, recursos para vías y apoyo al turismo

Asignación presupuestal

Diseño del producto del PCC: \$ 946.000.000.

Señalización de vías: \$ 506.000.000.

Calidad turística certificada: \$ 1.300.000.000

Sistemas de información turística: \$ 2.300.000.000 (proyecto en desarrollo).

Acciones Comité Municipal del Paisaje Cultural Cafetero de Armenia

Estamento que lo creó: Acuerdo No. 016, emanado del Honorable Concejo Municipal de Armenia

Fecha de constitución: 27 de julio de 2013

Miembros

Alcalde, director del Departamento Administrativo de Planeación, Secretario de Educación; Secretario de Desarrollo Económico, director / a de la Corporación de Cultura y Turismo, Un representante del Comité Municipal de Cafeteros, uno de la Asociación de Cafés Especiales, de las universidades con sede en Armenia, representante del Servicio Nacional de Aprendizaje – Sena - Regional Quindío, de la Cámara de Comercio de Armenia, de la CRQ, un miembro del Consejo Municipal de Cultura, uno por los gremios turísticos de la ciudad, Un representante elegido por parte de las oenegés ambientalistas del municipio.

Estatutos del Organismo: Con la creación del comité de PCC en Armenia, se elaboró el reglamento interno, donde se especifica su definición, objetivos, miembros y funciones, deberes y derechos y reuniones.

Funciones

1. Servir como organismo consultor y asesor del municipio de Armenia en los diferentes temas relacionados con el PCC.
2. Generar espacios de diálogo que permitan construir de manera participativa planes, programas y estrategias a fin de mantener, revitalizar y fortalecer el capital social cafetero.
3. Contribuir a la articulación e implementación del Plan de Manejo del PCC y efectuar recomendaciones en cuanto a estos temas y los relacionados con el patrimonio cultural, el medioambiente y la caficultura en general.

4. Apoyar el desarrollo de estrategias que permitan la divulgación, socialización y apropiación del paisaje por parte de la población.
5. Participar en forma activa en la elaboración de proyectos que permitan jalonar recursos de inversión.
6. Representar al municipio de Armenia en diferentes escenarios de interés para el PCC.
7. Procurar espacios y condiciones que permitan fortalecer la participación ciudadana, veeduría y el debido acompañamiento para la inversión adecuada de los recursos que se destinen al PCC.
8. Efectuar el seguimiento y evaluación periódica al menos de manera trimestral del cumplimiento de las metas planteadas y sus respectivos avances.
9. Gestionar, proponer, promover y participar activamente en aquellos eventos que impliquen a la capacitación de los diferentes actores de nuestro paisaje cafetero o la protección, estímulos, promoción, divulgación, márketing y comercialización del mismo.
10. Promover y participar en forma activa en la integración con los municipios colindantes a través del Proyecto “Anillo verde del PCC”.
11. Coordinar y mantener una debida interacción con los otros espacios de coordinación de procesos y actividades sobre PCC.
12. Autorizar la inclusión o cambio en la representación de un gremio del Comité del Paisaje Cultural Cafetero del municipio de Armenia.
13. Darse su propio reglamento donde se establecerá la forma de su funcionamiento.

Objetivos en divulgación y apropiación del PCC

1. Fomentar la competitividad de la actividad cafetera.
2. Promover el desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno.
3. Conservar, revitalizar y promover el patrimonio cultural y articularlo al desarrollo regional.
4. Fortalecer el capital social cafetero.
5. Impulsar la integración y desarrollo regional.
6. La sostenibilidad productiva y ambiental.

Actividades realizadas en torno a los objetivos planteados

Posicionar la marca, productos y servicios de las áreas patrimoniales, bajo la denominación de origen: PCC del Municipio De Armenia.

Preservar el PCC en el municipio de Armenia, a través de un proceso de transformación urbanística que permita garantizar su conservación, restauración y mejora integral en las áreas principales y de amortiguamiento.

Diseñar, adecuar, dotar, señalar y mantener la infraestructura necesaria para la realización de actividades recreativas, deportivas, educativas y de sensibilización del patrimonio cultural y ambiental.

Promover el mejor conocimiento de la biodiversidad asociada al Anillo Verde y su importancia estratégica dentro del sistema regional, estableciendo pautas de gestión y buenas prácticas respetuosas con la conservación de los valores y atributos del PCC.

Promover la creación, fortalecimiento, implementación y seguimiento al clúster, modelos organizativos, economías de escala, emprendimiento rural, transformación y comercialización de productos en diferentes mercados, turismo de bajo impacto, la conservación y mejora del patrimonio rural.

Promover la apropiación, compromiso, bienestar y la mejora en la calidad de vida de quienes habitan, trabajan o disfrutan de este territorio periurbano.

Programas

Proyecto “anillo verde del PCC del municipio de armenia”

Armenia, turismo sostenible y competitivo.

Fortalecimiento de la oferta e infraestructura turística.

Subprogramas

Fortalecer la ruralidad en los espacios delimitados como área principal y de amortiguamiento del PCC.

La Secretaría de Educación del Municipio promoverá y difundirá con especial énfasis en la comunidad académica y en la sociedad en general la apropiación y salvaguarda del PCC.

Plan Sectorial de Turismo articulado con el Plan Estratégico de Turismo del PCC.

Fortalecimiento a la gestión del desarrollo turístico.

Posicionamiento del municipio como destino turístico “Armenia biodiversidad y color”.

Corredor turístico y ambiental “La Secreta”.

Desarrollar una estrategia de recuperación de la identidad cultural para la construcción de una sociedad más incluyente, solidaria y participativa.

Posicionamiento del municipio como destino turístico “Armenia biodiversidad y color”.

Estrategias

Estrategia de mercadeo territorial: el PCC del municipio de armenia, en armonía con la marca Armenia, formará parte de la estrategia de mercadotecnia territorial, “Capital del PCC”, en concordancia con lo establecido por el Gobierno Nacional en esta materia.

Estrategias territoriales motivadas por la necesidad de garantizar la plena conservación del *valor universal excepcional* del bien construir de manera participativa planes, programas y estrategias a fin de mantener, revitalizar y fortalecer el capital social cafetero

Acogimiento en el municipio de Armenia de la declaración del Día Nacional del Patrimonio Cultural el segundo domingo del mes de septiembre, donde se dará especial énfasis a fin de resaltar nuestro PCC, fecha que deberá conmemorarse con diferentes actividades.

Conservación y promoción del patrimonio cultural.

Corredor turístico y ambiental “La Secreta”.

Estrategia de mercadeo territorial: el PCC del municipio de armenia, en armonía con la marca Armenia, formará parte de la estrategia de mercadotecnia territorial, “Capital del PCC”, en concordancia con lo establecido por el Gobierno Nacional en esta materia.

Estrategias territoriales motivadas por la necesidad de garantizar la plena conservación del *valor universal excepcional* del bien construir de manera participativa planes, programas y estrategias a fin de mantener, revitalizar y fortalecer el capital social cafetero

Acogimiento en el municipio de Armenia de la declaración del Día Nacional del Patrimonio Cultural el segundo domingo del mes de septiembre, donde se dará especial énfasis a fin de resaltar nuestro PCC, fecha que deberá conmemorarse con diferentes actividades.

Enfoque

Posicionamiento de Armenia como destino turístico, aprovechando las posibilidades de desarrollo de este renglón económico, las ventajas comparativas y su posición estratégica, con el fin de impulsar la promoción del municipio con sus atractivos culturales y de infraestructura para prestar servicios en el contexto nacional e internacional y lograr que la presencia de visitantes dinamice la economía local.

Destinación Componentes: Armenia destino turístico y conservación patrimonio cultural.

Rubro

\$ 1.589.778.260 Armenia, turismo sostenible y competitivo.

\$ 212.528.252 Fortalecimiento a la gestión del desarrollo turístico.

\$ 1.377.250.008 Posicionamiento del municipio como destino turístico “Armenia Biodiversidad y color”.

\$ 9.000.000.000 Fortalecimiento de la oferta e infraestructura turística: Corredor turístico y ambiental “La Secreta”.

\$ 1.200.000.000 Manejo, recuperación y conservación del patrimonio público con valor cultural de la ciudad.

\$ 419.826.969 Conservación y promoción del patrimonio cultural

Suficiencia del Rubro

Es insuficiente el rubro presupuestado para garantizar la cobertura total de lo que representa el PCC.

Acciones gubernamentales municipio de Calarcá

Existe un comité de cultura, el cual desarrolló el plan de cultura que se encuentra en revisión por parte del consejo municipal para su aprobación. En la actualidad, se cuenta con el programa de semilleros en formación del PCC dirigido por la Secretaría de Cultura.

Estamento que lo creó: Fundaciones, gobernación, alcaldía municipal e instituciones educativas. Plan de desarrollo 2012-2015.

Fecha de creación: 2013

Miembros del organismo

Secretaría de cultura, comité de patrimonio, comité de cultura, vigías.

Estatutos

No existen estatutos, ya que están establecidos en el plan de desarrollo municipal 2012 – 2015. En los programas y subprogramas en temas de cultura y turismo.

Funciones

1. Divulgación de las rutas turísticas del PCC.
2. Fomentar el compromiso con los jóvenes acerca del conocimiento ancestral.
3. Talleres en temas de patrimonio.

Objetivos de divulgación y apropiación del PCC

1. Fortalecimiento del interés del municipio sobre el turismo.
2. Sensibilizar a los jóvenes y adultos sobre el PCC.
3. Educar en las instituciones educativas el PCC.
4. Fomentar el tema de cultura y turismo del municipio de Calarcá a los turistas.
5. Planeación de la recuperación de los bienes.

Actividades realizadas en torno a los objetivos planteados

Establecimiento de la ruta de inventarios de inmuebles.

Apoyo al museo gráfico.

Proyecto museo arqueológico.

Talleres de patrimonio en centros educativos.

Programas

Calarcá referente turístico cultural del eje cafetero.

Apostémosle al turismo cultural sostenible.

Estrategias

Fortalecer el Consejo Municipal de Cultura, como ente articulador de las actividades relacionadas con el fomento y la promoción del PCC, del patrimonio artístico y cultural y de los inmuebles considerados como patrimonio arquitectónico.

Formar calarqueños que actúen como vigías del PCC, para su difusión y promoción.

Incrementar los esfuerzos en el desarrollo rural y agropecuario, mediante el acompañamiento técnico a las familias campesinas, previa la formulación e instrumentación de proyectos productivos que dignifiquen la cultura cafetera y agropecuaria, y preserven el PCC.

Calarcá será un municipio oferente de productos turísticos, que potencie el PCC como patrimonio de la humanidad, dinamizador de la economía y fuente de generación de empleo.

Actualizar y reactivar las rutas turísticas, tomando como base los valores del PCC, estrategia que hará viable el desarrollo productivo del sector.

Revisar y actualizar el Plan Sectorial de desarrollo turístico, incorporando los valores del PCC.

Poner en marcha rutas turísticas que permitan destacar el atractivo rural, cultural, paisajístico y artístico del municipio, realizando acciones de manejo ambiental y de integración paisajística.

Implantar, en coordinación con el Plan Turístico Departamental, un programa de promoción de la oferta que posicione al municipio como destino turístico.

Conformar la red de senderos, caminos y espacios de interpretación del PCC.

Adelantar mejoramientos de vivienda en los sectores urbano y rural. Las obras del mantenimiento de la infraestructura física que se realicen, deberán servir para elevar el nivel de calidad de vida de la población y fortalecer el PCC

Fortalecer el Comité de Educación Ambiental Comeeda, sensibilizando a la comunidad en la toma de conciencia, tanto para el uso adecuado de los recursos naturales como para el cuidado de las áreas de conservación del suministro hídrico y la protección del PCC.

Enfoque

Dinamizar la economía a través del turismo sostenible, apostándole a la educación cultural de la población.

Las acciones en materia turística estarán encaminadas a organizar, potenciar y planificar las actividades del sector, con fundamento en la preservación de los valores culturales definidos por la Unesco al declarar el PCC como Patrimonio de la Humanidad. Con estas acciones se busca mejorar las condiciones de vida de los actores de la sociedad, guardar coherencia con la tradición cultural del municipio y enfocando los esfuerzos al diseño de “productos turísticos” que enriquezcan el destino Quindío, entre los cuales se cuentan el ecoturismo, el turismo rural y de naturaleza, la aventura, el turismo cultural y los eventos emblemáticos.

Destinación rubro

Patrimonio, saberes ancestrales, Ruta de Willis y Yipao.

\$ 8.000.000 Patrimonio saberes ancestrales.

\$ 12.000.000 Rutas de Willis.

\$ 12.000.000 Yipao.

La matriz plurianual del plan de desarrollo prevé un presupuesto de 120.000.000 en los 4 años para el programa Calarcá referente turístico del eje cafetero.

Suficiencia del rubro

De acuerdo con la entrevista realizada a la señora María Luisa Gómez Tobón funcionaria de la Secretaría de Turismo y Cultura, plantea que no es suficiente el rubro presupuestal asignado pues se habla mucho del referente PCC, pero el compromiso que tiene la Alcaldía y Gobernación es nominativo.

Acciones gubernamentales del municipio de Buenavista

No existe un organismo como tal para el PCC en el municipio, cada estrategia planeada en torno al PCC, se ejecutará y estará a cargo de la dependencia correspondiente: sector cultura y arte, agropecuario, turístico, desarrollo social, etc.

Objetivos en divulgación y apropiación del PCC

Fomentar en la población de Buenavista la participación en procesos culturales artísticos.

Lograr que Buenavista sea un producto turístico rural y paisajístico que motive la visita del turista.

Articular los sectores productivos de Buenavista en torno a su origen agropecuario.

Articular en un 100 % la gestión ambiental del municipio con los programas existentes para el desarrollo sostenible de la eco región del Eje Cafetero.

Actividades realizadas en torno a los objetivos planteados

Crear herramientas que fomenten la cultura y el arte en el municipio

Generar una cadena productiva alrededor del turismo que potencialice el medio rural del municipio, implicando el regreso a los orígenes, la valoración de lo tradicional en concordancia con el fortalecimiento del PCC.

Gestionar la renovación y reconversión de la caficultura de los pequeños y medianos productores.

Determinar tres herramientas para la protección y cuidado del medioambiente y la gestión del riesgo del municipio.

Programas

Más arte más cultura.

Actividades artísticas y culturales de duración limitada.

Infraestructura para el desarrollo.

Agroturismo y desarrollo rural.

Fortalecimiento del sector primario de Buenavista.

Desarrollo Ambiental.

Subprogramas

Rescatando el arte y la cultura de Buenavista.

Buenavista culturalmente activa.

Activos culturales.

Infraestructura cultural.

Promoción y competitividad turística para Buenavista.

PCC, un paisaje cultural productivo en permanente desarrollo.

Proyectos turísticos.

Integración regional para la competitividad y el desarrollo.

Reconversión productiva y social de la caficultura.

Hacia la certificación (café).

Cafés especiales.

Conservación y/o restauración del patrimonio paisajístico del municipio.

Estrategias

Diseñar un plan de acción en pro del fortalecimiento del PCC como pilar de desarrollo cultural y de identidad del municipio.

Elaborar y gestionar tres proyectos artísticos y/o culturales que fomenten el desarrollo del sector.

Diseñar una estrategia para proyectar a Río Verde como puerta turística de entrada al municipio.

Diseñar una ruta agroturística alrededor del plátano, café, maíz, mora y cafés especiales con producción orgánica.

Definición de dos rutas ecológicas, caballares y paisajísticas del ecoturismo en los municipios cordilleranos.

Crear rutas temáticas con base en lineamientos ambientales, naturales, culturales y agropecuarios.

Desarrollar tres estrategias que propendan por la conservación, preservación y permanencia del municipio en pro de la declaratoria del PCC como patrimonio de la humanidad.

Incentivar el trabajo familiar, generacional e histórico para la producción de un café de excelente calidad, en el marco de un desarrollo sostenible.

Capital social estratégico construido alrededor de la institucionalidad y la conservación de la infraestructura colonial como emblema local para el PCC.

Participación activa del municipio en la ruta del café.

Dar continuidad a las gestiones para sacar adelante el proyecto turístico Buenavista Parque Ciudad Tolrá.

Realizar una alianza para la transformación del café del municipio y generar valor agregado al mismo.

Enfoque

Convertir a Buenavista en municipio cultural y artísticamente activo y participativo.

Destinación

Buenavista - Mirador del Quindío.

Agroturismo y desarrollo rural.

Buenavista municipio cultural y artísticamente activo y participativo.

Buenavista ambientalmente viable.

Rubro

PCC paisaje cultural productivo en permanente desarrollo: \$ 2.091.813

Proyectos turísticos: \$ 33.184.528

Buenavista culturalmente activa: \$ 66.363.500.

Activos Culturales: \$ 235.242.286.

Infraestructura cultural: \$ 81.918.138.

Reconversión productiva y social de la caficultura: \$6.275.440.

Conservación y restauración del patrimonio natural y paisajístico: \$ 122.044.499.

Equipamiento municipal e infraestructura turística: \$ 108.623.937.

Acciones gubernamentales municipio de Génova

No se evidencia la existencia de un comité u organización para el manejo del PCC. Las acciones y objetivos que incluyen al PCC son desarrolladas por las secretarías de cultura deporte y turismo, agricultura, hacienda y desarrollo social principalmente, en conjunto con el Comité de Cafeteros.

Objetivo en divulgación y apropiación del PCC

Desarrollo turístico, comercial, rural y ambiental

Generar desarrollo económico sostenible

Promover el manejo responsable y eficiente del recurso hídrico y fortalecer la cultura ambiental como principal herramienta para la conservación

Actividades realizadas en torno a los objetivos planteados

Fortalecer la cultura ambiental en la población del municipio especialmente estudiantes y campesinos, al igual que fortalecer las cadenas productivas, para el sector turístico, el desarrollo y recuperación de la arquitectura paisa, proyecto especial para hacer de Génova “El Pueblito Paisa del Quindío”.

Mejorar la calidad de vida de los residentes en el municipio de Génova, promoviendo oportunidades para el desarrollo social.

Programas

Génova turístico.

Cultura, expresiones artísticas y patrimonio.

Manejo integral del recurso hídrico y los residuos sólidos.

Gestión de bienes y servicios ambientales y protección de la biodiversidad.

Educación ambiental.

Subprogramas

Oferta turística.

Patrimonio cultural.

PCC.

Creación artística y promoción de contenidos culturales.

Recuperación y conservación de fuentes abastecedoras.

Apoyo y fortalecimiento al sistema municipal de áreas protegidas.

Adquisición y administración de áreas de protección (Ley 99 de 1993).

Apoyo y fortalecimiento a los planes de manejo para la conservación de la biodiversidad.

Fortalecimiento al comité de educación ambiental y a proyectos ambientales escolares Praes.

Estrategias

Determinar la oferta turística articulada al plan sectorial departamental.

Identificación y/o actualización del patrimonio cultural.

Recuperación y fortalecimiento del patrimonio cultural.

Levantamiento del inventario de los elementos constitutivos del PCC del municipio de Génova.

Fortalecimiento de las escuelas artísticas y creación de dos más.

Fortalecimiento del plan y sistema de áreas protegidas.

Adquisición de un predio para áreas protegidas.

Realizar un manejo sostenido de la biodiversidad para que el municipio sea reconocido por su oferta ambiental.

Enfoque

Generar desarrollo económico sostenible a través de la declaratoria de la Unesco.

Destinación

Patrimonio Cultural.

Rubro

Patrimonio Cultural: \$ 5.174.000

Construcción del inventario constitutivo del PCC: \$ 1.000.000

Apoyo logístico para actividades artísticas y culturales: \$ 17.600.000.

Conservación y mantenimiento de las zonas de conservación: \$ 5.000.000.

Creación artística y promoción de contenidos culturales: \$ 54.106.000.

Desarrollo ambiental sostenible: \$ 143.531.461.

Gestión de bienes y servicios ambientales y protección de la biodiversidad: \$ 3.500.000.

Suficiencia del rubro

Los rubros asignados para la conservación y apropiación del PCC, son precarios, pues Génova al tener la distinción de uno de los mejores cafés suaves del mundo, debe fortalecer la cadena productiva del café, articulándola a los factores conformantes del PCC.

Acciones gubernamentales municipio de Circasia

No existe un organismo como tal. Todo está coordinado desde la Administración Municipal.

Miembros del organismo: Alcaldía Municipal, Casa de la Cultura, Oficina Asesora de Planeación y Desarrollo, Sector Cultura.

Objetivos de divulgación

Poner en funcionamiento una estrategia para el desarrollo turístico y el apropiamiento del PCC.

Actividades realizadas sobre los objetivos planteados

Instalar la Cátedra Cultural enfocada a fomentar los valores patrimoniales, la cultura ciudadana y valores históricos y de identidad.

Difusión y localización de la declaratoria y los valores del PCC. Fortalecimiento de la cultura del café.

Adecuación, mantenimiento, dotación y promoción de los escenarios culturales del municipio.

Valoración, recuperación y salvaguarda del patrimonio material e inmaterial.

Inventario del patrimonio arquitectónico, de bienes de interés cultural del municipio y demás patrimonio material y promoción de su conservación y difusión; inventario de patrimonio cultural inmaterial local.

Agenda anual mensual de eventos Culturales: fiestas aniversarias; Carnaval de la libertad; Carnaval del PCC; Carnaval Luces de Libertad; recuperación, conservación y divulgación de archivos históricos municipales (documentos-fotografías y videos)

Programas

Cultura para el desarrollo.

Circasia fomenta su PCC y el turismo sostenible.

Subprogramas

Vida, cultura, paisaje y patrimonio PCC

Estrategias

Capacitar 200 personas por año en los valores de Patrimonio y PCC y cultura ciudadana.

Desarrollar tres acciones para el fortalecimiento de los escenarios culturales.

Realizar un programa para el reconocimiento, protección y conservación del patrimonio cultural material, inmaterial y del PCC.

Desarrollar un programa de articulación de los lineamientos del plan de Manejo del PCC a los mecanismos de desarrollo local.

Educación con énfasis en población infantil por medio de manifestaciones artísticas para el reconocimiento del patrimonio

Articulación del plan de manejo del PCC a los instrumentos de planificación del orden local. Vinculación de las áreas incluidas en la declaratoria (principales y de amortiguación) a la ruta del Café: consolidación de atractivos locales asociados a la producción cafetera.

Enfoque

Fomentar el turismo y el PCC en el municipio para posicionarlo turísticamente dentro de la región.

Destinación rubro

Protección del medioambiente, turismo y cultura

Sector turismo y cultura: \$ 42.456.934,35.

Protección del medioambiente y fortalecimiento de la educación ambiental: \$ 25.913.010.

Suficiencia del rubro

No es suficiente la asignación presupuestal, pues faltan más esfuerzos en el sector agrícola que permita la consolidación del café en el renglón económico del municipio.

Filandia

No existe un organismo como tal. Todo está coordinado desde la Administración Municipal

Miembros del organismo

La Administración Municipal desarrolla las acciones culturales a través de un equipo de servidores públicos contratados compuesto por un gestor cultural y coordinador general del programa y 4 monitores.

Objetivos propuestos

Impulsar el desarrollo cultural en articulación con la declaratoria de PCC.

Recuperación de bienes de interés cultural.

Formular un Plan de Manejo de PCC en el cuatrienio.

Recuperar, mantener y potenciar las tradiciones del municipio tanto en su economía como en su cultura mediante la divulgación de estas a propios y extraños.

Consolidar la marca Filandia como destino turístico.

Articular el evento de festival camino del Quindío dentro del marco de la declaratoria del PCC

Diseñar nuevas propuestas de productos y servicios a la cadena productiva del turismo configurados a partir de los potenciales con que cuenta el municipio en aspectos culturales, ambientales, paisajísticos, e infraestructura

Programas

Mejoramiento y dotación de la infraestructura cultural.

Aumento de cobertura y calidad de atención de turistas en el municipio.

Implementación del tercer Festival Camino del Quindío.

Subprogramas

Remodelación y mantenimiento de bienes de interés cultural asociado al PCC.

Gestionar la recuperación de referentes históricos, patrimoniales y fachadas arquitectónicas.

Plan de Manejo de Paisaje Cultural Cafetero.

Operación integral de los corredores turísticos del municipio.

Señalización turística de carácter informativo para orientar la oferta local de turismo.

Adecuación y/o mantenimiento de infraestructura turística municipal.

Promoción de las rutas turísticas del Municipio.

Implementación de programa de capacitación en calidad.

Instalar un sistema único de información turística.

Estrategias

Poner en marcha acciones para la recuperación y protección de los bienes culturales y el reconocimiento del PCC.

Formulación y divulgación del Plan de Manejo del PCC.

Realización del Festival Camino del Quindío para enmarcarlo dentro de la declaratoria del PCC.

Enfoque

Fortalecer la apropiación social del patrimonio cultural y fomentar los procesos de formación artística y de creación cultural.

Mejorar el desempeño del sector turístico.

Destinación rubro

Infraestructura cultural y calidad turística.

Rubro

Programa mejoramiento y dotación de la infraestructura cultural: \$ 45.172.720.

Programa aumento de cobertura y calidad de atención de turistas en el municipio: \$ 21.360.025.

Asignación presupuestal

La insuficiencia de los rubros se concentra en el componente agrícola de la declaratoria, ya que los recursos son destinados más a la parte turística.

Acciones gubernamentales municipios de Montenegro, Quimbaya y Salento

Municipio de Montenegro

Nombre del organismo: Consejo municipal de turismo de Montenegro

Estamento que lo creó: Resolución 165 de 8 de marzo de 2014

Fecha de constitución: 28 de marzo de 2014

Miembros del organismo

Alcalde o delegado, secretario ejecutivo, secretaria de planeación, subsecretaria casa de la cultura, tres representantes empresarios y prestadores de servicios turísticos del municipio.

Estatutos de organismo

No hay estatutos solo funciones de la Ley 1558

Funciones del organismo

Asesorar al alcalde y su equipo de gobierno en la concepción, definición y formulación de los planes, programas proyectos de desarrollo y competitividad del turismo.

Promover acuerdos de cooperación económica o técnica en favor del turismo y recomendar las gestiones pertinentes a su obtención.

Recomendar mecanismos que procuren una efectiva y permanente coordinación entre el sector público y privado en favor del desarrollo y competitividad del turismo

Analizar el desempeño municipal, departamental y nacional del sector turismo.

Promover estrategias para atraer más inversionistas, desarrollar atractivos innovadores y el mejoramiento de la planta turística local.

Objetivos en divulgación y apropiación del PCC

Rescatar los valores en sus habitantes construyendo desarrollo humano. Afianzar la productividad agropecuaria y turística del municipio con valor agregado y desarrollo sostenible, ligados al PCC patrimonio de la humanidad.

Actividades realizadas en torno a los objetivos planteados

Plan municipal de cultura.

Intervenir en los procesos de reconocimiento y puesta en valor del PCC, Patrimonio de la Humanidad, sus valores sociales, culturales, económicos y ambientales.

Apoyar la declaratoria y el manejo del patrimonio cultural y de los bienes de interés cultural del municipio (Ley 397).

Programas

En equipo fomentamos las expresiones culturales.

Subprogramas

En equipo fomentamos desarrollo rural.

En equipo promovemos el desarrollo económico.

En equipo garantizamos la sostenibilidad ambiental.

En equipo fortalecemos nuestra identidad y patrimonio.

En equipo fortalecemos el consejo municipal de cultura.

En equipo generamos productividad agropecuaria.

En equipo construimos el destino turístico amable.

En equipo hacemos gestión ambiental.

Estrategias

Identificar el patrimonio cultural, material e inmaterial del municipio a través del sistema municipal de cultura.

Articular el sector cultural del municipio a las redes culturales departamental y nacional.

Redimensionar la fiesta departamental del café en un magno evento de cultura y turismo aprovechando la declaratoria del PCC.

Identificar, reconocer, apropiar y salvaguardar el patrimonio cultural material e inmaterial del municipio en sus distintas expresiones y su adecuada incorporación al crecimiento económico y a los procesos de construcción ciudadana.

Fortalecer el consejo municipal de cultura como líderes y asesores del municipio en la formulación y ejecución de las políticas y la planificación de los procesos culturales.

Implantar estrategias para apoyar el emprendimiento cultural y las expresiones culturales.

Impulsar acciones tendientes a aumentar el cultivo de café y al fortalecimiento de la cultura cafetera como patrimonio de la humanidad.

Fortalecer el Plan Decenal de Turismo Municipal, afianzando el eco y el agroturismo.

Fortalecer la inserción de la artesanía, las artes y la cultura como atractivo turístico del destino así como el PCC.

Gestionar la adecuación de sitios turísticos, la planta e infraestructura del destino (embellecimiento de las fachadas y las entradas al municipio).

Propiciar las condiciones para desarrollar, impulsar y posicionar el producto turístico bajo criterios de calidad, sostenibilidad y competitividad del destino (agroturismo, ecoturismo, naturaleza y aventura, eventos y fiestas, historia y cultura).

Estimular la creación de rutas turísticas que articulen atractivos, planta turística, proveedores y que generen beneficios sociales.

Fortalecer los programas ambientales del Simap, el Comeda, el ODS y el Sigam, para avanzar en sostenibilidad.

Gestionar la construcción del centro turístico Mirador de las Garzas.

Enfoque

Fortalecimiento de la gestión integral del destino (planificación, formación, asistencia técnica, señalización, información, evaluación, estímulos, etc.) para la consolidación del turismo en Montenegro.

Destinación

Cultura

Rubro

En equipo fomentamos las expresiones culturales: \$ 269.398.023

Suficiencia del rubro

Es suficiente para la conservación y consolidación de la cultura cafetera a través del agro.

Municipio de Quimbaya

No hay evidencia de un organismo creado para el manejo adecuado del PCC. Sin embargo, las actividades alrededor de la declaratoria son ejecutadas por los consejos municipales de turismo y cultura principalmente.

Objetivos en divulgación y apropiación del PCC

Recuperar la dignidad de sus habitantes promoviendo el desarrollo humano y la igualdad de oportunidades por ciclo vital y enfoque diferencial, fortaleciendo la productividad agropecuaria y turística impulsando la especialización productiva con innovación y sostenibilidad ambiental, fomentando el PCC como patrimonio de la humanidad,

Incorporar el municipio al sistema departamental y nacional de cultura que permita una inclusión y visibilización de nuestros rasgos culturales, para el fortalecimiento del patrimonio y las artes de nuestro territorio.

Garantizar la calidad y sostenibilidad de los recursos naturales y el ambiente, para el desarrollo de una vida sana y duradera para los habitantes del territorio y sus generaciones futuras, desarrollando estrategias de alivio contra el cambio climático y conservando el PCC patrimonio de la humanidad.

Programas

La cultura para todos.

Ambiente sano, vida y futuro.

La productividad un potencial rural.

Motores de desarrollo.

Subprogramas

Identidad y patrimonio nuestro arraigo.

El arte y la cultura más visibles.

Sistema de gestión ambiental.

Productividad agropecuaria.

Quimbaya destino turístico.

Estrategias

Realizar un estudio que documente las costumbres ancestrales de la cultura cafetera teniendo en cuenta los valores que determinan su excepcionalidad y vincularlo al sector productivo.

Desarrollar acciones que permitan la protección del patrimonio arquitectónico, urbanístico y cultural.

Propiciar la recuperación de la memoria cultural y documental.

Elaborar el inventario cultural, material e inmaterial del municipio.

Elaborar el portafolio de servicios culturales del municipio.

Articular al municipio al sistema departamental y nacional de cultura.

Fortalecer el Concejo Municipal de Cultura para que se apropien de sus funciones.

Intervenir en los procesos de reconocimiento y puesta en valor del PCC, Patrimonio de la Humanidad, sus valores sociales, económicos y ambientales.

Identificar, reconocer, apropiar y salvaguardar el patrimonio cultural material e inmaterial del municipio en sus distintas expresiones y su adecuada incorporación al crecimiento económico y a los procesos de construcción ciudadana.

Reconvertir el Festival de Velas y Faroles en un evento magno de cultura y turismo.

Fortalecer programas para el desarrollo de la artesanía autóctona.

Fomentar el acceso, la innovación, la creación y la producción artística y cultural del municipio a través de proyectos y de la bolsa municipal de concertación de proyectos.

Poner en marcha el programa de vigías del patrimonio del ministerio de cultura (apropiación de nuestro patrimonio dirigido a comunidades cívicas organizadas).

Gestión integral de bosques, biodiversidad, ecosistemas y áreas estratégicas en el territorio municipal, apoyando la protección de las áreas estratégicas ambientales, de las especies de fauna y flora, de la producción forestal sostenible y controlando el tráfico de fauna y flora silvestre

Impulsar acciones tendientes a aumentar el cultivo de café y al fortalecimiento de la cultura cafetera y la ejecución del plan de manejo como nuestro arraigo y patrimonio de la humanidad.

Desarrollar tres acciones de promoción para el incremento de la producción cafetera para la generación de empleo y el fortalecimiento de nuestro PCC.

Definir el producto turístico del municipio y posicionarlo en lo regional, nacional e internacional.

Establecer el observatorio turístico para el municipio de Quimbaya para la competitividad del municipio.

Ajustar el plan sectorial de turismo del municipio y ejecutar su plan de acción.

Enfoque

Fortalecer la identidad cultural cafetera en sus habitantes, para así apoyar la consolidación del PCC en el departamento.

Destinación rubro

Cultura y desarrollo rural

Rubro

Cultura para todos: \$ 519.234.450

Ambiente sano, vida y futuro: \$ 801.598.957

La productividad, un potencial rural: \$ 288.378.580

Motores de desarrollo: \$ 302.193.928

Asignación de presupuesto

Falta asignar presupuesto para fortalecer la cadena productiva del café.

Acciones gubernamentales municipio de Salento

No existe organismo creado para la divulgación apropiación del PCC. Las actividades diseñadas para dicha divulgación son ejecutadas y controladas por la secretaria de turismo y cultura, con el apoyo del programa de vigías.

Objetivos en divulgación y apropiación del PCC

Mejorar el entorno institucional, de manera que permita evolucionar el capital social, en armonía entre lo ambiental y la producción económica, turística y agropecuaria para la generación de empresas.

Actividades realizadas en torno a los objetivos planteados

Promover la educación ambiental a través de los proyectos que se desarrollen.

Armonizar la actividad turística, de manera que se respeten las riquezas culturales y ambientales de nuestro territorio.

Fortalecer la calidad de los servicios turísticos en el sector urbano y rural que incentive la actividad turística, ampliando las posibilidades de generación de empleo.

Programas

Economía social.

Desarrollo ambiental.

Cultura.

Subprogramas

Turismo.

Conservación del patrimonio ambiental.

Cultura ambiental ciudadana.

Cultura para todos.

Infraestructura y dotación escenarios culturales.

Apoyo a gestores culturales.

Estrategias

Aumentar la calidad de los servicios turísticos

Promover el turismo local fortaleciendo sus potencialidades, a fin de reactivar su posicionamiento.

Fortalecer el turismo enmarcado en la declaratoria de la Unesco del PCC como patrimonio de la humanidad, en procura de mejorar las condiciones de vida de los actores involucrados.

Elaborar el Plan municipal de turismo para que se constituya en un elemento de planificación eficiente y eficaz.

Realizar un censo de alojamientos y sitios turísticos, con el fin de establecer la infraestructura turística existente en el municipio

Reactivar o crear un (1) comité de turismo durante los 4 años.

Recuperar y mantener el equilibrio ambiental sostenible del territorio y su biodiversidad.

Brindar espacios informativos y de capacitación a la comunidad sobre la importancia de la protección de los recursos naturales, para evitar su deterioro y construcción.

Incentivar en los niños, jóvenes y comunidad en general el amor por la cultura y el desarrollo de actividades artísticas, logrando la apropiación e identidad cultural.

Promover la cultura a través de eventos culturales y espacios culturales para generar una adecuada utilización del tiempo libre.

Identificar, inventariar y reconocer tres (3) bienes de interés cultural en el cuatrienio

Adecuar los escenarios culturales existentes procurando que todos se encuentren en adecuado estado de funcionamiento para que le presten un buen servicio a los salentinos.

Estimular el talento existente en el municipio en diferentes expresiones culturales en procura de hacer de Salento un verdadero centro de cultura.

Enfoque

Aumentar la calidad turística por medio de la conservación de sus bienes inmateriales y materiales, aprovechando su patrimonio para aumentar el turismo.

Destinación

Infraestructura cultural, patrimonio ambiental.

Rubros (miles de pesos)

Turismo: \$ 131.018

Conservación patrimonio ambiental: \$ 163.517

Cultura ambiental ciudadana: \$ 83.673

Cultura para todos: \$ 145.163

Infraestructura cultural: \$ 33.469

Suficiencia presupuestal

El presupuesto es débil en el campo rural, pues el esfuerzo está orientado más al turismo que al aumento de cafetales.

Apéndice B.

Instrumento de recolección de información sobre las acciones gubernamentales en relación con el PCC

Identificar las acciones gubernamentales del orden nacional y departamental y local en el entorno turístico del PCC		
Categoría	Variables	Municipio
Organismos	<ul style="list-style-type: none"> Nombre organismos Estamento que lo creó Fecha de constitución Miembros Estatutos Funciones 	
Objetivos propuestos	<ul style="list-style-type: none"> Objetivos en divulgación y apropiación del PCC Actividades realizadas en torno a los objetivos planteados Programas Subprogramas Estrategias Enfoque 	
Objetivos propuestos	<ul style="list-style-type: none"> Destinación Rubro Suficiencia del Rubro 	

Apéndice C.

Inventario turístico por municipios del Paisaje Cultural Cafetero del departamento del Quindío

Tabla C. 1. Inventario turístico Armenia (categorías descriptivas)

Ciudad

Geografía

Economía

Gastronomía

Sitios de interés

Recintos religiosos
