



TÚY YO
Somos **Quindío**

Gobernación del Quindío



Plan estratégico de
TURISMO
2022 - 2032
Departamento del Quindío



Secretaría de Turismo,
Industria y Comercio
Gobernación del Quindío

ROBERTO JAIRO JARAMILLO CÁRDENAS
GOBERNADOR

Elaboró: Carlos Andrés Arredondo Salazar
Secretario de Turismo, Industria y Comercio
Mónica Andrea Salgado Castro
Directora de Turismo, Clúster y Asociatividad
Carlos Eduardo Montaña
Técnico Administrativo

Equipo técnico:
María Alejandra Marín Álvarez
Manuela Restrepo Chica
Julián Calderón
Laura María Ramírez Gutiérrez
Eduardo Mejía Jaramillo
Anderson Adrián Muñoz Londoño
Marco Horacio García Castaño
Yveen Natalia Morales Cuartas
Jorge Pérez Boix
Enrique Ochoa Escobar
Germán González
María Leonor Velásquez Rasch

Mesas de Trabajo: Universidad del Quindío
Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío
ANATO
COTELCO
ACODRES
Corporación Quindío, Café y Paisaje
ASOGUIAS
ASREGUIAS
Quindío Convention Bureau

Revisó: Luis Alberto Rincón Quintero
Secretario de Planeación

Equipo técnico Planeación
José Ignacio Rojas Sepulveda -Asesor de Despacho

Revisó: Julián Mauricio Jara Morales
Secretaria Jurídica y de Contratación

Jorge Hernán Zapata Botero
Director de Oficina privada



CONTENIDO

| | |
|---|----|
| 1. PRESENTACIÓN | 6 |
| 2. INTRODUCCIÓN | 7 |
| 3. GENERALIDADES | 8 |
| 3.1 RESUMEN Y ALCANCE DEL PLAN | 8 |
| 3.1.1 ALCANCES A CORTO PLAZO | 10 |
| 3.1.2 ALCANCES A MEDIANO PLAZO | 10 |
| 3.1.3 ALCANCES A LARGO PLAZO | 11 |
| 3.1.4 ACCIONES DE CUMPLIMIENTO CONSTANTE | 11 |
| 4. DIAGNÓSTICO Y PROBLEMA | 12 |
| 4.1 PROBLEMAS CAUSAS | 13 |
| 4.2 PROBLEMAS EFECTOS | 20 |
| 5. ACTORES IMPLICADOS | 42 |
| 6. MARCO NORMATIVO | 44 |
| 7. MISIÓN | 50 |
| 8. VISIÓN | 50 |
| 9. OBJETIVOS | 51 |
| 9.1 Objetivo general | 51 |
| 9.1.1 Objetivos específicos | 51 |
| 10. PRINCIPIOS | 52 |
| 11. POBLACIÓN BENEFICIARIA | 53 |
| 12. PLAN OPERATIVO: EJES, PROGRAMAS, SUBPROGRAMAS Y ACCIONES | 54 |
| 12.1 EJES ESTRATÉGICOS | 54 |
| 12.1.1 Eje Estratégico N°1. Promoción de sinergias y fortalecimiento institucional. | 54 |



| | |
|---|-----------|
| 12.1.2 Eje Estratégico N°2. Acompañamiento a todos los prestadores de servicios turísticos e instituciones en la gestión turística eficiente. | 54 |
| 12.1.3 Eje Estratégico N°3. Impulso a la innovación y mejoramiento tecnológico del sector. | 55 |
| 13. PROGRAMAS, SUBPROGRAMAS Y ACCIONES | 56 |
| 13. 1 Programa 1: Fortalecimiento Institucional y financiación | 56 |
| 13.1.1 Subprograma 1 – Sistema Departamental de Turismo | 57 |
| 13.1.2 Subprograma 2 – Sostenibilidad Financiera | 59 |
| 13.2 Programa 2: Articulación con el desarrollo territorial | 60 |
| 13.2.1 Subprograma 3 – Gestión territorial | 62 |
| 13.2.2 Subprograma 4 – Infraestructura turística | 64 |
| 13.2.3 Subprograma 5 – Infraestructura de soporte | 66 |
| 13.3 Programa 3: Calidad y sostenibilidad para el sector turístico | 69 |
| 13.3.1 Subprograma 6 – Calidad Turística y Certificaciones el turismo sostenible | 72 |
| 13.3.2 Subprograma 7 – Turismo responsable | 75 |
| 13.3.4 Subprograma 8 – Formación y capacitación | 77 |
| 13. 4 Programa 4: Encadenamiento productivo | 79 |
| 13.4.1 Subprograma 9 – Encadenamiento productivo del sector | 79 |
| 13. 5 Programa 5: Redistribución de beneficios del turismo | 81 |
| 13.5.1 Subprograma 10 – Emprendimientos turísticos | 82 |
| 13.5.2 Subprograma 11 – Procesos turísticos con base comunitaria | 83 |
| 13.5.3 Subprograma 12 – Turismo accesible e incluyente | 85 |
| 13.6 Programa 6: Mercadeo y promoción. | 86 |
| 13.6.1 Subprograma 13 – Planes de mercadeo y promoción | 88 |
| 13.7 Programa 7. Productos y servicios turísticos promisorios | 89 |
| 13.7.1 Subprograma 14 – Diseño de productos turísticos competitivos y Turismo naranja | 92 |
| 13.8 Programa 8: TIC para el turismo | 94 |



| | |
|---|-----|
| 13.8.1 Subprograma 15 – Uso de las TIC en el sector turismo | 95 |
| 13.9 Programa 9: El Patrimonio Cultural y el Paisaje Cultural Cafetero como eje dinamizador del turismo | 97 |
| 13.9.1 Subprograma 16 – Apropiación del PCC en el sector turístico | 98 |
| 14. PRESUPUESTO | 101 |
| 15. CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA | 102 |
| 15.1 Criterio Socio – Cultural | 103 |
| 15.2 Criterio Económico | 103 |
| 15.3 Criterio Medioambiental | 104 |
| 16. CRONOGRAMA | 105 |
| 17. RECOMENDACIONES | 106 |
| 18. GLOSARIO | 108 |
| 19. BIBLIOGRAFÍA | 118 |



1. PRESENTACIÓN

La Secretaría de Turismo, Industria y Comercio del Quindío ha identificado la necesidad de contar con un instrumento para encarar los desafíos del turismo en el siglo XXI, caracterizado por intensa competencia y exigencia de alta competitividad.

La ejecución del Plan Decenal de Turismo culminada su vigencia en 2015, evidencia metas que no fueron alcanzadas e hicieron necesaria la reflexión actualizada sobre las realidades del sector y sus tiempos de ejecución.

Puesto que los diversos sectores económicos requieren de mecanismos de intervención pública para recoger consensos y cumplir mandatos constitucionales y legales acordados por la sociedad, la gestión institucional en el contexto público departamental acude a la planeación estratégica como herramienta, para orientar adecuadamente los recursos hacia el logro de objetivos sectoriales de desarrollo económico y social. Para ello se valió de los lineamientos propuestos en el documento de asistencia técnica “Metodología de Planificación Turística” del Viceministerio de Turismo.

El Plan Estratégico de Turismo es el instrumento estructurado con objetivos, programas, líneas de acción y metas estratégicas de manera general, definidas para un periodo 2022-2032 para el departamento del Quindío, teniendo en cuenta la necesaria intervención en el promisorio sector turismo, cuyo devenir histórico ha demostrado impacto en la región y potencial para el desarrollo económico y social. Su implementación y ejecución ordenada, pretenden llevar el departamento del Quindío hacia una gestión turística efectiva y competitiva.

Este plan parte de un diagnóstico y cuenta en su estructura con ejes estratégicos, plan operativo, presupuesto y criterios de sostenibilidad. Está sustentado en un sólido marco normativo planteando conclusiones y proyectos estratégicos. Será fundamental implementar un proceso sistemático y continuo de recolección y análisis de información que determine el grado de avance de las metas establecidas para garantizar su eficacia y efectividad.



2.INTRODUCCIÓN

El Departamento del Quindío fue el primero en Colombia en formular un Plan Estratégico de Turismo, de acuerdo con la obligación establecida en la Ley 300 de Turismo de 1996. Al establecer prioridades de actuación y gasto enfocadas hacia objetivos claros y mediante estrategias contrastadas; un Plan Estratégico de Turismo es una guía práctica y flexible que permite la gestión de uno de los sectores más dinámicos del departamento.

El presente Plan es el tercero formulado desde 1999 para el departamento y además de responder a los lógicos cambios en los programas y objetivos de los cinco (5) mandatos anteriores, enfrenta un cambio de gran importancia en la concepción turística y cultural del departamento: la concesión por la UNESCO en 2011 del título de Patrimonio de la Humanidad para el territorio del Paisaje Cultural Cafetero (PCC), del que este departamento forma parte.

Registrar un aumento significativo de turistas anuales en el Quindío, sumado al reconocimiento de la UNESCO, permite un escenario favorecedor para posicionar al Quindío como destino turístico de naturaleza, sostenible y competitivo, integrador de las comunidades locales, que aporta a la salvaguarda el patrimonio de la cultura del Paisaje Cultural Cafetero.

De esta manera, el Plan perfila un turismo de clase mundial, con una notable diferenciación y especialización de productos turísticos capaces de generar múltiples beneficios no sólo en el aspecto económico, sino cultural y ambiental.



GENERALIDADES

3.1 RESUMEN Y ALCANCE DEL PLAN

Las condiciones actuales de los mercados globalizados, plantean escenarios de intensa competencia exigentes en términos de calidad y claridad en la visión para lograr sostenibilidad. De acuerdo con esta realidad, es imperativo el análisis que un destino turístico haga de sí mismo para determinar ventajas competitivas de variada índole.

La competitividad de un destino turístico se debe a la fortaleza empresarial del sector, la infraestructura, la idoneidad y disponibilidad de talento humano, el entorno macroeconómico e institucional que involucra a los actores de la cadena productiva, mediante la articulación y sinergias de acciones públicas y privadas enfocadas al logro de la máxima satisfacción del turista y al bienestar de los locales.

En este contexto, los destinos turísticos deberán reconocer sus ventajas competitivas y fortalecer su capacidad para diseñar, crear e integrar productos con valor agregado, sostenibles en el aprovechamiento de los recursos locales y que permitan alcanzar un posicionamiento, a través de estrategias corporativas para competir exitosamente en los mercados donde promueve y comercializa su oferta.

Aplicar la planificación estratégica en el ámbito público permite, primero la comprensión de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de un sector; segundo precisar las problemáticas, analizar las brechas existentes entre lo actual y lo deseado como futuro, atacar las causas y mitigar los efectos, priorizar y asignar recursos en un contexto de constantes cambios y, por último, generar un compromiso con una gestión orientada a resultados.

Para alcanzar los objetivos de la planificación estratégica es necesario elaborar un diagnóstico del sector para poder identificar problemas, causas y efectos y así poder plantear objetivos, indicadores y metas que permitan evaluar los resultados; así mismo, diseñar estrategias mediante programas y subprogramas, alinear recursos y



establecer la base para el control y evaluación de las metas, identificando y asignando responsables.

De esta forma la propuesta del Plan Estratégico de Turismo, está basado en el documento diseñado por el Viceministerio de Turismo “Asistencia Técnica en Planificación Turística”, que permite establecer la metodología adecuada para el territorio de acuerdo al nivel de desarrollo turístico. Dicha metodología establece unos lineamientos incorporando otras variables desde lo estratégico, especialmente los atributos del producto, estructura empresarial e institucional, posición del mercado, factores de producción y tecnológicos diseñados para la ejecución del Plan hasta 10 años.

El Plan Estratégico de Turismo del departamento del Quindío 2022-2032, está orientado bajo lineamientos claves de las políticas públicas del sector, formulado por el departamento del Quindío a través de la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio responsable de la elaboración, socialización, evaluación y seguimiento.

Como instrumento formalizado y una vez legalizado mediante Ordenanza de la Asamblea Departamental, el presente plan expondrá los propósitos y objetivos departamentales en cuanto al turismo en el corto, mediano y largo plazo. Por el carácter dinámico del sector, requerirá un plan de seguimiento, evaluación y ajustes orientados a mejorar la acción integral de gobierno, la sinergia entre actores de la cadena para posicionar el departamento como un destino turístico a nivel nacional con proyección internacional.

A continuación, se relacionan las metas del Plan Estratégico de Turismo del departamento del Quindío 2021-2031, para cumplimiento en el corto, mediano y largo plazo; a su vez se especifican aquellas metas que se proyectan de cumplimiento continuo, puesto que necesitan de avances anuales para alcanzar los objetivos propuestos.



3.1.1 ALCANCES A CORTO PLAZO

Las acciones aquí descritas tienen una proyección de cumplimiento entre 1-2 años luego de la aprobación y socialización del Plan Estratégico de Turismo del departamento del Quindío 2022-2032.

- Consolidar el Sistema Departamental de Turismo, con todos los actores (nuevos y existentes) involucrados en la cadena productiva del turismo.
- Fortalecer la gobernanza del sector turístico.
- Diseñar e implementar estrategias financieras para la ejecución del Plan.
- Fortalecer la línea de formulación de proyectos a nivel de instituciones departamentales y entes municipales.
- Brindar acompañamiento para la inclusión del componente turístico en los instrumentos de planificación territorial municipal.
- Vincular al Sistema Departamental de Turismo (SDT) en los procesos de inclusión de criterios de desarrollo turístico y actualización de instrumentos de planificación turística en los 12 municipios.

3.1.2 ALCANCES A MEDIANO PLAZO

Las acciones aquí descritas tienen una proyección de cumplimiento entre 3-5 años luego de la aprobación y socialización del Plan Estratégico de Turismo del departamento del Quindío 2022-2032.

- Gestionar proyectos (miradores, adecuación de senderos naturales, amoblamiento urbano, adecuación de plazas de mercado, proyectos turísticos a gran escala, infraestructura vial, estudios de capacidad de carga, entre otros) para la consolidación de la infraestructura turística en el Departamento.
- Realizar proyectos de señalética turística para el departamento, tanto en zonas estratégicas urbanas como rurales.



- Implementar proyectos de manejo integral para la infraestructura turística en el cambio climático (bioclimática).

3.1.3 ALCANCES A LARGO PLAZO

Las Acciones aquí descritas tienen una proyección de cumplimiento entre 6-8 años luego de la aprobación y socialización del Plan Estratégico de Turismo del departamento del Quindío 2022-2032.

- Apoyar y priorizar la cobertura de servicios públicos (servicios públicos domiciliarios, servicios sociales básicos, conectividad tecnológica) en las zonas con vocación turística del departamento.
- Promover el mejoramiento de la red vial secundaria y terciaria prioritaria para el uso turístico.
- Gestionar tecnologías de la información y las comunicaciones para el sector turístico del Quindío.
- Desarrollar proyectos turísticos dirigidos al turismo accesible.
- Promover modelos para el desarrollo de proyectos y productos turísticos con base comunitaria en el departamento.
- Promover la puesta en valor turístico del espacio público en el departamento.

3.1.4 ACCIONES DE CUMPLIMIENTO CONSTANTE

Las demás acciones descritas en el plan operativo tienen una proyección de cumplimiento diferente por su carácter escalonado, por lo tanto, cada año, luego del primer año de vigencia del Plan Estratégico de Turismo para el departamento del Quindío 2022-2032, irán presentando avances.

La vigencia del Plan Estratégico de Turismo del departamento del Quindío, se extiende hasta el 2032, este último año de vigencia del Plan será destinado para



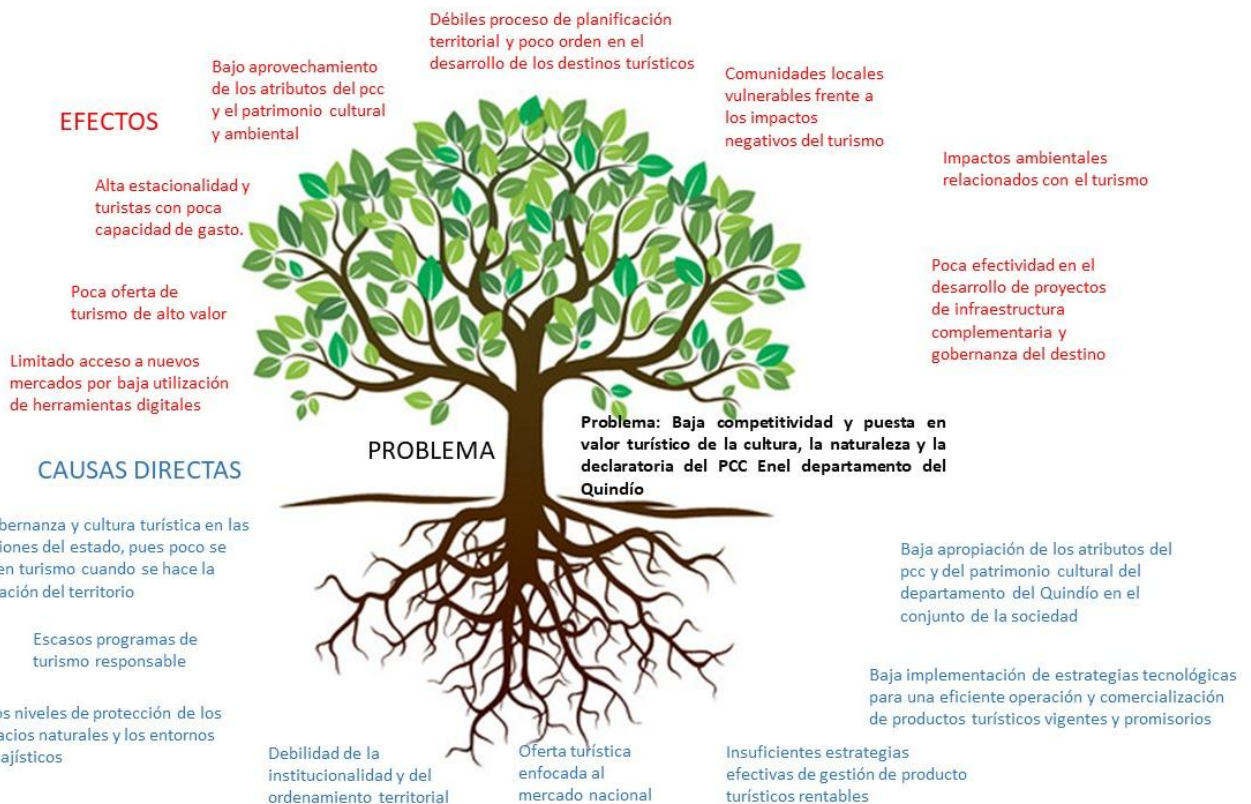
evaluación del cumplimiento y rendimiento de las acciones implementadas para dar paso a una nueva formulación de estrategias y objetivos para potenciar el desarrollo turístico del departamento del Quindío.

3. DIAGNÓSTICO Y PROBLEMA

De los análisis realizados, tanto de oferta como de demanda y concepto, se han perfilado situaciones o problemas que afectan la competitividad turística del departamento del Quindío. Estos “cuellos de botella”, evidenciados en el árbol de problemas relacionado a continuación, determinan la posibilidad real de alcanzar los objetivos propuestos en el presente plan estratégico.

Como problema central se encontró en materia turística para el Quindío el siguiente:

PROBLEMA: Baja competitividad y puesta en valor turístico de la cultura, la naturaleza y la declaratoria del PCC en el departamento del Quindío.



Fuente: Elaboración propia

4.1 PROBLEMAS CAUSAS

Las causas son las razones básicas que se encuentran detrás de un problema y para poder darle solución se deben identificar y tratar. Las causas más relevantes encontradas en el problema del sector turismo en el departamento del Quindío son las siguientes:

- Baja gobernanza y cultura turística en las instituciones del estado, pues poco se piensa en turismo cuando se hace la planificación.
- Escasos programas de turismo responsable.
- Debilidad de la institucionalidad y del ordenamiento territorial.
- Baja apropiación de los atributos del PCC y del patrimonio cultural del departamento del Quindío en el conjunto de la sociedad.
- Oferta turística enfocada al mercado nacional.
- Insuficientes estrategias efectivas de gestión de productos turísticos rentables.
- Baja implementación de estrategias tecnológicas para una eficiente operación y comercialización de productos turísticos vigentes y promisorios.
- Bajos niveles de protección de los espacios naturales y los entornos paisajísticos.

Estas causas se pueden explicar cómo el aspecto institucional quien representa la legalidad, la planeación, gestión y el ordenamiento. Si bien no es el actor principal, la administración pública turística, representada en este caso por la Gobernación Departamental y su Secretaría de Turismo, Industria y Comercio, es la titular de la función de diseñar estrategias en favor del sector turístico.

Para lograr un mayor impacto en su labor se necesita:



a. Fortalecer la coordinación interinstitucional.

Coordinar los distintos sectores de la administración pública incidiendo en las necesidades de actuaciones de otros sectores.

b. Ampliar inversión pública para el sector turístico.

Según el informe de *Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia ICTRC 2020*, la participación del turismo en el PIB del Quindío corresponde al 9,62%, y un presupuesto de Inversión destinado al turismo en el Departamento del 0,60 %.

c. Fortalecer los procesos de planificación y gestión que garanticen el desarrollo sustentable del turismo en el departamento.

De acuerdo con los análisis diagnósticos hechos desde la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio, se determinó que es necesario crear un instrumento de planificación que obedezca al desarrollo sostenible y sustentable del turismo en el departamento, y fortalecer su aplicación. Es vital, por tanto, trazar objetivos viables, medibles y con posibilidades reales de financiación, así como apostar por la construcción de estadísticas fiables para generar cifras relevantes que den un soporte, fiel a la realidad del departamento, a los planes futuros; entre ellos la adaptación de los establecimientos y nuevos productos turísticos para el acceso a personas en situación de discapacidad.

d. Mejorar los instrumentos y organismos relacionados con el ordenamiento y control urbanístico a nivel municipal y departamental.

El Quindío por ser un departamento pequeño, el cual tiene al turismo como una de sus principales fuentes de ingresos, debe considerar que los planes de ordenamiento y las actuaciones planteadas por cualquiera de los municipios tienen una influencia directa en los procesos departamentales.

Dada la estructura descentralizada del Estado, es necesario desde el departamento del Quindío, dotar a los municipios de instrumentos de ordenamiento eficaces, velar por su cumplimiento y coordinar estos instrumentos del nivel local con los planes de ordenamiento y desarrollo departamentales; puesto que, de acuerdo con los análisis hechos desde la Secretaría de Turismo, Industria y



Comercio departamental, las afectaciones de un desarrollo turístico asimétrico han aumentado la problemática de la ocupación del suelo.

Mientras aumenta de forma desmesurada el precio para las tierras agrícolas, se limita la capacidad de los propios municipios para regular el mercado del suelo sin tener que recurrir a frenos innecesarios o a segregaciones contraproducentes. Ante esto también deben recordarse los lineamientos y compromisos establecidos por el plan de manejo del PCC.

- e. Aumentar la claridad jurídica sobre las obligaciones y los limitantes para la creación y operación de empresas turísticas, por parte de las autoridades municipales.

Desde la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio se ha determinado que existe una necesidad de control efectivo de la oferta turística informal. Aunque el Código de Policía establece la capacidad de intervenciones inmediatas, sigue siendo responsabilidad de los municipios la detección y sanción de los individuos o personas jurídicas que de forma irregular se incluyen en el mercado turístico ofertando servicios sin el control necesario y sin contribuir a los gastos comunes por vía fiscal.

Lo que fue el año 2021 y en lo que va del año 2022, según los informes de la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio, se realizaron en compañía de la Policía de Turismo enmarcados en *Brigadas contra la Informalidad*, 41 cierres de establecimientos de alojamiento y hospedaje en Calarcá, Barcelona, Armenia, Circasia, Salento, y de los cuales 22 de ellos han sido en el municipio de Quimbaya por parte la Alcaldía con el acompañamiento de La Policía Nacional, por no cumplir con los requisitos mínimos para su funcionamiento como son: RNT (ya sea suspendido o desactualizado), uso de suelos, bomberos, concepto sanitario, entre otros. Además, se hicieron unas brigadas de formalidad, 4 reglamentarios por el viceministerio a establecimientos puntuales y 4 por parte de La Policía Nacional, ya que se hace una trimestral.

Estos negocios irregulares no sólo afectan el orden y las arcas públicas, sino que constituyen un grave problema de competencia desleal con énfasis en la diferencia de precios.



Adicionalmente, la informalidad ha desencadenado una serie de problemas en la propiedad horizontal, especialmente de los municipios con mayor desarrollo de la región. Por tal razón, la Policía Nacional y las entidades territoriales deberán fortalecer a la Policía de Turismo, propendiendo por el aumento del número de efectivos de esta especialidad, mejoramiento de su dotación y capacitación para contribuir a la seguridad de los destinos y la experiencia de los turistas, acompañado de campañas de formalidad que abarquen a todos los prestadores de servicios turísticos.

Es de vital importancia la unión de las entidades territoriales, institucionalidad y la Policía, orientada hacia la definición e implementación de iniciativas de seguridad turística y su respectiva inclusión en los planes y políticas de turismo departamentales y municipales. De igual manera, se deberán generar compromisos de corresponsabilidad de las autoridades regionales con el fin de mejorar las condiciones de los espacios y atractivos con mayor injerencia turística, adelantando acciones coordinadas con la Policía Nacional para atacar los delitos de mayor afectación e impacto al sector turístico.

Por otro lado, los productos turísticos son la clave del mecanismo comercial, sustento y base del sistema turístico. Sin productos para vender no existe el turismo, y de la rentabilidad, pertinencia y atractivo de estos productos, dependen el éxito o el fracaso de un destino turístico, su sostenibilidad económica y el beneficio derivado de la actividad para empresarios y para la población general.

Entre los temas analizados se encontró que en muchos casos la oferta turística del departamento es vaga o contiene propuestas confusas, según los análisis hechos desde la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio. Aún productos como el de turismo vacacional en alojamientos rurales no se oferta de forma clara y contundente, está siempre arropado de generalidades, falta exposición sencilla y clara de los valores, además se hace a través de canales lejanos a las costumbres de compra de los compradores potenciales.

Ciertas prácticas comerciales poco transparentes han afectado la imagen favorable del destino, como, por ejemplo, la falta de claridad en los precios, inconsistencias en



los servicios ofertados con los encontrados en la realidad, las comisiones a terceros o cuando los intermediarios actúan como agentes informales.

Estas prácticas, que en algunos casos resultan atractivas para ciertos segmentos de la población colombiana, son incomprensibles o inapropiadas para otros segmentos con mayor capacidad de gasto que prefieren la claridad y concreción en ofertas y precios, de acuerdo con un análisis de la situación hecho desde la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio.

Las acciones de promoción y las ayudas en capacitación se han enfocado tradicionalmente más hacia los hoteles que hacia las empresas de gestión de productos, lo que genera una venta generalizada del destino sin explorar las opciones de productos concretos atractivos para el cliente, una dinámica detectada desde la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio, que debe ser intervenida y mejorada para potenciar el “Destino Quindío”.

Se ha evidenciado que en algunas circunstancias la concepción e implementación de productos novedosos se realiza sin surtir el proceso pertinente. Esta práctica genera emprendimientos sin bases sólidas donde el producto perece en el proceso sin alcanzar el éxito y distrae la atención de la inversión en promoción y mercadeo de los productos sólidos que podrían aportar al índice de competitividad del departamento.

Es necesario implementar infraestructura extensa y eficiente a favor del desarrollo turístico para garantizar el funcionamiento eficaz de la economía, pero no sólo en cuanto a transporte (aeropuertos, terminal terrestre, taxis); caminos (accesos, rutas existentes y su estado); servicios básicos (agua, electricidad, comunicaciones) y servicios (comercio, salud, comunicaciones) sino también en la implementación de herramientas tecnológicas que hagan más eficientes los procesos de operación y comercialización de los productos turísticos del departamento, para beneficiar la economía local y permitir a la población proyectarse como una sociedad activa, actualizada y competitiva.

Se ha evidenciado que, en el departamento del Quindío, el sector hotelero ha centrado sus iniciativas de promoción en la estrategia del “voz a voz” para sustentar sus acciones de comercialización encaminando sus acciones hacia la satisfacción del cliente, buscando generar recomendaciones naturales. Sin embargo, este tipo de comercialización es insuficiente y se hace necesario que en el departamento se utilicen las nuevas tecnologías de marketing digital, que si bien son costosas (sus



comisiones oscilan entre un 15% y un 20%) pueden generar un aumento de las ventas en un 30%.

En visitas realizadas por parte de la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio, a empresarios que integran el “*Club de Calidad Haciendas del Café*”, se evidenció que la estrategia de mercadeo del sector hotelero del departamento se basa en la comercialización directa, desaprovechando el potencial de las redes sociales y las páginas web para el cierre efectivo de las negociaciones, concepto clave para la supervivencia de los hoteles y alojamientos.

Se ha detectado que es común que los responsables de los establecimientos turísticos realicen bajas inversiones en promoción y marketing. En general poseen pocas herramientas de planificación, como un presupuesto anual ligado a objetivos o un plan de acción en mercados prioritarios.

Las inversiones en promoción y mercadeo se ven como un gasto más que como una inversión, lo que deja el establecimiento sujeto a los cambios coyunturales de alzas y bajas en la demanda turística con un escaso margen de reacción.

Como consecuencia de lo anterior, la promoción se confía a los planes e inversiones del destino liderados desde la administración pública, inversiones que en muchos casos no dependen de la visión de las autoridades departamentales, sino que son contratadas a través de los organismos de financiación pública turística (FONTUR) lo que permite que en varias ocasiones las empresas responsables para la implementación sean externas y ajenas a la realidad del sector empresarial del departamento.

En foros públicos y medios de comunicación aún se dialoga alrededor de las consecuencias y compromisos que demanda el Paisaje Cultural Cafetero como Patrimonio de la Humanidad. Sin embargo, se ha detectado desde la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio, que aún existe una oportunidad de mejora para la apropiación de los valores del PCC en la comunidad; es necesario buscar sinergias entre la academia y el sector turístico para empoderar a los habitantes de los municipios que hacen parte de la declaratoria de la UNESCO e impulsar y promover el desarrollo de productos turísticos promisorios que apunten a dicha apropiación local de los atributos de la declaratoria del PCC.



Se mencionan como problemas relevantes la pérdida de saberes y técnicas constructivas tradicionales, pues en la actualidad no hay estrategias claras para proteger los saberes en técnicas constructivas que guarden la armonía paisajística del PCC, por el contrario, se hace un uso inadecuado en muchos casos de los elementos característicos de la arquitectura tradicional, afectando uno de los atractivos característicos del destino.

La contaminación de recursos naturales y la pérdida de micro cuencas abastecedoras de acueductos rurales; ponen en riesgo que actividades de turismo de naturaleza de alto valor se puedan desarrollar. El paisaje cafetero brinda los servicios ecosistémicos de soporte, provisión, regulación y de cultura que viabilizan las actividades de la región, viéndose estas afectadas por la actividad humana sin regulación y manejo.

Hay una migración significativa del campo a la ciudad, las personas cabeza de familia son adultos mayores; además existen graves problemas con el tráfico sexual de niños, niñas y adolescentes en el turismo, hay una pérdida de expresiones culturales y de identidad constante en el PCC. No es claro un proceso de gobernanza en la región que se ocupe de las personas, los esfuerzos se han centrado en analizar componentes ambientales, económicos, de manifestaciones culturales, pero han dejado de lado a la sociedad. Como consecuencia de ello, no existe relevo generacional en la población, los niños, jóvenes e incluso jóvenes adultos, se alejan cada vez más de la identidad propia característica de la tierra del café al no ver un futuro promisorio en su propio territorio.

La baja en los precios del café, la introducción de nuevos cultivos y nuevas formas económicas, trae consigo una amenaza constante a la declaratoria; adicionalmente la minería, el cambio climático, las malas prácticas en materia ambiental y problemas sociales, ponen en peligro el Paisaje Cultural Cafetero (PCC); a pesar de conocer esa problemática, no hay un compromiso firme del Gobierno y de las instituciones en todos sus niveles para garantizar su protección, no hay apropiación real que permita pensar en desarrollo regional alineado a la protección del Patrimonio Cultural y Natural.



4.2 PROBLEMAS EFECTOS

Los efectos son todos aquellos sucesos o situaciones que se derivan del problema, y para poder resolverlos se debe solucionar el problema y sus causas. Algunos efectos encontrados en materia turística en el departamento del Quindío son:

- Impactos negativos ambientales relacionados con el turismo.
- Poca efectividad en el desarrollo de proyectos de infraestructura complementaria y gobernanza del destino.
- Comunidades locales vulnerables frente a los impactos negativos del turismo.
- Débil proceso de planificación territorial y poco orden en el desarrollo de los destinos turísticos.
- Bajo aprovechamiento de los atributos del PCC y el patrimonio cultural y ambiental.
- Alta estacionalidad y turistas con poca capacidad de gasto. Poca oferta de turismo de alto valor.
- Limitado acceso a nuevos mercados por baja utilización de herramientas digitales.

Son comunes los reclamos sobre la sostenibilidad turística tanto por la afectación de esta actividad al medio ambiente como por las dificultades ocasionadas al momento de ofrecer un producto turístico. Si bien es cierto que el turismo ofrece ventajas claras como motor de desarrollo, también es cierto que estas actividades se convierten en tensiones ambientales que impactan los recursos biológicos y paisajísticos, además del patrimonio cultural. En este sentido, es indispensable realizar una gestión sustentable dentro de las actividades turísticas donde todos los actores deben participar de manera dinámica y articulada entre empresarios, administraciones públicas y la propia comunidad, todo esto en concordancia con los análisis realizados desde la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio departamental.



Una de las causas que repercuten en la salud ambiental del territorio se encuentra en las débiles acciones que ejercen las autoridades locales, departamentales y ambientales en el marco del desarrollo de algunas actividades turísticas; los procesos educativos medioambientales no logran impactar positivamente a visitantes, turistas y comunidad local.

También los entes municipales carecen de un esquema efectivo de reglamentación del turismo naturaleza donde se han desconocido y obviado los principios de sostenibilidad ambiental por parte de algunos prestadores de servicios turísticos y la misma administración pública.

Dentro de los impactos ambientales, detectados en el ejercicio de la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio departamental, atribuidos por actividades turísticas inadecuadas se destacan:

- Déficit del recurso hídrico.
- Aumento de vertimientos al recurso hídrico.
- Aumento e inadecuada disposición de residuos sólidos y vertimientos.
- Cambios en el uso del suelo.
- Impactos a nivel ecosistémico como: fragmentación de bosques, pérdida de continuidad en las franjas altitudinales debido al extenso crecimiento de monocultivos y perturbación a la fauna y flora silvestre.

Es oportuno señalar al respecto, que el bienestar de la población local prima sobre los intereses particulares; por tanto, para contrarrestar este fenómeno social de incomodidad o rechazo al turismo, se debe actuar buscando una mayor aceptación de la actividad en el marco de acciones que redunden en la conservación y protección del patrimonio cultural, ambiental y paisajístico.

Se destacan las siguientes inconformidades:

- a. Bajos niveles de protección de los espacios naturales y los entornos paisajísticos.

No solo falta suelo para usos agrícolas o residenciales, sino que la expansión de la frontera agropecuaria, el desarrollo urbanístico y de infraestructura hotelera,



están a su vez afectando los espacios naturales y los paisajes protegidos. Si a ello se añade la relevancia de primer nivel que los espacios naturales, el paisaje y el clima tienen en la concepción turística del departamento, cualquier riesgo que afecte a esos espacios, va a tener un efecto inmediato, a medio y largo plazo sobre la sostenibilidad turística del departamento.

Por otro lado, las zonas agrícolas tienen un efecto en los espacios donde se realizan actividades turísticas o hay predios con hospedaje como hoteles o fincas para alquiler, donde estas zonas agrícolas generan un ambiente que afecta el aire alrededor por los residuos de los animales como cerdos, pollos, entre otros; los olores se han convertido en un problema para la estadía de turistas en algunas zonas. No obstante, es de aclarar, que la principal actividad económica del departamento es agropecuaria, y la mayoría de predios están habilitados para ejercer esta actividad. La CRQ ha realizado todos los esfuerzos para mantener las granjas y otros establecimientos de función agropecuaria en los mejores términos de tecnificación y limpieza.

El Quindío cuenta con una superficie de 1.845 km² y es el departamento más pequeño del país. Pese a su pequeño tamaño y gracias al compromiso adquirido por la sociedad civil y las instituciones, las áreas naturales protegidas comprenden cerca del 30% del territorio, albergando una notable diversidad, riqueza de ecosistemas e importantes fuentes hídricas que abastecen la región y brindan importantes bienes y servicios ecosistémicos (Sistema Departamental de Áreas Protegidas - SIDAP Quindío; POMCA, 2018).

El panorama cambia cuando se reconoce en la región que importantes áreas naturales y seminaturales entran en conflicto con el uso del suelo, a tal punto que el departamento del Quindío actualmente concentra los paisajes más transformados del país (IDEAM, 2015), a lo cual podría atribuirse la generación de ciertas alteraciones en los sistemas naturales. Esta problemática motiva la gestión y conservación del patrimonio natural, en especial las áreas protegidas públicas y privadas, las primeras administradas por los entes municipales y departamentales que otorgan hoy por hoy un alto grado de intangibilidad del área natural.



Dicho carácter de intangibilidad de las áreas naturales protegidas en el departamento del Quindío, no impide generar un aprovechamiento sostenible del recurso natural. En este sentido, la Política Nacional para la Gestión Integral de la Biodiversidad y sus Servicios Ecosistémicos PNGIBSE 2013, el Convenio de Diversidad Biológica (CBD), entre otras políticas, reconocen el ecoturismo como un servicio ambiental con gran potencial del cual las comunidades locales pueden derivar su sustento y es concebido como una estrategia de conservación de los recursos naturales.

b. Sobrecargas ambientales en algunos puntos y servicios: agua potable, aguas residuales, integridad de ecosistemas y corredores ambientales.

Cuando se ha hecho referencia a las infraestructuras de doble uso es evidente que, a partir de determinadas cifras de visitantes, éstas suponen una carga significativa para los servicios públicos del territorio receptor.

En el caso del Quindío, según cifras y análisis de la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio departamental, con alrededor de 1.000.000 de turistas anuales, la carga promedio es de alrededor de 2.700 personas diarias o 18.900 por semana, una cifra que parece asumible para la capacidad del conjunto de la oferta de servicios públicos del departamento. Se puede evidenciar gracias al *Observatorio Departamental del Quindío*, que la cobertura del departamento en los municipios con vocación turística es del 100% en los servicios públicos que demanda el turista como alcantarillado, acueducto y energía eléctrica.

Esta frecuencia de arribo de turistas no sólo afecta la disponibilidad de agua potable, energía eléctrica y saneamiento básico, sino a los propios espacios naturales y paisajísticos en los que la afectación puede ir creciendo, sobre todo en la medida que no se tomen medidas de control y mitigación adecuadas para una gestión más cuidadosa y controlada de los recursos naturales puestos a disposición de los visitantes.

La visita de numerosos turistas al departamento del Quindío debe estar condicionada por estudios de límites de carga turística o umbrales de uso en espacios con gran atractivo natural (estudios de capacidad de carga turística), a fin de que se impacten lo menos posible los recursos naturales y culturales. Esto



supone retos técnico-administrativos locales y municipales importantes que permitan garantizar la sostenibilidad del territorio.

Proyectar un mejoramiento de la calidad del agua deberá considerar la optimización de infraestructuras necesarias para el tratamiento de aguas residuales domésticas e industriales; así mismo deberán ser más efectivos los planes de protección y descontaminación de rondas hídricas.

Otros problemas del uso del agua que afectan a los habitantes del departamento y en consecuencia al turismo, según el documento del POMCA de la Cuenca del Río La Vieja (2018), son:

- El uso irracional del agua.
- Deterioro paisajístico y deterioro de la infraestructura vial.
- Falta de interés de los propietarios de predios ribereños por el cuidado y preservación de las zonas de protección.
- Conflicto con los dueños de fincas turísticas, ya que no hay un control sobre la demanda del recurso hídrico en épocas de temporada turística alta, lo cual genera desabastecimiento a la comunidad rural aledaña a ellos.

Otro aspecto que se encontró en el destino son los escasos programas de turismo responsable.

Esta situación es efecto de la baja competitividad del sector turístico en el departamento del Quindío, y comprende unas líneas problemáticas relacionadas a continuación:

- Línea problemática 1: Poca generación de empleos formales

No es suficiente seguir argumentando que el turismo es una actividad intensiva en la generación de empleo. Se acepta que este sector, por tener diversidad de productos y servicios, no sólo demanda mayor empleo en comparación con otras actividades, sino que este es diversificado y con competencias laborales específicas.



Los servicios de alojamiento y transporte son los que concentran el mayor volumen de empleo en el tema turístico, de acuerdo con los análisis hechos desde la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio Departamental; sin embargo, la oferta de servicios y productos turísticos está representada en buena medida por empresas medianas, pequeñas y microempresas. Estos tipos de empresas, particularmente las dos últimas, permiten los emprendimientos y brindan oportunidades laborales para las economías locales; no obstante, este tipo de emprendimientos pueden corresponder al sector informal de la economía y como consecuencia de lo anterior, generar un empleo no estructurado.

Otra de las causas del bajo nivel de empleabilidad formal, obedece a la prevalencia de servicios turísticos de bajo costo, lo cual redundaría en la incapacidad financiera para suplir los precios justos en la contratación, sin embargo, la formulación y ejecución de diferentes planes y políticas de turismo, han abordado pilares fundamentales como son calidad en servicios turísticos, el fortalecimiento y formalización empresarial, y han favorecido la dinámica de la generación de empleo pasando de 889.770 personas ocupadas en el sector a 1.357.103 personas en el año 2017, lo cual equivale a un aumento del 52,5% (Tomado de: Gran encuesta integrada de hogares (GEIH) del DANE, año 2018). Cabe destacar que el subsector de alojamiento es el que mayor número de personas ocupadas generó, con un promedio de 75% del total de trabajadores de los sectores turísticos al año; seguido por el subsector de las agencias de viajes con un 25% del total de personas ocupadas.

Para el Quindío, el reporte de los empresarios inscritos en el Registro Nacional de Turismo hasta 31 marzo de 2019 fue de 1.641, de los cuales se vincularon laboralmente de 6.803 personas (informe del CITUR PCC).

- Línea problemática dos: Elevado porcentaje de oferta informal

La informalidad es la principal barrera para el desarrollo turístico, pues afecta directamente los niveles de productividad y crecimiento económico de la región, debilitando al sector turismo, al destino, a la institucionalidad empresarial, y no ayuda a la sensibilización de la población local con el desarrollo sostenible del destino.

Este empleo informal se asocia a condiciones vulnerables, sin cobertura de seguridad social, sin los beneficios laborales deseables y con un ingreso inferior al formal, entre otras limitantes. La poca generación de empleos formales es un problema para la



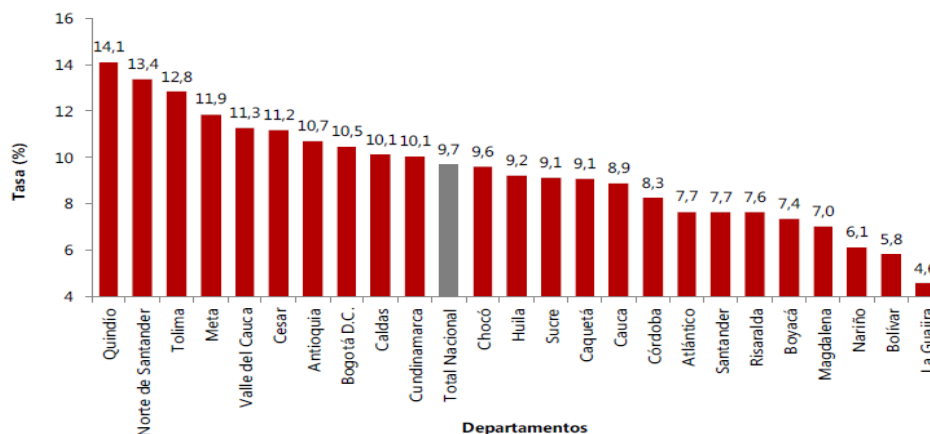
economía del departamento. El negocio turístico sigue aumentando, pero la generación de empleo permanece sin cambios notorios.

Por su parte, algunas empresas en el sector turismo, denominadas como "informales", corresponden al concepto de aquellas que eluden la normatividad, no tienen una representación legal ni mercantil, tampoco registros contables y demás requisitos que son exigidos para su funcionamiento; además, basan su capacidad competitiva en la "clandestinidad tributaria", y la carencia de garantías laborales para los trabajadores, entre otras características. Este tipo de empresas afecta la calidad turística del destino.

Se da la circunstancia que el empleo generado por el turismo no ha llegado a un nivel suficiente para suplir la mano de obra procedente de los cultivos agrícolas que han ido desapareciendo (sobre todo de café) causada por la crisis cafetera, aumentando el desempleo, incidiendo en la inclusión sistemática del municipio de Armenia dentro de las cinco capitales con mayor índice de este parámetro, según cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

El DANE, con fecha 3 de abril de 2019, en el informe “*Mercado laboral por departamentos año 2018*”, registra para el Quindío los primeros lugares en el país con una Tasa de Desempleo en 14,1 % (cifras reportadas anualmente), ligeramente mayor que la correspondiente al año 2017 (13,5%). Quindío se encuentra seguido en la tabla por Norte de Santander con 13,4% de desocupación y Tolima con 12,8%. *Boletín Técnico DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares GEIH, 2018.*

Gráfico 1. Tasa de desempleo
 Total nacional, 23 departamentos y Bogotá D.C.
 2018



Fuente: DANE, GEIH.



El departamento del Quindío ha sido uno de los territorios que ha liderado el tema de formalidad turística y empresas inscritas con RNT; pese a ello, existen iniciativas empresariales que prestan cualquier servicio turístico y que no están constituidas legalmente, esto implica una serie de problemas, como anteriormente se menciona, con respecto a la contratación, calidad del servicio, seguridad al turista y oferta de productos que van en contra de la actividad.

El anterior problema de oferta informal, se centra en las temporadas altas y al incidir en la competencia por precio, reduce aún más las posibilidades de un potencial interés de los empresarios por diversificar el público objetivo de su oferta de alojamiento.

- Línea problemática 3: Baja participación de grupos comunitarios en los productos ofertados

Se ha determinado desde la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio Departamental, de acuerdo con los análisis diagnósticos realizados, que el desarrollo del turismo en el Quindío se ha centrado inicialmente en los parques temáticos y los alojamientos rurales; esto ha evitado la incorporación al sistema turístico de las iniciativas procedentes de los sectores sociales menos favorecidos. Se requiere un acompañamiento de las autoridades locales y departamentales para apoyar estos procesos y alcanzar resultados favorables para ambas partes.

- Línea problemática 4: Limitadas políticas efectivas que permitan un turismo incluyente

Desde la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio departamental, se ha considerado necesario incluir dentro de las estrategias de turismo, acciones que promuevan el desarrollo de un turismo incluyente. Pensando en la población adulto mayor, los jóvenes, las víctimas del conflicto que se enfrentan a un proceso de consolidación de la paz y personal con enfoque diferencial.

Estos segmentos poblacionales deben ser considerados y amparados bajo el desarrollo turístico, puesto que aquí pueden obtener seguridad, estabilidad y calidad de vida, siempre y cuando las acciones sean pensadas para tener en cuenta aspectos tales como la formación y capacitación, hasta la inclusión laboral a estos segmentos.



De igual manera es necesario repensar los espacios dispuestos para el turismo, los accesos a los establecimientos y demás, con el fin de garantizar un turismo incluyente y accesible para todos.

- Línea problemática 5: Explotación Sexual y Comercial de Niños Niñas y Adolescentes (ESCNNA)

A pesar de que el Viceministerio de Turismo ha contado con campañas en contra de la ESCNNA y el departamento ha adquirido compromisos frente a esta situación con sensibilización, capacitaciones y modelos educativos del *Código de Conducta Resolución 3840*, el deterioro de la sociedad ha dado paso a la vulnerabilidad de problemáticas sexuales con un grave impacto en el desarrollo de la actividad turística, afectando seriamente al destino.

La Secretaría de Turismo, Industria y Comercio en compañía de la Policía de Turismo, han realizado campañas de Turismo Responsable en asocio con los doce (12) municipios del Departamento, asimismo, se ha sensibilizado a los empresarios durante brigadas en contra de la Informalidad en compañía del Viceministerio de Turismo en Calarcá, Córdoba, La Tebaida, Buenavista y Pijao durante la temporada de semana santa en el 2018, realizando diferentes campañas en las plazas principales de los municipios, en coordinación con las oficinas de Turismo Municipales, Comisarias de Familia, Policía de Infancia y Adolescencia, a efectos de fomentar la prevención de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en el contexto de viajes y turismo.

Aunque las entidades públicas del sector tienen acciones de acompañamiento a los prestadores de servicios turísticos, facilitando herramientas que apoyan y fomentan la prevención de este delito, sin lugar a duda, esta es una problemática social en la que se debe estar innovando en campañas de sensibilización y formación de los prestadores de servicios turísticos frente a la identificación de situaciones y comportamientos que ponen en riesgo la integridad de niñas, niños y adolescentes de la comunidad.

Además, es necesario fortalecer el trabajo interinstitucional para prevenir y controlar otras actividades ilícitas asociadas al turismo, tales como: trata de personas, tráfico ilícito de flora, fauna y del patrimonio cultural, consumo de sustancias psicoactivas,



entre otros; con el fin de generar conductas corresponsables y constructivas por parte de los diferentes actores vinculados al sector turismo.

- Sostenibilidad - ambiental, sociocultural y económica

Se ha observado una evidente problemática en términos de sostenibilidad ambiental en todos los municipios del Quindío, esto debido a que no hay plantas de tratamiento de aguas residuales activas y en funcionamiento, y las que funcionan solo lo hacen en un mínimo porcentaje. Esta es una problemática que abarca no solo a la población local sino a la población flotante que visita el departamento en temporadas turísticas, ya que se satura la capacidad de oferta de los diferentes servicios públicos.

No hay estudios de capacidad de carga en el casco urbano de los municipios y en la mayoría de zonas naturales de uso turístico, lo que genera una falta de información para implementar un manejo adecuado de turistas en temporadas altas y mitigar los impactos naturales que conlleva esta práctica.

Es necesario enfocar las prácticas turísticas a todos los ámbitos de sostenibilidad ambiental, ya que hay temas tales como la separación de residuos, consumo de elementos desechables de un solo uso (plástico, papel, poliestireno expandido, entre otros), y otras prácticas que se realizan en el campo turístico que no todas las empresas relacionadas con el turismo priorizan en sus actividades. Por lo tanto, es indispensable hacer campañas de sensibilización, programas de mitigación de impactos ambientales y motivar tanto a los turistas como a los empresarios en las buenas prácticas de un turismo responsable con el medio ambiente.

- Bioseguridad y turismo

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define bioseguridad como, un conjunto de normas y medidas para proteger la salud del personal, frente a riesgos biológicos, químicos y físicos a los que está expuesto en el desempeño de sus funciones, a los pacientes y al medio ambiente. Así mismo, la Organización de las Naciones Unidas para Agricultura y la Alimentación (FAO) la define como un enfoque estratégico e integrado para el análisis y la gestión de los riesgos relativos a la vida y la salud de las personas, los animales, las plantas y los riesgos conexos al medio ambiente.



Aunque existen aproximaciones a estudios de bioseguridad para el sector turismo, la consolidación de este como un campo de estudio y acción es reciente como causal del contexto mundial que genera riesgos relacionados con la productividad del turismo. Por ello, los programas de Desarrollo Sostenible del Turismo deben ampliar su capacidad de reacción ante nuevas fuentes de riesgo, en donde los protocolos sanitarios se convierten en un importante reto en términos de seguridad y fortalecimiento de la confianza del consumidor en el sector turismo y en las buenas prácticas de los modelos de gobernanza y gestión de destinos actuales, incluyéndolos en sus sistemas de planificación turística.

En este sentido, se debe promover el interés común de la industria en protocolos sanitarios que contribuyan a la productividad y el bienestar de los diferentes grupos del sector. No obstante, en esta perspectiva es importante tener presente que el turismo es un sector de servicios de naturaleza social, donde el centro de evaluación y mitigación de riesgos es el bienestar del ser humano y su entorno debido a su fragilidad social.

Las medidas de distanciamiento social y el cierre o restricción de acceso a fronteras prácticamente paralizaron al sector: en mayo de 2020, donde 100% de los destinos mundiales tenían vigente alguna restricción a los viajes, y estimaciones de la Organización Mundial del Turismo señalaban caídas de hasta un 78% en las llegadas de turistas internacionales en 2020, en comparación con 2019. La pandemia generó el mayor shock de demanda jamás visto en la historia del turismo mundial.

A partir del “aplanamiento” de las curvas de contagio en algunas regiones de Colombia, la vuelta a una nueva normalidad entró en discusión, ya que la pandemia requiere reglamentar acciones específicas de bioseguridad y seguridad sanitaria, a fin de orientar a los profesionales y servicios de sanidad en el momento de retomar su plena actividad.

Los protocolos de bioseguridad surgieron como una herramienta relevante, puesto que permiten el establecimiento de procedimientos estandarizados mínimos para que emprendimientos turísticos, medios de transporte, atracciones y los más variados servicios asociados al sector retomen sus actividades y minimicen los riesgos de nuevos brotes.

El sello de bioseguridad, “Check in certificado, COVID-19 bioseguro”, es una certificación creada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, estrategia diseñada con el apoyo de ProColombia e Icontec, que tiene como principales objetivos



generar confianza entre los viajeros y consumidores, minimizar los riesgos de contagio del virus e incentivar el turismo en el país.

Uno de los principales inconvenientes que se evidencia históricamente en el desarrollo de las actividades turísticas en el departamento del Quindío es la estacionalidad. Cada una de las sub líneas que se enumeran a continuación evidencia la problemática de una oferta turística enfocada al mercado nacional.

La limitada oferta de productos turísticos para el mercado Internacional hace que un gran porcentaje de los visitantes y turistas que eligen al Quindío como su destino turístico sean locales o nacionales. En Colombia los periodos vacacionales están, casi el ciento por ciento, definido por los periodos de receso de las instituciones educativas: Fin de año, Semana Santa, mitad de año, semana de receso.

Los empresarios ante la realidad de este fenómeno y enfrentados a situaciones económicas difíciles, adoptan políticas de precios, de calidad y de atención que no son acordes a la realidad del destino y más aún, de las realidades de sus establecimientos o empresas, generando como consecuencia que la operación turística no sea contemplada como actividad principal.

Exceso de oferta de alojamiento de nivel medio y medio – bajo: Más del 60% de los 1.280 establecimientos de alojamiento existentes en el departamento con Registro Nacional de Turismo Vigente a marzo de 2019, están orientados a un público de poder adquisitivo medio o medio – bajo. Aunque los precios de los alojamientos se determinan en forma de pirámide, en el Quindío la inclinación preponderante está hacia los segmentos más accesibles del mercado, eso deja menos establecimientos selectos, lo que hace que la oferta para segmentos más exigentes sea casi inexistente, por lo cual se está desaprovechando dicha demanda.

En algún momento existieron iniciativas públicas para seleccionar determinados alojamientos rurales y enfocarlos hacia segmentos más exigentes y rentables de la demanda, pero un manejo inadecuado de la estrategia, relegó el esfuerzo al reducir la exigencia y permitir la competencia por precios al margen de las tarifas publicadas. El Club de calidad “Haciendas del café”, fue protagonista de los primeros años de crecimiento del mercado turístico del departamento, pero quedó fuera del mercado al reducir la exigencia y la frecuencia de las revisiones y auditorías.

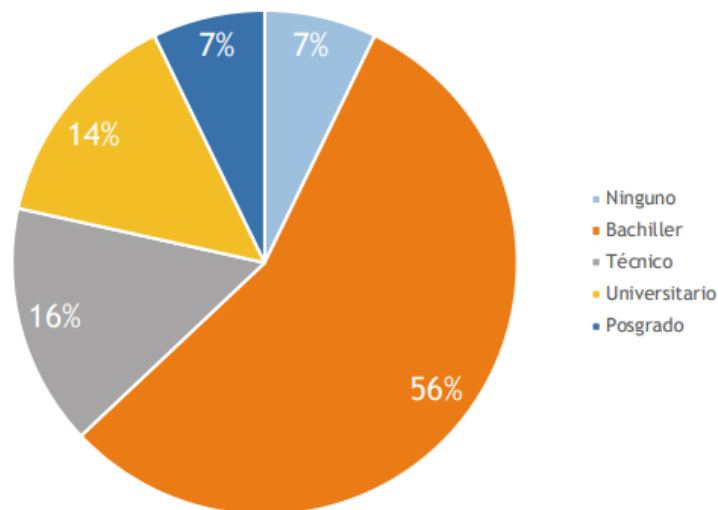


Poca profesionalización de las empresas turísticas:

Escasa modernización de la formación hotelera en nuestro país es una de las causas de la baja competitividad de esta industria colombiana a nivel mundial. Asimismo, para lograr un entorno competitivo en el sector, las empresas deben emprender estrategias de gestión de talento humano, pasando del tradicional reclutamiento a gestionar diferente los talentos, principalmente a profesionales singulares y distintivos que trabajan con conocimiento especializado.

Se evidencia que el sector turismo vincula un alto número de trabajadores de nivel básico de escolaridad. Como se observa en la gráfica, más del 60% de los colaboradores que se desempeñaron en este sector, habían obtenido un título máximo de bachiller o no habían culminado ningún programa de estudios.

. Escolaridad en el sector turismo (Promedio de participación 2007 - 2017)



Fuente: Centro de Pensamiento Turístico, et al. Pág. 47. 2018.

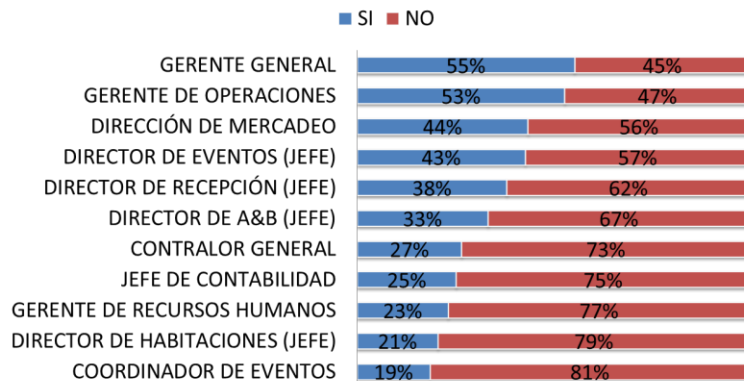
Este comportamiento se muestra constante en los años de estudio, presentando un promedio de 16% de trabajadores con un nivel de educación técnica, 14% con estudios universitarios culminados, y menos del 8% con posgrado. La alta demanda



de personal para cargos operativos podría considerarse la causa por la cual este patrón no presenta variación con el transcurso de los años. Para el análisis por ramas, este comportamiento se mantiene en los sectores turísticos, sectores conexos y el sector transporte; sin evidenciar grandes variaciones entre 2007 y 2017.

En cuanto al departamento del Quindío, la siguiente gráfica muestra el nivel de formación en los establecimientos asociados a COTELCO, año 2013.

NIVEL DE EDUCACIÓN EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA



Fuente: Boletín de Empleo del Sector Turismo COTELCO. Año 2013

La madurez alcanzada por el sector turístico en el departamento requiere, para continuar avanzando de forma sustentable y ampliar los beneficios para la sociedad, profesionalización y capacitaciones complementarias.

Desconexión entre los contenidos conceptuales de la oferta y los valores conceptuales del destino:

Como consecuencia del mono producto vacacional que está en la base del desarrollo turístico del departamento, la mayoría de la oferta de alojamientos y de entretenimiento disponible se enfoca únicamente en la satisfacción de clientes poco exigentes. Lo que ha generado una homogeneización en la oferta de alojamientos,



situación que impide personalizar las ofertas de hospedaje de acuerdo con el concepto del destino.

Aunque este tipo de servicio ha resultado exitoso puesto que, según cifras del Observatorio de Turismo de la Cámara de Comercio, el Quindío tiene unos índices de repetición de visitantes significativo, no aporta al crecimiento y consolidación del destino Quindío con visión internacional, puesto que no demuestra una armonía entre los valores conceptuales del destino y la oferta real, restando motivación al turista extranjero para preferir el Quindío en sus temporadas vacacionales.

Poca oferta para los segmentos más exigentes de la demanda:

De acuerdo con análisis de la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio, existe una oferta limitada que aporte valor agregado a los segmentos más exigentes del turismo, que tienen una tendencia mayor al gasto. Dicha condición favorece la fuga de pernoctaciones a destinos cercanos.

Según información de la Asociación hotelera y turística de Colombia COTELCO, registrada en el Boletín Económico Regional del Banco de la República, para el último trimestre del 2018, la tarifa promedio cancelada por habitación para el Quindío presentó un aumento del 3,4 % para un valor de \$267.733. En cuanto al gasto por visitante, según cifras de COTELCO, se establece para sus afiliados un ingreso por turista de \$118.000 pesos; sin embargo, según sondeos realizados por la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio, se halló que para el conjunto de la oferta el ingreso no supera un promedio de \$60.000 pesos, encontrándose ofertas por menos de \$30.000 pesos por persona con desayuno.

Poca efectividad en el desarrollo de proyectos de infraestructura complementarios para el desarrollo del turismo:

Para que una economía funcione eficazmente requiere una sólida y eficiente infraestructura. Contar con modos de transporte para flujo de bienes y servicios, circulación del turista y del talento humano mediante carreteras, transporte aéreo, vías férreas, habilita al empresariado a obtener y colocar sus productos con calidad en el mercado de una manera segura y oportuna. Las economías también dependen del suministro continuo de electricidad y de redes de telecomunicaciones para que las empresas puedan operar en condiciones de calidad y competitividad.



Si bien es cierto que el departamento del Quindío cuenta con una aceptable infraestructura en los anteriores aspectos, se requieren acciones puntuales en el marco de dicha problemática, como se considera en las siguientes líneas:

Aeropuerto internacional El Edén: Según datos de la Aeronáutica Civil, se estima que Colombia podría transportar más de 100 millones de pasajeros por vía aérea para el año 2030, lo que representa casi dos veces la cifra observada para el año 2018 (69,3 millones).

En la actualidad, según la Aeronáutica Civil (año 2013) cuenta con 88 aeropuertos de los cuales Aeropuertos Internacionales son (12), Nacionales Comerciales (38), nacionales y regionales con menos de 20.000 pasajeros (38), por lo anterior es fundamental que la política aérea que promueve el actual gobierno se enfoque en promover el tráfico a aeropuertos que puedan desarrollar operación internacional y revisar la política aérea para que se otorguen derechos de quintas libertades, con países estratégicos de turismo receptivo hacia Colombia (Plan Sectorial nacional de Turismo 2018 – 2022). Por su parte, FONTUR (2016) considera insuficiente o inexistente la conectividad aérea entre algunos de los principales destinos turísticos del país, toda vez que, si bien cuentan con aeropuertos, no disponen de las condiciones adecuadas para el aumento de pasajeros, frecuencias o una continuidad de vuelos comerciales.

Para el mejoramiento de la capacidad, infraestructura y conectividad aérea, se considerará la visión del sector aéreo acogida en el Plan Estratégico Aeronáutico 2030. Se propenderá por un incremento de las rutas nacionales e internacionales en torno al Aeropuerto El Edén, de tal manera que mejore la capacidad y eficiencia para atender el crecimiento de la demanda del sector. Se fomentará el turismo al interior del país, alentando la participación de aerolíneas, en común acuerdo con las iniciativas de conectividad doméstica del gobierno nacional.

Por otro lado, se propone diseñar un programa de convenios con las aerolíneas que llegan al aeropuerto El Edén, con el fin de promocionar el departamento como destino turístico en la publicidad de las aerolíneas, a cambio de ofertas y precios cómodos para los operarios, así como otros incentivos para permitir que lleguen más aerolíneas y vuelos al Quindío.



Un aspecto importante a mejorar en la operatividad competitividad de este aeropuerto son los altos costos de operación lo que se ve reflejando en las tarifas a las aerolíneas y finalmente en los tiquetes aéreos, afectando los costos de los paquetes turísticos y haciendo más difícil la comercialización.

Mal estado de las vías terciarias: La existencia de una red de vías terciarias en buen estado, resultado de los esfuerzos de la Federación de Cafeteros, junto con una red de electrificación, acueducto y telefonía, estuvo en el origen del éxito del desarrollo turístico del departamento. Sin embargo, es menester el manejo presupuestal para desarrollar un mantenimiento constante de dicha red de vías y servicios. Algunas de las más importantes para el turismo son: accesos a Salento, Eje La Tebaida-Montenegro – Circasia. Eje cordillerano Calarcá, Pijao, Buenavista, Camino Nacional.

Es importante mencionar que según las cifras del Plan de Desarrollo Departamental “*EN DEFENSA DEL BIEN COMÚN*”, (Ordenanza 08 de 2016), la red vial secundaria del departamento está conformada por 343,7 Km. de vías que equivalen al 16.32% del total de la malla vial del departamento; de los cuales 170.6 Km. (el 49.5 %) están pavimentados y en buen estado; 72.3 Km. (el 21.1%) están pavimentados en mal estado y 101 Km. (el 29.4 %) están en huellas o afirmado en mal estado. Esta red permite la comunicación de las cabeceras municipales con la capital del departamento y constituyen el sistema vial que intercomunica la malla vial departamental con la red vial nacional. La red vial secundaria ha sido objeto de recientes intervenciones por parte de administraciones anteriores y de la Nación en desarrollo de programas como los acuerdos de audiencias públicas, Colombia humanitaria, entre otros, que le permiten al departamento contar con el 62.7% de esta red en muy buen estado, faltando sólo un 37.3% por intervenir con programas de mejoramiento o rehabilitación.

Insuficiente infraestructura de soporte: El departamento del Quindío está reestructurando su enfoque arquitectónico y de infraestructura para el beneficio no solo de los habitantes locales, sino de todos los visitantes que llegan a los diferentes municipios. Es por esto que es de gran importancia pensar en el bienestar y comodidad de las personas, la construcción de áreas como parqueaderos públicos en los pequeños pueblos de mayor demanda turística como Filandia, Salento, Buenavista y Pijao, así como el diseño y construcción de zonas de ciclorutas que conecten las vías principales como la Autopista del Café, la Autopista Panamericana entre otras, con los municipios y casco urbano de la capital Armenia; permitiendo estas al



ciudadano encontrar diversas opciones para conocer el territorio y generar más interacción con los ecosistemas urbanos y rurales del Quindío.

Por otro lado, estas infraestructuras abren la posibilidad de aumentar la capacidad de carga de una manera organizada y sostenible, permite ampliar las opciones de turismo que llegan al departamento ya que se pueden realizar actividades de cicloturismo que se integren a nivel intermunicipal.

Débil o frágil oferta de servicios públicos de agua, energía y gas: El Departamento del Quindío, según cifras del diagnóstico del *Plan de Desarrollo 2016 - 2019* “En Defensa del Bien Común”, presenta un índice de vulnerabilidad al desabastecimiento hídrico alto en el 100% de su territorio; este indicador mide el grado de fragilidad del sistema hídrico para mantener una oferta en el abastecimiento de agua, que ante amenazas – como periodos largos de estiaje (perdida del caudal ecológico de un río) o eventos como el fenómeno cálido del Pacífico (El Niño) – podría generar riesgos de desabastecimiento. Así mismo, el 60% de los acueductos rurales inspeccionados, no cuenta con ningún tipo de tratamiento o en algunos casos poseen plantas de tratamiento donadas por diferentes organizaciones que no saben manejar o que su presupuesto no alcanza para poner en funcionamiento, por lo tanto, presentan un alto riesgo por incumplimiento de las Buenas Prácticas Sanitarias BPS. Sin embargo, de acuerdo con la ficha de caracterización departamental tomada del Portal Territorial de Colombia DNP, la cobertura total de acueducto alcanza el 96,90% superior a la región (87,6%) y al país (82%).

Por su parte, la infraestructura y el servicio eléctrico del departamento son gestionados por la Empresa de Energía Eléctrica del Quindío que hace parte del grupo Empresas Públicas de Medellín. Si bien el departamento cuenta con una amplia cobertura de servicio (99,9%) que depende de la interconexión nacional, la que por el momento garantiza un sistema con buena estabilidad en el suministro. Existen a futuro posibilidades de generación de energías alternativas más amigables con el medio ambiente y que aprovechen las características de la región y pueden ser acometidas por empresarios privados.

Finalmente, la región cuenta con un prestador de servicios de suministro de gas vehicular y doméstico que soportan la actividad de transporte público, particular y masivo con economía y seguridad. Por el eje cafetero se calcula que circulan cerca



de 44 mil vehículos, se cuenta con 50 estaciones de servicio aptas para la distribución y 18 talleres especializados en la instalación de la tecnología para los vehículos nuevos o usados interesados en funcionar con este energético que presenta grandes beneficios en especial su contribución al cuidado del medio ambiente. Efigas atiende los municipios de Armenia, Circasia, La Tebaida, Montenegro, Quimbaya, Calarcá, Salento, Filandia y Barcelona. En cuanto al gas domiciliario, Efigas reporta 53.741 clientes en el Eje Cafetero. El suministro de gas domiciliario debe someterse periódicamente a suspensiones temporales en atención a labores de mantenimiento de la red.

Infraestructura de salud y comunicaciones: El departamento del Quindío cuenta con una red de prestadores de servicios de salud con cobertura en los 12 municipios. Están caracterizados por su grado de complejidad en cuanto a servicios de atención, en los cuales predominan los servicios de baja complejidad y mediana. Armenia es el centro poblado que cuenta con el mejor nivel de servicios (Hospital San Juan de Dios con un portafolio Alta complejidad Tipo A y Red Salud con Mediana complejidad Tipo A); los municipios con vocación turística tienen la siguiente configuración de portafolio:

| Subred | Portafolio | |
|------------|---|----------------------|
| Centro | Armenia: Alta complejidad Tipo A y Mediana complejidad Tipo A | |
| Cordillera | Municipio | Grado de complejidad |
| | Buenavista | Bajo Tipo B |
| | Calarcá | Mediano Tipo A B |
| | Córdoba | Bajo Tipo B |
| | Pijao | Bajo Tipo B |



| | | |
|-----------|--------------------------|---------------------|
| | Génova | Bajo Tipo C |
| Norte | Circasia | Bajo Tipo C |
| | Filandia | Bajo Tipo C |
| | Filandia-Hospital Mental | Mediana complejidad |
| | Salento | Bajo Tipo B |
| Occidente | La Tebaida | Bajo Tipo C |
| | Montenegro | Bajo Tipo C |
| | Quimbaya | Bajo Tipo C |

Cabe anotar que la red hospitalaria ofrece en general servicios de urgencias, pero será necesario acudir a otros integrantes de la red cuando se requiera atención de mayor complejidad la cual está concentrada principalmente en Armenia.

Así mismo, gracias a programas del gobierno nacional y gestiones de la gobernación y alcaldías, los 12 municipios del departamento del Quindío cuentan con al menos un punto Vive Digital en cada territorio, es decir un 100% de cobertura en sus cascos urbanos. En total el Quindío tiene 14 puntos en el departamento como zonas WiFi, internet gratis, con alta velocidad de conexión para empresarios, estudiantes y comunidad en general. Esta posibilidad de servicio puede complementarse con operadores de telefonía celular que anuncian ampliación de la cobertura con sus redes 3G y 4G, al 99,1% de los municipios del país prestando así servicios de telefonía móvil, fija, internet y televisión por suscripción. Se espera que continúe el avance de infraestructura, lo que permitirá que se promueva la competencia entre operadores



existentes y nuevos actores en el mercado que favorezcan la prestación de un mejor servicio en la región en especial en áreas rurales.

Tecnologías limpias: Asumir la responsabilidad ambiental frente al calentamiento global y otras problemáticas ambientales, es un compromiso mundial, el cual busca impactar positivamente las empresas en su implementación de tecnologías limpias. En este sentido, es pertinente impulsar cada día más este tipo de iniciativas en el destino turístico incorporando variables de manejo sostenible. Su misma adopción permite, no sólo contribuir con un compromiso por la conservación del recurso, sino que la misma tendencia del turismo sostenible, hace que se incrementen los viajeros responsables que permitan aportar al desarrollo económico, social y ambiental en la región.

La promoción de la transferencia de tecnologías limpias deberá ser facilitada por el gobierno, sector privado y organizaciones no gubernamentales a fin de mejorar los niveles de operación turística, calidad de servicios y estimular la generación de ingresos.

Túnel de La Línea y solución definitiva para el tramo Calarcá - La Paila: Aunque este mega proyecto no sea competencia directa de la Gobernación del Quindío, (como tampoco lo es el aeropuerto o la vía férrea), el papel de esta infraestructura es vital para el sector turístico del departamento, tanto para facilitar el acceso a los que ahora son sus principales clientes, (vacacional, clase media, de Bogotá) como para lograr una situación equilibrada de su economía, situando al departamento como centro logístico en la vía Bogotá - Buenaventura.

El proyecto del túnel de la Línea el cual fue terminado en septiembre del año 2020, actualmente está habilitado para los viajeros y vehículos de carga. No obstante, es importante reconocer que aún siguen existiendo problemas y limitantes para el uso pleno de esta vía; las afectaciones ambientales como los constantes derrumbes impiden la apertura y utilización continua de este tramo, así como el hecho que es solo un carril de ida (Calarcá – Cajamarca) y no hay doble calzada dentro del túnel, limita el tráfico y continúan ocurriendo trancones de largas horas.

Problemas con la línea férrea Buenaventura - La Tebaida: Los distintos concesionarios no han podido solucionar la dificultad que supone el ancho de la trocha para la



rentabilidad de esta infraestructura ferroviaria, porque dificulta la circulación de contenedores y de vagones de alta capacidad.

Este problema, que hace poco rentables las concesiones, impide de paso la organización de un servicio turístico, entre el Valle del Cauca y el Quindío que añadiría atractivos a ambos departamentos, ya que con los ingresos derivados del turismo sería imposible el mantenimiento rentable de la infraestructura ferroviaria necesaria.

Abordar con realismo estas dificultades de la infraestructura es el único camino para lograr una concreción del proyecto de ferrocarril turístico o reducir su alcance.



4. ACTORES IMPLICADOS

El presente documento tiene el interés de contribuir con el desarrollo del turismo de manera integral en el departamento del Quindío, ratificando que para obtener los efectos esperados se requiere un esfuerzo interinstitucional, en donde se entiende el desarrollo del turismo como una dimensión económica y productiva, a partir del aprovechamiento sostenible de la cultura y los recursos naturales presentes en el territorio, además de la articulación público-privada, en donde lo público genera las condiciones para que el privado pueda desarrollar las empresas del más alto nivel para impulsar grandes proyectos en la región y tener prestación de servicios turísticos para todos los segmentos.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con la emisión de políticas y la orientación sobre destinos y productos competitivos para el desarrollo regional, creó el Fondo Nacional de Turismo (FONTUR), que mediante el apoyo a las iniciativas mejoran las condiciones de competitividad y de promoción de productos para el turismo en todo el país y también en el departamento del Quindío.

Otros ministerios como Ambiente y Desarrollo Sostenible (que antes era llamado de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial); Agricultura y Desarrollo Rural; Educación; Cultura; Telecomunicaciones; Transporte; y Defensa y otras entidades como el SENA y la Aeronáutica Civil, desempeñan una labor de sustento de las actividades preparatorias para prestar servicios de calidad a los turistas nacionales e internacionales.

En el presente Plan Estratégico existen entidades responsables de la planificación del desarrollo turístico en el Departamento del Quindío, en el ámbito gubernamental lo orientan:

- La Gobernación del Quindío por medio de la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio.
- Las oficinas de Turismo de los doce municipios que hacen parte del orden territorial.



No obstante, es necesario incluir las dependencias relacionadas directa e indirectamente en la construcción de un turismo competitivo y sostenible:

- La Región Administrativa y de Planificación – RAP Eje Cafetero.
- La Secretaría de Infraestructura.
- La Secretaría de Salud Departamental.
- La Secretaría del Interior.
- La Secretaría de Planeación y Aguas.
- La Secretaría de las TIC.
- La Secretaría de Educación.
- La Corporación Autónoma Regional del Quindío - CRQ, entre otras.
- La Secretaría de Cultura.

Así mismo en el tema de articulación existen entidades que hacen parte de la cadena productiva el turismo en el Quindío, como:

- El Quindío Convention Bureau.
- La Agencia de Promoción de Inversión del Quindío y Armenia – Invest in Armenia.
- Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.
- SENA Quindío.
- Universidades y entidades que apoyan la articulación de redes como el Clúster de Turismo de Naturaleza, el Clúster de Salud y Bienestar y próximamente el Corredor Cordillerano.

En cuanto a gremios se presentan las siguientes agrupaciones:

- Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo (ANATO Capítulo Eje Cafetero).
- Asociación Hotelera de Colombia (COTELCO, Capítulo Quindío).
- Asociación Colombiana de Restaurantes Quindío (ACODRES).
- Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO).
- Federación Colombiana de Cafeteros.
- Comité del Paisaje Cultural Cafetero (PCC).
- Corporación Quindío Café y Paisaje.
- Corporación Territorio Quindío.



6. MARCO NORMATIVO

La Constitución Política de Colombia, en el artículo 300, señala: “Corresponde a las asambleas departamentales, por medio de ordenanzas:

“1. Reglamentar el ejercicio de las funciones y la prestación de los servicios a cargo del departamento.

2. Expedir las disposiciones relacionadas con la planeación, el desarrollo económico y social, el apoyo financiero y crediticio a los municipios, el turismo, el transporte, el ambiente, las obras públicas, las vías de comunicación y el desarrollo de sus zonas de frontera.

3. Adoptar de acuerdo con la Ley los planes y programas de desarrollo económico y social y los de obras públicas, con la determinación de las inversiones y medidas que se consideren necesarias para impulsar su ejecución y asegurar su cumplimiento.

(...) 12. Cumplir las demás funciones que le asignen la Constitución y la Ley”.

DECRETO 1222 DE 1986. “Por el cual se expide el Código de Régimen Departamental, prescribe en el artículo 60:

“1o. Reglamentar de acuerdo con los preceptos constitucionales y legales, la prestación de los servicios a cargo del Departamento.
(...)

11. Las demás funciones que les señalen la Constitución y las leyes...”

DEL GOBERNADOR

“ARTÍCULO 305. Son atribuciones del gobernador:

1. *Cumplir y hacer cumplir la Constitución, las leyes, los decretos del Gobierno y las ordenanzas de las Asambleas Departamentales...*



2. *Dirigir y coordinar la acción administrativa del departamento y actuar en su nombre como gestor y promotor del desarrollo integral de su territorio, de conformidad con la Constitución y las leyes...*
4. *Presentar oportunamente a la Asamblea Departamental los proyectos de ordenanza sobre planes y programas de desarrollo económico y social, obras públicas y presupuesto anual de rentas y gastos...*

ARTÍCULO 339. "...<Inciso 1o. modificado por el artículo 2o. del Acto Legislativo 3 de 2011:> "...Habrá un Plan Nacional de Desarrollo conformado por una parte general y un plan de inversiones de las entidades públicas del orden nacional. En la parte general se señalarán los propósitos y objetivos nacionales de largo plazo, las metas y prioridades de la acción estatal a mediano plazo y las estrategias y orientaciones generales de la política económica, social y ambiental que serán adoptadas por el Gobierno. El plan de inversiones públicas contendrá los presupuestos plurianuales de los principales programas y proyectos de inversión pública nacional y la especificación de los recursos financieros requeridos para su ejecución, dentro de un marco que garantice la sostenibilidad fiscal.

Las entidades territoriales elaborarán y adoptarán de manera concertada entre ellas y el gobierno nacional, planes de desarrollo, con el objeto de asegurar el uso eficiente de sus recursos y el desempeño adecuado de las funciones que les hayan sido asignadas por la Constitución y la ley. Los planes de las entidades territoriales estarán conformados por una parte estratégica y un plan de inversiones de mediano y corto plazo..."

LEGALIDAD

El marco legal del Proyecto de Ordenanza "POR MEDIO DE LA CUAL SE ADOPTA EL PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO 2021-2031" se encuentra soportado en la normatividad que se relaciona a continuación:

Ley 152 de 1994: "Por la cual se establece la Ley Orgánica del Plan de Desarrollo."

Ley 388 de 1997: "Por la cual se modifica la Ley 9ª de 1989, y la Ley 3ª de 1991 y se dictan otras disposiciones".



Ley 1834 del 23 de mayo de 2017, “Por medio de la cual se fomenta la economía creativa, Ley Naranja”.

Decreto 1204 de 2021, “Por el cual se adiciona un título a la parte XII del 2 del Decreto 1080 de 2015 Único Reglamentario del Sector Cultura, y se adopta la Política Pública Integral de la Economía Creativa (Política Integral Naranja).

Ley 1955 de 25 de mayo de 2019: “Por medio de la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad”

Ley 2068 del 31 de diciembre de 2020: “Por la cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.”

Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020.: “*Por medio de la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia*”

Decreto 580 de 2021 “Por el cual se imparten instrucciones en virtud de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del Coronavirus COVID-19, y el mantenimiento del orden público, se decreta el aislamiento selectivo con distanciamiento individual responsable y la reactivación económica segura.

Resolución 738 de 2021 “Por la cual se prorroga la emergencia sanitaria por el nuevo coronavirus COVID-19, declarada mediante Resolución 385 de 2020 y prorrogada por las Resoluciones 844, 1462, y 2230 y 222 de 2021”

Resolución 000223 de 2021, “Por medio de la cual se modifica la Resolución 666 de 2020 en el sentido de sustituir su anexo técnico”.

Resolución 000411 de 2021, “Por medio de la cual se unifican los protocolos de bioseguridad para el manejo y control del riesgo del coronavirus COVID-19, en el transporte nacional e internacional de personas por vía aérea”.

Política Nacional para el Desarrollo del Ecoturismo- 2003: “...*Propender* por un desarrollo sostenible del ecoturismo en un marco de responsabilidad social e impulsando una oferta competitiva de calidad de los servicios...”



Política de Turismo Cultural: Identidad y Desarrollo Competitivo del Patrimonio 2007: “...Posicionar a Colombia como un destino de turismo cultural nacional e internacional que, a través del aprovechamiento de su diversidad y riqueza cultural, genere dinámicas de desarrollo local y cadenas productivas sostenibles que promuevan la competitividad del patrimonio y la identidad de las regiones...”

Política de Mercadeo y Promoción Turística de Colombia “Colombia Destino Turístico de Clase Mundial” 2009: “...Lograr la eficacia en las acciones de promoción y mercadeo de los destinos y productos turísticos de Colombia, de manera que logre generar un crecimiento del número de viajeros nacionales e internacionales, posicionando al país como un destino competitivo...”

Política de Turismo y Artesanías: Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano 2009: “...Integrar como propuesta de desarrollo conjunto sostenible y responsable, las cadenas productivas de los sectores turismo y artesanías, procurando la salvaguardia y la difusión de las tradiciones artesanales y por el beneficio económico, social y cultural de las comunidades y destinos...”

Lineamientos de Política para Desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia 2012: “...Impulsar el desarrollo del turismo comunitario, enfocado hacia procesos de emprendimiento participativos, que contribuyan a la generación de empleo e ingresos y a la consolidación de los destinos, a través de productos turísticos diferenciados, competitivos y sostenibles...”

Política de Calidad Turística. Año 2016: “...Orientada a mejorar los niveles de calidad en la prestación de los servicios turísticos, al generar una cultura de excelencia en los prestadores de servicios turísticos y destinos, como estrategia para posicionar a Colombia como un destino diferenciado, competitivo y sostenible”.

Política de Turismo Sostenible: Unidos por la Naturaleza. Tiene el objetivo de fortalecer el sector, consolidándolo como un negocio económicamente rentable y viable, pero también como un vehículo de desarrollo social, un medio de protección de los modos de vida de las comunidades y un instrumento para la conservación del medio ambiente, la biodiversidad, los paisajes, los ecosistemas y los recursos naturales del país. Año 2020.



Política Pública de Infraestructura Turística. Propendiendo por la articulación eficiente para el fomento de la infraestructura turística estratégica en Colombia. Año 202.

CONPES 3397 de 2005 Política Sectorial de Turismo: “...La política de turismo en Colombia se ha orientado principalmente al fortalecimiento de la competitividad de los diversos productos y destinos turísticos nacionales. Propone lineamientos para el desarrollo del sector turismo y las estrategias que son necesarias implementar para lograr ese fin...”

CONPES 3446 de 2006 Lineamientos para una Política Nacional de Calidad: “...Este documento somete a consideración del CONPES los lineamientos para el desarrollo de una política que 1. Reorganice el marco institucional existente en el Sistema nacional de Normalización, Certificación y Metodología; 2. Fortalezca las actividades de expedición de reglamentos técnicos, normalización, acreditación, designación y evaluación de la conformidad y metrología 3. Permita obtener el reconocimiento internacional del Subsistema Nacional de la Calidad. La implementación de esta política será un instrumento que contribuirá a incrementar la competitividad de las empresas colombianas y a mejorar las actividades de regulación, control y vigilancia que realiza el Estado...”

CONPES 3527 De 2008, Política Nacional de Competitividad y Productividad: “...Como objetivos específicos proponemos avanzar en 15 temas que han sido identificados como cruciales para la competitividad. Para cada uno de ellos, bajo el liderazgo del Ministerio o entidad responsable, se ha construido un plan de acción específico. Los 15 planes de acción resultantes se pueden entender como desarrollo de los cinco pilares generales previamente definidos para la política de competitividad. El trabajo de precisar los planes de acción ha permitido vincular una serie de esfuerzos que el Gobierno viene emprendiendo desde diversos frentes, y agruparlos en una visión global de la competitividad nacional...”

CONPES 3640 2010: “...Este documento somete a consideración del Consejo Nacional de Política Económica y Social – Conpes, los Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo de Convenciones y Congresos, como una oportunidad para identificar el potencial del país para el desarrollo de este segmento y una oportunidad para incrementar la productividad y la competitividad de diversos sectores de la economía y el bienestar de la población...”



CONPES 3803 de 2014: "...El documento CONPES "Política para la preservación del paisaje cultural cafetero de Colombia" tiene como objetivo formular una política específica para el PCCC, con el propósito de garantizar la preservación de su Valor Universal Excepcional y mejorar las condiciones para la sostenibilidad ambiental, cultural, social y económica del territorio..."

Plan Sectorial de Turismo Nacional 2018-2022 "Turismo: El Propósito Que Nos Une": Expedido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo consagra todos los lineamientos, objetivos, propósitos y estrategias a seguir en torno al turismo a nivel nacional, tiene como objetivo fomentar herramientas especializadas para fortalecer el desarrollo empresarial, la cultura de la innovación y un ambiente propicio para los negocios del sector turístico.

Plan de manejo del Paisaje Cultural Cafetero, septiembre 2009: Documento del Ministerio de Cultura y la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia "...El estado colombiano, mediante la Ley 45 de 1983, entró a formar parte de la "Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural" de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencias y la Cultura UNESCO, aprobada por la Confederación General en su decimoséptima reunión en París, el 16 de noviembre de 1972. El Comité de Patrimonio Mundial aprobó la categoría de paisajes culturales en 1992 ya que según el Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention/ Centro del Patrimonio Mundial 1999: "representan la obra combinada de la naturaleza y el hombre definida en el artículo 1 de la Convención. Los mismos ilustran la evolución de la sociedad y los asentamientos humanos en el transcurso del tiempo, bajo la influencia de las restricciones física y/o las oportunidades presentadas por su ambiente natural y de las sucesivas fuerzas sociales, económicas y culturales, tanto internas como externas. Los paisajes culturales deberán seleccionarse sobre la base de su valor universal excepcional y de su representatividad en términos de una región geocultural claramente definida y, en consecuencia, por su capacidad para ilustrar los elementos culturales esenciales y distintivos de dichas regiones". De esta manera, el término paisaje cultural "abarca una diversidad de manifestaciones de las interacciones entre la humanidad y su ambiente natural" ..."



Ordenanza No. 002 del 02 de junio de 2020: "POR MEDIO CUAL SE ADOPTA EL PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL 2020-2023 TÚ Y YO SOMOS QUINDIO.

Política de Turismo y Artesanías: Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano 2009: "...Integrar como propuesta de desarrollo conjunto sostenible y responsable, las cadenas productivas de los sectores turismo y artesanías, procurando la salvaguardia y la difusión de las tradiciones artesanales y por el beneficio económico, social y cultural de las comunidades y destinos..."

7. MISIÓN

Orientar la competitividad y el desarrollo sostenible del sector turístico en el Quindío a través del fortalecimiento empresarial, integración sectorial, gestión de la calidad, la articulación con el desarrollo ambiental y territorial, innovación y promoción del destino.

8. VISIÓN

Consolidar al departamento del Quindío al 2032 en el mercado nacional e internacional, como un destino de naturaleza, cultura, salud, bienestar y negocios; con experiencias sostenibles, incluyentes y de alta competitividad; siendo integrador de las comunidades locales, aportando a la salvaguarda de la cultura cafetera y el Paisaje Cultural Cafetero en el Quindío.



9. OBJETIVOS

9.1 Objetivo general

Impulsar la competitividad y puesta en valor turístico de la cultura, la naturaleza y la declaratoria del PCC en el departamento del Quindío, orientándolo a un destino de clase mundial, en el marco de un modelo de desarrollo local integral y sostenible que promueva el bienestar social de la población del departamento.

9.1.1 Objetivos específicos

- 9.1.1.1 Fortalecer los procesos de sinergia entre los sectores público, privado, académico y comunitario en la gestión del desarrollo turístico regional y su infraestructura.
- 9.1.1.2 Mejorar los niveles de sostenibilidad, turismo responsable y calidad turística de los empresarios y municipios del Departamento del Quindío.
- 9.1.1.3 Promover el desarrollo de estrategias de promoción para productos a mercados afines con la vocación turística del departamento del Quindío.
- 9.1.1.4 Consolidar la cadena productiva del sector turístico.
- 9.1.1.5 Reforzar la implementación de herramientas tecnológicas en los productos turísticos para la innovación y eficiente operación.



10. PRINCIPIOS

Los principios bajo los que se rige el presente plan son:

- Territorialidad: El presente plan debe formar y hacer parte integral del conjunto de documentos de planeación de las entidades territoriales (POT y/o Plan de Desarrollo), integrando la actividad económica turística y las afectaciones territoriales.
- Articulación: Los objetivos, ejes, programas y sub programas, del presente plan deben ser concordantes con: la política económica, social y ambiental de orden nacional y departamental; los principios de equidad social y participación y a los objetivos señalados en los planes de desarrollo territoriales vigentes.
- Sustentabilidad: El presente plan incluirá los tres pilares de la sustentabilidad turística en desarrollo de sus objetivos, ejes, programas y sub programas.
 - ✓ Aporte a la conservación y recuperación de los patrimonios culturales y naturales del territorio.
 - ✓ Respeto por las culturas que conviven en el territorio y aporte al mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones locales.
 - ✓ Generación de utilidades económicas para empresarios, prestadores de servicios y emprendedores, dentro del marco de la ley y el cumplimiento de las obligaciones fiscales que les correspondan.
- Aplicabilidad: Los programas, subprogramas y acciones del presente plan tendrán conexión con factores clave de la aplicabilidad tales como:
 - ✓ Disponibilidad y disposición presupuestaria.
 - ✓ Relación sinérgica con programas y proyectos existentes.
 - ✓ Coherencia con las potencialidades detectadas en el diagnóstico.
 - ✓ Voluntad pública y consenso social.
 - ✓ Existencia de oportunidades exógenas y endógenas.



11. POBLACIÓN BENEFICIARIA

En Colombia el turismo representa menos del 5 % del PIB, según el informe de gestión 2018 de MINCIT y en el Quindío 8,8% de participación del turismo en PIB dato de ITCR 2018 , pero de acuerdo con estimaciones de la WTTC (El Consejo Mundial de Viajes y Turismo), el aporte indirecto es del 5,8%, lo que evidencia la importante demanda económica del sector, puesto que promueve la actividad comercial en las ciudades impactando no sólo a los prestadores de servicios turísticos, sino a toda la economía local.

El Departamento del Quindío cuenta con 1.641 empresarios inscritos en el Registro Nacional de Turismo (dato de marzo de 2019 de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío). Sin embargo, algunos restaurantes ubicados estratégicamente en corredores de alta afluencia turística, las empresas de transporte intermunicipal como Jeep Willys y transporte público y los comerciantes de los 12 municipios que no están obligados a inscribirse en el RNT, sin embargo, ellos también hacen parte de la cadena productiva.

Por tanto, la población beneficiada con el Plan Estratégico de Turismo del departamento del Quindío 2022-2032, es el ecosistema del turismo (prestadores de servicios turísticos como: empresarios y administradores de atractivos turísticos, agencias de viaje y agencias tour operadoras, establecimientos de alojamiento y hospedaje permanente y no permanente, guías profesionales de turismo, transporte especializado y de pasajeros, establecimientos gastronómicos, gremios, estado y comunidad en general residente en el departamento), empresarios y entidades de servicios complementarios y la población flotante de visitantes y turistas.



12. PLAN OPERATIVO: EJES, PROGRAMAS, SUBPROGRAMAS Y ACCIONES

Para contrarrestar las problemáticas identificadas y alineadas con los objetivos propuestos en el presente plan, se proyectan los siguientes programas y subprogramas enmarcados en los ejes estratégicos que componen la parte propositiva del Plan Estratégico de Turismo del Departamento del Quindío 2022-2032

12.1 EJES ESTRATÉGICOS

12.1.1 Eje Estratégico N°1. Promoción de sinergias y fortalecimiento institucional.

El fortalecimiento de las instituciones regionales que guardan estrecha relación con la industria turística, se considera determinante para lograr un adecuado desarrollo del sector, ya que sobre las mismas recae la responsabilidad de generar políticas, planificar, gestionar, fortalecer y promover el destino a un alto nivel. Dichas acciones se gestan a través de la unión de esfuerzos interinstitucionales y desafíos recurrentes expresados en la cooperación entre actores no gubernamentales y estatales para el logro de propósitos compartidos, cuyo carácter de corresponsabilidad y complementariedad transectorial, permite implementar herramientas (convenios, proyectos, contratos entre otros) de coordinación que redundan en el logro de objetivos comunes a fin de lograr un excelente entorno competitivo del destino.

De este Eje Estratégico se desprenden los programas:

Programa 1: Fortalecimiento Institucional y financiación.

Programa 2: Articulación con el desarrollo territorial.

12.1.2 Eje Estratégico N°2. Acompañamiento a todos los prestadores de servicios turísticos e instituciones en la gestión turística eficiente.

Este eje estratégico busca un turismo más eficiente, considerando un desarrollo turístico de mayor rendimiento y de resultados más trascendentales para la sociedad,



bajo un enfoque de estrategias eficaces de crecimiento y mejora continua en aspectos ambientales, socioculturales y económicos. La eficiencia en los procesos institucionales bajo los pilares técnico administrativo, de mercado, legales, ambientales, financieros, entre otros, se convierte en una estrategia de revalorización del destino, capaz de aumentar la competitividad de la región.

La gobernanza turística ha de significar equilibrio, apelando a la racionalidad y sostenibilidad, cuya gestión y planificación se encuentra mediada por el acompañamiento de la institucionalidad.

De este Eje Estratégico se desprenden los programas:

Programa 3: Calidad y sostenibilidad para el sector turístico.

Programa 4: Encadenamiento productivo.

Programa 5: Redistribución de beneficios del turismo.

12.1.3 Eje Estratégico N°3. Impulso a la innovación y mejoramiento tecnológico del sector.

Este eje estratégico buscar fortalecer la capacidad de gestión de los empresarios y del estado en los destinos, a través de la implementación de herramientas de ciencia y tecnología y la innovación en los productos y las experiencias a ofrecer.

Para internacionalizar la oferta turística del departamento se debe innovar en los productos y experiencias, teniendo en claro los nuevos públicos que se quieren atender; siendo clave el fortalecer las capacidades tecnológicas de los empresarios y las instituciones con el fin de poder dar respuesta a mercados dinámicos, y que investigan, comunican y se retroalimentan mediante la virtualidad.

Otro factor importante es fomentar la recompra del destino, y esto se logra a través de mantener el interés en los visitantes, sobre las innovaciones y nuevas experiencias que se gesten en el destino.

La región no ha estado a la par de la dinámica creciente en temas de innovación y sofisticación, razón por la cual, para efectos de desarrollar nuevos productos turísticos



promisorios y aumentar la rentabilidad y posicionamiento en el mercado, se debe invertir en el cierre de brechas en temas de ciencia, tecnología e innovación (CT+i.)

De este Eje Estratégico, se desprenden los siguientes programas:

Programa 6: Mercadeo y promoción.

Programa 7: Productos y servicios turísticos promisorios.

Programa 8: TIC para el turismo.

Programa 9: El Patrimonio Cultural y el Paisaje Cultural Cafetero como eje dinamizador del turismo.

13. PROGRAMAS, SUBPROGRAMAS Y ACCIONES

13. 1 Programa 1: Fortalecimiento Institucional y financiación

Identificada la problemática debilidad de la institucionalidad y del ordenamiento territorial, es vital articular los esfuerzos de la administración pública, los empresarios y el resto de instituciones civiles y de la población quindiana orientados al turismo, para proponer acciones efectivas que involucren a todos los actores y beneficien al sector turístico del departamento.

Esta institucionalización es además el camino elegido por la Normatividad Nacional para asegurar tanto las responsabilidades de los actores públicos, como para evitar el desorden en la planificación con acciones improvisadas promovidas en ocasiones desde instancias interesadas y que en muchos casos acaban como “elefantes blancos”, mientras las necesidades detectadas en procesos de planificación formales son abandonadas por falta de impulso o financiación.

Así mismo es necesario realizar un rastreo de las disponibilidades de financiación tanto departamentales, nacionales, internacionales y de cooperación, con el fin de gestionar recursos para el desarrollo de los subprogramas planteados durante toda la vigencia del presente Plan.



En concordancia con la Ley 300 de 1996 y la Ley 1558 de 2012, por la cual se modifican la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones, se promueve establecer mecanismos de participación y concertación de los sectores públicos y privados en la actividad turística, buscando constituir órganos consultivos y asesores en materia de turismo. Es importante que los actores del sector turístico se vinculen a los procesos que promuevan su desarrollo e impulsen políticas, programas y proyectos que garanticen la competitividad turística del Departamento del Quindío.

El Sistema Departamental de Turismo creado por el Decreto 444 de 2006, es una estructura constituida por instancias públicas y privadas que funcionan de manera sistémica para lograr la integración de los componentes del sector turístico, articulando en torno al compromiso institucional y social que define para el sector público la sostenibilidad y para el sector privado la competitividad, garantizando la redistribución de los beneficios sociales del sector en el territorio y sus habitantes.

El Sistema Departamental de Turismo, actúa como instancia garante de trazar las políticas de turismo e involucrar a la institucionalidad en la toma de decisiones, asumiendo compromisos y auspiciando la ejecución de proyectos que fortalezcan el patrimonio turístico departamental.

13.1.1 Subprograma 1 – Sistema Departamental de Turismo

| | | |
|----------------------------------|--|-------|
| Sistema Departamental de Turismo | | P1-S1 |
| Objetivo | Activar y buscar un consenso entre los actores involucrados en el Sistema Turístico Departamental - SDT para incidir en las decisiones sobre las políticas turísticas y promover la colaboración de los distintos actores en las iniciativas emprendidas desde el Departamento y su Secretaría de Turismo, Industria y Comercio. | |



| | |
|--------------------|--|
| Descripción | Consolidar un órgano consultivo (SDT) y de toma de decisiones que permita el fortalecimiento de la competitividad, manejo, inversión y adopción de políticas turísticas de orden nacional y departamental. |
| Líneas de acción | |
| P1S1A1 | Consolidar el Sistema Departamental de Turismo, con todos los actores (nuevos y existentes) involucrados en la cadena productiva del turismo. |
| P1S1A2 | Fortalecer la gobernanza del sector turístico. |
| P1S1A3 | Fortalecer la línea de formulación de proyectos a nivel de instituciones departamentales y entes municipales. |
| Responsable (s) | Secretaría de Turismo, Industria y Comercio. |
| Actores implicados | Departamento del Quindío y sus Secretarías de despacho, Alcaldías, CRQ, Cámara de Comercio; Gremios, Academia, Quindío Convention Bureau y representantes de los empresarios. |
| Metas | <ul style="list-style-type: none"> ● Fortalecer el Sistema Departamental de Turismo con la actualización del Decreto 444 del 31 de mayo de 2006 del Departamento del Quindío. ● Los 12 municipios apoyados técnicamente y con consejo de turismo constituido y reglamentado. |



| | |
|-------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> Asistencia técnica en los 12 municipios en formulación de proyectos y búsqueda de fuentes de financiación en proyectos con enfoque turístico. |
| Indicadores | <ul style="list-style-type: none"> Sistema departamental de turismo actualizado. Número de municipios apoyados Número de municipios asistidos de manera técnica en formulación de proyectos con enfoque turístico. |

13.1.2 Subprograma 2 – Sostenibilidad Financiera

| | | |
|---------------------------|--|-------|
| Sostenibilidad Financiera | | P1-S2 |
| Objetivo | Garantizar recursos presupuestales del orden departamental y nacional según los requerimientos del Plan Estratégico de Turismo para lograr un turismo con equidad para todos los Quindianos. | |
| Descripción | Es una actuación que debe concretarse a partir de la entrada en vigencia del Plan Estratégico de Turismo, tras un análisis de las disponibilidades presupuestales dentro del Plan de Desarrollo Departamental y búsqueda de otras fuentes de financiación, tales como FONTUR, Innpulsa Colombia, regalías, cooperación internacional, entre otras. | |
| Líneas de acción | | |
| P1S2A1 | Diseñar e implementar estrategias financieras para la ejecución del Plan. | |
| Responsable (s) | STIC, Secretaría de Hacienda y Finanzas, Secretaría de Planeación. | |



| | |
|--------------------|---|
| Actores implicados | Gobierno nacional. |
| Metas | Garantizar la financiación del Plan Estratégico a corto, mediano y largo plazo. |
| Indicadores | <input type="checkbox"/> Recursos asignados por año |

13.2 Programa 2: Articulación con el desarrollo territorial

Uno de los enfoques estratégicos y de gestión que permite dinamizar el perfeccionamiento de la planificación y competitividad del sector turístico, involucra la inclusión de los instrumentos de planificación del territorio y su relación con las necesidades actuales, no sólo desde la actividad turística, sino del bienestar de la población en general, como muestras de interdependencia o relación intrínseca de procesos sistémicos entre el territorio y el turismo.

De esta manera se cierra la brecha entre la improvisación y la organización del territorio, como parte de un sistema funcional, donde convergen una red de elementos integrales como las determinantes sociales (salud, educación, servicios públicos, comunicaciones), determinantes ambientales (conservación del medio ambiente, los recursos naturales y considerando las amenazas y riesgos naturales), los determinantes culturales (patrimonio cultural, histórico, artístico y arquitectónico) y los determinantes de infraestructura (vías, terminales aéreas, terrestres, férreas, infraestructura turística). Ésta última padece de muchas limitantes en cuanto a conectividad aérea y terrestre, impidiendo el desarrollo de ofertas competitivas, no sólo por sus elevados precios, sino por el acceso a diferentes destinos o localidades donde aún persisten importantes rezagos de acceso a los atractivos turísticos.

De acuerdo con lo anterior, se crea la necesidad manifiesta de incluir criterios de *gestión turística*, en la formulación de cada uno de los instrumentos de planificación del territorio (POMCA, EOT, PBOT, POT, Planes de Desarrollo, Política y Planes) en



los próximos años, ello permitirá una gestión coherente e integral a escala regional, departamental y municipal.

Implementar infraestructura de doble uso y con arquitectura bioclimática en lugares como parques, estructuras de miradores, centros de convenciones, bibliotecas, entre otros, que estén ligados al turismo y al uso por la ciudadanía para su bienestar. Infraestructura inteligente que aproveche las energías renovables, que utilice aguas lluvias o recicladas, que genere menos impacto a la contaminación de la capa de ozono y mitigue el impacto de huella de carbono.

La OMT, Organización Mundial de Turismo *et al.* 2007, así como el documento de Plan de Ordenación y Manejo de la Cuenca Hidrográfica del Río La Vieja POMCA (2018), consideran el turismo como un “tensionante” ambiental significativo por los efectos que la demanda turística conlleva, tales como:

- Presión por demanda de agua y otros recursos naturales.
- Actividades de turismo informal.
- Actividades turísticas que explotan los recursos y áreas naturales sin regulación y manejo.
- Vertimientos y contaminación de las fuentes hídricas de abastecimiento.
- Sobre carga en los senderos generando erosión.
- Residuos sólidos y mal manejo de basuras generando plagas.
- Cambios en el paisaje.
- Cambios en la topografía.
- Generación de ruido.
- Extracción de material vegetal como recuerdo o proceso de interpretación.
- Entre otros.

Lo que obliga a la implementación de medidas de mitigación y adaptación al cambio climático, de tal manera que su focalización en el desarrollo del destino comprenda acciones relacionadas con la reducción de emisiones, implementación de energías limpias, arquitectura, movilidad sostenible, e implementación de modelos de gestión ambiental urbana y rural.

De esta manera, la OMT, lidera iniciativas que mitigan los impactos ambientales generados por la actividad turística tales como: adaptación al cambio climático, minimización de la huella de carbono, y disminución de consumo de plásticos de un



solo uso; es por esto que el departamento del Quindío garantizará la inclusión de estos programas en la planificación turística del territorio.

Así mismo, la alta demanda de servicios turísticos que requieren los visitantes a los municipios del Quindío también lleva a una alta demanda del recurso hídrico, es por esto que se hace imprescindible que las plantas de tratamiento de aguas residuales estén en funcionamiento y en buen estado de infraestructura. El POMCA de la Cuenca del Río La Vieja (2018) resalta que en el Quindío se han previsto 23 plantas de tratamiento para los 12 municipios; de estas plantas se han construido 5 que benefician parcialmente a 5 municipios como Armenia, Buenavista, Filandia, La Tebaida y Salento; y de las 5 PTARs construidas solo una (1) está en operación, ubicada en La Marina en la ciudad de Armenia, y tan solo trata el 15 % de las ARD de esta ciudad. Esto quiere decir pues, que hay una urgencia de comenzar con una propuesta y la ejecución de la construcción y habilitación de las PTARs del departamento, no sólo como infraestructura fundamental para el desarrollo de las ciudades y zonas urbanas, sino como infraestructura soporte a la población flotante que se establece en temporada turística.

13.2.1 Subprograma 3 – Gestión territorial

| | | |
|---------------------|--|-------|
| Gestión territorial | | P2-S3 |
| Objetivo | Articular entidades e instrumentos de planificación territorial con las necesidades del sector turismo, considerando el bienestar de la población. | |
| Descripción | Es necesario integrar determinantes sociales, ambientales, culturales y de infraestructura a escala regional, departamental y municipal, para garantizar el ordenamiento del territorio, el bienestar de la población y el desarrollo de la actividad turística. | |
| Líneas de acción | | |
| P2S3A1 | Articular el sector turístico con los procesos de gestión territorial de escala regional. | |



| | |
|--------------------|---|
| P2S3A2 | Promover la adopción de criterios turísticos en las determinantes de ordenamiento territorial departamental y otras directrices de superior jerarquía. |
| P2S3A3 | Brindar acompañamiento para la inclusión del componente turístico en los instrumentos de planificación territorial municipal. |
| Responsable (s) | Secretaría de Turismo, Industria y Comercio. |
| Actores implicados | RAP Región Administrativa de Planificación, Secretaría de Planeación Departamental y Planeación Municipal, Corporación Autónoma Regional del Quindío CRQ y Cámaras de Comercio. |
| Metas | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Fortalecer la gestión turística en los espacios de desarrollo territorial en el Quindío. <input type="checkbox"/> Acompañamiento técnico las entidades rectoras del ordenamiento territorial departamental y de superior jerarquía. <input type="checkbox"/> Incorporar el componente de turismo en los instrumentos de ordenamiento territorial de los 12 municipios. <input type="checkbox"/> Vincular al Sistema de desarrollo Turístico (SDT) en los procesos de inclusión de criterios de desarrollo turístico y actualización de Instrumentos de planificación turística en los 12 municipios. <input type="checkbox"/> Dar acompañamiento técnico a los 12 municipios en los debates de los proyectos de acuerdo municipal, enfocados en el ordenamiento territorial (mesas de gobernanza). |
| Indicadores | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Número de concertaciones de orden regional para la gestión turística del destino. <input type="checkbox"/> Número de herramientas de planificación territorial con criterios de desarrollo turístico. |



| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Número de municipios apoyados en la inclusión del componente turístico en sus esquemas de ordenamiento o planes sectoriales. <input type="checkbox"/> Número de municipios con criterios de desarrollo turístico articulados al Sistema de Desarrollo Turístico. <input type="checkbox"/> Número de debates de proyectos de acuerdo acompañados. |
|--|---|

13.2.2 Subprograma 4 – Infraestructura turística

| | | |
|---------------------------|--|-------|
| Infraestructura turística | | P2-S4 |
| Objetivo | Gestionar, desarrollar e implementar proyectos para la consolidación de la infraestructura turística en el Departamento. | |
| Descripción | El desarrollo turístico en el Quindío requiere la gestión, desarrollo e implementación de proyectos que satisfagan demandas y necesidades específicas de infraestructura para esta cadena productiva, de tal manera que el turista perciba integralidad en el servicio. Reconociendo los impactos ambientales en una región con desarrollo turístico, el diseño de esta infraestructura debe considerar aspectos relacionados con el cambio climático y sostenibilidad (bioclimática). | |
| Líneas de acción | | |
| P2S4A1 | Gestionar proyectos (miradores, adecuación de senderos, amoblamiento urbano, señalización turística, adecuación de plazas de mercado, proyectos turísticos a gran escala, entre otros) para la consolidación de la infraestructura turística en el Departamento. | |



| | |
|--------------------|---|
| P2S4A2 | Realizar proyectos de señalética turística en zonas urbanas y rurales estratégicas para el turismo. |
| P2S4A3 | Implementar proyectos de manejo integral para la infraestructura turística en el cambio climático y sostenibilidad (bioclimática). |
| P2S4A4 | Diseñar y ejecutar proyectos para el fortalecimiento de la infraestructura para el turismo MICE. |
| Responsable (s) | Secretaría de Turismo, Industria y Comercio. |
| Actores implicados | Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Fontur, Secretaría de Planeación Departamental, Secretaría de Aguas e Infraestructura Departamental, Oficinas de turismo municipales, Ministerio de Hacienda, Departamento Nacional De Planeación (Sistema General de Regalías), Agencias de Cooperación Internacional, Procolombia, Programa de Transformación Productiva, Innpulsa, Bancoldex. |
| Metas | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Formular y ejecutar proyectos para el diseño, instalación, mantenimiento y/o adecuación de infraestructura turística para los 12 municipios en el departamento del Quindío. <input type="checkbox"/> Formular e implementar un plan de señalética turística del destino acorde a las necesidades de cada municipio. <input type="checkbox"/> Implementar al menos una tecnología limpia en cada proyecto de infraestructura turística. <input type="checkbox"/> Fortalecer al menos 7 recintos de turismo Mice. |
| Indicadores | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Número de proyectos aprobados y en ejecución por año. <input type="checkbox"/> Número de municipios beneficiados con proyectos de señalética turística. <input type="checkbox"/> Número de tecnologías limpias implementadas en cada proyecto de infraestructura turística. <input type="checkbox"/> Número de recintos fortalecidos. |



13.2.3 Subprograma 5 – Infraestructura de soporte

| | | |
|----------------------------|---|-------|
| Infraestructura de soporte | | P2-S5 |
| Objetivo | Promover el mejoramiento de la infraestructura de soporte para el servicio de la actividad turística y de la región. | |
| Descripción | La calidad del destino requiere la optimización de infraestructura de doble uso, dado que en los destinos turísticos se debe tener en cuenta la población flotante que genera el turismo, de esta forma los servicios públicos domiciliarios, servicios sociales básicos, conectividad tecnológica, red vial secundaria y terciaria, equipamientos colectivos y espacio público, se deben planificar y desarrollar sumando la población local con la flotante contribuyendo así a mejorar la experiencia turística y beneficiando a sus habitantes. | |
| Líneas de acción | | |
| P2S5A1 | Apoyar y priorizar la cobertura de servicios públicos (servicios públicos domiciliarios, servicios sociales básicos, conectividad tecnológica) en las zonas con vocación turística del departamento. | |
| P2S5A2 | Promover el mejoramiento de la red vial secundaria y terciaria prioritaria para el uso turístico. | |
| P2S5A3 | Promover el concepto de infraestructura de doble uso en los equipamientos colectivos tales como: terminales de transporte, hospitales, espacios deportivos, recreativos y culturales. | |
| P2S5A4 | Promover la puesta en valor turístico del espacio público en el departamento. | |
| P2S5A5 | Impulsar la integración del transporte multimodal para el fortalecimiento turístico. | |



| | |
|--------------------|---|
| P2S5A6 | Apoyar el fortalecimiento del sistema de gestión del riesgo en las áreas de los municipios con oferta turística. |
| P2S5A7 | Fortalecer la implementación de ciclo rutas en los proyectos viales del departamento hacia destinos turísticos. |
| Responsable (s) | Secretaría de Turismo, Industria y Comercio y Secretaría de Planeación Departamental. Secretaría de Aguas e Infraestructura |
| Actores implicados | Secretaría de Salud, Secretaría de las TIC's, Empresas de Servicios Públicos domiciliarios, Secretaría de Tránsito Departamental, Secretaría de Tránsito y Transporte de Armenia, Alcaldías municipales, Secretaría de Gobierno municipales. |
| Metas | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Aportar al desarrollo para el mejoramiento de la cobertura de Servicios Públicos en los 12 municipios. <input type="checkbox"/> Diseñar y ejecutar proyectos para la optimización de la malla vial en los 12 municipios en las zonas de influencia turística. <input type="checkbox"/> Beneficiar la industria turística del departamento y la población quindiana, mediante proyectos de infraestructura como modelo integrador regional. (PCC, RAP entre otros). <input type="checkbox"/> Presentar proyecto de embellecimiento urbanístico puesto en valor turístico con recursos de regalías u otros, de acuerdo a las necesidades de los municipios. <input type="checkbox"/> Optimizar el transporte multimodal del destino mediante un manual de buenas prácticas de transporte para turismo. <input type="checkbox"/> Apoyar y fortalecer los 12 municipios en sus zonas turísticas en la gestión del riesgo. <input type="checkbox"/> Fortalecer al menos 5 ciclo rutas en destinos turísticos. |



| | |
|-------------|--|
| Indicadores | <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Número de municipios intervenidos y mejorados en Servicios Públicos y Saneamiento con vocación turística por año.<input type="checkbox"/> Número de municipios apoyados en el mejoramiento de su malla vial secundaria y terciaria en zonas turísticas.<input type="checkbox"/> Número de proyectos de equipamiento colectivo priorizados por las administraciones locales y departamentales.<input type="checkbox"/> Número de proyectos de embellecimiento urbanístico con puesta en valor turísticos presentados.<input type="checkbox"/> Manual creado e implementado de transporte multimodal.<input type="checkbox"/> Número de municipios apoyados y fortalecidos.<input type="checkbox"/> Número de ciclo rutas fortalecidas. |
|-------------|--|



13.3 Programa 3: Calidad y sostenibilidad para el sector turístico

Para promover productos turísticos rentables a futuro, es necesario avanzar en el diseño de sistemas de gestión que sean sostenibles, responsables y de alta calidad en todos los eslabones de la cadena turística. Para este fin, se exige el cumplimiento de las Normas Técnicas Sectoriales de Turismo Sostenible, que incluyen prácticas de turismo responsable como la separación y el manejo de los residuos sólidos. Existen diferentes maneras para lograr este objetivo y dependiendo del tipo de residuos que se generen en la empresa o en la actividad turística, es posible diseñar un plan de manejo y recolección de residuos sólidos acorde a su territorio y a su servicio.

Tener un programa de responsabilidad social al interior de la empresa y con la cadena de valor del sector, esto con el fin de mejorar las prácticas de venta, atención al cliente, crear un vínculo con la persona que compre los servicios o productos, con los proveedores y generar una conciencia sensible al cuidado con la naturaleza y sus recursos.

La responsabilidad social se puede ver de muchas maneras, y esto depende del tipo de empresa y del servicio o producto que ofrezca. Sin embargo, lo más importante es diseñar un plan que sea integral en el ciclo de vida del servicio, que abarque tanto a proveedores, clientes internos, externos y se pueda integrar a la comunidad siendo la empresa un ejemplo a seguir, con sus buenas prácticas y la sensibilización constante en el discurso empresarial.

Otras prácticas de turismo sostenible y responsable tienen que ver con la sustitución de sustancias tóxicas, contaminantes o peligrosas tanto para los humanos como para la fauna, la flora y el ecosistema, hacer práctico el lema de “Reducir, Reusar, Reciclar”, donde los materiales puedan tener una vida útil más larga y los desechos cada día puedan reducirse. Controlar la contaminación visual, auditiva y atmosférica por medio de estrategias alternativas de divulgación de sus servicios novedosos y con tecnologías limpias.

El uso y la conservación del patrimonio cultural es otra práctica de turismo sostenible, el cual se emplea desde diferentes ámbitos en la actividad turística. Es importante resaltar el cuidado de la belleza arquitectónica, los emblemas patrimoniales del departamento y participar o brindar apoyo en actividades de conservación, promoción y manejo responsable del patrimonio cultural dentro de la actividad turística. Las



prácticas como apoyar la gastronomía local, la artesanía local y generar empleo a las mismas empresas del departamento es cuidar y promover el patrimonio cultural quindiano.

Las empresas que ofrecen servicios y productos turísticos deben enfocarse cada día más a proyectar su misión y visión enmarcados en el turismo sostenible desde el equilibrio entre las necesidades y los deseos de las personas, en armonía con la conservación a largo plazo del entorno y los recursos, así como enfocarlos en un turismo responsable, el cual implica un compromiso con el medio ambiente que lo rodea; es necesario asumir y exigir responsabilidades en toda la cadena productiva para que todos trabajen en sincronía y con el propósito único de satisfacer el cliente, mientras protegen los recursos ecosistémicos. De esta manera, se puede lograr generar un impacto positivo por parte de las empresas al ecosistema.

El Gobierno Nacional, mediante el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, actualmente tiene vigente el programa de Negocios Verdes, el cual contempla las actividades económicas en las que se ofertan bienes o servicios que generan impactos ambientales positivos y además incorporan buenas prácticas ambientales, sociales y económicas con enfoque de ciclo de vida, contribuyendo a la conservación del ambiente como capital natural que soporta el desarrollo del territorio (MinAmbiente, 2014). Este programa en el departamento del Quindío es manejado por la Corporación Regional del Quindío CRQ, que, por medio de capacitaciones, visitas y un acompañamiento al empresario, crean un plan de negocios enfocado en el marco de este programa, considerándolo uno de los pioneros para la implementación de la NTS y un cambio radical al manejo de los recursos y oferta de servicios turísticos en la región.

Debe ser prioridad para el Quindío enfocar las prácticas turísticas de sostenibilidad en armonía con programas como Negocios Verdes y afines, ya que crean proyectos fortalecidos y con alta calidad en conocimiento y práctica, con una finalidad de fomentar el respeto por la gente local, su cultura y el medio ambiente, por otro lado, tiene en cuenta el impacto de la actividad turística tanto en el presente como en el futuro, buscando así, que los visitantes, la industria, la comunidad local y el ecosistema, estén satisfechos tras una actividad turística.

La Secretaría de Turismo, Industria y Comercio de la Gobernación del Quindío, deberá trabajar de manera articulada con estos programas, con el fin de promover la sensibilización, controlar actividades ilícitas asociadas al turismo y generar impactos



positivos a futuro para el departamento. Asimismo, se debe fomentar en la creación y ejecución de programas especializados en la capacitación de calidad al personal vinculado al turismo, ofrecer temas como: atención al cliente, bilingüismo, gastronomía, guianza especializada, hotelería, que son algunos de los temas que se incluyen en la cadena productiva para capacitar y fortalecer; sin embargo es importante ofrecer otro tipo de capacitaciones enfocadas en temas especializados como: guianza especializada en turismo de naturaleza y observación de aves, turismo de lujo, servicio al cliente de alto valor, gastronomía vegana, vegetariana y para orientales, historia del territorio, patrimonio arqueológico y arquitectónico, culturas indígenas, Paisaje Cultural Cafetero, Biodiversidad y Áreas protegidas para el uso turístico y para la conservación, entre otros temas que son de gran importancia para la atención al turista y sobre todo al turista extranjero.

Por otro lado, los programas de sensibilización deben brindar a los turistas información responsable, clara y puntual sobre las condiciones de seguridad y salubridad del Destino Quindío, información sobre la implementación de herramientas de gestión, sensibilización y prevención ante las problemáticas: ESCNNA, Tráfico de flora y fauna, Tráfico de patrimonio cultural, Trata de personas, Consumo de sustancias ilícitas e Informalidad.

En Colombia, el sector turismo cuenta con pocas garantías y acciones contundentes que reconozcan los protocolos de bioseguridad, como una estrategia de competitividad en la decisión de compra del mercado y la percepción de los destinos, siendo esta la oportunidad de establecer los protocolos necesarios, para el desarrollo de la actividad a lo largo del tiempo, de tal forma que los actores estén preparados para afrontar situaciones presentes o futuras que tengan relación con este tema.

Sin embargo, a partir de los lineamientos y protocolos de bioseguridad de los diferentes sectores económicos a nivel nacional e internacional, se construyó un documento que contiene las orientaciones y recomendaciones, enfocadas en las medidas de prevención que se deben implementar, para brindar condiciones de seguridad y confianza a los empresarios, colaboradores, huéspedes y proveedores vinculados a estos establecimientos, además de la oportunidad de hacer parte del sello de bioseguridad, “Check in certificado, COVID-19 bioseguro, certificación que invita a los empresarios del sector a identificar sus negocios con su imagen y a seguir todas las medidas de bioseguridad, para que los turistas hagan “check-in” con confianza, ya sea en un hotel, alojamiento, restaurante, bar o cualquier sitio turístico accediendo está totalmente gratis.



Asimismo, en el año 2020 la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio, diseñó un material de guía para buenas prácticas en los protocolos de bioseguridad, además de crear un equipo interdisciplinario, con el fin de realizar las visitas, asistencia técnica y acompañamiento en la implementación de los protocolos a los prestadores de servicios turísticos, medidas de seguridad previamente aprobadas por las secretarías de salud de cada uno de los municipios del departamento.

Para continuar con esta labor es necesario diseñar una campaña que contribuya a la cultura biosegura en el turismo y entiendan la importancia de cumplir las directrices garantizando que todo funcione para la reactivación económica:

- **COMBATIR** la incertidumbre con datos (certidumbre), la transparencia es vital para generar confianza.
- **FORMAR** para combatir la ignorancia, la arrogancia o la insolidaridad, es necesario formar a la ciudadanía y las empresas.
- **APERTURAR** con todas las garantías, abriendo por zonas seguras.
- **CONTROLAR** las noticias negativas sobre la gestión de la pandemia.
- **EVITAR** el cierre de restaurantes y mercados, por el contrario, crear medidas bioseguras.
- **LIDERAR** (político y ciudadanos) y **ASESORAR** en comunicación dando a conocer medidas de protección.
- **GARANTIZAR** un esquema de vacunación segura y de amplia cobertura.

13.3.1 Subprograma 6 – Calidad Turística y Certificaciones el turismo sostenible

| | | |
|---|--|-------|
| Calidad Turística y Certificaciones para el Turismo Sostenible. | | P3-S6 |
| Objetivo | Fomentar certificaciones nacionales e internacionales que impacten el sector turístico, mejorando la competitividad del destino, generando inclusión y responsabilidad social, integral, productiva y ambiental. | |



| | |
|--------------------|--|
| Descripción | Incorporar procedimientos para el acompañamiento al sector empresarial en la implementación de certificaciones en calidad turística y buenas prácticas ambientales de turismo. |
| Líneas de acción | |
| P3S6A1 | Acompañar a las empresas turísticas para el cumplimiento de los requisitos legales, normativos y la obtención de certificaciones en sostenibilidad turística. |
| P3S6A2 | Declarar y mantener el Departamento del Quindío como destino sostenible. |
| P3S6A3 | Estimar valores de umbral de uso (capacidad de carga turística, aforo vehicular para generar puntos de control turístico en los municipios con previa aprobación de concejos y/o asamblea y MinCit) en áreas turísticas del departamento del Quindío. |
| P3S6A4 | Incentivar buenas prácticas ambientales relacionadas con la conservación de los ecosistemas, reciclaje, mitigación de impactos y huella de carbono a los empresarios del sector turístico. |
| P3S6A5 | Proporcionar herramientas para la implementación de una cultura biosegura en toda la cadena productiva de turismo. |
| Responsable (s) | Secretaría de Turismo, Industria y Comercio. |
| Actores implicados | Gremios, Academia, Policía de turismo, Alcaldías, Instituciones de apoyo a las pymes, Entidades certificadoras, Oficina de trabajo y Bienestar Familiar, CRQ, asociaciones, corporaciones, fundaciones relacionadas con la actividad turística, MiCITio Quindío. |
| Metas | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Capacitar y apoyar al menos el 50% los prestadores de servicios turísticos activos en el departamento del Quindío sobre el cumplimiento de los requisitos legales, normativos. <input type="checkbox"/> Desarrollar un programa de certificación empresarial en calidad turística. |



| | |
|-------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Apoyar los procesos de certificación y su mantenimiento en los 12 municipios del departamento del Quindío en la NTS TS 001-1. <input type="checkbox"/> Áreas protegidas públicas con vocación ecoturística, apoyadas en el establecimiento y manejo de su capacidad de carga turística. <input type="checkbox"/> Identificación de los aforos vehiculares en las cabeceras de los 11 municipios y su mecanismo de control. <input type="checkbox"/> Al menos un 50 % del total de los empresarios con RNT, implementando las buenas prácticas ambientales. <input type="checkbox"/> Diseñar una campaña por año que contribuya a la cultura biosegura en el turismo. |
| Indicadores | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Porcentaje de prestadores de servicios turísticos capacitados por año en Calidad Turística. <input type="checkbox"/> % del programa de certificación empresarial en calidad turística desarrollado. <input type="checkbox"/> Número de municipios apoyados en su proceso. <input type="checkbox"/> Número de áreas protegidas públicas con vocación ecoturística apoyadas. <input type="checkbox"/> Número de municipios con aforo y mecanismo de control. <input type="checkbox"/> Número de empresas con RNT implementando buenas prácticas ambientales / el total de empresas con RNT. <input type="checkbox"/> Número de campañas por año en cultura bio segura. |



13.3.2 Subprograma 7 – Turismo responsable

| | | |
|---------------------|--|-------|
| Turismo responsable | | P3-S7 |
| Objetivo | Fomentar el turismo responsable en el sector turístico, mejorando la competitividad del destino. | |
| Descripción | Fortalecer el trabajo interinstitucional para prevenir y controlar la realización de actividades ilícitas asociadas al turismo, tales como: informalidad, explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes - ESCNNA, trata de personas, tráfico ilícito de flora y fauna y del patrimonio cultural, consumo de sustancias psicoactivas, entre otros flagelos. | |
| Líneas de acción | | |
| P3S7A1 | Reducir la informalidad turística en el destino, implementando procesos de acompañamiento y trámite para la formalización legal y empresarial. | |
| P3S7A2 | Participar activamente de los comités conformados para contrarrestar los flagelos del turismo. | |
| P3S7A3 | Adoptar medidas de prevención frente a la problemática ESCNNA y de vulnerabilidad social, actividades ilícitas de responsabilidad ambiental y cultural en torno al turismo. | |
| P3S7A4 | Implementar campañas de apropiación del territorio a la comunidad residente en el municipio con vocación turística. | |
| P3S7A5 | Promover estrategias que permitan la inclusión laboral cualificada y calificada en el sector turístico, con principios de formalidad. | |
| Responsable (s) | Secretaría de Turismo, Industria y Comercio. | |



| | |
|--------------------|---|
| Actores implicados | Policía de turismo, Alcaldías del departamento, Instituciones de apoyo a las pymes, Cámara de Comercio, Oficina de trabajo y Bienestar Familiar. |
| Metas | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Formular articuladamente y ejecutar anualmente el Plan de Trabajo de brigadas de informalidad turística. <input type="checkbox"/> Participar del CETI y Comité de Trata de Personas. <input type="checkbox"/> Liderar una (1) campaña por año en temas de ESCNNA. <input type="checkbox"/> Diseñar y ejecutar 2 campañas en el periodo de vigencia del PET de mitigación de las problemáticas sociales, culturales y ambientales en torno a la actividad turística del destino. <input type="checkbox"/> Diseñar una campaña anual unificada para todo el Departamento del Quindío enfocada en la apropiación del territorio. <input type="checkbox"/> Asistir el 100% de los municipios en el desarrollo de estrategias que permitan la vinculación laboral formal en el sector turístico. |
| Indicadores | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Número de brigadas contra la informalidad turística ejecutadas por año. <input type="checkbox"/> Número de comités en los que se participa en el año. <input type="checkbox"/> Número de campañas lideradas por año en ESCNNA. <input type="checkbox"/> Número de campañas diseñadas para mitigar flagelos del turismo. <input type="checkbox"/> Número de campañas diseñadas e implementadas para la apropiación del territorio en el departamento del Quindío. <input type="checkbox"/> Número de municipios asistidos. |



13.3.4 Subprograma 8 – Formación y capacitación

| | | |
|--------------------------|---|-------|
| Formación y capacitación | | P3-S8 |
| Objetivo | Fomentar la formación especializada para el sector turístico satisfaciendo las necesidades de las empresas. | |
| Descripción | Mejorar la capacidad técnica y operacional en la prestación de servicios por parte de las empresas del sector turístico, obedeciendo a las necesidades y exigencias de la demanda actual y futura, basados en las tendencias del mercado hacia la personalización de la experiencia y la interacción con el entorno del destino y del servicio. | |
| Líneas de acción | | |
| P3S8A1 | Fomentar la profesionalización del sector turístico mediante el apoyo a procesos de educación y formación profesional y complementaria. | |
| P3S8A2 | Promover la vinculación de personal con formación académica en áreas de la cadena productiva del turismo. | |
| P3S8A3 | Gestionar programas de intercambio a nivel internacional en idiomas y temas de interés turístico. | |
| P3S8A4 | Fomentar y apoyar el programa CAT-Colegios Amigos del Turismo en el Departamento del Quindío. | |
| P3S8A5 | Fortalecer programas de bilingüismo técnico (inglés) para el turismo. | |
| Responsable (s) | Secretaría de Turismo, Industria y Comercio. | |
| Actores implicados | Academia, gremios, asociaciones, corporaciones, fundaciones relacionadas con la actividad turística, MiCITio Quindío. Organizaciones e instituciones empresariales, SENA. | |



| | |
|-------------|--|
| Metas | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Formular e Implementar un plan de formación y capacitación participativo para el sector turístico del departamento del Quindío. <input type="checkbox"/> Generar espacios anuales tales como: ruedas de servicios, ferias laborales, vinculación a agencias públicas de empleo, campañas de empleo, entre otras; que permitan la vinculación laboral efectiva. <input type="checkbox"/> Formular e Implementar un plan de formación y capacitación continua y participativo para el sector turístico en bilingüismo, trilingüismo y/o Políglota <input type="checkbox"/> Apoyar el menos un programa CAT anualmente. |
| Indicadores | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> % del Plan de Formación y Capacitación del sector turismo en ejecución. <input type="checkbox"/> Número de espacios de oferta laboral diseñados y ejecutados en el año. <input type="checkbox"/> % del plan de formación y capacitación continua en bilingüismo, trilingüismo y/o políglota <input type="checkbox"/> Número de programas CAT apoyados anualmente. |



13. 4 Programa 4: Encadenamiento productivo

Los encadenamientos productivos y la internacionalización de las empresas, son ejes principales de la política industrial del país, la cual permite que los empresarios crezcan, compitan, generen empleo y conquisten nuevos mercados.

La cadena productiva es un conjunto de empresas que componen cada etapa o eslabón de un determinado proceso productivo, y articularlos según sus capacidades, con el fin de que las empresas ganen competitividad en los mercados.

Dentro de este escenario, se encuentran muchas micro y pequeñas empresas dedicadas a la actividad del turismo, y particularmente del turismo de naturaleza, sector que es uno de los más dinámicos en las economías y en las cuales se han generado estrategias para estimularlo y conservarlo; unas de las estrategias para mejorar el entorno competitivo consisten en la conformación de clústeres (ejemplo: iniciativa Tumbaga) y encadenamientos productivos que giran en torno al turismo de naturaleza. En este sentido, el *PLAN SECTORIAL NACIONAL DE TURISMO 2018 – 2022 “TURISMO: EL PROPÓSITO QUE NOS UNE”*, promueve el desarrollo turístico, mediante la creación y desarrollo de programas de emprendimiento y aceleradoras dirigidos a líderes de pequeñas y medianas empresas.

Actualmente los mercados son más exigentes y esquivos, las empresas se enfrentan a competidores globales, quienes ven en los nuevos canales de comercialización, oportunidades de acceso a compradores y formas de cierre de ventas eficientes. Se asegura que los clientes cada vez son menos y los compradores más y en ese mundo la innovación, la asociatividad y la integración, son la ruta a la subsistencia.

13.4.1 Subprograma 9 – Encadenamiento productivo del sector

| | | |
|--------------------------------------|---|-------|
| Encadenamiento productivo del sector | | P4-S9 |
| Objetivo | Alinear procesos que permitan generar alianzas entre los actores del sector turístico, respetando los roles en cada uno de los eslabones de la cadena productiva del turismo. | |



| | |
|--------------------|---|
| Descripción | Consolidar un proceso integrador del sector turístico respetando y fortaleciendo los roles de cada uno de los eslabones de la cadena productiva, teniendo en cuenta el conjunto de actividades económicas interrelacionadas en el eje del desarrollo regional. |
| Líneas de acción | |
| P4S9A1 | Fortalecer la dinámica comercial, técnica y de gestión de la cadena productiva del sector turístico del departamento. |
| P4S9A2 | Implementar y fortalecer rutas competitivas y/o clúster para la consolidación del Destino. |
| P4S9A3 | Promover y fortalecer la vinculación de los empresarios del sector turismo a procesos de agremiación y asociatividad. |
| Responsable (s) | Secretaría de Turismo, Industria y Comercio, prestadores de Servicios Turísticos |
| Actores implicados | Gremios, entidades del orden departamental y nacional, asociaciones, corporaciones, fundaciones relacionadas con la actividad turística, MiCITio Quindío. |
| Metas | <input type="checkbox"/> Atender los eslabones de la cadena productiva del turismo en los procesos de fortalecimiento asociativo, comercial y de gestión. <input type="checkbox"/> Atender, fortalecer y articular el 100% de las rutas competitivas y/o clúster de turismo en el Quindío para beneficio de una economía general. <input type="checkbox"/> Fortalecer los portafolios de servicios de MiCITio Quindío; asociaciones, corporaciones, fundaciones relacionadas con la actividad turística del departamento del Quindío mediante alianzas público privadas y académicas para incentivar la asociatividad del sector empresarial. |
| Indicadores | <input type="checkbox"/> Número de procesos de asociatividad comercial y gestión fortalecida por año. |



| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Número de rutas competitivas y/o clúster de turismo en el Quindío atendidas y fortalecidas. <input type="checkbox"/> Número de gremios, asociaciones, corporaciones, fundaciones relacionadas con el sector turístico fortalecidos o vinculados. |
|--|--|

13. 5 Programa 5: Redistribución de beneficios del turismo

La redistribución de beneficios del turismo presenta una oportunidad para considerar a la comunidad local, quien es la dueña del territorio y de los recursos naturales y culturales que son atractivos, en el desarrollo de la actividad turística y participar de los beneficios generados por la industria.

Aun cuando la renta turística no sobrepase el 10% del PIB departamental de acuerdo con el Índice de Competitividad Turística del Quindío, este es uno de los sectores que sigue creciendo y que marca la presencia pública del Departamento por encima de otros sectores económicos, lo que significa que es una apuesta para mejorar la competitividad del Quindío. Sin embargo, al no existir escenarios que promuevan y garanticen la participación de la comunidad local en la dinámica del turismo, los beneficios de esta actividad económica estarán mayormente dirigidos hacia el capital externo que se invierte en este territorio, anulando la oportunidad de los mismos quindianos de ser protagonistas y beneficiarios directos del desarrollo turístico.

En este sentido, un turismo responsable es aquel que se convierte en una herramienta para mejorar los ingresos y la calidad de vida de los habitantes del destino, no sólo a través de los empleos que se generan, sino también de las oportunidades de emprendimiento para aportar al dinamismo de la economía local; es decir, los consumidores del turismo quindiano son potenciales compradores de otros productos y servicios que se ofertan en el territorio. Además, teniendo en cuenta las políticas de Turismo Sostenible y la conservación del patrimonio de la cultura, se hace prioritaria la participación e integración de las comunidades locales en la oferta turística, lo que genera una dinámica económica de mayor impacto para el territorio y sostenible a largo plazo.



Así las cosas, las acciones de redistribución de los beneficios del turismo pueden articularse con las acciones de proyectos de turismo comunitario en el Quindío y otros modelos que buscan mejorar la competitividad de los municipios y contribuir al desarrollo endógeno de las comunidades a través del turismo.

13.5.1 Subprograma 10 – Emprendimientos turísticos

| | | |
|----------------------------|--|--------|
| Emprendimientos turísticos | | P5-S10 |
| Objetivo | Aumentar el número de emprendimientos turísticos que se establecen como prestadores de servicios consolidados y superen los 5 años de operación. | |
| Descripción | Las entidades territoriales aunarán esfuerzos para apoyar las ideas de negocio viables, para que emprendan y se consoliden a través de la formulación, apoyo y seguimiento de planes de negocio, que procuren la sostenibilidad y el crecimiento de nuevos prestadores de servicios turísticos en el Departamento del Quindío. | |
| Líneas de acción | | |
| P5S10A1 | Acompañar la formulación y puesta en marcha de planes de negocio turísticos. | |
| P5S10A2 | Vincular los emprendimientos del sector turístico en las actividades de promoción del destino Quindío. | |
| P5S10A3 | Promover el desarrollo empresarial y la inclusión financiera de los microcréditos para los emprendedores. | |
| P5S10A4 | Apoyo integral a los emprendedores para la consolidación de sus emprendimientos. | |
| Responsable (s) | Secretaría de Turismo, Industria y Comercio. | |
| Actores implicados | Gremios, asociaciones, corporaciones, fundaciones relacionadas con la actividad turística, MiCITio Quindío. | |



| | |
|-------------|--|
| | Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, Coordinaciones de turismo de los municipios. |
| Metas | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 20 nuevos emprendimientos consolidados durante la vigencia del PET. <input type="checkbox"/> Promocionar el total de emprendimientos apoyados por la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio. <input type="checkbox"/> Asistir en procesos de financiación para los microcréditos a los emprendimientos acompañados por la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio y las entidades aliadas. <input type="checkbox"/> 20 proyectos de emprendimiento apoyados y con el acompañamiento integral. |
| Indicadores | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Número de emprendimientos apoyados por año. <input type="checkbox"/> Número de eventos/campañas de promoción turística del destino por año que incluya los emprendimientos apoyados por la STUIC. <input type="checkbox"/> Número de emprendimientos asesorados para su financiación. <input type="checkbox"/> Número de emprendimientos apoyados en su consolidación por año. |

13.5.2 Subprograma 11 – Procesos turísticos con base comunitaria

| | | |
|--|---|--------|
| Procesos turísticos con base comunitaria | | P5-S11 |
| Objetivo | Apoyar a promotores de productos turísticos con base comunitaria de los municipios del Quindío. | |
| Descripción | En este apartado se incluirán las iniciativas comunitarias promovidas desde instancias público-privadas cuyo objetivo sea el desarrollo local basado en turismo y que apoyen a la difusión de los valores conceptuales del destino. | |
| Líneas de acción | | |



| | |
|--------------------|---|
| P5S11A1 | Promover y fortalecer la organización comunitaria para la actividad turística. |
| P5S11A2 | Promover modelos para el desarrollo de proyectos y productos turísticos con base comunitaria en el departamento. |
| Responsable (s) | Secretaría de Turismo, Industria y Comercio, SENA, Coordinaciones de turismo de los municipios. |
| Actores implicados | Secretarías de Interior, Agricultura, Desarrollo Rural y Medio Ambiente, Familia y Cultura. |
| Metas | <input type="checkbox"/> Atender los 12 Municipios en los procesos asociativos de base comunitaria para el turismo comunitario. <input type="checkbox"/> Diez (10) productos turísticos de base comunitaria consolidados y fortalecidos mediante modelos relacionados. <input type="checkbox"/> Diez (10) iniciativas con modelo de turismo comunitario promocionadas |
| Indicadores | <input checked="" type="checkbox"/> Número de municipios con procesos asociativos de base comunitaria para el turismo comunitario. <input checked="" type="checkbox"/> Número de productos turísticos de base comunitaria fortalecidos- <input type="checkbox"/> Número de proyectos/productos turísticos de base comunitaria promocionados por año. |



13.5.3 Subprograma 12 – Turismo accesible e incluyente

| | | |
|--------------------------------|--|--------|
| Turismo accesible e incluyente | | P5-S12 |
| Objetivo | Posicionar al Departamento del Quindío como el destino a nivel nacional con la mayor oferta de productos turísticos con elementos y acciones de accesibilidad e inclusión social. | |
| Descripción | <p>En el marco del PLAN SECTORIAL NACIONAL DE TURISMO 2018 – 2022 “TURISMO: EL PROPÓSITO QUE NOS UNE”, el turismo juega un rol protagónico para el crecimiento y desarrollo del país.</p> <p>En este sentido es vital fortalecer el sector aportando oportunidades para la inclusión de personal con enfoque diferencial a las dinámicas de la sociedad, con el objetivo de brindarles desde el turismo medios de vida en condiciones de equidad y diseño universal.</p> | |
| Líneas de acción | | |
| P5S12A1 | Implementar y ejecutar acciones encaminadas en turismo accesible e incluyente (según el Manual de Turismo Accesible “Turismo Para Todos” del Viceministerio) | |
| P5S12A2 | Desarrollar proyectos turísticos dirigidos al turismo accesible. | |
| P5S12A3 | Desarrollar campañas de sensibilización a los prestadores de servicios turísticos para promover el turismo accesible e incluyente dentro de sus establecimientos y productos. | |
| Responsable (s) | Secretaría de Turismo, Industria y Comercio, Secretaría de Planeación y Secretaría del Interior. | |
| Actores implicados | Secretaría de Familia, Academia, Organizaciones de víctimas, Gremios, asociaciones, corporaciones, fundaciones relacionadas con la actividad turística, MiCITio Quindío. Servicios Públicos de Empleo y Empresarios. | |



| | |
|-------------|--|
| Metas | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Oferta de productos turísticos con mecanismos incluyentes y accesibles en los 12 municipios del Departamento del Quindío. <input type="checkbox"/> 3 proyectos turísticos enfocados en turismo accesible. <input type="checkbox"/> Mínimo 5 campañas de sensibilización a los diferentes eslabones de la cadena del turismo, para el departamento. <input type="checkbox"/> Propender que mínimo tres (3) agencias operadoras tengan productos promisorios y/o de turismo incluyente y accesible dentro de su portafolio de servicios. |
| Indicadores | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Número de municipios atendidos por medio de proyectos/productos turísticos en ejecución, con componentes de inclusión y accesibilidad. <input type="checkbox"/> Número de proyectos turísticos presentados con enfoque de turismo accesible. <input type="checkbox"/> Número de campañas de sensibilización realizadas al año en el departamento. <input type="checkbox"/> Número de agencias operadoras con productos incluyentes y accesibles en sus portafolios de servicios. |

13.6 Programa 6: Mercadeo y promoción.

El mercadeo y la promoción de un destino brindan la oportunidad de diversificar la oferta y posicionar la marca territorio con sus atractivos más característicos.

Diversificar supone estudiar aquello para lo que se tienen potencialidades competitivas en el Departamento y gestionar los medios para concretarlas, atrayendo segmentos de mercado focalizados nacionales e internacionales que sean afines con los valores del destino y a la vez incrementar el promedio de gasto diario para favorecer la economía local. Razón por la cual, el departamento del Quindío hace parte del comité de internacionalización que busca la atracción de la inversión y la apertura de nuevos mercados para nuestros productos, bienes y servicios.



No se trata de implementar estrategias para aumentar la cantidad de turistas en el Quindío, ni de un turismo masivo que ponga en riesgo las cualidades naturales y culturales del territorio, sino por el contrario de fortalecer las acciones de promoción del Quindío para atraer turistas especializados, grupos menos invasivos, pero con estándares más altos que se identifiquen con los valores culturales y naturales del destino y promuevan acciones de protección y conservación.

Es importante realizar un seguimiento de los productos elegidos en la promoción del destino, para conocer sus resultados comerciales, con base en esta evaluación, se deben realizar nuevos ciclos del programa, ajustando los productos a las oportunidades existentes en el departamento y el territorio del PCC y a los cambios en las preferencias de la demanda.

Las estrategias actuales para promocionar y comercializar productos y servicios turísticos deben estar encaminadas a la sostenibilidad y equilibrio con el medio ambiente, a su vez que tiene en cuenta las necesidades del cliente desde estos aspectos. Lo anterior indica entonces, que las campañas de promoción turística se alinean con diferentes aspectos de las Normas Técnicas Sectoriales del Turismo Sostenible, y a la vez con propuestas de venta innovadoras y amigables con el ambiente.

Crear cambios pequeños en las empresas y en las personas tales como disminuir el papel empleado en folletos, tarjetas, brochures, pancartas, etc., reduce a su vez la contaminación visual y la generación de residuos; fortalecer las herramientas tecnológicas de marketing digital como aplicaciones celulares y uso de redes sociales; exigir boletos virtuales y no impresos, entre muchos otros cambios pequeños que pueden fortalecer la sensibilización, las prácticas ecológicas, con el fin de mitigar impactos a la capa de ozono y reducir la huella de carbono.



13.6.1 Subprograma 13 – Planes de mercadeo y promoción

| | | |
|-------------------------------|---|--------|
| Planes de mercado y promoción | | P6-S13 |
| Objetivo | Impulsar la promoción de productos turísticos y marca Quindío, a través del fortalecimiento de los mercados actuales y la penetración de nuevos mercados priorizados tanto nacionales como internacionales. | |
| Descripción | <p>Ajuste de los planes de mercado y promoción de los productos turísticos para el apoyo a las empresas comercializadoras y operadoras de turismo receptivo.</p> <p>Alinear las estrategias de promoción y mercadeo con las estrategias nacionales e internacionales.</p> | |
| Líneas de acción | | |
| P6S13A1 | Actualizar el plan de mercadeo y promoción turística del departamento, basados en los públicos objetivos que se quieren atraer. | |
| P6S13A2 | Ejecutar el plan de mercadeo y promoción del departamento. | |
| P6S13A3 | Participación en Ferias nacionales e Internacionales, viajes de familiarización (Fam trips), workshops, misiones empresariales, entre otros. | |
| P6S13A4 | Incorporar acciones que permitan la apertura de nuevos mercados internacionales a fines con la vocación turística del departamento. | |
| Responsable (s) | Secretaría de Turismo, Industria y Comercio, Cámara de Comercio, Quindío Convention Bureau, directores de Turismo de Alcaldías municipales. | |



| | |
|--------------------|---|
| Actores implicados | Gremios turísticos y sus instituciones, Viceministerio de Turismo, FONTUR. |
| Metas | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Diseñar y ejecutar dos (2) Planes de Mercadeo durante la vigencia del presente PET con actualizaciones y ajustes anuales. <input type="checkbox"/> Ejecutar dos planes de mercadeo durante la vigencia del presente PET con actualizaciones y ajustes anuales. <input type="checkbox"/> Participar en al menos 5 acciones de promoción anualmente. <input type="checkbox"/> Incorporar al menos 5 acciones que permitan la apertura de nuevos mercados internacionales. |
| Indicadores | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Número de planes diseñados durante la vigencia del PET. <input type="checkbox"/> Número de planes ejecutados durante la vigencia del presente PET. <input type="checkbox"/> Número de acciones anuales de promoción en las que se participó. <input type="checkbox"/> Número de acciones incorporadas que permitan la apertura de mercados internacionales. |

13.7 Programa 7. Productos y servicios turísticos promisorios

Los productos turísticos son el fruto de las actuaciones empresariales, individual o colectivamente, donde el papel de las administraciones públicas, consiste en desarrollar el territorio turístico y apoyar a los empresarios para que puedan diseñar, estructurar y fortalecer verdaderos productos turísticos con posibilidades competitivas y ponerlos en el mercado.

Actualmente, la apuesta para la estructuración y desarrollo de productos turísticos en el Departamento del Quindío, tiene como segmento especial el Turismo de Naturaleza y un Turismo Cultural, circunscrito a la cultura cafetera y la declaratoria del Paisaje Cultural Cafetero. Como se ha mencionado anteriormente, los subsegmentos como ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural (agroturismo), son los priorizados a



nivel regional, donde se hace necesario segmentar aún más el mercado, a fin de obtener productos turísticos altamente diferenciados y especializados.

Por su parte, el Turismo Cultural es un segmento especializado, donde la oferta de productos y servicios turísticos se diseñan de acuerdo con las necesidades de los turistas y en consideración con los recursos potenciales con que cuentan las zonas rurales, procurando mantener un equilibrio sostenido con la naturaleza.

PLAN SECTORIAL NACIONAL DE TURISMO 2018 – 2022 “TURISMO: EL PROPÓSITO QUE NOS UNE”, considera como potencial altamente diferenciador, el segmento de Turismo Cultural porque otorga la oportunidad para promover el desarrollo de la economía naranja¹ y valorizar la gastronomía, música, artesanía, entre otras industrias creativas; las expresiones y bienes del patrimonio material e inmaterial, las festividades y eventos, así como el etnoturismo. Es así como MinCIT, en coordinación con el Ministerio de Cultura, fomentarán el desarrollo del Turismo Cultural, de manera sostenible como parte del turismo naranja², en función de las competencias de cada una de las instituciones, orientado a constituirse en un pilar de competitividad y de generación de ingresos para los agentes del turismo y la cultura, así como en una estrategia para lograr la puesta en valor del patrimonio cultural material e inmaterial, la diversidad cultural, las artes y las industrias culturales y creativas, en los territorios con vocación de turismo cultural.

El turismo naranja es la misión y visión que todo turismo cultural debe tener, todo esto debido a sus riquezas culturales. La región quindiana es rica culturalmente y representada con 11 de sus 12 municipios en el PCC, es allí donde se debe aprovechar obras culturales, artísticas, y diversidades culturales con que se cuenta.

¹ Según la Ley 1834 de 2017, la economía naranja implica el desarrollo sostenible de las industrias creativas, las cuales generan valor debido a sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual. Las industrias creativas comprenden de forma genérica -pero sin limitarse a-, los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa.

2. El turismo naranja no se considera una tipología de turismo desde la motivación, sino como un conjunto de directrices que se aplican a las formas de relación entre turismo, el patrimonio cultural, la producción artística, las industrias culturales y creativas, para desarrollar su valor y garantizar su sostenibilidad, según lo dispuesto en la Ley 1834 de 2017.



Esto va a su vez enfocado al turismo extranjero, ya que estas personas también aprecian los actos culturales. Potenciar más la cultura cafetera y el PCC y transmitir las enseñanzas a las diferentes generaciones para que perduren culturalmente a través de los años.

A nivel departamental, se vislumbran iniciativas locales en torno a turismo de intereses especiales, caracterizado por presentar un valor agregado centrado en la autenticidad de la oferta, no ser masivo y mantener un fuerte componente de sustentabilidad ambiental y sociocultural. Iniciativas locales en los municipios cordilleranos del Quindío que se encuentran en etapa de desarrollo, mientras otras municipalidades cuentan con productos turísticos en destinos más maduros como Filandia y Salento. En este contexto, la región tiene potencial y priorizará aún más, las siguientes tipologías: agroturismo, ecoturismo, observación de aves, turismo cultural, turismo MICE, turismo de diversión, turismo naranja, turismo gastronómico, turismo de aventura, turismo de salud y bienestar y el fortalecimiento del Paisaje Cultural Cafetero que requieren apoyo institucional.

Actualmente, la apuesta para la estructuración y desarrollo de productos turísticos en el Departamento del Quindío, tiene como segmento especial el Turismo de Naturaleza y un Turismo Cultural, circunscrito a la declaratoria del Paisaje Cultural Cafetero. Dentro de estos tipos de turismo, es importante abarcar las nuevas opciones del turismo alternativo, el cual se diferencia del turismo de masas que actualmente está causando problemáticas en el departamento tanto en infraestructura vial, capacidad de carga en zonas urbanas y naturales, sobredemanda de consumo de recursos como agua y energía (POMCA, 2018), entre otras.

El turismo alternativo se enfoca en la sostenibilidad integral, diseñar un producto que incluya la cadena productiva local, manteniendo o mejorando las condiciones económicas, sociales y culturales en las comunidades; el turismo alternativo aporta beneficios económicos para proteger y mantener las áreas naturales donde se lleva a cabo la actividad turística; por último, tiene el potencial para educar a los turistas, y fomentar un espíritu de defensa. En conclusión, estas experiencias fomentan la protección mediante el desarrollo de la conciencia, visión, conocimiento, comprensión, aprecio y respeto del medio ambiente local (Barrios, 2011).

De esta manera, el ecoturismo como línea de turismo en auge, integra no sólo las prácticas del turismo alternativo, sino que además, apoya activamente la conservación



de los ecosistemas mediante diversas acciones que pueden llevarse a cabo desde dos aspectos: 1) el pasivo, que busca minimizar el impacto ecológico con cada acción y consumo, y 2) el activo, el cual contribuye a conservar y proteger los recursos por medio de acciones concretas que durante los viajes turísticos se pueden realizar (Barrios, 2011).

De acuerdo a esto, es posible diseñar y ofrecer productos y servicios de turismo en el departamento que se encuentren en este espectro del ecoturismo, teniendo en cuenta que todo tipo de turismo tiene un impacto negativo, pero siempre se puede mitigar dicho impacto con acciones conscientes y con educación. De esta manera, el público y los clientes, cada vez tienen más conciencia al respecto de las problemáticas y las empresas ecológicas tienen una gran aceptación entre los consumidores.

13.7.1 Subprograma 14 – Diseño de productos turísticos competitivos y Turismo naranja

| | | |
|---|---|--------|
| Diseño de productos turísticos competitivos y Turismo Naranja | | P7-S14 |
| Objetivo | Contribuir al diseño y puesta en mercado de productos turísticos competitivos, con posibilidades de aprovechar las experiencias derivadas de los valores de la biodiversidad y de la cultura, dirigidos a los mercados priorizados. | |
| Descripción | Esta actuación se estructura alrededor de una doble línea de trabajo: <ol style="list-style-type: none"> 1. Detectar oportunidades de experiencias susceptibles de convertirse en productos turísticos. 2. Contacto y difusión entre operadores turísticos, dotándolos de herramientas para organizar y comercializar los productos potenciales propuestos, los cuales deben estar dirigidos a mercados concretos y estudiados previamente. | |
| Líneas de acción | | |



| | |
|--------------------|---|
| P7S14A1 | Desarrollar estrategias de turismo para la conservación, mediante la puesta en valor turístico de las Áreas Ambientales, bajo criterios de sostenibilidad. |
| P7S14A 2 | Priorizar el desarrollo de productos turísticos clasificados en las siguientes tipologías: Aviturismo, cicloturismo, turismo naranja, agroturismo, ecoturismo, turismo cultural, turismo MICE y SMERF, turismo de diversión, turismo gastronómico, turismo de aventura, turismo de salud y bienestar, turismo religioso, turismo contemplativo, turismo deportivo. |
| P7S14A 3 | Promover en las agencias de viajes receptivos y tour operadores, la creación de productos turísticos innovadores y el aprovechamiento de los existentes. |
| Responsable (s) | Secretaría de Turismo, Industria y Comercio |
| Actores implicados | Anato, Acodres, Cámaras de Comercio, FONTUR, Procolombia, Parques Nacionales Naturales de Colombia, CRQ, Entes territoriales y Viceministerio de Turismo, Quindío Convention Bureau, Secretaría de Cultura. |
| Metas | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Desarrollar tres (3) productos de turismo cultural, con fundamento en el fortalecimiento de la identidad cultural del departamento. <input type="checkbox"/> Desarrollar y/o fortalecer veinte (20) productos de turismo experiencial (naturaleza, MICE y SMERF, Turismo de diversión, turismo gastronómico, turismo naranja, turismo de salud y bienestar, turismo cultural, aviturismo, cicloturismo, turismo naranja, agroturismo, ecoturismo, turismo cultural, turismo MICE, turismo de diversión, turismo gastronómico, turismo de aventura, turismo de salud y bienestar, turismo religioso, turismo contemplativo, turismo deportivo) <input type="checkbox"/> Propender que mínimo tres (3) agencias operadoras tengan productos promisorios y/o de turismo naranja dentro de su portafolio de servicios. |



| | |
|-------------|--|
| Indicadores | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Número de productos turísticos culturales por año en el departamento. <input type="checkbox"/> Número de productos turísticos fortalecidos por año de turismo experiencial. <input type="checkbox"/> Número de agencias operadoras de turismo con productos enfocados en turismo naranja y/o promisorios. |
|-------------|--|

13.8 Programa 8: TIC para el turismo

El sector turístico necesita reinventarse e invertir en investigación, tecnología e innovación para mejorar la experiencia de los clientes. El turismo es un negocio que requiere gran cantidad de información, su calidad depende de la disponibilidad y gestión de información (Egger, 2006). La competencia de las empresas para crear valor, ya no depende únicamente de capacidades financieras y de producción, la información es fundamental para lograr mayor productividad e innovación. Las TIC e internet han cambiado la manera en que se informa sobre el turismo y la forma en que las compañías y comunidades turísticas trabajan en el diseño y la comercialización de sus productos, del mismo modo en que se ha transformado la forma en que los turistas planifican, reservan y viven sus experiencias turísticas (Munar, 2012).

Las TIC hacen referencia a los recursos tecnológicos que permiten el almacenamiento, procesamiento, organización, acceso, uso, distribución y comunicación de información.

El PLAN SECTORIAL NACIONAL DE TURISMO 2018 – 2022 “TURISMO: EL PROPÓSITO QUE NOS UNE”, destaca la importancia del marketing digital y la inversión que deben hacer las empresas del sector en soluciones tecnológicas para mejorar su competitividad y productividad, y responder a la evolución, a la Economía Digital.

En este sentido, las TIC son utilizadas por las empresas turísticas para ampliar sus operaciones, gestionar su inventario y maximizar su rentabilidad, en tanto que, a nivel



institucional, las TIC son una necesidad para la promoción y coordinación de la industria del turismo. Por tal motivo, se busca promover el conocimiento, adopción, fortalecimiento y uso de múltiples y variadas alternativas tecnológicas modernas, en los productos turísticos para la innovación y eficiente operación, y considerar además el apoyo a los productos turísticos promisorios.

Para las empresas, la importancia del uso de las TICs va en aumento debido a la situación actual mundial con la pandemia COVID-19. Hay que aprovechar la crisis para cambiar el modelo económico hacia la Sociedad de la Información, donde la solución es digital. Invertir en las TICs para aumentar la competitividad y productividad de las empresas del Quindío y, asimismo, cumplir con las políticas de sostenibilidad que buscan ahorrar energía, disminuir la contaminación visual, auditiva y de residuos sólidos (papel, plástico etc.), en las ciudades y economizar los costos de producción en las estrategias de mercadeo.

Las comunicaciones virtuales son la estrategia pionera en la actualidad, el manejo de nuevas herramientas como redes sociales, comercializar productos y servicios por páginas web y aplicaciones móviles, convierte a las TICs en un aliado estratégico del turismo para generar una economía más competitiva y globalizada en la región.

13.8.1 Subprograma 15 – Uso de las TIC en el sector turismo

| | | |
|--------------------------------------|--|--------|
| Uso de las TIC en el sector turismo. | | P8-S15 |
| Objetivo | Incorporar en la gestión de las empresas turísticas e instituciones asociadas al sector turístico, los medios y tecnologías adecuadas para la integración tecnológica de los negocios, tanto en gestión de la promoción turística, como de herramientas de inteligencia de mercado para las empresas. | |
| Descripción | Diseñar un Plan de implementación de TIC para la gestión turística del Departamento del Quindío, buscando dar solución a las siguientes problemáticas: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Poco uso de los medios informáticos en la gestión integral del establecimiento. ✓ Escasa eficacia de las páginas web empresariales en la difusión de valores conceptuales ajustados a la realidad del destino. | |



| | |
|--------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Débiles portales web con sistemas de pasarela de pagos (Sistemas de pago electrónico). ✓ Ampliar el uso de páginas web y redes sociales en el proceso de ventas. ✓ Dificultades para la comprensión del fenómeno de uso de los medios informáticos como estrategias de servicio al cliente. |
| Líneas de acción | |
| P8S15A1 | Estimular el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones para la operación y comercialización en las empresas del sector turístico. |
| P8S15A2 | Gestionar tecnologías de la información y las comunicaciones para el sector turístico del Quindío. |
| P8S15A3 | Promocionar y socializar las bondades de la plataforma tecnológica en el sector turístico y cultural. |
| P8S15A4 | Diseñar los puntos de información turística digital que incluya la georreferenciación de toda la cadena productiva del turismo. |
| Responsable (s) | Secretaría de Turismo, Industria y Comercio y Secretaría TIC. |
| Actores implicados | Ministerio de las TIC, gremios turísticos, asociaciones, corporaciones, fundaciones relacionadas con la actividad turística, MiCITio Quindío. |
| Metas | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Diseñar al menos cinco (5) estrategias de implementación y usabilidad de TIC en los prestadores de servicios turísticos. <input type="checkbox"/> Adoptar las TIC en la gestión turística del destino para la toma de decisiones. |



| | |
|-------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Incrementar en un 50% el aprovechamiento de la plataforma tecnológica de las rutas de turismo de naturaleza y cultura. <input type="checkbox"/> Diseñar una aplicación digital que contenga la información turística completa para el departamento. <input type="checkbox"/> Al menos 5 acciones de promoción de la aplicación digital diseñada. |
| Indicadores | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Número de prestadores de servicios turísticos con estrategias TIC implementadas por año. <input type="checkbox"/> Número de estrategias TIC adoptadas por las instituciones del turismo. <input type="checkbox"/> Porcentaje de incremento del aprovechamiento de la plataforma en empresarios. <input type="checkbox"/> El diseño de una aplicación turística del departamento del Quindío. <input type="checkbox"/> Número de acciones de promoción de la aplicación digital diseñada. |

13.9 Programa 9: El Patrimonio Cultural y el Paisaje Cultural Cafetero como eje dinamizador del turismo

La inclusión del Paisaje Cultural Cafetero Colombiano (PCC), en la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO, mecanismo que contribuye a la protección internacional del patrimonio cultural y natural, fomentando su respeto y valoración ha sido fundamental en el desarrollo turístico del departamento. Para ello, el Estado demostró que el PCC posee un valor universal excepcional que se expresa en los siguientes valores: Esfuerzo humano, familiar, generacional e histórico para la producción de un 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 y relación entre tradición y tecnología para garantizar la calidad y sostenibilidad del producto.



En el marco de esta declaratoria, el sector turístico es un actor fundamental en la preservación del PCC, generador de alternativas de sostenibilidad que van más allá de lo económico, toda vez que la actividad turística del destino Quindío, tiene como bastón la cultura cafetera.

Es por ello que este programa está encaminado a generar alternativas de apropiación y la búsqueda de desarrollos productivos que integren los atributos del Paisaje Cultural Cafetero; con estrategias que contribuyan a preservar la declaratoria e integre un sistema de desarrollo económico que incremente la productividad en el sector caficultor, fortaleciendo la idiosincrasia de la región cafetera.

13.9.1 Subprograma 16 – Apropiación del PCC en el sector turístico

| | | |
|--|---|--------|
| Apropiación del PCC en el sector turístico | | P9-S16 |
| Objetivo | Contribuir en la conservación del PCC, desarrollando alternativas productivas en el sector turístico, aprovechando los atributos de la declaratoria de la UNESCO. | |
| Descripción | Este programa integra la cultura como eje dinamizador del turismo en el departamento del Quindío, apoyados en la inclusión del Paisaje Cultural Cafetero Colombiano (PCC), en la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO | |
| Líneas de acción | | |
| P9S16A1 | Desarrollar estrategias para la apropiación del PCC y las oportunidades en el campo del turismo | |
| P9S16A2 | Abrir espacios de participación de los actores culturales en actividades productivas del sector turístico | |



| | |
|--------------------|---|
| Responsable (s) | Secretaría de Turismo, Industria y Comercio |
| Actores implicados | Ministerio de Cultura, Secretaría de Cultura Departamental, gremios turísticos, asociaciones, corporaciones, fundaciones relacionadas con la actividad turística y con el PCC, MiCITio Quindío; vigías del Patrimonio, organizaciones culturales |
| Metas | <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar una (1) campaña interna de promoción donde se dé a conocer los atributos del PCC. • Realizar un Plan de Acción anual, para la apropiación del PCC en los 12 municipios, con las Instituciones Educativas, secretaría de Cultura, secretaría de Educación y Administraciones Municipales en la población de Niños, Niñas y Adolescentes del departamento del Quindío. • Implementar un programa para el desarrollo de productos turísticos de alto valor, aprovechando la declaratoria del PCC • Formular e implementar 5 proyectos de promoción turística para el PCC. • Realizar al menos 2 ruedas de servicios anuales con el del sector turístico y cultural, para vincular a los actores del sector cultural en la cadena productiva del turismo. |
| Indicadores | <ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de la campaña ejecutado. • Porcentaje del Plan de Acción implementado. • Número de proyectos formulados e implementados. • Número de ruedas de servicios realizadas. • Porcentaje del programa implementado. |



| | |
|--|--|
| | |
|--|--|



14. PRESUPUESTO

El presupuesto total del Plan Estratégico de Turismo del Departamento del Quindío para los 10 años (2022-2032) ha sido proyectado en: \$ 28.903.603.588 (veintiocho mil novecientos tres millones, seiscientos tres mil quinientos ochenta y ocho pesos), ver cuadro en Excel.

Basados en la proyección del Marco Fiscal de Mediano Plazo del Departamento 2021, recursos que corresponde a la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio y el resto deberán ser gestionados con el gobierno central y en cooperación con los municipios y agencias de cooperación.

- ✓ Impuesto al registro (4%):

Para la ejecución de las actividades planteadas en el PLAN ESTRATEGICO DE TURISMO DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDIO 2022-2032”, se ha destinado los recursos provenientes del impuesto al Registro correspondiente a un 4%, de conformidad con lo dispuesto en la Ordenanza 009 del 20 de abril de 2009 “POR MEDIO DE LA CUAL SE DESTINA EL 4% DEL IMPUESTO DE REGISTRO QUE RECAUDA EL GOBIERNO DEPARTAMENTAL PARA LA PROMOCIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA DEL QUINDIO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”, la cual determina en el Artículo primero:

“Destinar el 4% del impuesto de registro que recaude anualmente el Departamento del Quindío, para financiar la promoción de la Industria Turística del Quindío”.

Dichos recursos ascienden a la suma de \$ 7.523.814.806 para el Plan Decenal.

- ✓ Otros recursos (corrientes de libre destinación)

Así mismo los recursos corriente de libre destinación cuya proyección a los diez (10) años del Plan corresponden a \$2.769.174.808.

El resto deben ser fruto de la gestión con los municipios, otras dependencias departamentales, gobierno nacional y cooperación internacional.



15. CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

El desarrollo del turismo sostenible, debe considerarse como la eficiente y balanceada interacción entre el apropiado uso de los recursos naturales y culturales, el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades anfitrionas y el éxito económico de las actividades turísticas; adicionalmente debe aportar al desarrollo del Departamento. La Sostenibilidad turística no puede ser solamente un esfuerzo por dar respuesta a la demanda, debe ser una condición necesaria e indispensable para que el destino Quindío garantice condiciones de competencia, hoy y en el futuro.

Como modelo para el desarrollo, la sostenibilidad, tendrá que garantizar que las necesidades actuales de las comunidades anfitrionas sean satisfechas, pero sin comprometer el genuino derecho que las futuras generaciones tendrán de satisfacer las suyas; es decir, el desarrollo del Departamento no se puede apalancar en el desmedido e incontrolado aprovechamiento de los recursos (naturales, culturales, sociales) para suplir las necesidades de las comunidades (alimentación, vivienda, salud, empleo), éstos serán los únicos recursos con que contarán las futuras comunidades para garantizar la satisfacción de sus necesidades.

La sostenibilidad debe ser un concepto real, práctico y necesario en el marco de la competitividad turística del departamento del Quindío a nivel nacional e internacional, con el único objetivo de garantizar que la utilización o aprovechamiento de los recursos naturales, culturales, sociales, sea la más óptima. También tendrá que ser un medio para incentivar la participación de las comunidades brindando los soportes necesarios para mejorar la competitividad del sector.

El Turismo 100% sostenible o responsable es el turismo que el Departamento del Quindío necesita para continuar siendo ejemplo a nivel nacional, turismo eficiente que promueve el buen manejo y el ahorro de los recursos naturales, turismo que hace partícipe a las comunidades en la búsqueda de las soluciones a los problemas que el mismo turismo plantea. El Turismo sostenible en el Departamento del Quindío se debe apalancar en los tres criterios globales que evalúan la sostenibilidad turística, que son:



15.1 Criterio Socio – Cultural

Se basa en la implementación de un código de conducta que, siendo dado a conocer a todos los actores de la actividad, se convertirá en el derrotero de las actividades y el respeto por el patrimonio cultural. Debe generar un inventario de los bienes materiales e inmateriales y de las entidades y organizaciones que aportarán su experiencia, conocimientos y recursos para garantizar la conservación, la promoción, y el buen aprovechamiento del patrimonio cultural del Departamento del Quindío, para lo cual se tendrán que establecer programas de conservación del patrimonio, liderando y promoviendo, con las organizaciones competentes, campañas enfocadas a la prevención del tráfico ilícito de bienes culturales.

En la recuperación y mantenimiento del patrimonio arquitectónico de los municipios del Departamento, se dictarán las normas necesarias para garantizar el diseño y la utilización de materiales tradicionales en la planta turística. Es así que el apoyo a las comunidades es de gran importancia en la sostenibilidad, pues se debe garantizar el desarrollo de aquellas que elaboran productos o prestan servicios que promuevan el uso sostenible de materias primas utilizadas para su producción y que resalten las características propias de la región garantizando que todas las comunidades residentes, indígenas, negras, raizales, se sientan respetadas y se les garantice el cumplimiento de sus legislaciones.

15.2 Criterio Económico

La base de este criterio es la imagen y la promoción del destino Quindío, para lo cual se debe diseñar y contar con una imagen de marca y enmarcar en ella los productos turísticos del Departamento. El crecimiento económico de la industria dependerá de la satisfacción del turista o visitante, por lo que se debe medir y registrar el grado de satisfacción y aplicar las medidas, de acuerdo con los resultados obtenidos, en búsqueda de mejorar la satisfacción de los turistas y visitantes.

La generación de empleo local, directo e indirecto, será el reflejo del crecimiento de las actividades turísticas en el Departamento, pues todas las vacantes o puestos de trabajo generados para el desarrollo de estas actividades, deberán ser cubiertas con integrantes de la comunidad local. El Turismo Sostenible estimula el desarrollo de



empresas de base local y al integrar a proveedores locales a su operación, se propicia el desarrollo de empresas dedicadas a proveer los bienes y servicios requeridos.

15.3 Criterio Medioambiental

El turismo sostenible tiene que colaborar en la protección y conservación del medioambiente en el que se desarrolla porque de él depende. El respeto por el cuidado y conservación del medioambiente es la base de este criterio, la protección de la flora y fauna determina que se garantice que no se permitirá comercializar o consumir especies o productos de flora y fauna vedados por la ley, así como tampoco ejecutar o apoyar actividades encaminadas a la colección y tráfico de especies animales o vegetales. Los programas para el uso eficiente y ahorro del agua y la energía eléctrica, se deberán dar a conocer a los visitantes, turistas, empresarios y comunidad en general, para que sean apropiados y garantizar el eficiente suministro de los recursos, primero a las comunidades residentes o locales y luego al sector turístico.





16. CRONOGRAMA

| SECRETARIA DE TURISMO, INDUSTRIA Y COMERCIO DEL QUINDIO | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|--|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| PLAN ESTRATEGICO DE TURISMO 2022-2032 | | | | | | | | | | | | | |
| CRONOGRAMA | | | | | | | | | | | | | |
| EJES ESTRATEGICOS | PROGRAMAS | SUB PROGRAMAS | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | 2031 | 2032 |
| 12.1.1 Eje Estratégico N° 1. Promoción de sinergias y fortalecimiento institucional | Programa 1: Fortalecimiento Institucional y financiación | P1-S1 Sistema Departamental de Turismo | | | | | | | | | | | |
| | | P1-S2 Sostenibilidad Financiera | | | | | | | | | | | |
| | | P2-S3 Gestión Territorial | | | | | | | | | | | |
| | | P2-S4 Infraestructura Turística | | | | | | | | | | | |
| 12.1.2 Eje Estratégico N° 2. Acompañamiento a todos los prestadores de servicios turísticos e instituciones en la gestión turística eficiente. | Programa 2: Articulación con el desarrollo territorial | P2-S5 Infraestructura de soporte | | | | | | | | | | | |
| | | Programa 3: Calidad y Sostenibilidad para el sector turístico | P3-S6 Calidad turística y certificaciones para el Turismo Sostenible | | | | | | | | | | |
| | Programa 3: Calidad y Sostenibilidad para el sector turístico | P3-S7 Turismo Responsable | | | | | | | | | | | |
| | Programa 3: Calidad y Sostenibilidad para el sector turístico | P3-S8 Formación y Capacitación | | | | | | | | | | | |
| | Programa 4: Encadenamiento productivo | P4-S9 Encadenamiento productivo del sector | | | | | | | | | | | |
| | Programa 5: Redistribución de beneficios del turismo | P5-S10 Emprendimientos Turísticos | | | | | | | | | | | |
| 12.1.3 Eje Estratégico N° 3. Impulso a la innovación y mejoramiento tecnológico del sector. | Programa 5: Redistribución de beneficios del turismo | P5-S11 Procesos turísticos con base comunitaria | | | | | | | | | | | |
| | | P5-S12 Turismo accesible e incluyente | | | | | | | | | | | |
| | Programa 6: Mercadeo y Promoción | P6-S13 Planes de Mercadeo y Promoción | | | | | | | | | | | |
| | Programa 7: Productos y servicios turísticos promisorios | P7-S14 Diseño de productos turísticos competitivos y Turismo Naranja | | | | | | | | | | | |
| Programa 8: TIC para el turismo | P8-S15 Uso de las Tics en el sector turismo | | | | | | | | | | | | |
| Programa 9: El Patrimonio Cultural y el Paisaje Cultural Cafetero como eje dinamizador del turismo | P9-S16 Apropiación del PCC en el sector turístico | | | | | | | | | | | | |





17. RECOMENDACIONES

- ✓ Fortalecer la cooperación entre diferentes estamentos públicos y privados, los cuales permitirán alcanzar la financiación de proyectos estratégicos que garanticen el cumplimiento del plan y los objetivos propuestos.
- ✓ Optimizar la infraestructura de doble uso, tales como servicios públicos domiciliarios, servicios sociales básicos, conectividad tecnológica, red vial secundaria y terciaria, equipamientos colectivos y espacio público, contribuyendo a mejorar la experiencia turística y beneficiando a los habitantes del Departamento.
- ✓ Potencializar la generación de un turismo sostenible y de calidad, incentivando las certificaciones pertinentes y la formación para el mantenimiento de las características de dichas certificaciones, todo esto para que el departamento sea reconocido, a nivel nacional e internacional, como destino sostenible que oferta productos de calidad.
- ✓ Integrar la comunidad local en los procesos y proyectos turísticos encaminados a la solución de las problemáticas detectadas.
- ✓ Potenciar el mercadeo y la promoción como herramientas para romper la estacionalidad y atraer mercados especializados que generen mayor rentabilidad y dinamismo en el sector.
- ✓ Profesionalizar la actividad turística en cada uno de los eslabones productivos de la cadena para garantizar el desarrollo de un turismo sostenible y competitivo en el destino.
- ✓ Mejorar los canales de comercialización en el sector turístico y convertir las TIC en una herramienta administrativa para optimizar la gestión del destino y mejorar la competitividad empresarial del sector en el Quindío.



- ✓ Articular esfuerzos Público – Privados, para promover el desarrollo de un modelo turístico en que refuerce la capacidad innovadora y creativa, no sólo en nuevos productos turísticos consolidados, generadores de experiencias valiosas basadas en la alta calidad de la oferta de servicios, sino, también en la puesta en valor del PCC y uso sostenible de la riqueza natural y cultural, única y diferenciada.
- ✓ Adelantar planes de seguimiento de medición y mejora del plan para cumplir con los objetivos propuestos.



18. GLOSARIO

Agentes receptivos: Agentes económicos cuya operación engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en nuestro país.

Acodrés: Es el gremio que representa los intereses de la industria gastronómica colombiana

Anato: La Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo- ANATO es una entidad sin ánimo de lucro y de carácter gremial que representa, defiende y promociona los intereses generales del turismo y de las Agencias de Viajes en Colombia. Creada el 20 de octubre de 1949, está conformada por Agencias Asociadas en todo el territorio nacional con 9 capítulos de representación, consolidando el sector y la agremiación como la entidad de más amplio reconocimiento nacional por el desarrollo de su gestión.

Asimétrico: La asimetría del crecimiento económico significa que éste se presenta con mayor énfasis en determinadas actividades económicas, mientras que en el resto el avance es menos rápido. Existen velocidades distintas en los diferentes sectores económicos por las evidentes ventajas comparativas y competitivas con la que cuentan los países. Es muy difícil que un país pueda tener muchas actividades que se desarrollan paralelamente y con igual intensidad, siendo lo normal, que se tenga que priorizar sus actividades económicas para lograr una más racional asignación de recursos.

Buenas Prácticas Sanitarias – BPS: Son los principios básicos y prácticas operativas generales de higiene para el suministro y distribución del agua para consumo humano, con el objeto de identificar los riesgos que pueda presentar la infraestructura.

Quindío Convention Bureau: Quindío Convention Bureau (QCB) es una Corporación sin ánimo de lucro que tiene como objetivo: coreografiar la experiencia global en la Ciudad-Región a través de actividades de mercadeo y promoción pro captación de



reuniones y eventos; apoyo de la comercialización y venta del destino a través de los Prestadores de Servicios Turísticos en los mercados nacionales e internacionales. Apoyo a los procesos de gestión turística del Quindío, desarrollo de productos, experiencias para los visitantes y de beneficios para la comunidad, siempre buscando la sostenibilidad y sustentabilidad económica, política, social y ambiental del departamento en el marco del Paisaje Cultural Cafetero

Cadena productiva: Sistema constituido por actores interrelacionados y por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de un producto o grupo de productos en un entorno determinado

Clúster: Grupo de empresas interrelacionadas que trabajan en un mismo sector industrial y que colaboran estratégicamente para obtener beneficios comunes.

Competitividad: El conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país. Una economía competitiva, creemos, es una economía productiva. Y la productividad conduce al crecimiento, que permite niveles de ingresos más altos, y es de esperar, a riesgo de sonar simplista, a un mayor bienestar. Fuente: Foro Económico Mundial

Cotelco: La Asociación Hotelera y Turística de Colombia – COTELCO es un gremio federado con amplia trayectoria, reconocimiento y presencia nacional que representa y apoya los intereses del sector hotelero y turístico colombiano fortaleciendo su competitividad y productividad mediante la prestación de servicios que permitan dar respuesta a las necesidades de nuestros afiliados y del turismo en general. COTELCO cuenta con un equipo de colaboradores altamente calificado que trabaja con ética, disciplina y respeto que le permite a la Asociación tener un compromiso indeclinable con la sociedad, el medio ambiente, la economía y el desarrollo tecnológico.

Economía digital: También conocida como "Economía en Internet", "Nueva Economía" o "Economía Web", se refiere a una economía basada en la tecnología digital. La economía digital se constituye como un ecosistema, en el que convergen la infraestructura de las redes de comunicación, los servicios de procesamiento y las tecnologías web, y las/os usuarias/os finales (individuos, empresas, gobierno), y será



el grado de desarrollo y complementación de estos componentes lo que define el nivel de avance de cada país. Fuente: Wikipedia

Enfoque diferencial: Una conceptualización bien fundamentada debe empezar por decir que el enfoque diferencial tiene un doble significado: es a la vez un método de análisis y una guía para la acción. En el primer caso, emplea una lectura de la realidad que pretende hacer visibles las formas de discriminación, contra aquellos grupos o pobladores considerados diferentes por una mayoría o por un grupo hegemónico. En el segundo caso, toma en cuenta dicho análisis para brindar adecuada atención y protección de los derechos de la población. Siendo así las cosas, el enfoque diferencial juega un papel importante como herramienta que debe manejar todo funcionario público, y en especial aquellas instituciones cuya obligación está en velar por el bienestar y el goce de los derechos de los ciudadanos, como es el caso de las prisiones. Si nos preguntamos por la razón de ello encontramos que el enfoque diferencial permite:

- Visibilizar el recrudecimiento de la violencia y violación de los derechos humanos en forma sistemática a poblaciones y grupos considerados históricamente y culturalmente con criterios discriminatorios.
- Evidenciar la ausencia de políticas públicas con enfoque de derechos.
- Señalar las dificultades y resistencias para reconocer las asimetrías, desigualdades, vulnerabilidad y necesidades de las poblaciones consideradas como diferentes.
- Mostrar la invisibilización y visión limitada sobre las características de dichas poblaciones.

Economía naranja: Es el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual.

Enfoque de género: El enfoque de género está orientado a observar, estudiar y transformar las diferencias culturales, económicas y políticas en la construcción de la condición y posición de hombres y mujeres, que generan desigualdades y se expresan en situaciones de discriminación y exclusión social. La progresiva incorporación de



este enfoque en el ámbito de planificación y gestión pública, emerge de la necesidad de apreciar y valorar la realidad desde una perspectiva de justicia e igualdad. Por un lado, intenta controlar los posibles efectos e impactos adversos que dejan a unas u otros en situación de desventaja y por otro, promueve la promoción de la igualdad de oportunidades con especial énfasis en el fortalecimiento de las capacidades y competencias de las mujeres a través de su empoderamiento como titulares de derechos. /Opc. Cit (2012) UNPA, PNUD, UNICEF, ONU Mujeres).

Equipamiento público: Espacio o edificio destinado a proveer a los ciudadanos de los servicios sociales de carácter formativo, cultural, de salud, deportivo recreativo y de bienestar social, y a prestar apoyo funcional a la administración pública y a los servicios urbanos básicos de la ciudad.

Estacionalidad: En el contexto del turismo, significa que los flujos o corrientes turísticas tienden a concentrarse en torno a determinadas épocas del año, repitiéndose este proceso anualmente.

Estrategias: Definición de medios, acciones y recursos para el logro de los objetivos. Para su formulación se consideran las condiciones sociales, institucionales, administrativas, políticas y económicas, entre otras. Se materializa a través de programas, subprogramas y proyectos.

Fontur: Fondo Nacional de Turismo/Es el ejecutor de la política de turismo del país, liderada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de la formulación, evaluación, aprobación y ejecución de diversos proyectos en tres líneas de inversión: Competitividad, Promoción y Mercadeo e Infraestructura Turística siendo su principal objetivo promover, crear e implementar nuevas estrategias para contribuir al desarrollo sostenible de la industria turística en Colombia.

Gobernanza: Es un nuevo concepto que, en su definición general, analiza el funcionamiento del Estado, pero también su interacción y relación con otros actores públicos y privados (Irg, Institución internacional Filosofía de la Gobernanza en Colombia).



Grupo etario: Grupos de individuos clasificados de acuerdo con la edad.

Indicador: Son instrumentos útiles para medir el logro de las metas, así como para el logro del objetivo. Un indicador es una señal que se puede observar y medir fácilmente. Es la conjugación de mínimo dos variables específicas, verificables objetivamente, para determinar los cambios o resultados de una actividad, objetivo o meta.

Indicador de Gestión: Mide el grado de cumplimiento de las funciones propias de la entidad al ejecutar un proyecto, lo que implica acciones en búsqueda de recursos nuevos o complementarios para proyectos de inversión, en cumplimiento de los planes de acción.

Indicador de Impacto: Mide el cambio logrado en la situación de la población como resultado de los productos y efectos obtenidos con el proyecto. Se trata del nivel más elevado de resultados o de la finalidad última del ciclo del proyecto, cuando se genera la totalidad de los beneficios previstos cuando entra a la etapa de operación.

Información Primaria: Conjunto de datos de fuentes externas provenientes de las instancias con las cuales la organización está permanentemente en contacto, así como de las variables que no están en relación directa con la entidad, pero que afectan su desempeño.

Información Secundaria: Conjunto de datos que se originan y/o procesan al interior de la entidad, provenientes del ejercicio de su función. Se obtienen de las diferentes fuentes de información que soportan la gestión de la entidad.

Infraestructura de doble uso: Corresponde a la infraestructura física y tecnológica que pueden responder a las necesidades tanto de la comunidad civil, como de otra industria o sector económico.

Innovación: Proceso mediante el cual la sociedad extrae del conocimiento beneficios económicos, ambientales y sociales. La innovación es una acción continua a lo largo del tiempo y abarca diferentes campos del desarrollo humano.



Invest in Armenia: Agencia de promoción de inversión del Quindío y Armenia, cuyo propósito es atraer inversión extranjera directa y empresas nacionales, así como apoyar e internacionalizar las empresas quindianas para que se integren a las cadenas globales de valor. Se ha conformado a través de la unión de esfuerzos público – privado, al compromiso decidido de la gobernación del Quindío, alcaldía de Armenia, Empresas de Energía del Quindío, Comité Intergremial y Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

NTS TS 001-1: Norma técnica sectorial colombiana. Destinos turísticos de Colombia. Requisitos de sostenibilidad.

Ordenamiento territorial: Conjunto de acciones político-administrativas y de planificación física concertadas, emprendidas por los municipios o distritos y áreas metropolitanas, en orden a disponer de instrumentos eficientes para orientar el desarrollo del territorio y regular la utilización, transformación y ocupación del espacio, de acuerdo con las estrategias de desarrollo socioeconómico y en armonía con el medio ambiente y las tradiciones históricas y culturales. El ordenamiento del territorio tiene por objeto complementar la planificación económica y social con la dimensión territorial, racionalizar las intervenciones sobre el territorio y orientar su desarrollo y aprovechamiento sostenible.

OVOP (One Village One Product): Es una herramienta para la promoción local sostenible. Es un modelo de desarrollo local, con base en el movimiento OVOP de origen japonés, estrategia cuyo principal objetivo es fortalecer el orgullo y la identidad de las comunidades mediante productos o servicios únicos y propios, resultado del aprovechamiento de las potencialidades de los recursos con los que cuentan los territorios y el trabajo y esfuerzo de los actores locales privados y públicos. La ejecución de esta estrategia busca fortalecer la cohesión social y la autonomía económica de las comunidades para la consecución de la paz. *Fuente: Documento conceptual OVOP Colombia Mi Pueblo, Mi Producto, Mi Orgullo, Hacia un modelo de desarrollo local incluyente, 2015. El movimiento OVOP ha tenido el acompañamiento de la Agencia de Cooperación Japonesa JICA y es operado en Colombia por el SENA según directriz del Gobierno Nacional.*



Plan Operativo Anual de Inversiones, POAI: Este plan señala los proyectos de inversión clasificados por sectores, órganos y programas coherentes con lo establecido en el Plan de Inversiones Públicas del Plan de Desarrollo y con el Plan Financiero.

Plan de Ordenamiento Territorial POT: Instrumento técnico y normativo de planeación y gestión de largo plazo. Es el conjunto de acciones y políticas, administrativas y de planeación física, que orientarán el desarrollo del territorio municipal por los próximos años y que regularán el uso, ocupación y transformación del espacio físico urbano y rural. Un POT es en esencia, el pacto social de una población con su territorio. El alcalde municipal tiene como obligación principal, mejorar la calidad de vida de sus habitantes; para ello tiene tres herramientas: el Plan de Ordenamiento Territorial, el Plan de Desarrollo Municipal y el presupuesto.

PNUMA: Programa de la Naciones Unidas para el medio ambiente.

Procolombia: Es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país. A través de la red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios.

Producto turístico: Es la combinación de prestaciones y elementos tangibles y no tangibles ofrecidos para satisfacer las expectativas de los turistas. El producto turístico es un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfagan sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral. Por tanto, existirán tantos tipos de turismo o productos como segmentaciones del mercado y motivaciones a viajar existan. *Fuente: Centro Europeo de Posgrado.*

Productos turísticos promisorios: Productos de perfil turístico que aprovechan los atractivos y recursos disponibles en una región con potencial de desempeño exitoso en el mercado.



RAP Región Administrativa y de Planificación: Son entidades conformadas por dos o más departamentos con personería jurídica, autonomía financiera y patrimonio propio, cuya finalidad está orientada al desarrollo regional, la inversión y la competitividad, en los términos previstos en el artículo 306 de la Constitución Política y en el marco de los principios consagrados en la ley, enfatizando la gradualidad, flexibilidad y responsabilidad fiscal.

RNT: Registro Nacional de Turismo.

Sinergia: Beneficio extra que dos empresas obtienen cuando trabajan juntas o se fusionan. Proviene del griego y significa trabajo en equipo. *Fuente: Economipedia.*

SIDAP: Sistema Departamental de Áreas Protegidas.

Tecnologías limpias: Instrumentos, métodos y procedimientos de producción, utilizados en las actividades industriales, comerciales o de servicio, en cuyo proceso, se procura un mínimo impacto sobre el medio ambiente, los recursos naturales renovables y la salud humana. Permite reducir y minimizar la utilización de recursos naturales y de energía por unidad de producción y reutilizar o reciclar subproductos o materias primas, o incorporar a los procesos de producción materiales reciclados. *Fuente: Guía para la Suscripción y Evaluación de Convenios de Reconversión a Tecnologías Limpias. Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. Año 2009.*

TIC: Es la abreviatura de Tecnologías de la Información y la Comunicación. Son el conjunto de tecnologías desarrolladas en la actualidad para una información y comunicación más eficiente, las cuales han modificado tanto la forma de acceder al conocimiento, como las relaciones humanas.

Tráfico de patrimonio: El tráfico de bienes culturales es la transferencia o la retención ilegales del patrimonio cultural, es decir, de objetos que posean valor artístico, histórico o arqueológico para un país determinado.



Transporte Multimodal: Es la articulación entre diferentes modos de transporte, a fin de realizar más rápida y eficazmente las operaciones de trasbordo de materiales y mercancías (incluyendo contenedores, palets o artículos similares utilizados para consolidación de cargas). El transporte multimodal, es aquel en el que es necesario emplear más de un tipo de vehículo para transportar la mercancía desde su lugar de origen hasta su destino final, pero mediando un solo contrato de transporte. *Fuente: Wikipedia*

Turismo accesible: Es una rama importante dentro del sector relacionada con la generación de una verdadera industria que supla las demandas de una minoría significativa de viajeros que requieren destinos y condiciones más accesibles para todos. La accesibilidad y diseño universal, son la base de una sociedad igualitaria y justa. Un país pensado en las necesidades de todas las personas, será un lugar atractivo para turistas nacionales e internacionales. *Fuente: Manual de Turismo Accesible, turismo para todos.*

Turismo MICE: El turismo MICE se define como un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales, de ocio, profesionales o asociativas, a través de la realización de negocios, congresos, convenciones, viajes de incentivo y otras reuniones similares, como, por ejemplo: jornadas, presentaciones de producto, conferencias, simposios, foros, seminarios, cursos etc., convocados con diferentes propósitos y magnitudes.

Turismo sostenible: Según la Federación de Parques de Nacionales y Naturales, el Turismo Sostenible lo constituyen “todas las formas de desarrollo turístico, gestión, y actividad que mantienen la integridad ambiental, social y económica, así como el bienestar de los recursos naturales y culturales a perpetuidad “(FNNP, 1993).

Turismo naranja: Es un turismo sostenible y generador de desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y las industrias culturales y creativas.

UNWTO: World Tourism Organization, Organización de turismo mundial.



Valores conceptuales del destino: Un destino turístico es un espacio geográfico que, debido a su singular disposición de recursos turísticos, recibe la visita periódica de turistas y/o visitantes que se desplazan al destino para vivir en primera persona la denominada experiencia turística, esto es, la necesidad de localizarse en un espacio que no es el propio. La experiencia con el territorio, o más aún, la emoción intangible del espacio, muestra, sobre todo en el nivel de determinados consumos de imágenes, las posibilidades de gestión específica de la imagen de los destinos turísticos, mediante la gestión y comunicación de las marcas de territorio. Así pues, se asiste a una exaltación de "simbologías consumibles", que implica la plena incorporación de los territorios a un proceso de mercantilización propio de cualquier otro bien o servicio de consumo. *Fuente: Aproximaciones teóricas y conceptuales para una definición del estado del arte de la comunicación de los destinos turísticos.*

WTTC: World Travel & Tourism Council: Autoridad mundial de Viajes y turismo.



19. BIBLIOGRAFÍA

- Ley 2068 del 31 de diciembre de 2020, “Por el cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones”.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Políticas del Sector Turismo. [En línea] <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo> (noviembre 2020)
- Plan sectorial de turismo 2018 – 2022 Turismo: el propósito que nos une [En línea] <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013> (noviembre 2020)
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia. [En línea]. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=58fc480a-7a27-4420-aac4-e72c8bcee437> (noviembre 2020)
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Política de turismo cultural [En línea]. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-cultural/descargue-el-documento-completo-aqui/politica-de-turismo-cultural.pdf.aspx> (noviembre 2020)
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Plan estratégico y de negocios del Turismo Cultural de Colombia. [En línea]. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=87ecec49-94d1-4d58-a8f2-98a2731d03ff> (noviembre 2020)
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Política de turismo de naturaleza [En línea]. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza.pdf.aspx> (noviembre 2020)



- Plan Nacional de Negocios Verdes. 2014. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Bogotá: El Ministerio, Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles.
- Los protocolos de bioseguridad en el turismo tras la pandemia. 2020. BLOG “BID” Banco Interamericano de Desarrollo. Disponible en: <https://blogs.iadb.org/sostenibilidad/es/los-protocolos-de-bioseguridad-en-el-turismo-tras-la-pandemia/>
- <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/sello-de-bioseguridad-check-in-certificado-turismo>
- Barrios Láinez, Maria Angelica. 2011. Ecoturismo y Sostenibilidad. Una revisión bibliográfica. Proyecto Fin de Máster. Máster Universitario en Desarrollo Económico y Sostenibilidad. Universidad Pablo de Olavide. Universidad Internacional de Andalucía.
- Guía para la Suscripción y Evaluación de Convenios de Reconversión a Tecnologías Limpias. Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. Año 2009.
- Manual de Turismo Accesible, turismo para todos. Disponible en: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/documentos-noticias/manual-de-turismo-accesible-turismo-para-todos.aspx>
- de San Eugenio Vela, Jordi. (2012). Aproximaciones teóricas y conceptuales para una definición del estado del arte de la comunicación de los destinos turísticos. *Andamios*, 9(20), 211-236. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632012000300011&lng=es&tlng=es.

