

EL PLAN SECTORIAL DE TURISMO PARA FILANDIA - MODELO -

0. INTRODUCCION

1. ASPECTOS GENERALES

Ubicación geográfica

Fisiografía

Demografía

División política - administrativa

Historia y Folclore

Aspectos económicos

Evolución del ecoturismo, del agroturismo, del turismo étnico y cultural

I. DIAGNOSTICO

1. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y ENTORNO EMPRESARIAL

Régimen departamental: Gerencia de turismo, Fondo Mixto de Promoción

Régimen municipal turístico

Organizaciones locales

2. LIMITANTES Y POTENCIALIDADES

2.1 INVENTARIO DE ATRATIVOS TURISTICOS Y OFERTA ACTUAL

- Atractivos naturales
- Atractivos culturales

2.2 INFRAESTRUCTURA

- Vial, Aeroportuaria, servicios públicos, salud
- Servicios básicos requeridos, transporte, señalización
- Atractivos turísticos, Infraestructura, Planta turística, Superestructura,
- Tecnología empleada

2.3 EDUCACION Y CAPACITACION TURISTICA

- Conocimientos
- Capacitación requerida, Necesidades de educación para el turismo

2.4 COORDINACION Y FINANCIACION

- Coordinación institucional y normatización
- Recursos financieros disponibles

- II. CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA
- III. PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO - MODELO
- 3. INTRODUCCION
- 2. LA VISION
- 3. LINEAMIENTOS DE UN DESARROLLO SOSTENIBLE
- 4. NECESIDADES E IDEAS
- 5. ESTRATEGIAS
- 6. OBJETIVO GENERAL - OBJETIVOS ESPECIFICOS
- 7. PROYECTOS - ACTIVIDADES
- 8. CRONOGRAMA
- 9. FINANCIACION E INVERSION
- 10. SEGUIMIENTO

0. INTRODUCCION

Según la ley 300 – Ley General de Turismo se propone una política de descentralización en el sector turístico es decir la nueva línea de política turística es la participación territorial.

Para bien manejar un proceso participativo no se necesita solamente la participación de las entidades administrativos pero de toda la comunidad con sus diferentes sectores Comercio, Artesanía, Cultura, Hotelería y otros alojamientos, Restaurantes, Agricultura, Medio ambiente, etc.

Un plan de desarrollo turístico tiene por objetivo la estimulación y gestión del desarrollo turístico de un municipio con la visión de un turismo de pueblo, un turismo sostenible – socialmente, ambientalmente y económicamente.

El Ministerio de desarrollo con la Dirección General de Turismo brinda asistencia técnica a las entidades territoriales para la elaboración de sus respectivos planes de desarrollo turístico, coordinar acciones entre nación y entidades territoriales, proponer el ordenamiento territorial con base en la competitividad de los productos turísticos. Además ofrece estudios especiales y relaciones internacionales – efectuar estudios de impactos sociales, culturales o ambientales del turismo, colaborar con el ministerio del Medio Ambiente en la formulación de la política para el desarrollo el ecoturismo y la preservación de los recursos turísticos naturales, etc.

Con la definición de zonas de desarrollo turístico prioritario se tendrá acceso al apoyo a la creación de infraestructura básica que impulse el desarrollo turístico.

Para continuar con el proceso participativo del desarrollo turístico que empezó el 27 de marzo en Filandia, que ya tiene la formulación de una visión del futuro desarrollo y objetivos e ideas de diferentes sectores, se propone el siguiente Plan maestro para el desarrollo municipal del turismo.

JUSTIFICACION

Los cambios en la demanda turística actual, la falta de liderazgo institucional, la poca organización empresarial en la concepción y desarrollo del municipio de Filandia como un destino turístico con mercado propio, las necesidades provocadas por la crisis económica y los gastos derivados del terremoto, muestran la necesidad para la sociedad filandesa de contar con una herramienta de planificación que permita disponer de una visión clara de los objetivos y perspectivas futuras de la actividad turística, basada en una proyección de

desarrollo que se encamine por promover y consolidar el ecoturismo, el turismo rural, el agroturismo y la cultura a través de su patrimonio natural, arquitectónico, arqueológico y sus tradiciones locales.

Sin una herramienta de planificación y gestión que se ajuste a las necesidades reales del municipio, que incluya procesos de concertación, planeación, sensibilización, investigación, capacitación, consecución de recursos y ejecución de acciones concretas en tiempos determinados, la actividad turística tendrá un desarrollo desordenado que no obtendrá la oportunidad de proyectar los verdaderos beneficios sociales y ambientales que pueden derivarse del turismo. El diseño y la implementación del Plan Sectorial de turismo se ha planteado en el Plan de Desarrollo Municipal 2000 – 2003.

El departamento del Quindío se ha venido consolidando como un nuevo destino turístico al interior del país, a pesar del crecimiento espontáneo de la actividad; es por ello que se hace urgente implementar un proceso de planificación participativa, dentro de la cual se fijen los lineamientos generales que articulen los sectores que interactúan en el desarrollo de dicha industria, logrando de esta manera definir productos que sean competitivos tanto en el mercado nacional como en el internacional, una vez las condiciones de imagen del país lo permitan.

De acuerdo a lo planteado en el Esquema de ordenamiento territorial el desarrollo territorial del municipio se enmarcará dentro de un concepto de territorio con vocación agropecuaria y tendencia a la agroindustria y al ecoturismo, todas estas, como actividades necesarias y complementarias dentro de su vocación natural, por lo tanto el PLAN SECTORIAL DE TURISMO --MODELO – debe darse mediante un proceso de construcción colectiva del cual sean participes las instituciones, los agentes del turismo, las organizaciones comunitarias y todos aquellos miembros de la comunidad filandéa que puedan proyectar una alternativa a sus ingresos a través de la prestación de algún tipo de servicio que sea consumido en forma directa o indirecta por los visitantes.

1. ASPECTOS GENERALES

Ubicación geográfica

Fisiografía

Demografía

División política - administrativa

El marco legal

Historia y Folclore

Aspectos económicos

Desarrollo turístico del municipio y actividades turísticas

DESARROLLO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Aunque Filandia tiene unas potencialidades turísticas de gran valor, el desarrollo del turismo casi no se hace sentir. Al contrario de Salento que tiene un desarrollo rápido pero desordenado, Filandia queda para muchos de los turistas inpercibido.

A pesar del potencial turístico que posee el municipio, todavía no existe una política municipal que dé identidad para el fomento del sector turístico en la localidad. En este sentido cabría pensar en la necesidad de definir un Plan Turístico Municipal, sin embargo se han adelantado ciertas tareas que de una u otra manera proponen la implementación de dicho Plan.

Las características ambientales, naturales y arquitectónicas del municipio de Filandia, sumado a esto su localización en el contexto regional y nacional, lo proyectan como una localidad con gran potencial para el impulso y consolidación del renglón turístico. Esta ventaja con respecto a las demás localidades, promueve la creación de un frente común para el impulso de la actividad turística como “nuevo” generador de empleo e ingresos para los pobladores.

El municipio cuenta con un inventario turístico, que contribuye a desarrollar y fortalecer una estrategia de venta de servicios turísticos. Pero este potencial no ha sido puesto en valor. Ultimamente se acentuaron los esfuerzos de entidades para el desarrollo turístico y de parte de los propietarios de fincas. Resulta que hay un crecimiento descontrolado y poco organizado y conocido.

La oferta actual se constituye por el atractivo de la arquitectura colonial, una oferta de senderos poco accesible y unas fincas de estándares sencillos. Además el municipio cuenta con unas festividades como la fiesta del canasto, la referente artesanía, un paisaje y una naturaleza sin explotar y miradores sin tener la infraestructura necesaria de puesta en valor.

EL MARCO LEGAL PARA UN DESARROLLO TURISTICO

El P.D.M. define los objetivos de desarrollo para el municipio como tal:

- Propiciar en el municipio de Filandia el repunte de la economía local a través del fortalecimiento de actividades socioeconómicas que propendan por especializar su vocación agropecuaria insertándola en el campo agroindustrial y proyectar, con una orientación de sostenibilidad, su **potencial comercial, ambiental y turístico como nuevas fuentes de valor agregado** para las actividades sociales, culturales y económicas de la municipalidad.
- **Fortalecer la participación comunitaria** con una propuesta de vinculación directa de la comunidad en la identificación de sus fortalezas y oportunidades, así como en la solución de sus problemas y limitaciones, con el fin de

potenciar sus aptitudes, actitudes, valores y rescate de la identidad por nuestro municipio.

Con respecto al sector turístico y ambiental, en la primera vigencia del Plan de Desarrollo Municipal, **se formulará el Plan de Desarrollo Turístico Municipal**, con énfasis en el potencial ambiental y arquitectónico de la localidad; como estrategia para la generación de empleo, cada obra física que se desarrolle deberá garantizar el empleo de por lo menos 5 personas de los pobladores de la zona beneficiada.

Estrategia: MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN Y LA PRODUCTIVIDAD PARA EL EMPLEO.

Implementar mecanismos que promuevan el fomento al desarrollo agropecuario y ambiental, a través de la transferencia de tecnología, asistencia técnica efectiva, el impulso a las diferentes formas asociativas de productores y la incorporación de valor agregado a las fuentes generadoras de ingreso, así como **la institucionalización de proyectos que fomenten y desarrollen el potencial turístico del municipio, con criterios de sostenibilidad.**

Programa: 5.10. Programa de generación de empleo

Con este programa se pretende mejorar los niveles de ingresos de la población perteneciente a los estratos más bajos, a partir de una estrategia de vinculación de mano de obra en el desarrollo de proyectos públicos de infraestructura social y económica. Igualmente, **se apoyará e impulsará el potencial eco y agroturístico** que posee nuestra localidad, a través del **diseño e implementación del Plan Turístico municipal y el desarrollo de proyectos que propendan por la capacitación y el desarrollo de una cultura de fomento al turismo.** En este sentido, se gestionará la consolidación de proyectos que generen identidad en la oferta turística municipal, como es el caso del "Ecoparque Mirador del Quindío"; la hostería del Café; la consolidación y recuperación del patrimonio arquitectónico; reactivación de la Plaza de Ferias a través de la consolidación de una sociedad de economía mixta para garantizar su sostenibilidad; la implementación de la ruta turística "Por Filandia con Amor"; la realización de proyectos de aprovechamiento a las potencialidades turísticas del municipio, desde todas las expresiones en esta materia, tal como lo contempla la Ley de Turismo. (...)

El ESQUEMA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL E.O.T. en su artículo 26 define la utilidad de una zonificación de áreas de producción económica, entre otros AREAS DE PRODUCCION TURISTICA. "Son aquellas que por su localización, clima, infraestructura, atractivo paisajístico entre otros, representan un potencial productivo para la región. El municipio de Filandia se propone como con gran potencial ecoturístico, entendiendo que este es un turismo especializado y dirigido

a explotar los valores naturales dentro de un desarrollo humano sostenible. ... Para lograr desarrollar esta actividad se debe implantar "El Plan Turístico Ambiental", que además de dimensionar de manera real la oferta ambiental con carácter turístico, reconozca el impacto que esta actividad puede producir".

Además en el Esquema de Ordenamiento se destaca en el artículo 33 la necesidad de equipamientos o servicios colectivos y se propone la creación de UNIDADES TURISTICAS AMBIENTALES UTA "Con las cuales se pretende complementar la dotación de servicios básicos de información turística y control ambiental, pero que además ofrecerá los servicios básicos de salud e información sobre actividades turísticas, recorridos ecológicos, ferias artesanales, ferias agropecuarias y mercados en general. En principio se proponen la localización de tres unidades que servirán de promoción una vez que se hayan conformado los corredores turísticos y que deberán ser incluidos dentro de la formulación del plan ambiental turístico."

El Esquema además destaca la necesidad de un terminal de pasajeros que distribuya el tráfico regional, veredal, y el turismo regional y nacional, y en el artículo 64 la consolidación cultural e identidad. "Tal como se plantea en el documento el municipio es un POBLADO DE INTERES PATRIMONIAL, en consecuencia, Filandia deberá conservar y recuperar su tradición de poblado de tradición cultural mediante la valoración del patrimonio arquitectónico, ambiental, arqueológico y cultural. ... para el Turismo, se manejarán equipamientos mínimos así: Habitación con servicios de restaurante, lavandería y salón de reuniones, y parqueaderos."

El objetivo es de elaborar y consolidar el PLAN SECTORIAL DE TURISMO - EL PLAN MAESTRO como un marco conceptual mediante el cual se desarrolle un proceso de construcción colectiva que permita manejar y dirigir las actividades y el desarrollo turístico.

I. DIAGNOSTICO

1. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y ENTORNO EMPRESARIAL

1.1 Régimen departamental

1.2 Régimen municipal

La actual Alcaldía con su Plan de Desarrollo Municipal 2001-2003 pretende fortalecer el sector turístico por la formulación de un PLAN TURISTICO para el municipio y la realización de proyectos turísticos.

Mientras tanto no existe una dependencia para el desarrollo turístico. El proceso de planificación turística está liderado por la Cámara de Comercio de Armenia y Planeación municipal. Tampoco existe una oficina de información turística o algo similar.

El Punto de Información Turística PIT construido hace un año por la Gerencia de Turismo de la Gobernación del Quindío carece de una infraestructura básica, de servicios adecuados, de seguridad, de personal y financiamiento.

Evidentemente, a partir de la promulgación del decreto 024 de 2.000, la municipalidad constituye el comité interinstitucional de turismo de Filandia, con el propósito de implementar actividades que propendan por el desarrollo económico de la comunidad, desde la perspectiva del turismo, buscando con ello, orientar funciones inherentes a la consolidación de planes, proyectos y programas turísticos.

1.3 Organizaciones locales: Actores y sus proyectos

Así mismo, la municipalidad cuenta con diferentes organizaciones que se dedican a promover políticas, programas y proyectos de desarrollo turístico,

Tal es el caso de la fundación Tibuchina, que dirige el profesor Alvaro Camargo. Este organismo realiza actividades de conservación y promoción de la reserva natural de Bremen y de la cuenca del río El Roble, a través de senderos ecológicos, que son caminados por turistas que gustan de apreciar las bellezas de la naturaleza.

Igualmente, existe la Asociación Verde que junto a Tibuchina, se dedican a la protección y defensa de los recursos naturales, sin embargo dentro de sus proyectos se prevé la recuperación del Camino del Quindío, antiguo Camino Nacional, por donde Bolívar y sus tropas pasaron el 5 de enero de 1.830.

Otra de las organizaciones que promueven el tema turístico es "Colina Iluminada", que tiene como objetivo primordial desarrollar un macroproyecto de tipo turístico denominado "Eco Parque Temático – El Mirador", localizado en un punto estratégico del área urbana del municipio, por lo que se ha considerado como una obra de interés turístico y cultural para el municipio.

La Fundación "Paisaje Turístico", es una organización cívica, sin ánimo de lucro que trabaja en la realización de obras sociales y en la proyección turística del municipio. Para el año 2.001 pretende desarrollar varios proyectos de infraestructura turística, tal es el caso de la adecuación del Mirador Plaza de Ferias; la construcción de un terminal de carrozas o coches jalados por caballos, que tendrían como finalidad los paseos por las calles del municipio.

La Asociación de guías turísticos, formados por el SENA, es otra organización que propende por orientar sus acciones hacia la atención y guía del turista por cada

uno de los sitios que conforman el inventario turístico de la localidad. Actualmente la asociación se encuentra sin actividades articuladas o organizadas de manera permanente.

Así mismo, cabe resaltar la asociación “la Puerta de Filandia”, que con su exhibición cotidiano de la riqueza artesanal del municipio, también ofrece un paquete turístico, enfocado hacia el agro y ecoturismo. Esta evaluando una serie de senderos posibles con el fin de diversificar la oferta de Filandia.

En las primeras reuniones con la comunidad fueron presentados también los comerciantes, la Casa de Cultura y ASOVIEL, la asociación de vendedores ambulantes.

Tipo de Actor/ actitud de gestión	Aliados	Dispuestos	Oposición o poco organizado	Indiferentes
Estratégicos		CRQ		
	Alcaldía			
Prioritarios	Guías			
	Aosc. Verde			
	Tibuchina			
	Puerta de Filandia			
		Casa de cultura		
Secundarios	Turistas	Artesanos		
			Comerciantes	Transportadores
		SENA		
		ASOVIL		

2. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

2.1 POTENCIALIDADES

Sobre la riqueza en potencialidades turísticas del municipio hay varios estudios, entre otros dos trabajos sobre la arquitectura colonial de Filandia, estudios e investigaciones sobre la naturaleza, trabajos de la CRQ y de las asociaciones TIBUCHINA, ASOCIACION VERDE, ASOCIACION DE GUIAS.

El inventario elaborado con base en inventarios, estudios, talleres distinguidos en recursos culturales/historia, sitios naturales, festividades y eventos y manos de obra/procesos productivos se presenta en la siguiente manera:

RECURSOS CULTURALES - HISTORIA

- Arquitectura civil: arquitectura de la colonización antioqueña
- Antigua sede del colegio de la santísima trinidad
- Templo parroquial María Inmaculada
- Colegio Sagrado Corazón de Jesús
- Cementerio Campo de Paz La Inmaculada
- Calle y andén con el Antiguo Empedrado Tradicional
- Parque Bolívar
- Epoca precolombina
- Camino del Quindío
- Mirador plaza de Ferias.
- Mirador del barrio El Cacique.
- amabilidad, confianza
- Tranquilidad en el municipio, seguridad
- Cestería
- Arqueología
- Costumbres, tradiciones y Artes: literario, musical, fílmico,
- Tumbas indígenas de la guaca y la India. Muestra indígena
- Cementerio de la Inmaculada.
- Monumento a Jesús Resucitado.
- Leyendas - tricheras
- Material fílmico, registro fotográfico

SITIOS NATURALES

- la belleza del paisaje
- Biodiversidad en Fauna y Flora
- Bosque Barba
- Reservas naturales
- Cascadas naturales, Riqueza hidrográfica
- Relitas de Bosques: Microcuencas
- Reserva Forestal Bremen- la Popa
- Cerro del Bizco

- Lago Carima
- Río Roble
- Quebrada Portachuelo con Acueducto Portachuelo.
- Río Cañón del río Barbas
- Quebrada Bolillos
- Lago del Biscocho.

FESTIVIDADES Y EVENTOS

- Exposición Agropecuaria
- Festividades aniversarias
- Festividades relacionadas con la creencia religiosa – Semana Santa en vivo, monumento al resucitado
- Fiestas del canasto

MANOS DE OBRA – PROCESOS PRODUCTIVOS

- Vereda la Morelia (Granja Demostrativa)
- Viveros de flores, cultivos (tomate, frijoles, granadilla, e.o.)
- Granjas integrales
- Trapiches
- Jardín botánico
- Hatos ganaderos – carne, leche
- Granja Agroindustrial Bengala
- Productos típicos: queso, kumis, forcha, mazamorra
- Barrio de los artesanos. Salón artesanal de Filandia
- Corregimiento La India.
- Pesebreras - animales

2.2 EQUIPAMIENTO TURISTICO E INSTALACIONES

- Centros agroturísticos para hospedaje: Granja Bengala, Paisaje, El Portal de los Sauces, Cabañas de Biscocho, Hosterías familiares
- Gastronomía/ Comida típica
- Mirador, Parque recreacional Panorama
- Sendero El Otobo

- Sendero Ecológico el Yarumo Blanco
- Sendero eco histórico Camino del Quindío

2.3 ACTIVIDADES

- Archivo histórico y fotográfico. Registro fotográfico
- Museo etnológico de la región amazónica. Museo: Casa de exposición
- Centro cultural y artístico “Arca de Paz”
- Caminatas Ecológicas y nocturnos
- Festividades

2.4 INFRAESTRUCTURA TURISTICA

- Transporte: Vial, Aeroportuaria, Transporte Público
- Transporte típico por jeeps
- Red vial veredal
- servicios públicos
- salud
- comunicaciones
- Seguridad
- Accesibilidad al municipio

2.5 EDUCACION Y CAPACITACION TURISTICA

...

2.6 COORDINACION Y FINANCIACION

Coordinación institucional y normatización

Recursos financieros disponibles

3. EVALUACION: FORTALEZAS Y DEBILIDADES

3.1 FORTALEZAS QUE SON ECHANCES DE DESARROLLO TURISTICO

Atractivos naturales:

Se puede observar que a pesar de la riqueza natural el aprovechamiento del mismo es casi nulo. Los razones son diversos: falta de política, de planificación, falta de ordenamiento de las actividades, falta accesibilidad, falta de organización y entidades responsables con pertenencia trabajando este tema, falta liderazgo y

lema del municipio, falta conocimiento de cómo diseñar productos turísticos y no hay una política de mercadeo y promoción de la oferta.

La elaboración del Inventario de los atractivos Turísticos del Quindío de marzo 2000 surgió de la necesidad de conocer la verdad turística del departamento del Quindío y sus potencialidades en este campo. A través de la investigación, se pudo constatar y valorar los sitios, bienes y servicios, muchos de ellos desconocidos para los propios habitantes de la región. La metodología aplicada en el trabajo es la desarrollada por el Ministerio de Desarrollo Económico y el Viceministerio de turismo, que se encuentra en el Programa de Asistencia Técnica en Planificación del turismo de 1998. Este inventario muestra para Atractivos naturales/ Sitios naturales los siguientes resultados para Filandia:

- 9 sitios naturales de interés turístico los cuales son:
- Quebrada Portachuelo con 64 puntos de un máximo de 100
- Río Roble 64
- Sendero Ecológico Otobó 63
- Quebrada Bolillos 62
- Sendero El Edén 59
- Lago Carima 58
- Reserva Bremen – La Popa 56
- Río Barbas 56
- Cerro del Bizco 53

De la variedad de la naturaleza se puede desarrollar una oferta ecoturística de gran interés sobre todo porque se tiene la reserva Bremen- la Popa en cercanía, área protegida con interés para investigadores y un programa de educación ambiental, además con capacidad de alojamiento y la voluntad de la CRQ de montar un proyecto ecoturístico e de información e interpretación ambiental en este sector. El municipio se dota además de unas cascadas y fincas bien situadas para ofrecer una variedad de senderos diferentes.

Lo que se requiere entonces es la prestación de servicios de diferente tipos, la adecuación de los sitios de interés, la facilitación de servicios de transporte e información, una señalización adecuada y una organización responsable.

Atractivos culturales:

La riqueza en cuanto a la arquitectura colonial se perderá si no se hiciese un esfuerzo mayor de recuperación, sensibilización, información y de conservación de este patrimonio tan importante. Los sitios como los miradores les faltan los servicios básicos de infraestructura y de señalización. Mientras tanto, este patrimonio obtiene el puntaje comparado con lo natural de Filandia más alto en el

Inventario de Atractivos turísticos. Resultan 13 recursos culturales que son los siguientes:

- Artesanías 83
- Conjunto Arquitectónico 77
- Parque de Bolívar 76
- Colegio Sagrado corazón de Jesús 72
- Cementerio campo de Paz Inmaculada 67
- Parque recreacional Panorama 63
- Calle y andén empedrado 55
- Antigua Sede C. Santísima Trinidad 52
- Templo Parroquia María inmaculada 51
- Hogar del Anciano Sagrada Familia 50
- Antiguo Camino nacional 45

Festividades y eventos: son generalmente de interés local y/o regional. Del Inventario resulta lo siguiente:

- Semana santa 74
- Exposición Agropecuaria 71
- Fiestas Aniversarias 70
- Feria del Canasto 69
- Fiesta de Reyes 69
- Fiestas del Santo Isidro 64
- Fiesta de la Virgen del Carmen 44

Procesos productivos, manos de obra: existe una variedad de procesos productivos (tradicionales) que se prestan para su explotación turística como visitas a viveros, cultivos especiales, artesanías, trapiche. En el inventario esta categoría no existe, hace parte de recursos culturales o festividades y eventos. Para la Granja industrial Bengala resulta un puntaje de 66.

3.2 DEBILIDADES COMO INCENTIVOS PARA INICIATIVAS LOCALES

Se puede constatar una fortaleza en potencialidades y una debilidad en *la puesta en valor de estos potenciales*, de esta riqueza natural y cultural. Otras debilidades enumeradas en el primer taller sobre el desarrollo turístico de Filandia de marzo de este año 2001 son las siguientes:

Puesto en valor de potenciales patrimoniales

- Falta de adecuación de los senderos
- Falta de señalización
- Problema de caza, de colecta de material prohibido (bejuco) – falta de plan de manejo y/o alternativas

- Mantenimiento del patrimonio arquitectónico
- Inexistencia de inventario del patrimonio cultural, diagnóstico del municipio
- Pérdida de conocimientos de lo que se tiene
- Acceso a nuevos atractivos
- Planificación y señalización

Servicios básicos (cajero, transporte, etc.)

- Falta de conocimientos en manejo de materiales artesanales otros que bejuco, falta de punto de venta y recursos para estar presente en ferias y eventos
- Falta de hospedajes
- No hay cajero automático
- Deficiente manejo de agua y basura
- Transporte veredal, manejo del transporte/terminal
- Espacios verdes, espacios peatonales
- Terminal

Información, Promoción y mercadeo

- Deficiente programación e información turística
- Falta de presentación y de promoción de la cestería en el Barrio San José
- Mala presentación del producto

Organización y política de desarrollo, Coordinación institucional y normalización

- Conocimientos en diseño de nuevos productos y paquetes
- Falta un proyecto llamativo o un posicionamiento del municipio (lema)
- Falta de liderazgo institucional
- Falta de un Plan estratégico de desarrollo turístico, una herramienta de planificación y gestión

Manejo de conflictos, gestión de organizaciones, trabajo en grupos y comunicación

- Falta de capacitación para todo los sectores en servicio al cliente y cultura turística
- No hay conocimiento en diseñar nuevos productos turísticos y paquetes, no hay cooperación
- Falta de organización/coordinación y comunicación entre los comerciantes/sector de comida y comestibles
- Falta de comunicación, manejo de conflictos y gestión de organizaciones
- Falta de comunicación entre todo los sectores del municipio

- Individualismo

Recursos financieros

Estos razones se pueden mencionar por la falta de actividades eco- o agroturisticos, como caminatas, ciclopaseos, visitas de granjas, por la falta de un desarrollo turístico coherente, por la falta de puesta en valor de las potencialidades, la escasez de hospedaje y hostería, la falta de productos turísticos de calidad y estructuras de manejo y por fin la falta de un desarrollo turístico y una baja calidad en la actual oferta.

II. CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA

En la Semana Santa 2001 se realizó un estudio elaborado por la Cámara de Comercio de Armenia y la Gerencia de Turismo de la Gobernación del Quindío la cual luego fue repetida en varias ocasiones. De estas encuestas resultan los siguientes datos:

Numero de visitantes

Entre miércoles y sábado de la Semana Santa entraron 4.494 carros a Salento con 17.320 personas. Al Parque del Café entraron apx. 18.000 personas y a PANACA vinieron 16.500.

Se puede estimar un número de visitantes al año de 250.000 personas, número que ha sido más alto antes del terremoto.

Procedencia

Cuando se pregunta por la procedencia de los encuestados, en todas las mediciones dio como resultado, en más del 30%, que son procedentes del Valle del Cauca (apx. 33%). Sigue Cundinamarca (23.6%), Antioquía (14.4%) y Risaralda (6.7%). Aunque es importante reconocer que por la cercanía estos turistas en su mayoría no pernoctan en el departamento.

Medio de transporte

Si bien se detectó desde la primera medición que los medios de transporte terrestres son los más utilizados por los turistas para llegar al departamento del Quindío, al comparar los resultados de las cuatro mediciones, la suma de las respuestas de los encuestados que afirmaron haber llegado en carro particular o en buses de empresas comerciales, sumaron más del 90% con una progresión para la última medición del 97%. En la Semana Santa vinieron en vehículo particular (73%) o con empresa de transporte terrestre (18%).

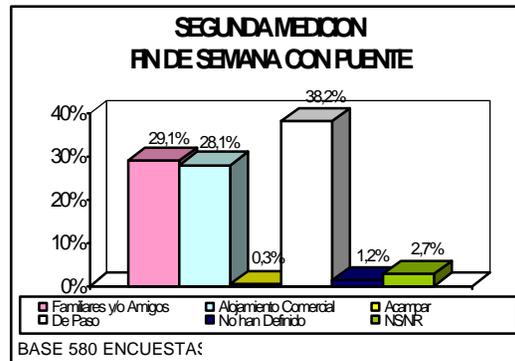
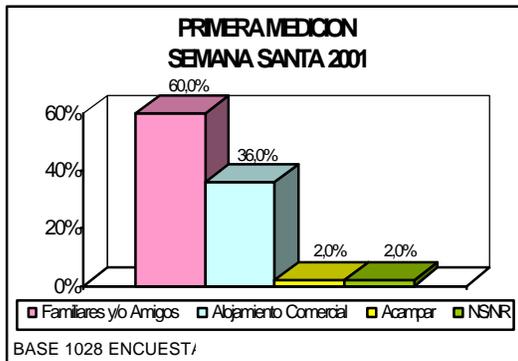
El anterior resultado nos cuestiona, como se hizo en el análisis de la primer medición, que tan preparado está el departamento, en cuanto a su infraestructura vial para atender esta demanda tan importante para el turismo, además de los vehículos que atraviesan nuestro departamento para llegar a otros destinos. También cabe recalcar que siguen percibiéndose las carreteras que conducen al Quindío como sitios de tránsito tranquilo y seguro fuera del conflicto; este concepto y percepción de tranquilidad es uno de los valores agregados más importantes para el sector turístico, por lo que debe conservarse con estrategias permanentes de seguridad.

Fuentes de información

Con relación al medio de comunicación en el que se enteraron los turistas que el Quindío es un destino turístico, la constante en todas las mediciones fue: por los amigos o familiares con un rango entre el 40% al 57%, esta respuesta debe ser analizada con tres enfoques: si esos amigos o familiares son turistas satisfechos que han recomendado al Quindío como un lugar excelente para visitar, puede decirse que nuestros servicios y productos turísticos se están posesionando de manera positiva a todo lo largo y ancho de nuestro territorio nacional. Si esos amigos o familiares que recomendaron el Quindío como un destino turístico son Quindianos, quiere decir que nuestra ciudadanía se siente orgullosa del departamento y de sus atractivos turísticos y a todo el que conoce le habla de él. Y por tercero vale destacar el gran número de visitantes que viene de visita a amigos o familiares.

Tipo de alojamiento

Al hacer un análisis del comportamiento del uso de los diferentes tipos de alojamientos como: en casa de amigos o familiares, acampar, alojamientos tradicionales y alojamiento rural, los resultados nos siguen afirmando que un alto porcentaje de los visitantes se hospedan en casas de amigos o familiares (30-60%) y un gran porcentaje de paso. El Quindío debe ofrecer atracciones que motiven al turista a pernoctar para incrementar el gasto turístico.



Gastos

Cuando comparamos los rangos de dinero que los turistas invierten en un día de descanso en el Quindío, los rangos más representativos están entre 51.000 y 100.000 pesos (25%) y 101.000 y 150.000 pesos (24%) en cada medición. En conclusión el promedio de dinero que un turista invierte diariamente en su descanso es de 100.500 pesos diarios. También hay que destacar que se gastan 0-50.000.- pesos los 17% de visitantes y 151.000- 200.000.- pesos los 16%.

Si bien es cierto, que estos resultados nos demuestran que es importante desarrollar nuevas actividades, eventos y festividades que se institucionalicen, de carácter nacional, y que atraigan al turista en temporadas diferentes a las tradicionalmente conocidas como temporadas altas.

Tipo de acompañante

El núcleo familiar aparece con una participación muy importante en todas las mediciones especialmente en las realizadas en Semana Santa (60%) y Fin de Semana con Puente. En las dos mediciones siguientes el resultado de grupos familiares rebaja. Se detectó en los dos eventos especiales como el Reinado Nacional del Café y la Copa América que estos atraen grupos diferentes a los familiares, tienden a incrementar el consumo y a pernoctar en establecimientos hoteleros. En pareja vinieron 23%.

Motivos del viaje

Los encuestados manifestaron en un buen porcentaje que conocer los parques temáticos (30%) era uno de los motivos más importantes, por lo tanto, como se observa en las gráficas los parques temáticos son determinantes en el turismo del Quindío. Un número igual destaca la importancia de la Cultura cafetera para conocer (28%). No es por de más mencionar, que si bien la caficultura es un renglón económicamente desmejorado en el departamento, debe buscarse mecanismos para conservarla, ya que como actividad económica tradicional de la zona que hace parte del paisaje es el gancho del atractivo turístico que se ofrece en el departamento del Quindío. Otros motivos fueron:

- Conocer la arquitectura tradicional
- Descansar en una finca cafetera
- Visitar a los amigos y familiares
- Conocer un municipio en particular
- Conocer áreas naturales protegidas

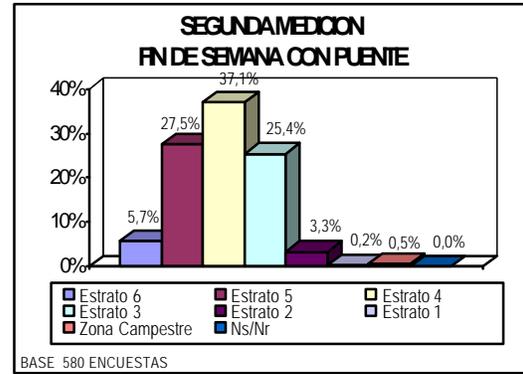
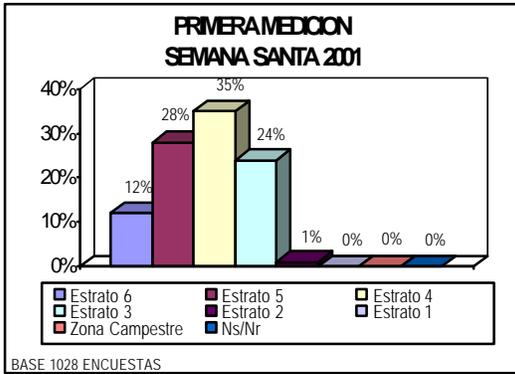
Otro motivo que desgraciadamente no tiene una participación significativa es visitar áreas naturales protegidas. Tiene que ver con la necesidad de desarrollar actividades accesibles identificando esta región con "agroturismo y ecoturismo".

Estratos

Los resultados nos revelan que el nivel socio económico del turista que llega al Quindío es de estrato 4 y 5, que sumados tienen más del 55% de la participación de la muestra, la participación del estrato 3 es del 25% y el estrato 6 a 10%.

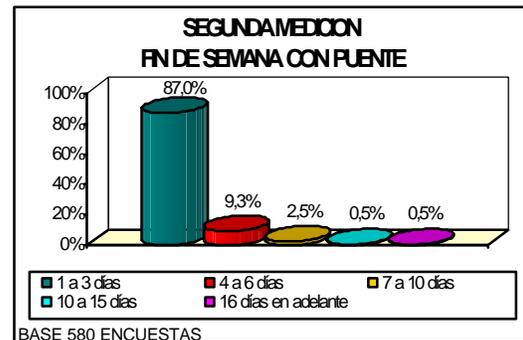
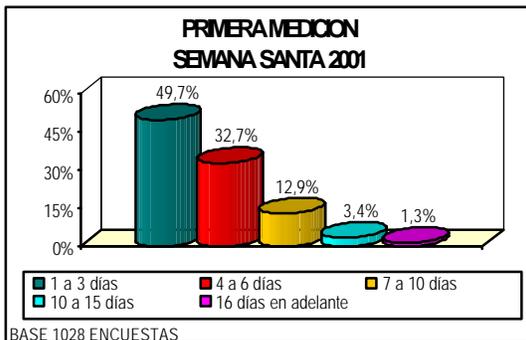
Reconocer los niveles socioeconómicos de los turistas que eligen el Quindío permite diseñar paquetes turísticos y servicios propios para cada estrato, al igual

que en la selección de los medios de comunicación para divulgar y promocionar el departamento.



Tiempo de estadía

Las gráficas nos manifiestan que definitivamente el Quindío sigue siendo un destino turístico de pocas días para disfrutarlo, el porcentaje de las mediciones de la variable, de 1 a 3 días, es el resultado más significativo con 40 – 87%.



Temporada

El comportamiento de las respuestas varió en todas las mediciones haciéndose más notoria la variación en las temporadas de Semana Santa y fin de semana con puentes. Lo cierto es que el fin de año no se revela como temporada importante para la región.

Para promover una estadía más larga debe desarrollarse unas actividades adicionales a lo existente. Al Quindío le hace falta un verdadero diseño de un producto eco y agroturístico.

III. PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO - MODELO

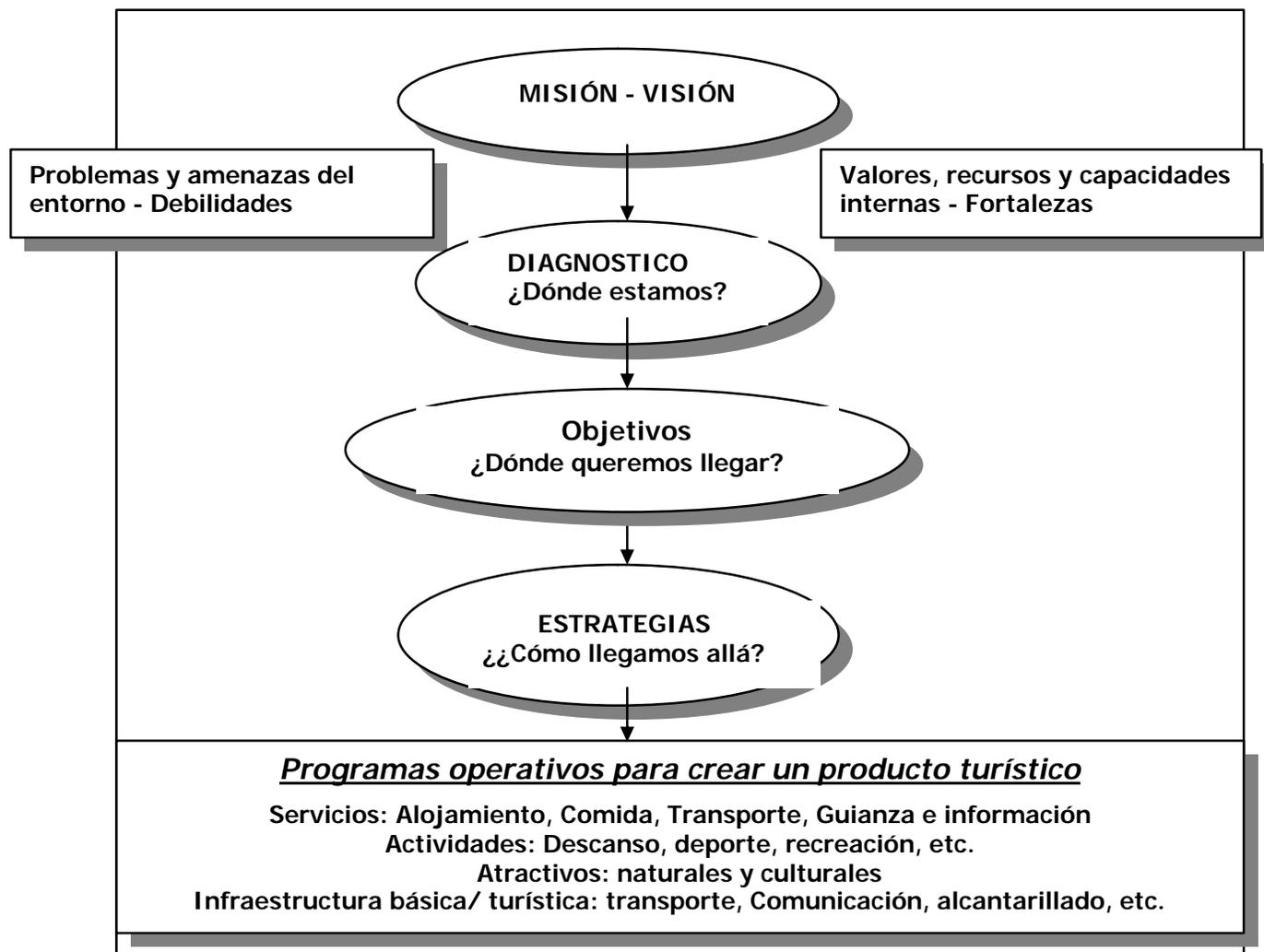
1. INTRODUCCION

El siguiente trabajo se realizó en un proceso participativo que empezó en marzo 2001. La idea de este trabajo de sensibilización, capacitación y motivación es de formular programas y proyectos para alcanzar a realizar el sueño del pueblo definido en la primera reunión.

Con el título de “Desarrollo turístico sostenible – oportunidades del desarrollo turístico” la Cámara de Comercio de Armenia esta ofreciendo una serie de talleres – seminarios para dialogar, intercambiar y definir el tipo de desarrollo turístico que se quiere para el municipio.

Un producto turístico se constituye sobre la base de atractivos turísticos que pueden ser naturales o culturales. Se basa en la infraestructura turística, es decir básica, como por ejemplo alcantarillado, energía, transporte, comunicaciones. Y se constituye luego de la planta turística, que son equipamiento y las instalaciones. El equipamiento esta dado por las actividades referidas a: alojamiento, gastronomía, esparcimiento, y otros servicios (guías, agencias de viajes, agencias operadores, etc.). Las instalaciones turísticas son aquellas construcciones que están al servicio del turista facilitando el desarrollo de la actividad como por ejemplo miradores, refugios, senderos, juegos infantiles, pues todo tipo de instalaciones que facilitan actividades turísticas y recreativas.

El PROCESO DE PLANEACION sigue los siguientes pasos:



2. LA VISIÓN 2011

En los talleres se elaboró una visión del futuro desarrollo de Filandia. Esta visión tiene énfasis en la conservación del patrimonio cultural y ambiental. Se destaca la necesidad de una planeación adecuada. El plan de desarrollo de Filandia por eso define la necesidad de un plan ambiental de desarrollo turístico. La definición de una visión debe estar clara y entendible y permite de definir el posicionamiento del municipio en cuanto al tipo de turismo que quiere la comunidad.

La visión elaborada en el taller:

“Deseamos un Filandia fortalecido turísticamente, sin olvidar la memoria de nuestro Patrimonio cultural.

Gracias a la gran demanda turística Filandia se reactivara económicamente. Todos y cada uno de sus habitantes tomaran *conciencia de la importancia de aprovechar de todo los recursos turísticos*. Y algo muy importante, se habrán apropiado de lo suyo teniendo siempre como meta *la buena atención al turista*.

Los miradores dan gran distinción al paisaje. Reservas naturales visitadas, Faro y templo reconstruidos, buenos hoteles y una gran demanda de artesanía filandea. Tranquilidad del municipio. Mejorada calidad de vida y Facilidad para el ingreso al municipio, solucionar la cuestión social.

Hacer que los habitantes de Filandia tengan su propia identidad y se diferencien de los demás municipios del departamento del Quindío, conocer las debilidades que tiene el municipio y hacer uso de las fortalezas – *vocación paisajística y ambiental* - tener sentido de pertenencia, ser cada uno de nosotros voceros de lo que tenemos, resaltar los valores de nuestro pueblo.

Un muy buen plan de *manejo ecoturístico* para el municipio, un desarrollo turístico basado en la conservación, la protección y la recuperación de las áreas naturales, considerando la sostenibilidad ecológica, sociocultural, económica e institucional de la región.”

3. LINEAMIENTOS PARA UN DESARROLLO SOSTENIBLE DE TURISMO

Como definido en la visión para Filandia – *un desarrollo turístico basado en la conservación, la protección y la recuperación de las áreas naturales, considerando la sostenibilidad ecológica, sociocultural, económica e institucional de la región* – y descrito en el Plan de Desarrollo Municipal PDM de Filandia 2001 - 2003 - *institucionalización de proyectos que fomenten y desarrollen el potencial turístico del municipio, con criterios de sostenibilidad apoyándose e impulsando el potencial eco y agroturístico* – se pretende de desarrollar el eco- y agroturismo de manera sostenible.

3.1 DEFINICIONES

ECOTURISMO

Art. 26 de la ley 300 define: El Ecoturismo es aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. El ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos. Por lo tanto, el ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza. Se generan ingresos para la población local.

Resumiendo según esta definición

- Se reducen al mínimo los impactos socioculturales y ambientales
- Se contribuye a financiar las áreas protegidas y ecosistemas en general, y
- Se crean oportunidades de ingresos para la población local.

El ecoturismo es mas bien un motor inicial, un mecanismo impulso y alternativo que contribuye a la conservación de un área mediante la promoción e incentivo de otras actividades productivas no deteriorantes que permiten alcanzar un desarrollo sostenible: mejorar la calidad de vida humana sin rebasar la capacidad de carga de los ecosistemas que la sustentan.

AGROTURISMO

El Agroturismo es según la ley 300, Art. 26: "Un tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas. Por sus características, este tipo de turismo se desarrolla en actividades vinculadas a la agricultura, la ganadería u otra actividad, buscando con ello generar un ingreso adicional a la economía rural. Debido a la vulnerabilidad de la comunidad receptora, el estado velará, porque los planes y programas que impulsen este tipo de turismo contemplen el respeto por los valores sociales y culturales de los campesinos.

TURISMO SOSTENIBLE

El desarrollo sostenible es aquel desarrollo que satisface las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades. Se han incluido tres dimensiones igualmente importantes y relacionadas entre sí: Lo ecológico, lo económico, lo social.

La organización mundial del turismo OMT define turismo sostenible, como “el modelo de desarrollo económico que está diseñado para incrementar la calidad de vida de la comunidad, que provee alta calidad de experiencias para el visitante y que mantiene la calidad del medio ambiente de la cual ambos, tanto comunidad como visitantes, depende”.

3.2 PRINCIPIOS Y CRITERIOS PARA EL ECOTURISMO SOSTENIBLE

El ecoturista se desplaza a áreas naturales poco o nada intervenidas, con la intención de disfrutar del paisaje, flora, fauna, cultura local. Implica necesariamente una relación de contacto entre el turista y el ambiente. Este contacto (tipo de contacto, frecuencia, intensidad, tiempos o momentos, etc.) debe ser mediado o regulado para maximizar beneficios y minimizar perjuicios. Además, un ecoturismo sostenible pretende tener efectos positivos para el sector económico y socio-cultural.

Un proyecto para desarrollar un ecoturismo sostenible debería apoyar a:

Fomento del desarrollo rural – compatibilidad socioeconómico

- La creación de beneficios para el desarrollo regional
- La generación de empleo (empleo con diferentes perfiles de capacidades y calificaciones, fomento de conocimientos) por el fomento de procesos productivos (valor agregado) y fomento de alojamientos pequeños de propiedad local.
- La diversificación de la economía regional e infraestructura evitando mono estructuras.
- La creación de perspectivas a largo plazo.

Fomento de instituciones y procesos participativos comunitarios

- Exige políticas y prácticas claras por parte del operador turístico, de organizaciones responsables y de los responsables en planeación y administración.
- Creación de posibilidades de participación de la población en procesos de planeación, la participación individual y espacios para creatividad.
- La planificación del proyecto debería seguir un esquema integral es decir integrando los aspectos ecológicos, económicos y sociales.
- Se elaborarían y difundirían informaciones sobre los pasos de planificación hacia la población y se la integrará en procesos de decisiones (Mejor acceso a informaciones y capacitación local).

Compatibilidad sociocultural - Beneficios para los grupos meta

- Utilización y fomento de tradiciones locales, protección del patrimonio cultural y de la identidad local, formación, adaptación de los servicios turísticos a

condiciones locales, fomento de artesanías, arte y tradiciones (Desarrollo cultural).

- Disminución de dependencias y desequilibrios (profesionales, éticos, edad, sexo, entre campo y ciudad, etc.).
- El fomento de la identidad regional para un desarrollo regional interno (Mejoramiento de la calidad de vida y acceso a servicios básicos) y para un marketing externo.
- Debería estar un proyecto apto de contribuir a la integración social y cultural de diferentes grupos de la sociedad.

Compatibilidad ambiental – conservación y el uso sostenible del ecosistema

- El proyecto debería conservar el medio ambiente, la naturaleza y el uso sostenible de los recursos regionales teniendo en cuenta sus límites (cálculo de los efectos del turismo y sus costos ambientales para internalizar los costos externos, conservación del equilibrio ecológico, registro de áreas ecológicas sensibles, definición de la capacidad de carga en regiones turísticas, definición de zonas turísticas, manejo de turismo en diferentes zonas y tiempos, conservación de la estructura cultural del paisaje).
- El proyecto apoyaría a la internalización de costos externos.
- Contribuye a la concientización para la protección de los recursos naturales.
- Desarrollo de infraestructura adecuada: El proyecto trataría de no crear nuevos flujos de transporte, apoyará al aumento de transporte público, no apoyaría a una nueva urbanización (urbanización ordenada).
- Calidad de medio ambiente en todo los procesos productivos y del sector de servicios (Producción más Limpia PML): Hotelería, restaurantes, comercialización de productos locales (reducción de uso de agua, energía, tratamientos de aguas y basura, disminución de uso de recursos limitadas, recursos renovables, etc.)

Resumiendo un ecoturismo sostenible debe ser

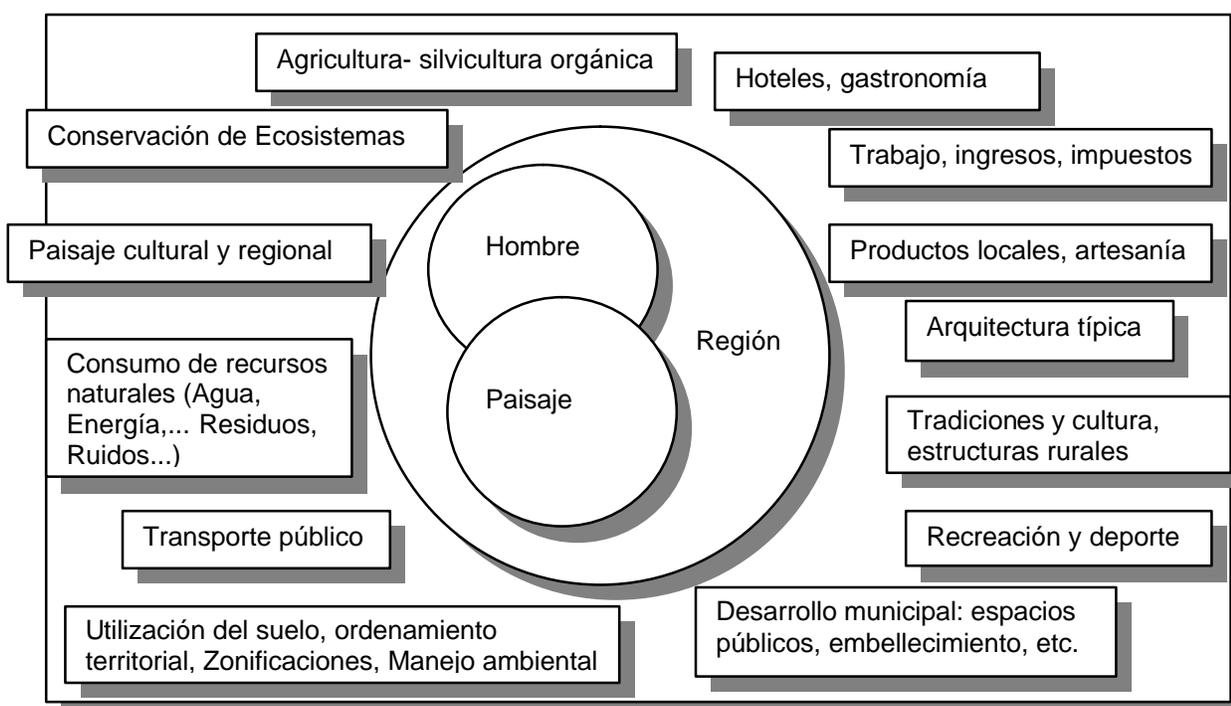
- Participativo, es decir debe involucrar a la comunidad en todo el proceso de su desarrollo: Desde el conocimiento de recursos y atractivos naturales y culturales, hasta el monitoreo de la operación turística.
- Progresivo, es decir, hay que manejar el producto turístico en la medida en que las experiencias, van institucionalizando el conocimiento de la sociedad. Un crecimiento acelerado no permitiría ser participativo y desarrollar la capacidad del grupo social.
- Planificado, es decir, no puede ser espontaneo, ya que está considerando el uso de diversos recursos y la participación de diferentes actores.
- Integral, porque debe considerar la vocación y aptitud de los recursos humanos, culturales, naturales y financieros.

4. LAS IDEAS Y NECESIDADES

Las ideas aquí mencionadas surgen de los talleres con la comunidad de Filandia manejado por la Cámara de Comercio de Armenia y Planeación municipal durante medio año en 2001.

Estos talleres se instalaron con el propósito de empezar un desarrollo participativo del sector y ampliar la visión del sistema TURISMO por medio de capacitaciones y talleres. El trabajo en talleres tiene por objetivo de involucrar y responsabilizar a la comunidad en cuanto al desarrollo local por medio del turismo.

El sistema de turismo se entiende como red de sectores varios:



Los grupos de trabajo sectoriales elaboraron los siguientes listados de necesidades e ideas para el futuro desarrollo del municipio:

Comercio y productos locales

- El proyecto de los comerciantes es ampliarse, ofrecer más artículos, modernizar los locales, hacerlos más llamativos.
- Puestos típicos de venta comercial
- Tener en los negocios buena atención, buenos precios para que el turista vuelva

- Puestos de venta más típico (ASOVIEL)
- Mejorar el manejo de comercio
- Capacitaciones en alimentación, servicio al cliente
- Presentación y decoración de la oferta comercial de una manera más llamativa
- Brindar talleres a los dueños o administradores de los diferentes negocios sobre la atención al cliente
- Tener un centro comercial que reúna a todo los comerciantes donde el turista encuentre muchas cosas en un solo sitio

Servicios turísticos: Gastronomía, Productos locales, Alojamientos

- Crear una comida típica
- Buena información turística al turista y al vecino
- Hospedajes confortables para los turistas, hermosas fincas con hospedaje
- Cobertura total en cuanto a hotelería, hostería, comidas
- Aprovechar el potencial lechero de Filandia
- Planta procesadora de lácteos y cárnicos
- Alojamiento: Diversificación, Mejoramiento
- Plan de señalización
- Servicios básicos en Bizco
- Posicionar vuelta de Filandia
- Promover ruta Quimbaya – Filandia
- Sociedad de inversión turística – Fondo de solidaridad

Artesanía y Cultura

- Promover el sector artesanal
- Adelantar capacitación en diseño, calidad
- Concurso anual en diseño, calidad, refinamiento
- Nuevos mercados PIT, ECOPARQUE – puntos de venta
- Producto emblemático para motivar a los artesanos
- Mejorar la situación de la asociación: carro, línea telefónica, seguro medico
- Uso sostenible de bejuco – plan de manejo con CRQ
- Presentación y decoración de la oferta artesanal de una manera más llamativa
- Calle para los artesanos
- Capacitar a los artesanos en la extracción de material, utilización de otros materiales, la guadua, la guasca, chusco (fibra), enseñanza en utilización de maquinas, trabajar el cuero
- Conservación y promoción del patrimonio religioso
- Elaboración del inventario histórico, cultural, turístico y ambiental del municipio Filandia
- Apoyo al Mercadeo artesanal
- Realización de eventos artísticos y culturales para el rescate de tradiciones en el municipio de Filandia

- Promover las ferias del municipio, revitalizare ferias ganaderas
- Proyecto ECOVIACRUCIS: Recorridos (Turismo cultural)
- Días especiales para cuentearía, poesía yoyo, música entre otros

Educación y Capacitación

- Buena cobertura en educación ambiental
- Plan de educación ambiental para la reserva Bremen - La Popa (Tibuchina) – Centros educativos rurales
- Capacitación en “Como atender al cliente, al turista”, conocimientos del patrimonio
- Motivar y educar a los jóvenes que se encuentran estudiando para que tengan muy en cuenta que el turismo es uno de los principales renglones económicos que tiene el municipio, el departamento y el país y esto fomentará empleo.
- Brindar capacitación a todos que laboran en el sector turístico teniendo como principal atractivo los recursos naturales, la conservación y protección de ellos

Servicios públicos y transporte

- Cobertura total en cuanto a saneamiento básico, agua potable suficiente, servicios públicos (Energía, alcantarillado, teléfono, celular, cajero automático)
- Plantas de tratamiento de aguas residuales y un acueducto eficiente
- Manejo integral de basura
- Promover el aseo de las calles, enseñar al turista que no tire la basura por la ventanilla
- Embellecer la ciudad, Pavimentar, Pintar las casas
- Punto central de llegada – terminal de transporte
- Aumentar el espacio del parque, espacio peatonal

Lo ambiental: Atractivos naturales

- Senderos establecidos y señalizados con toda la infraestructura física y humana
- Establecimiento Jardín botánico municipal
- Integrar a la gente en el eco- y agroturismo (recorridos y senderos naturales, visitas a cultivos tradicionales, paseo en caballo, Cursos y exposiciones)
- Amplia protección de las reservas naturales, cuencas y microcuencas
- “Parque paisajístico” y Recuperación de la tradición ambiental- histórico – cultural
- Identificación de cascadas – adecuación de senderos y construcción de infraestructura básica: prioritaria son la cascada de cauchera/camino bolívar, la quebrada la Coca y la finca de Circasia con proyecto de piscicultura y sendero ecológico, la Manuela – finca la Fulia vereda, cultivo de flores y tomates
- Lo ambiental como eje direccional en las labores

- La reserva Bremen – La Popa como espacio pedagógico: Circuitos de observación ambiental, ciclomontañismo, caminatas ecológicas, herbario/insectario / mariposario, museo arqueológico

Manejo, Organización y metodología

- Mejorar la organización y coordinación entre gastrónomos, comerciantes etc. (sector de comestibles)
- Diseñar y desarrollar una metodología para la formulación, planificación e implementación de un plan de manejo turístico para el municipio de Filandia
- Integrar a los agentes del turismo y a la comunidad local con el fin de lograr un adecuado manejo agroturístico y ecoturístico sostenible
- Plan de desarrollo turístico, Aplicar/elaborar Plan de Manejo turístico (ASOGUIFI)
- Aplicar un modelo de capacidad de carga para evitar los impactos generados por la practica del ecoturismo
- Promoción de la seguridad

5. ESTRATEGIAS

En cuanto a las estrategias hay que distinguir los diferentes sectores. Las estrategias definen la serie de acciones encaminadas hacia un fin. Son técnicas de dirigir las operaciones.

Se puedan distinguir cuatro estrategias que engloban los objetivos:

- Desarrollo del Turismo verde (Agro- y Ecoturismo): Diseño del nuevo producto (atractivos turísticos, instalaciones turísticas y servicios)
- Conservación, Diversificación y Mejoramiento de las potencialidades (Facilidades, Equipamiento e Infraestructura turística)
- Sensibilización, Educación y Capacitación
- Organización del proceso: Institucionalización y Mercadeo

6. OBJETIVOS

Cuando hablamos de desarrollo, nos referimos a los resultados sociales, económicos, culturales y ambientales de la relación entre la actividad económica turística y la sociedad. En primer lugar hemos adoptado la definición de desarrollo como: "la modificación de la biosfera y la aplicación de los recursos, financieros,

vivos e inanimados en aras de la satisfacción de las necesidades humanas para mejorar la calidad de la vida del hombre.”

OBJETIVOS GENERALES

El desarrollo turístico en el marco del desarrollo sostenible debe tener como objetivo general, **apoyar al mejoramiento de la calidad de vida de la población, a través de la generación de un ingreso económico** directo, a los empresarios prestadores de servicios, y un ingreso económico indirecto, a los otros agentes de la producción, que han participado en la elaboración del producto turístico.

Cuando hablamos de desarrollo turístico su alcance tiene relación con diferentes tipos y tamaños de espacios turísticos, a diferencia de un desarrollo puntual como es el caso de un proyecto específico como un hotel o un restaurante. El desarrollo turístico es un sector integral, es decir un espacio a lo cual están vinculados muchos otros sectores como: Cultura y artesanía, transporte, comercio, sistema bancario – financiera, servicios de todo tipo, etc. de forma que vamos hablar de objetivos específicos según estos sectores.

Base del turismo es la existencia de *atractivos turísticos*: son los lugares, bienes, tradiciones, costumbres o acontecimientos que por sus características atraen el interés de los visitantes. El objetivo es de **poner en valor estos bienes** para que se facilite un uso turístico de estos sitios, es decir **Fomentar y ampliar la oferta recreativa conservando el medio ambiente y las estructuras agropecuarias**.

Conforman *Facilidades turísticas* el alojamiento, la gastronomía, el transporte, la comercialización y la animación. El objetivo para que funcione un turismo receptivo es **desarrollar la infraestructura** de alojamiento, las hosterías, cama y desayuno y famihoteles urbanos, y de **mejorar la situación** de transporte y infraestructura básica y turística del pueblo y el sector comercial.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Estrategia 1: Desarrollo del Turismo verde - Diseño del nuevo producto turístico

Valorando los ATRACTIVOS TURÍSTICOS tenemos que destacar el gran potencial ambiental del municipio, base para un turismo de naturaleza, un turismo verde, pero también la variedad en procesos productivos, tradiciones y costumbres que facilita un turismo rural, un agroturismo. Tenemos entonces estos dos enfoques que son interrelacionados.

En cuanto a la riqueza natural se defina el objetivo específico:

- La puesta en valor de los atractivos naturales por **senderismo**, el desarrollo de instalaciones turísticas tal como miradores y una señalización adecuada. Además en este programa se necesitaría una adecuada formación de los guías ambientales., o sea el diseño de un nuevo **producto turístico** que sea llamativo, un conjunto de prestaciones en lo cual se integran los atractivos, las facilidades y el acceso.

En cuanto a las estructuras rurales se propone el siguiente objetivo:

- Definir un verdadero producto agroturístico que incluirá alojamiento típico, la visita de procesos productivos (trapiche, flores), salidas al campo y conocimientos de la vida rural.

Esta programación de atractivos y actividades será el eje direccional del desarrollo turístico de Filandia respetando la cultura y la naturaleza como base del desarrollo turístico.

Estrategia 2: Conservación, Diversificación y Mejoramiento de las potencialidades

En cuanto al patrimonio cultural se definen los siguientes objetivos:

- Fortalecimiento de la cultura filandesa por acontecimiento y valorización de la cultura y historia del municipio que requiere un proceso de sensibilización comunitaria y Fortalecer la artesanía en un proceso de apoyo y capacitación a los artesanos.
- Trabajando la calidad y la conservación se requiere la definición de unos *Lineamientos y normas para el sector turístico*. Se requiere la definición de los requisitos mínimos para los establecimientos turísticos y los servicios públicos.

En cuanto a las FACILIDADES TURISTICOS como *Alojamiento y Gastronomía, Servicios públicos, transporte y Comercio* se proponen los siguientes objetivos:

- Aumentar la tasa de alojamiento rural y Diversificar la oferta gastronómica
- Aplicación de tecnología limpia adecuada a los servicios: Asegurar y consolidar el saneamiento básico, aseo, manejo de basura y el servicio del acueducto
- Mejorar el aspecto visual del municipio por la recuperación de los espacios públicos (para peatones)
- Mejorar y ampliar la oferta comercial lo cual requiere una diversificación, la coordinación de los actores
- Organización de transporte (terminal central, y transporte veredal)

Estrategia 3: Sensibilización, Educación y Capacitación

Tiene los siguientes objetivos específicos:

- Elaborar un concepto básico para reforzar los recursos humanos con el fin que se mejoren los conocimientos de la comunidad sobre su propio patrimonio, que se sensibilicen al patrimonio y que adapten unas medidas para la conservación de estos bienes (educación ambiental y patrimonial)
- Educar y Capacitar a los guías en guianza ecoturística en reservas naturales, cuencas y microcuencas, en fauna y flora, en elaboración de proyectos y búsqueda de recursos, en normatividad relativa a los recursos naturales, en recuperación de reservas naturales, etc.

Estrategia 4: Organización del proceso - Institucionalización y Mercadeo

- Elaborar un plan de promoción y mercadeo: Para conocer mejor la demanda se propone de realizar un estudio de la demanda en lo cual se investigaran de productos y segmentos del mercado. A base de este estudio se elaborará un plan de mercadeo y comercialización del producto FILANDIA con la perspectiva de 3-5 años.
- *Institucionalizar la Organización líder del proceso:* La alcaldía juega un papel importante en este proceso. Ella debería asumir el liderazgo no solo en la planeación pero también en la aplicación del futuro plan de desarrollo turístico. Ella será acompañada por un comité intergremial que ya se formó. El proceso tendrá diferentes etapas
 - Diagnostico y su presentación en un foro plan turístico
 - Planeación estratégico y su presentación en un foro plan turístico
 - Plan final y su socialización en la comunidad

7. ACTIVIDADES Y PROYECTOS

Para cada sector, cada tema, se pueden proponer los siguientes actividades y proyectos con el fin de alcanzar los objetivos descritos

Las actividades son más bien puntuales, mientras los proyectos requieren un proceso de planeación más complejo y sirven como proyectos pilotos con carácter educativo y motivando.

Estrategia 1: Desarrollo del Turismo verde (Agro- y Ecoturismo): Diseño del nuevo producto (atractivos turísticos, instalaciones turísticas y servicios)

Agroturismo y lo ambiental

Para ofrecer un producto agroturístico, primero se necesita un inventario de los procesos productivos interesantes para exponer y explicar a un visitante.

Se tiene que definir un proyecto con un número definido de personas interesadas.

Está previsto también un intercambio sobre uso de productos locales en La oferta gastronómica local.

Planificar el diseño de nuevos senderos y el mantenimiento de los actuales

Señalar sitios y senderos turísticos identificando los puntos estratégicos y nuevos sitios (Miradores, Patrimonio cultural y natural, arquitectura, artesanía, etc.)

Proyectos:

- *Bremen- La Popa, ECOPARQUE*
- *Mercado de flores*

Estrategia 2: Conservación, Diversificación y Mejoramiento de las potencialidades (Facilidades, Equipamiento e Infraestructura turística)

Cultura y Artesanía

Inventarización y elaboración de una normatividad del patrimonio cultural

Realización de eventos artísticos y culturales para el rescate de tradiciones en el municipio de Filandia

Capacitación a los artesanos en manejo de conflictos, trabajo en equipo, comunicación y en el uso de nuevos materiales

Proyectos:

- *Elaboración de una normatividad para la conservación del patrimonio arquitectónico*
- *Seminario de Capacitación a los artesanos en manejo de nuevos productos/ diseño*

Facilidades turísticos: Comercio, servicios turísticos (alojamiento y gastronomía), transporte, servicios públicos

Constitución de una organización de los comerciantes

Promover la creación de nuevos hospedajes con los requisitos mínimos: Fincas, hoteles, haciendas, Cama y desayuno, casas familiares, casas de campos, etc.

Capacitación a los gastrónomos en especialidades caseras, Comida típica

Embellecimiento del municipio (Parque, Calles, manejo de tráfico, nuevo parqueadero)

Solicitar la IS básica: correo, cajero

Señalización adecuada

Terminal de transporte y nuevo sistema de circulación

Proyectos:

- *Embellacimiento: Concurso de los parques y pintar las casas, Campaña de embellecimiento desde la Alcaldía*
- *Mejoramiento del alojamiento rural para trabajar criterios de calidad y promoción, actividades adicionales, tipo cama y desayuno/ famihoteles*

Estrategia 3: Sensibilización, Educación y Capacitación

Elaborar plan de capacitación y sensibilización

Proyectos:

Ciclo de capacitación practica "Atención al cliente" para diferentes sectores

Asesoría en formulación de proyectos y mejoramiento de la comunicación

Capacitación y sensibilización al patrimonio cultural arquitectónico

Estrategia 4: Organización del proceso: Institucionalización y Mercadeo

Crear oficina de turismo y comité

Fortalecer e incentivar otros servicios e instalaciones: consolidar el PIT, constituir nuevo sitio de información turística

Elaboración de un plan de promoción y mercadeo

8. CRONOGRAMA

9. PLAN DE RECURSOS

10. SEGUIMIENTO

Elaboración de Plan de Acción

Publicación del plan y socialización

Promoción y divulgación del plan

Implementación práctica

DOCUMENTACION

ASOGUIFI/Cesar Augusto Angel Valencia: plan de manejo turístico para el municipio de Filandia, Quindío.

Municipio de Filandia 2001: Plan de desarrollo municipal 2001-2003

Esquema de ordenamiento territorial ##

Liliana Rodríguez: Inventario de potencialidades turísticas del departamento del Quindío.

Ministerio de cultura, Fondo Mixto de la cultura y Las Artes del Quindío 2000: Inventario de los Atractivos turísticos del Quindío. Convocatoria Región Occidente. Ministerio De Cultura. Area: turismo cultural. Coordinadora: Liliana Rodríguez.

Corporación de conservación y desarrollo 1995: Desarrollo de proyectos de ecoturismo. Proyecto SUBIR. Quito.

GTZ, TOEB 1997: Ecoturismo – Oportunidades y peligros para la protección de los recursos naturales en Centroamérica. Un estudio monográfico sobre la Isla de Ometepe en el Lago de Nicaragua. Eschborn.

GTZ, BIODIV 1999: el Turismo en la cooperación Técnica. Una guía para la concepción, planificación y realización de medidas en proyectos de desarrollo rural y de protección de los recursos naturales. Eschborn.

Cámara de Comercio de Armenia, Gerencia de Turismo de la Gobernación del Quindío 2001: Estudios regionales. Estudio del impacto económico del fenómeno turístico en el departamento del Quindío.

DEFINICIONES

Infraestructura turística: comprende el conjunto de servicios básicos necesarios para desarrollar esta actividad. Son la infraestructura de transporte y vial, las comunicaciones, los servicios públicos y de salud.

Estructura turística: es el conjunto de bienes y servicios turísticos que se dan en un lugar o sitio donde llega un demandante llamado turista, visitante o residente.

Superestructura turística: esta integrada por las instituciones públicas y privadas que se relacionan con la coordinación y toma de decisiones sobre los servicios turísticos.

Atractivos turísticos: son los lugares, bienes, tradiciones, costumbres o acontecimientos que por sus características atraen el interés de los visitantes para

observarlos o utilizarlos. Es todo bien o servicio que motiva o provoca un viaje. Están considerados como la materia prima de la actividad turística.

Recursos turísticos: están constituidos por los atractivos y los servicios, son los factores físicos y culturales potencialmente explotables por el turismo.

Servicios turísticos: comprende el conjunto de actividades y acciones que facilitan el desarrollo del turismo.

Facilidades turísticas: lo conforman el alojamiento, la gastronomía, el transporte, la comercialización y la animación.

Planta turística: esta conformado por el aparato productivo del sector como son: el equipamiento y las instalaciones.

Equipamiento turístico: esta dado por las actividades referidas a:

- Alojamiento – hoteles, apartahoteles, hostales, alojamiento turístico y camping
- Gastronomía – restaurantes, comedores, cafeterías, fondas, comidas rápidas, comidas especializadas, etc.
- Esparcimiento – bares, discotecas, casinos, etc.
- Otros servicios – agencias de viajes y turismo, agencia operadores, mayoristas, guías, comercio turístico.

Instalaciones turísticas: son aquellas construcciones que están al servicio del turista facilitando el desarrollo de la actividad, p.ej. miradores, refugios, senderos, teleféricos, funiculares, etc. y las instalaciones generales como piscina, campos de golf, juegos infantiles...

Producto turístico: es la combinación de bienes y servicios que se ofrecen al mercado. Es un conjunto de prestaciones que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o expectativas de los turistas. Este producto lo integran: los atractivos, las facilidades y el acceso.

Unidad turística: son las concentraciones menores de equipamiento turístico ej aguas termales, sitios de pesca, etc.

Circuito turístico: recorrido en forma circular que sale y vuelve de la ruta pasando por lugares ricos en atractivos y facilidades turísticas.

Turismo cultural: se realiza por el deseo de aumentar el conocimiento o disfrutar de emociones artísticas, así como por la aspiración de realizar estudios, practicar investigaciones especiales o asistir a reuniones de carácter cultural.

Turismo de aventura: se ha realizado a lo largo de todos los tiempos, buscando el viajero zonas ignoradas con el fin de descubrirlas y hacer posteriormente relatos. También el tipo de turista realizando deporte de alto riesgo como parapente, rafting.

Turismo deportivo: es aquel que permite el desplazamiento de turistas con ocasión de la realización de eventos deportivos, competencias, entrenamientos o similares a todo nivel. Es también para realizar actividades deportivas (turismo activo).

Objetivo general	Estrategia	Objetivos específicos	Actividades Proyectos
<p>Poner en valor los bienes es decir Fomentar y ampliar la oferta recreativa conservando el medio ambiente y las estructuras agropecuarias</p> <p>y Desarrollar las facilidades turísticas (alojamiento, las hosterías, cama y desayuno y famihoteles urbanos, transporte y infraestructura</p>	<p>Desarrollo del Turismo verde (Agro- y Ecoturismo): Diseño del nuevo producto (atractivos turísticos, instalaciones turísticas y servicios)</p>	<p>La puesta en valor de los atractivos naturales por senderismo, el desarrollo de instalaciones turísticas tal como miradores y una señalización adecuada. Además una adecuada formación de los guías ambientales., o sea el diseño de un nuevo producto turístico que sea llamativo, un conjunto de prestaciones en lo cual se integran los atractivos, las facilidades y el acceso.</p>	<p>Planificar el diseño de nuevos senderos y el mantenimiento de los actuales</p> <p>Señalizar sitios y senderos turísticos identificando los puntos estratégicos y nuevos sitios (Miradores, Patrimonio cultural y natural, arquitectura, artesanía, etc.)</p> <p><i>Bremen- La Popa</i> <i>ECOPARQUE</i></p>
		<p>Definir un verdadero producto agroturístico que incluirá alojamiento típico, la visita de procesos productivos (trapiche, flores), salidas al campo y conocimientos de la vida rural.</p>	<p>inventario de los procesos productivos interesantes para exponer y explicar a un visitante</p> <p>definir un proyecto con un número definido de personas interesadas.</p> <p>intercambio sobre uso de productos locales en la oferta gastronómica local.</p> <p><i>Mercado de flores</i></p>

básica y turística)	Conservación, Diversificación y Mejoramiento de las potencialidades (Facilidades, Equipamiento e Infraestructura turística)	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento de la cultura filandesa por acontecimiento y valorización de la cultura y historia del municipio que requiere un proceso de sensibilización comunitaria y Fortalecer la artesanía en un proceso de apoyo y capacitación a los artesanos. • Trabajando la calidad y la conservación se requiere la definición de unos <i>Lineamientos y normas para el sector turístico</i>. Se requiere la definición de los requisitos mínimos para los establecimientos turísticos y los servicios públicos. 	<p>Inventarización y elaboración de una normatividad del patrimonio cultural</p> <p>Realización de eventos artísticos y culturales para el rescate de tradiciones en el municipio de Filandia</p> <p>Capacitación a los artesanos en manejo de conflictos, trabajo en equipo, comunicación y en el uso de nuevos materiales</p> <p><i>Elaboración de una normatividad para la conservación del patrimonio arquitectónico</i></p> <p><i>Seminario de Capacitación a los artesanos en manejo de nuevos productos/ diseño</i></p> <p><i>Trabajar criterios de calidad y promoción, actividades adicionales, tipo cama y desayuno/ famihoteles</i></p>
---------------------	---	---	--

		<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar la tasa de alojamiento rural y Diversificar la oferta gastronómica • Aplicación de tecnología limpia adecuada a los servicios: Asegurar y consolidar el saneamiento básico, aseo, manejo de basura y el servicio del acueducto • Mejorar el aspecto visual del municipio por la recuperación de los espacios públicos (para peatones) • Organización de transporte (terminal central, y transporte veredal) • Mejorar y ampliar la oferta comercial lo cual requiere una diversificación, la coordinación de los actores 	<p>Promover la creación de nuevos hospedajes con los requisitos mínimos: Fincas, hoteles, haciendas, Cama y desayuno, casas familiares, casas de campos, etc.</p> <p>Capacitación a los gastrónomos en especialidades caseras, Comida típica</p> <p>Embelllecimiento del municipio (Parque, Calles, manejo de trafico, nuevo parqueadero)</p> <p>Solicitar la IS básica: correo, cajero</p> <p>Terminal de transporte y nuevo sistema de circulación</p> <p>Constitución de una organización de los comerciantes</p> <p><i>Campaña de Embellecimiento: Concurso de los parques y pintar las casas, embellecimiento</i></p>
--	--	---	--

	Sensibilización, Educación y Capacitación	Elaborar un concepto básico para reforzar los recursos humanos con el fin que se mejoren los conocimientos de la comunidad sobre su propio patrimonio, que se sensibilicen al patrimonio y que adapten unas medidas para la conservación de estos bienes (educación ambiental y patrimonial)	Elaborar Plan de capacitación y sensibilización <i>Ciclo de capacitación practica "Atención al cliente" para diferentes sectores</i> <i>Capacitación y sensibilización al patrimonio cultural arquitectónico</i>
		Educar y Capacitar a los guías en guianza ecoturística en reservas naturales, cuencas y microcuencas, en fauna y flora, en elaboración de proyectos y búsqueda de recursos, en normatividad relativa a los recursos naturales, en recuperación de reservas naturales, etc.	<i>Asesoría en formulación de proyectos y mejoramiento de la comunicación</i>

	<p>Organización del proceso: Institucionalización y Mercadeo</p>	<p>Institucionalizar la Organización líder del proceso.</p> <p>El proceso tendrá diferentes etapas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico y su presentación en un foro plan turístico • Planeación estratégico y su presentación en un foro plan turístico • Plan final y su socialización en la comunidad 	<p>Crear oficina de turismo y comité consolidar el PIT</p> <p>constituir nuevo sitio de información turística</p>
		<p>Elaborar un plan de promoción y mercadeo: Para conocer mejor la demanda se propone de realizar un estudio de la demanda en lo cual se investigaran de productos y segmentos del mercado. A base de este estudio se elaborará un plan de mercadeo y comercialización del producto FILANDIA con la perspectiva de 3-5 años.</p>	<p>Elaboración de un plan de promoción y mercadeo</p>