



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SOCIALES Y EMPRESARIALES**

**MAESTRÍA EN DESARROLLO REGIONAL Y PLANIFICACIÓN DEL  
TERRITORIO**

**PROYECTO TESIS DE MAESTRÍA**

**Manizales 25 de Agosto de 2015**

**Estrategias para promover el sector turismo del municipio de Pensilvania Caldas,  
que generen dinámicas económicas sostenibles**

**TESISTA**

**RICARDO JOSE ALARCON MARTINEZ**

Estudiante Cohorte V  
Maestría Desarrollo Regional y Planificación del Territorio

**DIRECTOR**

Alejandra Molina Osorio  
Docente e investigadora departamento de economía UAM

**PRESENTACIÓN PROYECTO DE TESIS DE MAESTRÍA  
FACULTAD DE ESTUDIOS SOCIALES Y EMPRESARIALES  
MAESTRÍA DESARROLLO REGIONAL Y PLANIFICACIÓN DEL  
TERRITORIO**

**Manizales, 25 de Agosto de 2015**

## Contenido

<b>1. PLANTEAMIENTO DE LA PREGUNTA O PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN Y SU JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>10</b>
<b>2. OBJETIVOS .....</b>	<b>14</b>
<b>2.1 GENERAL .....</b>	<b>14</b>
<b>2.2 ESPECÍFICOS .....</b>	<b>14</b>
<b>3. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>15</b>
<b>3.1 SECTOR TURISMO.....</b>	<b>15</b>
<b>3.1.1 Turismo y desarrollo .....</b>	<b>17</b>
<b>3.1.2 Turismo y desarrollo económico .....</b>	<b>20</b>
<b>3.1.3 Turismo y desarrollo local .....</b>	<b>20</b>
<b>3.2 EL TURISMO COMO ACTIVIDAD COMPLEJA .....</b>	<b>22</b>
<b>3.2.1 El sistema productivo local turístico.....</b>	<b>24</b>
<b>3.3 TURISMO NACIONAL .....</b>	<b>25</b>
<b>3.4 TURISMO LOCAL.....</b>	<b>26</b>
<b>3.5 DINAMICAS ECONOMICAS.....</b>	<b>28</b>
<b>3.6 ALGUNAS CONCEPCIONES DE DESARROLLO .....</b>	<b>29</b>
<b>3.6.1 Teorías del desarrollo.....</b>	<b>31</b>
<b>3.6.2 Teoría de la modernización .....</b>	<b>31</b>
<b>3.6.3 Teoría de la dependencia .....</b>	<b>32</b>
<b>3.6.4 Teoría de los Sistemas Mundiales .....</b>	<b>33</b>
<b>3.6.5 Teoría de la Globalización .....</b>	<b>34</b>
<b>3.7 DESARROLLO SOSTENIBLE.....</b>	<b>35</b>
<b>3.8 DESARROLLO LOCAL Y DESARROLLO MUNICIPAL .....</b>	<b>38</b>
<b>3.8.1 Lo local en la nueva concepción del desarrollo.....</b>	<b>39</b>
<b>3.9 CONCEPTO DE ESTRATEGIA .....</b>	<b>42</b>
<b>3.10 INVESTIGACION ORIENTADA A LA ACCION Y TOMA DE DECISIONES IAD .....</b>	<b>43</b>
<b>4. MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>46</b>
<b>5. MARCO NORMATIVO.....</b>	<b>50</b>
<b>5.1 Normatividad Nacional .....</b>	<b>52</b>
<b>5.2 Normatividad Departamental y local .....</b>	<b>53</b>
<b>6. METODOLOGIA.....</b>	<b>55</b>
<b>6.1 MAPEO DE ACTORES .....</b>	<b>56</b>
<b>6.2 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....</b>	<b>58</b>
<b>6.3 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....</b>	<b>60</b>
<b>7. MUNICIPIO DE PENSILVANIA .....</b>	<b>61</b>
<b>7.1 Aspectos Generales Del Municipio.....</b>	<b>61</b>

7.2 Dinámicas Económicas Del Municipio De Pensilvania .....	63
7.3 Análisis del contexto sobre el turismo en el Municipio de Pensilvania .....	66
7.4 La subregión del oriente de Caldas.....	70
<b>8. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO .....</b>	<b>74</b>
8.1 GRUPO FOCAL.....	75
8.2 ENCUESTA .....	79
8.3 ENTREVISTAS SEMI ESTRUCTURADAS .....	85
8.4 VALIDACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS .....	88
<b>9. DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>89</b>
<b>10. PROPUESTA: ESTRATEGIAS PARA EL MUNICIPIO DE PENSILVANIA.....</b>	<b>91</b>
<b>11. DIVULGACIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>104</b>
<b>12. CONCLUSIONES .....</b>	<b>104</b>
<b>13. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>107</b>
<b>14. REFERENCIAS .....</b>	<b>109</b>
<b>15. MAPAS .....</b>	<b>.....</b>
Mapa 1 Zona limitrofe de Pensilvania.....	61
<b>16. TABLAS.....</b>	<b>.....</b>
Tabla 1 uso del suelo de Pensilvania Caldas .....	62
Tabla 2 formato de evaluación de actores .....	75
Tabla 3 ficha de evaluación de zonas turísticas.....	93
<b>17. FIGURAS .....</b>	<b>.....</b>
Figura 1 fases de la investigación IAD.....	55
Figura 2 Estructura de actores en el municipio .....	74
Figura 3 Relación de actores en el territorio .....	87
Figura 4 Sistema de desarrollo turístico .....	100
<b>18. GRÁFICAS .....</b>	<b>.....</b>
Grafica 1 Ocupados según sector económico noviembre de 2014-enero 2015... 26	26
Grafica 2 equilibrio e interacción de las dimensiones.....	38
Grafica 3 género y rango de edad de las personas encuestadas .....	80
Grafica 4 pregunta de la encuesta número 1.....	81
Grafica 5 pregunta de la encuesta número 2.....	82
Grafica 6 pregunta de la encuesta número 3.....	82
Grafica 7 pregunta de la encuesta número 4.....	83
Grafica 8 pregunta de la encuesta número 5.....	84
Grafica 9 pregunta de la encuesta número 6.....	85
Grafica 10 resumen estrategias.....	101

19.	IMÁGENES .....	
	Imagen 1 Finca paisaje cultural cafetero .....	10
	Imagen 2 Malla vial Pensilvania .....	14
	Imagen 3 Corregimiento de San Daniel .....	63
	Imagen 4 Socialización estrategias .....	103
20.	ANEXOS .....	
	• Guía para grupo focal	
	• Formato de identificación de actores	
	• Formato encuesta	
	• Formato entrevista semi estructurada	
	• Ficha técnica de caracterización de zonas	
	• Matriz de evaluación de actores	

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

<b>Título: GENERAR ESTRATEGIAS EN EL AMBITO TURISTICO DEL MUNICIPIO DE PENSILVANIA CALDAS, COMO MECANISMO DE DESARROLLO ECONOMICO</b>		
Investigador Principal: Ricardo José Alarcón Martínez		C.C 75.108.534
Nombre del programa Académico: Maestría Desarrollo Regional y Planificación del Territorio		
Nombre del asesor o tutor: Alejandra Molina Osorio		
Correo electrónico responsable: kardoalarcon@hotmail.com		Teléfono: 8867123
Dirección de correspondencia:		
<b>Nombre de los Grupos de Investigación:</b> (registre la información de los grupos que participan)		Total de Investigadores Dos (1)
1 Grupo de Desarrollo Regional Sostenible.	Código Grupo LAC <u>SI</u> <b>Reconocido Si</b>	Línea: Planificación y Ordenamiento Territorial.
<p>Describa la pertinencia del proyecto con las líneas de los grupos:                      La importancia de la construcción de estrategias para el inventario turístico de Pensilvania, radica en la manera en que se articula los sitios que ofrecen el territorio para su explotación y la participación de la población, como beneficiarios en la generación de empleo que aportan al desarrollo económico.</p>		
<b>Lugar de Ejecución del Provento:</b> Ciudad: PENSILVANIA		Departamento: CALDAS
Duración del Proyecto (en meses): 10		
<b>Tipo de Proyecto:</b>		
Investigación Básica:	Investigación Aplicada: X	Desarrollo Tecnológico o Experimental:
<b>Financiadores</b>		
1. Recursos privados del tesista		
Valor Contrapartida: 2.000.000		
<b>Descriptor / Palabras claves:</b> Turismo, vocación, Política Pública, Territorio, Desarrollo económico, empleo, PBOT, Planificación del territorio, Prospectiva territorial.		
Nombres completos, direcciones electrónicas, teléfono /fax e instituciones de hasta 5 investigadores expertos en el tema de su propuesta y que estén en capacidad de evaluar proyectos en esta temática y que no pertenezcan a las entidades proponentes (esto no significa que necesariamente sean los mismos que evalúen esta propuesta en particular):		
1	2	
3	4	
5		

## **Conformación y trayectoria del equipo de investigadores:**

Nombre del investigador: Ricardo José Alarcón Martínez

El investigador es profesional en Administración de Empresas. Su experiencia laboral y en especial a lo referente a la investigación ha estado enfocada en el sector público, destacando el año 2011 en el cual se desempeñó como secretario de planeación municipal de Pensilvania Caldas, allí aportó su conocimiento en la elaboración de diferentes proyectos para la adquisición de recursos para el municipio, de igual forma su trabajo consistió en gran proporción al cumplimiento del plan de desarrollo de la vigencia, trabajo en conjunto con diferentes organismos municipales, departamentales y nacionales en pro del mejoramiento continuo y en busca del desarrollo local, resaltando de igual forma la intervención directa en el fortalecimiento del sector turismo tanto en lo urbano como en lo rural de Pensilvania.

Correo electrónico: [kardoalarcon@hotmail.com](mailto:kardoalarcon@hotmail.com) Celular: 3147908258

Alejandra Molina es economista, especialista en gerencia empresarial y magister en administración de negocios, docente e investigadora del departamento de economía de la universidad autónoma de Manizales UAM®. En los últimos años ha participado como docente de la maestría en desarrollo regional y planificación del territorio, desde el 2013 ha estado trabajando en proyectos de impacto regional con el convenio centro para el desarrollo rural SLE de la universidad Humboldt de Berlín-Alemania y la UAM, financiado inicialmente por Cercapaz de la GIZ y ahora por el DAAD.

## RESUMEN DEL PROYECTO

La maestría en desarrollo regional y planificación del territorio brinda herramientas que permiten plantear proyectos de investigación en diferentes campos de acción, en la construcción de estrategias en pro del mejoramiento territorial; en la manera en que genera desarrollo económico, político, social, cultural en una población.

La planeación del territorio ha cambiado con el devenir de los años, es así como el territorio ha puesto en su propio desarrollo la vocación de sus suelos, que se ha transformado de acuerdo a los resultados de sus sectores económicos. *“Es de esta manera como el turismo se ha venido perfilado como renglón de la economía de un territorio, el cual despierta intereses en su población a nivel urbano como rural, viéndose como generador de empleo para los habitantes de las diferentes comunidades que habitan dichos territorios”*. (República de Colombia MDE).

La presente investigación se fundamenta en la revisión conceptual y metodológica que se ha venido desarrollando frente al inventario turístico del Municipio de Pensilvania, para lo cual se realizó un análisis documental que permitió identificar todas aquellas publicaciones que dan cuenta del tema. De igual manera se realizó un trabajo de campo con el fin reconocer los sitios de interés turístico a nivel urbano como rural, con lo cual se pudo constatar la funcionalidad que tiene el inventario turístico de Pensilvania en la realidad de sus comunidades. A partir de este análisis se construyeron estrategias que permitan la articulación del inventario allí expuesto con la generación de empleo que se vea reflejado en el desarrollo económico.

Para el éxito de esta investigación metodológicamente se basó en el IAD investigación para la acción y la toma de decisiones, investigación que está siendo transferida por el centro para el desarrollo rural SLE de la universidad Humboldt de Berlín-Alemania a la UAM, se desarrolló con la aplicación de entrevistas, encuestas y grupos focales que dieron la información y la participación de la población no solo la que hace parte de la cadena turística, en todos sus niveles, sino también del conocimiento de la población sobre el inventario turístico del municipio, por lo que se generó una investigación

participativa para que la comunidad se pueda apropiar fácilmente de los resultados y se puedan poner en marcha rápidamente.

Algunos de los resultados principales fueron:

Pensilvania cuenta con un gran número de zonas tanto urbanas como rurales, que se pueden considerar de atracción para turistas, zonas o lugares religiosos, deportivos, ambientales, ecológicas, que le permiten al municipio pensar en la puesta en marcha de estrategias encaminadas a fortalecer el sector turismo en el territorio como un nuevo dinamizador de la economía y una nueva fuente de ingreso para los habitantes. Así mismo se reconoce un buen número de personas tanto naturales como jurídicas, o conocidos como actores en el territorio, que si se conforma una unión entre ellos y se suman esfuerzos, se puede pensar entonces en apostarle al desarrollo económico local de Pensilvania a partir del turismo.

## 1. PLANTEAMIENTO DE LA PREGUNTA O PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN Y SU JUSTIFICACIÓN.

“Después de la crisis cafetera, con la enfermedad de la Roya en la década de 1990 que le trajo pobreza a las zonas que cultivan el grano, desde el gobierno nacional se proyecta en buscar otra alternativa de ingreso económico a las familias cafeteras diferente a la actividad agrícola”. (República de Colombia Ministerio de comercio industria y turismo MCIT 1993). Es así como se empieza a cambiar la mentalidad del turismo de sol y playa, y se mira hacia el turismo ecológico y paisajístico de las regiones del país.

IMAGEN 1 Finca del paisaje cultural cafetero



Fuente: <http://paisajeculturalcafetero.org.co/>

A partir de ese momento el turismo se vuelve en uno de los focos en los que se han centrado las políticas territoriales de orden departamental y municipal, que ven en este sector una oportunidad de crecimiento de sus regiones, con la construcción de proyectos que permitan la gestión que hacia futuro generen desarrollo económico.

“Sin embargo los esfuerzos e inversiones no han sido suficientes, porque si bien se tiene como una gran iniciativa, no se ha logrado impactar de tal forma que se convierta como una estrategia nacional para contribuir al bienestar social y económico de los departamentos y municipios” como se expresa en el plan departamental de turismo PDT (Caldas julio de 2012).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> PDT Plan departamental de turismo (2012) Fondo de promoción turística de Colombia

Esto se sustenta en que el turismo aún se dimensiona en aquellas zonas de interés nacional, predominando el turismo de sol y playa, lugares históricos y emblemáticos, del país. Que lo han vendido por épocas a propios y foráneos.

Ante dicho panorama y a partir de finales de los 90 con el sismo del eje cafetero que tiene como epicentro el departamento del Quindío, es que se empieza a vislumbrar las ventajas comparativas que tiene esta región del país para dar una mirada más analítica al tipo de turismo que se podía desarrollar. Y es a partir de esta experiencia que se empieza a desarrollar el ecoturismo, el paisajismo, el de aventura, de parques temáticos, que generaran desarrollo económico y empleo a las personas que habitan estos territorios. Pero que implican retos no solo en la generación de empleo sino en la transformación de sistemas de prestación de servicios de salud, alimentación, alojamiento, vías, entre otros.

El secretario general de la organización mundial del turismo OMT, Talef Rifai (2011) expresa que el turismo es uno de los sectores económicos mundiales más importantes y de mayor crecimiento, por lo que ha destacado en los últimos cincuenta años como instrumento crucial de crecimiento desarrollo y creación de empleo en el mundo. Con todo tras la crisis económica mundial, se ha hecho patente que el sector afronta varios desafíos importantes, que van de la economía a las cuestiones de sostenibilidad a largo plazo. <sup>2</sup>

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Así entonces, viendo la expansión del turismo a nivel nacional regional y departamental, Caldas no se puede quedar atrás en dichas expansión para lo cual le ha aportado suficiente interés a este tema, por lo que se ha visto la puesta en marcha de

---

<sup>2</sup> Políticas y prácticas para el turismo mundial. Organización Mundial del Turismo 2011

diferentes proyectos, como lo es la articulación de municipios caldenses al paisaje cultural cafetero y la creación de corredores turísticos uniendo diferentes territorios.

### *Paisaje cultural cafetero PCC*

Bajo la resolución 2079 de 2011 del Ministerio de Cultura “por medio del cual se reconoce el paisaje cultural cafetero de Colombia como patrimonio cultural de la nación” y bajo la consideración de que el paisaje cultural cafetero de Colombia fue inscrito en la lista de patrimonio mundial, la UNESCO bajo los criterios de evaluación, se le otorga el calificativo de patrimonio justificando los valores históricos, simbólicos y estéticos que lo conforman.

Así entonces el PCC es un paisaje cultural productivo en el que se combinan elementos naturales, económicos y culturales con un extraordinario grado de homogeneidad en la forma de las plantaciones de café y del paisaje, como lo expresa la misma resolución. El paisaje cultural cafetero PCC, está dado por el desarrollo del proceso de cultivo del café en diferentes fincas planas, empinadas o de difíciles accesos, que muestran diferentes figuras desde lo lejos y que son de gran agrado para la vista de las personas que visitan estos lugares, por lo que se ha convertido muchas de estas fincas en atractivos turísticos.

Las fincas mencionadas se encuentran ubicadas en algunos municipios de los departamentos que conforman el eje cafetero y otros del valle de cauca así: Para Caldas se tienen en los municipios de Aguadas, Anserma, Aranzazu, Belalcázar, Chinchiná, Filadelfia, La Merced, Manizales, Neira, Pácora, Palestina, Riosucio, Risaralda, Salamina, San José, Supía y Villamaría, para Risaralda están Apía, Balboa, Belén de Umbría, Guática, La Celia, Marsella Pereira, Quinchía, Santa Rosa de Cabal y Santuario, por su parte en el Quindío tenemos los municipios de Armenia, Buenavista, Calarcá, Circasia, Córdoba, Filandia, Génova, Montenegro, Pijao, Quimbaya y Salento y por ultimo tenemos en el valle del cauca a Alcalá, Anserma nuevo, Caicedonia, El Águila, El Cairo, Riofrío, Sevilla, Trujillo y Ulloa.

Si bien Pensilvania no hace parte del PCC, una gran parte de sus tierras esta cultivada por café y de esta producción sobreviven muchas familias. Se tienen también que

muchas de estas tierras tienen grandes extensiones cultivadas en este producto y se han convertido poco a poco en atractivo turístico.

Por otra parte en el municipio de Pensilvania, una de las grandes problemáticas vista propiamente en el sector turístico, radica en cuanto a que no se tiene dimensionado por los actores gubernamentales del municipio la importancia de este sector en la economía del municipio, como una nueva fuente de desarrollo económico. Esto se sustenta en la revisión, por ejemplo, del actual y de los anteriores planes de desarrollo municipal, en cuanto a que el turismo no es concebido como factor importante para creación de proyectos, programas o actividades en este ámbito o son muy generalizados, en donde se puede decir que es plasmado como por no dejar pasar por alto este sector de la economía.

Por todo lo anterior en el municipio de Pensilvania, siendo uno de los más reconocidos en el oriente del departamento por su alto crecimiento en comparación a otros, poco a poco se ha reconocido entre sus mandatarios, actores públicos y privados, la gran opción que se tiene para promover el desarrollo local a través de la generación de nuevas estrategias enfocadas al sector turístico, sector que no ha sido explotado en este territorio aun cuando se evidencia un potencial en él.

Así entonces, es muy importante generar estrategias para la promoción del sector en el municipio, que no solo vayan enfocadas hacia actores públicos y privados sino a que la población en general pueda ver la importancia y lo pueden interpretar como una opción de crecimiento para su territorio.

La pregunta o problema a resolver mediante la investigación propuesta es:

**¿Cuáles son las estrategias para promover el sector turismo del municipio de Pensilvania Caldas, que generen dinámicas económicas sostenibles?**

## 2. OBJETIVOS

### 2.1 GENERAL

Formular y proponer estrategias para promover el sector turismo del municipio de Pensilvania Caldas, que generen dinámicas económicas sostenibles <sup>3</sup>

### 2.2 ESPECÍFICOS

- Identificar la importancia del sector turismo en las dinámicas económicas del municipio de Pensilvania.
- Elaborar una matriz de análisis de actores que se puedan estar involucrados en el sector turismo
- Formular una propuesta sobre estrategias pertinentes frente al desarrollo del turismo del municipio de Pensilvania (Caldas).
- Divulgar los resultados tanto a actores públicos como a privados

IMAGEN 2 Malla vial Pensilvania



Fuente: Plan de desarrollo municipal - PDM Pensilvania Caldas 2012- 2015  
Mantenimiento malla vial Pensilvania

---

<sup>3</sup> Los objetivos bajo la IAD están planteados desde acciones alcanzables y están escritos generalmente en términos de acciones, como objetivo específico esta la divulgación porque la IAD busca tener un impacto en la comunidad y que puede generar toma de decisiones

### **3. MARCO TEÓRICO**

El presente marco teórico está articulado con el proceso de esta investigación, en cuanto a que pretende inicialmente hacer un acercamiento en términos generales sobre las concepciones del turismo como termino y como sector de la economía en pro del desarrollo en los territorios, posteriormente se plantea, como es interpretado el concepto de desarrollo local para dar una mirada más profunda hacia el ámbito municipal, como área problemática del presente trabajo. Para finalizar se mencionan conceptos de desarrollo en general y las definiciones desde diferentes teorías y puntos de vista.

#### **3.1 SECTOR TURISMO**

En 1994 la organización mundial de turismo OMT, definió al turismo como “el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual, por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos”. A pesar de que estas definiciones clásicas están vigentes, estas últimas parecen excluir las excursiones y visitas que no toman más de un día, estas forman parte del turismo y tienen cualitativamente, para los lugares en los que se dan, los mismos beneficios que estadías de mayor tiempo.

De acuerdo con las definiciones actuales de turismo este es un fenómeno relativamente moderno que se inició en el siglo XX. En una de las primeras definiciones se dice que es “La suma total de operadores, principalmente de cariz económico, directamente relacionados con la llegada, la estancia y el movimiento de forasteros en un determinado país, ciudad o región” (Schullard, 1910). En esa definición tan temprana está clara la naturaleza económica del fenómeno.

En una definición de los años 30 que aún se usa, se entiende que cualquier persona que se desplaza de su lugar habitual de residencia para viajar por placer por un periodo superior a 24 horas e inferior a un año, se entiende que está haciendo turismo. No implica un actividad turística, entonces, aquella en donde el desplazamiento es motivado por un cambio de residencia. En otra definición, esta vez de los años 70, el turismo es “el desplazamiento corto y temporal de personas hacia destinos distintos a sus lugares de residencia o trabajo habitual, así como las actividades que realizan durante su estancia en el destino. Se incluyen los desplazamientos por cualquier

motivación” (Moragues, 2006, p.22). Una definición de gran calado fue dada por Leiper en el trabajo “The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourism Industry (1979). La acepción fue relevante porque identificó que en el proceso del turismo además del turista, están los diversos recursos que facilitan servicios y en últimas, configuran experiencias. Estos recursos son segmentados por él en cinco grupos tangibles e intangibles: ocio, recursos sociales, materiales y culturales de los turistas, recursos naturales, industrias accesorias e industria turística.

El turismo es un instrumento. De ello da cuenta el investigador y consultor internacional Damián Moragues (2006) en el siguiente texto:

En la exploración de los conceptos de turismo y de las consecuencias de estos sobre la sociedad, adquieren especial valor, en una perspectiva de futuro y muy especialmente en su relación con la cultura y el desarrollo, definiciones actuales como la de Bertram M. Gordon (Mills Collage, California): «La expresión de la curiosidad. Curiosidad en movimiento». Se vincula esta definición a valores estéticos y a una forma o expresión de «estética aplicada». Podríamos dar más valor a las potenciales motivaciones estéticas del turista actual si la irrupción de otros valores (moda, consumismo, prestigio, también solidaridad, etc.) no nos demostraran que la «curiosidad en movimiento» no tiene solamente componentes lúdicos o estéticos. Merece especial atención la aproximación de la idea del turismo a la necesidad de conocer, de descubrir. En un mundo en el que el volumen y la calidad de las informaciones es prácticamente asistematizable e incontrastable, adquiere especial importancia aquello que, con curiosidad, queremos conocer por nosotros mismos, sin mediatizaciones. Ello nos lleva, sin grandes elucubraciones, a la calidad de instrumento del turismo actual. Estamos, en realidad, ante un gran medio de comunicación que, en lugar de acercar la noticia, la novedad, el conocimiento —posiblemente mediatizado— a nuestra comodidad cotidiana, nos proporciona la oportunidad de satisfacer nuestra curiosidad, nuestro deseo de aprender, en directo, en el lugar de los hechos ,y contrastarlos con nuestro bagaje cultural y nuestra experiencia vivencial. En este ejercicio, además de satisfacer nuestra curiosidad, abandonamos el cómodo entorno de nuestra sociedad del bienestar para enfrentarnos a nuevas dimensiones sociales y culturales, algunas menos confortables, lo que nos proporciona la opción de experimentar nuestras capacidades personales ante lo extraño, ante lo ajeno. De ahí el enorme abuso de la palabra aventura —antítesis del

comportamiento de la industria turística— en toda la parafernalia de la publicidad turística.

Medio de comunicación, pues, para satisfacer nuestra curiosidad y ponernos, en un reto personal, ante otras realidades distintas. Si aceptamos este contenido principal, en un concepto moderno del turismo, de curiosidad y de instrumento de comunicación, nos acercamos mucho más a la valoración de la cultura, en un sentido amplio, como elemento clave en las motivaciones de los viajeros y proporcionamos una herramienta trascendental para el desarrollo en aquellos lugares con contenidos culturales capaces de atraer la curiosidad del viajero moderno. Ciertamente es que la contraposición del bagaje cultural del viajero, muy en especial cuando este proviene de sociedades económicamente avanzadas, con la cultura autóctona local, en lugares supeditados económicamente a los mercados emisores, puede suponer, y de hecho ya lo supone en muchos lugares del mundo, riesgos muy notables que solamente pueden minimizarse en una perspectiva de sostenibilidad, perspectiva que se pretende tratar en capítulos posteriores.

El marco conceptual del turismo moderno quedaría idílicamente definido en esta línea de medio de comunicación cultural si no tuviéramos que admitir que gran parte, quizás la mayoritaria, del turismo de hoy en día se mueve en torno al uso banal de un territorio. Si bien esto es evidente, y perjudicial en una visión sostenible del desarrollo, hay que aceptar que no se hace en turismo una cosa distinta de la habitual en la mayoría de los medios de comunicación masivos. También en la actividad turística, las cuotas de audiencia prevalecen sobre otros muchos valores de mayor relevancia cualitativa, aun cuando estos últimos sean reiteradamente reivindicados por los profesionales de los mismos medios (Moragues, 2006, p.24).

### **3.1.1 Turismo y desarrollo**

Desde que el turismo se transformó en actividad masiva en la posguerra y conforme a diferentes paradigmas, se ha considerado que existe una relación directa entre turismo y desarrollo al punto de considerar como equivalentes las expresiones desarrollo turístico y desarrollo regional. De acuerdo a lo comentado anteriormente el origen de esta relación causal se basa en los beneficios económicos del turismo, en especial la

generación de ingresos, la generación de empleo y la captación de divisas. (TURYDES VOL 5 # 12 junio 2012, Sistema productivo turístico y desarrollo local. Ana Gloria Madruga Torres (CV) y Saimelyn Forteza Rojas).

El turismo contribuye con el producto interno bruto PIB nacional y municipal por el gasto que los turistas realizan en un destino y por las inversiones en infraestructura y equipamiento que se deben realizar. En la etapa inicial del desarrollo turístico, la inversión en alojamientos y otros servicios puede ser muy importante, estimulando la construcción y todas sus actividades derivadas. Cuando un destino se consolida, la generación de ingresos más importante es la que proviene de los gastos en consumo de los turistas, lo que representa una inyección de ingresos que proviene del lugar de residencia de los mismos. A este impacto se le agrega el efecto multiplicador que el gasto inicial tiene en la economía al distribuirse entre diferentes sectores.

La generación de divisas, y en un sentido más general el aporte del turismo a la balanza de pagos, es el impacto económico exclusivo del turismo internacional. Según Acerenza, el objetivo de captar divisas fue uno de los más privilegiados en la planificación del turismo en Latinoamérica a principios de los años setenta, dando lugar a lo que denomina enfoque de política económica. Bajo esta concepción se desarrollaron los centros integralmente planificados como Cancún en México y Puerto Plata en República Dominicana. La política de desarrollo turístico dio por resultado una gran cantidad de planes de desarrollo que combinaban el enfoque urbanístico, es decir extensos inventarios de recursos con propuestas de zonificación atendiendo al impacto espacial de la actividad, con el enfoque económico que respondía a los impactos económicos: captar divisas, generar empleo y desarrollo regional (Acerenza, 1997).

Orozco y Núñez (2013) citando a Figuerola (1990), quien sostiene que los efectos del turismo, en el marco de la economía regional pueden contribuir a mejorar el aspecto económico, social y de bienestar social de áreas geográficas específicas, entre los cuales menciona los siguientes:

- 1) Incremento de la renta disponible por habitante.
- 2) Alza del nivel cultural y profesional de la población.
- 3) Expansión del sector de la construcción y de todos los interrelacionados.
- 4) Industrialización básica de la economía de la región.

- 5) Modificación positiva de la estructura económica y social de la zona.
- 6) Trasvase a los servicios de mano de obra ocupada de los sectores primarios o subempleados.
- 7) Supresión de las corrientes migratorias hacia el exterior.
- 8) Atracción de mano de obra desempleada de municipios periféricos.

Además, hace referencia a otros efectos del turismo en el ámbito nacional, que se reflejan en el ámbito regional, como:

- 1) Aumento de la demanda global de empleo.
- 2) Desarrollo intersectorial a nivel regional.
- 3) Generador de rentas a las haciendas locales.
- 4) Promotor de actividades productivas relacionadas con el turismo. (Figuerola, 1990:178).

De igual forma expresan en la misma cita que dicho autor destaca cómo el desarrollo intersectorial a nivel regional tiene un efecto multiplicador sobre otras ramas productivas en la región; menciona cómo la llegada de turistas en volúmenes considerables repercute en un incremento de las necesidades de otros bienes y servicios, “lo que a su vez, como un proceso en cadena, hace que se desarrollen otros sectores productivos” (Figuerola, 1990:178).

El turismo, como fenómeno impulsado por la demanda, hace referencia a las actividades de los visitantes y a su papel en la adquisición de bienes y servicios. También puede considerarse desde la perspectiva de la oferta, en cuyo caso el turismo se entenderá como un conjunto de actividades productivas concebidas para atender fundamentalmente a los visitantes. Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado (Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo (RIET, 2008), párr. 2.9).

### **3.1.2 Turismo y desarrollo económico**

Desde los años 70 el turismo ha sido considerado por administradores y economistas como un recurso ideal para el desarrollo por los aportes económicos que esta actividad genera para los lugares en los que se da. Los visitantes traen recursos que gastan en la compra de servicios varios y estos, que quedan en manos privadas, en la mayoría de los casos y en manos públicas, en otros, dinamizan la economía local, bien porque aumentan el poder adquisitivo que se traduce en más compras o bien porque las administraciones municipales cuentan con recursos para destinar a la inversión social o para la puesta en marcha de proyectos productivos. Algunos países con una reducida capacidad productiva en los sectores primarios o secundarios de la economía han encontrado su salvavidas en el turismo. No obstante ello no implica reconocer que esa actividad trae aparejadas cosas tales como el consumo de droga, el comercio ilegal de divisas o la prostitución.

### **3.1.3 Turismo y desarrollo local**

La característica principal del desarrollo local es que éste es impulsado desde la base social, donde la comunidad es la protagonista de su propio desarrollo. Arocena en Vargas (2006), señala que el término local no es otra cosa más que una dimensión específica de lo social, esto quiere decir que es la dimensión espacial de la sociedad local, que está relacionada con un nivel cultural de pertenencia expresando en términos de la existencia de una identidad colectiva o de un sentimiento de pertenencia a un lugar o sitio específico.

El desarrollo local se articula de manera progresiva como una respuesta a la situación de desprotección a los espacios locales, bajo el régimen de un modelo de desarrollo globalizador. Según Malé (2001) desde el punto de vista económico el desarrollo local se caracteriza por ser un proceso que tiene como objetivos principales los siguientes: a) valorizar los recursos humanos, físicos y materiales, b) dinamizar a los actores locales (agentes económicos, sociales e institucionales, c) movilizar y coordinar a dichos agentes alrededor de una estrategia de desarrollo consensuada.

Los actores locales, desempeñan importantes funciones en cada territorio para llevar a cabo las estrategias para conducir los procesos de transformación que la sociedad requiere. Por esta razón resulta indispensable su involucramiento en la identificación de

sus propias necesidades y problemas, en la toma de decisiones y en ejecución de acciones.

En acuerdo con Melgar (2004) esta participación es posible y deseable porque se da dentro de un sentido de pertinencia, funcionalidad y cercanía a las circunstancias geográficas, ambientales, socio-económicas y político-culturales con las que conviven cotidianamente, con los naturales conflictos, divergencias de intereses, estereotipos y desinformaciones, pero con la necesidad de sustentar su capacidad para responder conjuntamente a los problemas de su localidad y ser capaces de integrarse en acciones colectivas.

En este sentido, Marchena (1999) coincide con Vera (2001) al señalar que para que el desarrollo a escala local se lleve a cabo es necesario que la sustentabilidad sea:

- Ecológicamente aceptable, es decir, que dentro de la planificación y la gestión del desarrollo turístico se deben contemplar mecanismos de zonificación, ordenación y regulación administrativa a fin de que se garantice la sustentabilidad.
- Económicamente posible, refiriéndose a que es de suma importancia que las oportunidades de negocio se mantengan en la localidad.
- Institucionalmente viable, desde el punto de vista de la regulación municipal de las actividades turísticas sustentables, la negociación con los operadores e inversionistas turísticos y el compromiso de que el turismo favorezca el bienestar.

Bajo este contexto, puede decirse que en el desarrollo local, la comunidad tiene poder de decisión e influencia directa sobre el conjunto de actividades productivas y servicios que existen en su localidad, donde los empleos y los ingresos generados son preferentemente para su propio beneficio.

El ecoturismo puede ser una alternativa para que el desarrollo local se lleve a cabo en un área determinada, ya que presenta una lógica de desarrollo más integral, que involucra la participación directa de la población y toma en consideración los principios de la sustentabilidad.

Una posibilidad metodológica en la promoción del desarrollo local a partir del turismo alternativo y concretamente del ecoturismo, puede ser lo planteado en 2008 por Serrano que pretende, por un lado, aplicar los conceptos y aspectos teóricos de los sistemas complejos y la sostenibilidad y, por el otro, establecer un modelo básico de planeación del desarrollo local sostenible a partir de proyectos turísticos, que permitan establecer los cimientos de lo que sería una metodología desde la perspectiva de la complejidad.

### **3.2 EL TURISMO COMO ACTIVIDAD COMPLEJA**

La complejidad del turismo puede considerarse desde dos perspectivas: la diversidad de actores que intervienen en la actividad; y la complejidad de los impactos que el turismo produce en la sociedad. Para analizar la contribución del turismo al desarrollo local, es necesario identificar las formas en que estos aspectos se presentan en un contexto determinado, con especial atención de las interrelaciones que se producen. No obstante, es factible realizar algunas generalizaciones. (TURYDES VOL 5 # 12 junio 2012, Sistema productivo turístico y desarrollo local. Ana Gloria Madruga Torres (CV) y Saimelyn Forteza Rojas).

Los actores de la actividad son los turistas, los residentes, el sector productivo integrado por las empresas, y las instituciones del sector público y privado. Esta clasificación responde a las funciones e intereses de las personas dentro del sistema conforme desempeñen diferentes roles, ya que una buena parte de los empresarios son también residentes, así como los dirigentes de las instituciones son por lo general empresarios del sector. Conforme a la teoría del desarrollo local, el territorio puede considerarse como actor en tanto no se lo refiera exclusivamente a los recursos naturales o la infraestructura, sino a la compleja trama de relaciones que el resto de los actores produce en su interacción, y que determina una identidad local. Mientras los turistas provienen por definición de otros centros emisores, y los residentes conforman la comunidad anfitriona, los otros subsistemas pueden tener su centro de actividad e interés tanto en el territorio como fuera de él. (TURYDES VOL 5 # 12 junio 2012, Sistema productivo turístico y desarrollo local. Ana Gloria Madruga Torres (CV) y Saimelyn Forteza Rojas).

Según la conformación, actividad y poder relativo de estos actores, se producirán efectos positivos o negativos en la sociedad, aunque la relación con el contexto puede

visualizarse como influencias recíprocas. El contexto económico repercute obviamente en la actividad a través de las políticas macroeconómicas, y el turismo produce a su vez impactos económicos como generación de ingresos y divisas, empleos, redistribución de riqueza, impacto en el presupuesto público, etc. El turismo produce también impactos socioculturales al poner en contacto personas provenientes de ámbitos diferentes y al ofrecer el patrimonio cultural, material o inmaterial, como fuente de recursos turísticos. También los recursos naturales forman parte de la materia prima del turismo, por lo que el impacto ambiental, tomando este concepto en sentido restringido, puede ser positivo, negativo o neutro. Finalmente, existe una interrelación con el contexto político, conforme al lugar que la actividad ocupe en este espacio.

El contexto macroeconómico de Cuba posterior a la década del noventa, ha revitalizado el turismo y ha instalado la actividad entre las estrategias de crecimiento económico. Desde un punto de vista académico y según se ponga el énfasis en los diferentes efectos del turismo y en especial en su signo positivo o negativo, surgen posiciones muy favorables al turismo o serias advertencias respecto de sus costos. Desde los sectores que establecen la política pública, el turismo aparece cada vez más como opción de desarrollo local en niveles municipales y regionales. (TURYDES VOL 5 # 12 junio 2012, Sistema productivo turístico y desarrollo local. Ana Gloria Madruga Torres (CV) y Saimelyn Forteza Rojas).

Si se analiza desde una perspectiva histórica la relación turismo – desarrollo, se constata que desde la década del noventa el turismo se ha considerado como opción para el desarrollo nacional en relación a los efectos positivos esperados, generalmente económicos, y en forma paralela se han analizado casos donde aparecen efectos negativos, en lo social, cultural y ambiental. En estos primeros años del siglo XXI, dos factores renuevan el interés por la actividad turística como factor de desarrollo: primero, el crecimiento de la actividad que aún en tiempos de crisis no ha dejado de incrementarse en los destinos turísticos cubanos tanto internacionales como de turismo interno; segundo, el aporte de nuevos desarrollos teóricos, especialmente en lo referido al desarrollo local.

En el contexto del turismo, es difícil que se presenten impactos culturales graves o conflictos en la relación turistas – residentes, pero las repercusiones económicas de la actividad no siempre generan los beneficios esperados, en especial, si más allá del

crecimiento económico se persiguen objetivos de desarrollo. (TURYDES VOL 5 # 12 junio 2012, Sistema productivo turístico y desarrollo local. Ana Gloria Madruga Torres (CV) y Saimelyn Forteza Rojas).

### **3.2.1 El sistema productivo local turístico**

La utilidad del concepto de clúster para estudiar la estructura económica de la actividad turística es innegable, en especial, si se avanza en el análisis de las relaciones entre los actores del sistema. A pesar de esto, el alto grado de generalidad del concepto significa que la formación de un clúster turístico no garantiza de por sí que esta actividad contribuya plenamente al desarrollo local. Por este motivo, se apela al concepto de sistema productivo para formular la segunda hipótesis de la investigación: la contribución del turismo al proceso de desarrollo local depende de la conformación de un sistema productivo local turístico. En este contexto, se entiende por sistema productivo local turístico un caso particular de aglomeración, formado por empresas en su mayoría de origen local, donde se desarrolla una fuerte innovación a nivel de estas y de su entorno, y en donde los actores interactúan tomando decisiones conjuntas a nivel de destino turístico. (TURYDES VOL 5 # 12 junio 2012, Sistema productivo turístico y desarrollo local. Ana Gloria Madruga Torres (CV) y Saimelyn Forteza Rojas).

La posibilidad de que los actores interactúen tomando decisiones conjuntas a nivel del destino remite a un nexo cooperativo fuerte. Este punto es esencial porque requiere de los actores la capacidad de visualizar el destino turístico como un todo complejo, y ser conscientes de las interrelaciones que afectan cada actividad. La asociatividad presentada en términos exclusivos de buena voluntad, no es útil para superar individualismos; por el contrario, se requiere de un proceso de aprendizaje donde por medio de proyectos colectivos se puedan percibir los beneficios de la cooperación. En este punto, es útil también el análisis de cadenas de valor, otro de los conceptos relacionados y que también tiene antecedentes de aplicación en el campo turístico. (TURYDES VOL 5 # 12 junio 2012, Sistema productivo turístico y desarrollo local. Ana Gloria Madruga Torres (CV) y Saimelyn Forteza Rojas).

“Es importante tener en cuenta que el turismo es una actividad que ha contribuido de manera sustancial al desarrollo de muchos lugares que anteriormente eran sólo pequeñas poblaciones rurales, costeras o lugares desolados, pero que a la par tenían un potencial

turístico; por esta situación el turismo es un agente que contribuye al desarrollo por su connotación económica. Genera empleos para la población local directamente e indirectamente por los desplazamientos de turistas hacia estos lugares con atractivos enmarcados en un ambiente de descanso, recreo y conocimiento. La actividad turística se gesta siempre en lugares de belleza natural, por lo que es de suma importancia protegerlos y preservarlos para seguir de alguna manera disfrutándolos, éste cometido se logrará por medio de una gestión del turismo bajo un esquema sostenible. Es decir, por una parte ver al turismo como un modelo de desarrollo económico y por otra parte desde un punto de vista de conservación. Por ende mientras mejor se conserve se aprovechará más tiempo desde el punto de vista económico, y de alguna manera todos los actores involucrados en turismo se beneficiarán de esta actividad. “Turismo Sostenible una revisión conceptual aplicada. Lic. Carlos Cardoso Jiménez año 2008”.

### **3.3 TURISMO NACIONAL**

El sector turismo es sin duda alguna uno de los sectores de más repunte en términos económicos a nivel nacional en las últimas décadas, a nivel mundial y según como lo expresa la OMT, el aumento de turistas es considerable según comparaciones entre el 2014 y el 2013, con un crecimiento del 4,6 para el mundo y un 8,4 para Colombia, según cifras dadas por esta organización.

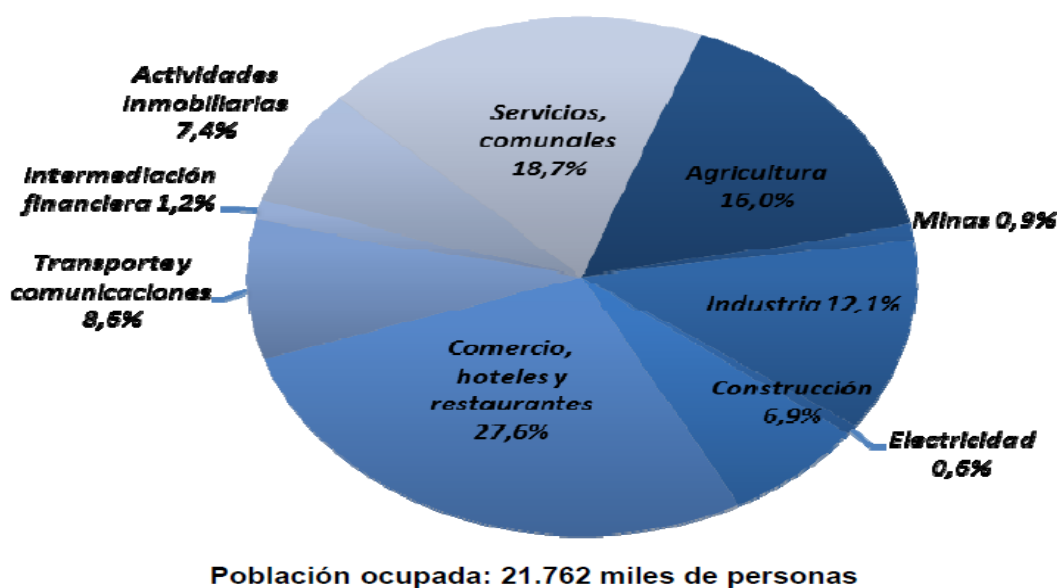
De igual forma el incremento de ingresos por divisas para el país también va en gran aumento, el ingreso de extranjeros por viajes de negocio, asistencia eventos o turismo, le genera al país al menos 3200 millones de dólares en la balanza de pagos por concepto de pagos en hoteles, restaurantes, transporte y otros.

Según el informe del mes de enero del 2015 de Micit, el producto interno bruto del país en 2014 PIB cerró en \$4.516.619 miles de millones; con una participación destacada de los sectores financiero, servicios sociales (19,7%) ; la gran rama comercio reparación hoteles y restaurantes, participó con el 12,0% del PIB total distribuidas de la siguiente manera: Comercio (8,2%), Reparación (1,1%) y Hoteles, restaurantes, bares y similares (2,7%).

De igual forma expresan que en el año 2014, el Producto Interno Bruto creció en 4,6% respecto al año 2013. En este periodo, los mayores crecimientos se presentaron en las siguientes actividades: construcción con 9,9% y actividades de servicios sociales, comunales y personales con 5,5%. La única rama que presentó variación negativa fue explotación de minas y canteras con 0,2%.

Por lo anterior para Colombia es de gran importancia el fortalecimiento de este sector, dado a la gran acogida y crecimiento que ha tenido. Sin embargo hay algunos otros temas de relevancia que hacen parte de la cadena turística y que de alguna forma opacan el auge del turismo, temas como el mal estado de las vías, la violencia, la inseguridad y la falta de formalidad de muchas instituciones.

GRAFICA 1: Ocupados según sector económico noviembre de 2014- enero de 2015



Fuente: Mincit 2015

### 3.4 TURISMO LOCAL

El turismo en Caldas se centra en tres pilares: aventura, cultura y naturaleza. Esos fueron los ejes definidos en el Modelo Departamental de Turismo “Caldas una experiencia memorable” elaborado y presentado por la Comisión Regional de Competitividad de Caldas. (Gobernación de Caldas, 2014). En el modelo establecido se hace énfasis en la biodiversidad característica del Departamento de Caldas.

Dentro de las acciones que propone el Modelo están estructuras y mantener actualizado un plan de negocios, creación de una Marca Región, implementación de sistemas de investigación de mercados, actualización permanente de una agenda de eventos culturales, estrategias de mercadeo interno y externo, identificación de operadores turísticos internacionales, capacitación y profesionalización de los participantes de la cadena de valor, mejoramiento de la conectividad aérea y por tierra desde el departamento, espacios de articulación y concertación interinstitucional y desarrollo de un sistema de información turística.

El Departamento de Caldas cuenta con una amplia oferta turística que incluye desde turismo de aventura, ecoturismo y agroturismo hasta turismo de salud, etnoturismo y turismo cultural. La variedad de climas, parques naturales, biodiversidad y festivales se cuentan dentro de las ventajas que tiene el departamento para el desarrollo y promoción de la actividad turística. El paisaje y cultura cafetera es también una fuente común de posibilidades para la consolidación y articulación de la cadena turística en la región.

Sin embargo, para un aprovechamiento óptimo de tales ventajas el departamento debe fortalecer aspectos relacionados con la integración del cluster de turismo, la creación y adecuación de infraestructura hotelera (hospedajes rurales), capacitación del capital humano, creación y consolidación de alianzas estratégicas nacionales e internacionales (Convention Visitors Bureau) y mejoramiento de la red vial.

Es importante mencionar que a nivel departamental se cuenta con una serie de instituciones que aportan al sector turismo ya sea de forma directa como indirecta. Entre las cuales tenemos como por mencionar algunas: Cotelco Caldas, Corporación para el desarrollo de Caldas, unidad de turismo Gobernación de Caldas.

De igual forma las Comisiones Regionales de Competitividad e Innovación (CRECI) fueron creadas en 2006. En cada departamento funciona una de ellas. Están compuestas por representantes de las alcaldías y la Gobernación, empresarios, consumidores, academia. “Están encargadas de concebir la estrategia regional de competitividad, velar por su ejecución, hacerle seguimiento a la competitividad y generar aprendizaje. Además, con el liderazgo del sector privado, deben velar por que exista una continuidad

de la estrategia en el tiempo y las acciones (programas y proyectos) concertada y concebida de manera participativa.” (Cámara de Comercio de Medellín, 2014). En el caso de Caldas la Comisión tenía dos propósitos: la conformación de la Red Diáspora de Manizales, para promocionar el emprendimiento, y la generación de un Modelo de Turismo para el departamento.

### **3.5 DINAMICAS ECONOMICAS**

Las dinámicas económicas que se desarrollan en cada país, están dadas por la participación de actores capitalistas a partir de la interacción en el mercado ya sea nacional o internacional, funcionando bajo la dirección del Estado como organizador del proceso comercial entre países a partir de la calidad de relaciones internacionales que posea, dichas dinámicas determinan el grado de igualdad o desigualdad que exista en la sociedad a partir de la aplicación de procesos técnicos y la distribución del ingreso entre los individuos lo que lleva a establecer una dependencia al nivel de producción que el país tenga, a fin de participar en un mercado y obtener unos ingresos que sobrepasen lo estimado a partir de lo cual se define el nivel de distribución del ingreso.<sup>4</sup>

Las políticas de los territorios están enmarcadas en gran magnitud, a fortalecer la económica de los mismos, como principal eje articulador de desarrollo. La puesta en marcha de diferentes proyectos deben de igual forma garantizar una proyección de crecimiento a corto plazo del sector de la economía en que mejor se identifican los territorios mencionados. Sectores primario, secundario, terciario que si bien pueden clarificarse todos, no todos se clarifican de igual manera, por lo tanto el sector de mayor empuje será siempre el principal receptor de recursos y de incentivos económicos, políticos, humanos y todos los que se quieran.

Sin embargo y como se ha demostrado en los últimos años, los territorios no pueden volverse dependientes de un solo sector económico, o mejor aun, deben salir de esa dependencia, ya que como se ha podido demostrar hay otros sectores que si se explotan

---

4 G. Sepúlveda 2008. La Participación dentro de las dinámicas económicas. <http://www.zonaeconomica.com/gustavo-sepulveda/participacion-dentro-dinamicas-economicas>

de una forma adecuada, pueden convertirse en pilares de crecimiento, como el caso del turismo y la nueva era.

La valoración simbólica de un territorio —país, zona geográfica, ciudad, barrio— por su oferta cultural es una aliada clave de otro sector económico que también tiende al crecimiento en el mundo actual: el turismo. El atractivo de un sitio para potenciales turistas reside, en buena medida, en convertir sus recursos culturales en productos turísticos. Pero no basta que una localidad posea riqueza artesanal, gastronómica, monumental o histórica: estas deben activarse con una infraestructura física, unos determinados servicios, y agentes públicos y privados que puedan recibir y atender a los turistas.

### **3.6 ALGUNAS CONCEPCIONES DE DESARROLLO**

El proceso de la presente investigación pretende realizar un análisis sobre las posibilidades que tienen los territorios desde un ámbito nacional, regional, departamental o municipal, de generar desarrollo a partir del enfoque de diferentes estrategias en pro de explotar el sector turismo, como una oportunidad nueva para sus localidades. Por esta razón el desarrollo según como se conciba y se entienda, será en primera instancia el artífice global para la puesta en marcha de diferentes alternativas de crecimiento.

La idea de desarrollo, sus concepciones, ha sido un tema frecuente de las ciencias sociales y humanas que desde su aparición, a mediados del siglo XIX han intentado entender cómo y de qué manera se da el cambio social y en algunos casos establecer la existencia de las “leyes” que lo regulan.

Las discusiones sobre el asunto, que preceden al desarrollo y que pueden ubicarse entre el Renacimiento y la primera mitad del siglo XIX se caracterizan por “el tránsito desde una concepción cíclica del cambio social hacia otra progresivista, universalista y ascensional, con carácter de inevitabilidad histórica y de ley sociológica” (Espina, 2006, p.46).

En una segunda etapa, que se prolonga desde la mitad del siglo XIX hasta la culminación de la Segunda Guerra Mundial, se da el paso de las sociedades tradicionales a las sociedades modernas, lo que conlleva una industrialización creciente, un proceso de urbanización que obliga a desplazamiento del campo a las ciudades, un desarrollo tecnológico constante apoyado en la innovación y un incremento acelerado de la producción. En ella se concibe al crecimiento económico como la médula del desarrollo.

Hablar de desarrollo es hablar de un término que por muchos años se ha interpretado de muchas formas y diferentes autores han dado muchos significados para él, seguramente dependiendo desde la óptica que se mire. Para esto Orozco y Núñez (2013) citan una serie de autores aportando su definición de desarrollo como eje articulador en la búsqueda de crecimiento a partir del turismo, así:<sup>5</sup>

El primero y desde la óptica de la modernidad, el “desarrollo”, es entendido como “el cambio de una sociedad rural, agrícola, analfabeta, pobre y con crecimiento de población rápido, a otra que es principalmente urbana, industrializada, culta y rica, con un crecimiento de población lento o estacionario” (Miller,2002:437).

Continúan citando a Celso Furtado (1969:69), el desarrollo es “un proceso de cambio social por el cual un número creciente de necesidades humanas, preexistentes o creadas por el mismo cambio, se satisfacen a través de una diferenciación en el sistema productivo generado por la introducción de innovaciones tecnológicas”.

Y por último citan a Vargas (2008) destaca que el “desarrollo” es un proceso que involucra múltiples dimensiones y que implica un cambio a nivel individual de las conductas y actitudes, cuyo impacto trasciende al plano de las estructuras institucionales de los sistemas socioeconómicos y políticos. Por tanto, el desarrollo debería trascender el ámbito económico (crecimiento económico) y perseguir, como un objetivo más desarrollo, esto es, mejorar las condiciones sociales de la población, mediante la reducción de la desigualdad y la pobreza.

---

<sup>5</sup> INTERSEDES. el análisis del turismo sustentable. Revista electrónica de las sedes regionales de la universidad de Costa Rica

En este sentido el desarrollo desde el ámbito que se quiera concebir, debe integrar todos los procesos que se derivan de los territorios, procesos económicos, físicos, ambientales, sociales, culturales, políticos, que lleven a dar una mirada holística, permitiendo la trazabilidad de los procesos o acciones encaminadas a la generación de crecimiento y desarrollo integral para una sociedad determinada.

### **3.6.1 Teorías del desarrollo**

Las teorías sobre el desarrollo económico y social son relativamente recientes, surgen con posterioridad a la Segunda Guerra Mundial y al tenor de las crisis económicas que se derivaron de ella. El desarrollo se puede entender como “la condición social dentro de un país, en la cual las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales” (Reyes, 2009, p.1) En la historia del desarrollo es posible identificar cuatro grandes concepciones teóricas que corresponde a cuatro periodos en los que ella tuvieron predominio en los gobiernos y los organismos internacionales: Modernización, Dependencia, Sistemas Mundiales y Globalización

### **3.6.2 Teoría de la modernización**

Surge a instancias de hechos históricos como la consolidación de los Estados Unidos como gran potencia y del pánico que le generaba a esta y a sus aliados la consolidación y promoción de un bloque comunista en el mundo. Fue muy popular durante la década de los 50 pero comenzó a declinar en la década de los 70.

La modernidad se entiende en ella como una meta deseable y alcanzable a la que la caracteriza el aumento de la capacidad del sistema político de una sociedad, la secularización de la cultura política y la diferenciación de la estructura política (Smelser, 1984). La consecución de esa meta implica el paso de una sociedad tradicional a una de un alto consumo masivo y ello tiene como condición una amplia inversión en capital tecnología y conocimientos adquiridos.

La Modernización tiene como bases cinco criterios: uno, es un proceso homogeneizador. Ne modelo necesita que las sociedades cada vez se parezcan más, pero que lo hagan a semejanza de aquellas que tiene el rótulo de modernas, en particular los

Estados Unidos. Dos, es un proceso americanizador y europeizante. Ambas geografías son vistas como ejemplos paradigmáticas del éxito económico y el desarrollo político. Tres, se juzga como un proceso que no puede dar marcha atrás. Cuatro, se considera un proceso inevitable que le otorga todos los sistemas políticos posibilidades de tratar con mayor eficiencia asuntos como la identidad y la participación. Y cinco, que es un proceso extenso que exige transformaciones graduales antes que mutaciones revolucionarias y cuyos efectos positivos solo se observarán luego de algunas generaciones

Las críticas que si hicieron al modelo cuestionaron que ella entendiera al desarrollo de forma unidireccional y que tuvieran como patrón a una sola manifestación, la de los Estados Unidos. Se le cuestionó también el que en su búsqueda homogeneizadora pretendiera eliminar los valores tradicionales como si estos fueran siempre antagónicos a los modernos. Un ejemplo que niega ese supuesto del modelo es la sociedad japonesa y buena parte de las orientales.

### **3.6.3 Teoría de la dependencia**

Esta teoría tuvo un gran auge durante las décadas de los 60 y los 70. La entidad que la popularizó fue la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal). El supuesto primario de ella fue la idea de que para crear condiciones de desarrollo dentro de un país era imperioso que se produjeran acciones tales como la sustitución de importaciones, el incremento de la demanda interna, la entrada de capital extranjero con restricciones y un mayor dinamismo y participación del gobierno en el desarrollo nacional. El modelo estaba en pugna con los preceptos de quienes querían otorgarle al libre juego del mercado la evolución de las economías.

La teoría de la Dependencia tiene cuatro componentes básicos: el desarrollo de una demanda interna que permita la expansión de los mercados, la promoción de la industria bajo el supuesto de que esta constituye el sector de la economía que mayor valor agregado genera, el incremento de los salarios de los trabajadores (que coadyuva al crecimiento de la demanda), y una mayor iniciativa de los gobiernos centrales en el incentivo del desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes (Reyes, 2009).

Para los dependentistas una explicación muy eficiente del subdesarrollo es la subordinación de los países del tercer mundo que en tanto periferia, son dependientes de un centro. Y este a su vez se lucra de ellos. Por ello juzgan que cuando las relaciones de dependencia económica se atenúan es cuando la industria nacional y el desarrollo económico adquieren un cierto dinamismo.

Los críticos de este modelo cuestionan el alto grado de abstracción de sus postulados y en concomitancia, la poca evidencia empírica de las afirmaciones. También se le cuestiona que rechace los vínculos que los países podrían establecer con las corporaciones transnacionales desdeñando las posibles transferencias de tecnología que podrían darse en esas relaciones cuando los convenios están planteados de forma justa y conveniente para ambas partes.

### **3.6.4 Teoría de los Sistemas Mundiales**

Para esta teoría la evolución del capitalismo obligó a nuevas transformaciones en la manera como se entendía el desarrollo. Uno de esos fenómenos el debilitamiento de los llamados Estados-nación ante la emergencia y consolidación de sistemas mundiales como el de las comunicaciones, el comercio y el sistema financiero así como la transferencia de conocimientos.

Los supuestos básicos de la teoría de Sistemas afirman que hay una conexión estrecha entre las ciencias sociales, en particular la sociología, y las ciencias económicas y políticas lo que conlleva a que los análisis de cada una de ellas sea desplazado por un análisis interdisciplinario en el que el objeto de estudio sean los sistemas sociales y estos pueden ser abordados en ámbito interno o externo de un país, caso último en el cual se estaría hablando de cómo el sistema actúa a varios países o a una región. . Por ello para los adeptos a esta escuela “las teorías tradicionales no explican completamente las condiciones actuales” (Reyes, 2009, p.129)

Para la teoría de los sistemas mundiales el desarrollo debe hacer hincapié en las tecnologías básicas y productivas, en su aplicación y transferencia. En lo relacionado con los recursos financieros la teoría de los sistemas diferencia propugna por una

inversión productiva que refuerce la manufactura en contraposición a una especulativa que se diluye con rapidez en los mercados bursátiles.

### **3.6.5 Teoría de la Globalización**

Esta teoría parte de la de los Sistemas mundiales, aunque a diferencia de aquella en que hace énfasis en aspectos culturales y económicos. Lo cultural, que permite aquí interpretar los procesos de desarrollo está facilitado por la existencia de redes de comunicación. De acuerdo con Moore (1993) los principales aspectos de la globalización son los siguientes:

- a. Reconocimiento de la importancia de los sistemas de comunicación globales gracias a los cuales países y ciudadanos interactúan con fluidez.
- b. Los sistemas de comunicación permiten una comunicación que alcanza a los países menos desarrollados y pone al alcance de sus ciudadanos herramientas tecnológicas.
- c. Los sistemas de comunicación transforman las estructuras de los patrones culturales, sociales y económicos de las naciones, una de las formas es unificando patrones de intercambio.
- d. Aun cuando las empresas y las elites económicas toman las decisiones en los países en desarrollo las minorías tienen nuevos espacios de participación.
- e. “Los elementos culturales dictarán la forma de las estructuras sociales y económicas de cada país. Las condiciones sociales son el resultado de los factores culturales y económicos dominantes de cada país” (Moore, 1993, p.89)

La expresión de la disputa entre las concepciones de desarrollo tradicional vinculadas al crecimiento económico y las nuevas concepciones de desarrollo están en la disputa entre los indicadores de rentabilidad y el Índice de Desarrollo Humano (IDH). En el primer caso se trata de un indicador básico usado y popularizado por el Banco Mundial desde los años 70. Se trata del ingreso per capita o renta básica, resultado de dividir el Producto Interno Bruto (PIB) entre los habitantes de un país o una región. En palabras del Banco Mundial “es el producto interno bruto dividido por la población a mitad de año. El PIB es la suma del valor agregado bruto de todos los productores residentes en la economía más todo impuesto a los productos, menos todo subsidio no incluido en el

valor de los productos. Se calcula sin hacer deducciones por depreciación de bienes manufacturados o por agotamiento y degradación de recursos naturales.” (Banco Mundial, 2015). La cifra mide la riqueza económica de un país pero se usó como una medida de desarrollo. Hoy el uso de este indicador no se utiliza como fuente única para medir el desarrollo aunque se reconoce que hay una relación positiva entre su incremento y la calidad de vida.

El ingreso per cápita para Colombia en 2013 es, por ejemplo, de 7831 dólares. El de Suecia para el mismo año es de 60380 dólares y el de uno de los países con mayores problemas económicos, República Centro Africana, es de 332 dólares. (Banco Mundial, 2015).

Frente a este indicador las Naciones Unidas, en particular el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) desarrolló un nuevo indicador, el Índice de Desarrollo Humano. Este se usó por primera vez en 1990. Está compuesto por tres variables: la salud, que es medida por la esperanza de vida al nacer, la educación que se ocupa de las tasas de alfabetización de los adultos y las tasas de cobertura en los tres niveles de educación formal (primaria, secundaria y superior), y la riqueza expresada a través del ingreso per cápita.

Según los últimos datos, publicados en 2014, el país con el IDH más alto del mundo es Noruega, con 0,944, en tanto el país con el más bajo es Niger, con 0,337

Este indicador no es la única medida del desarrollo humano pero sí la que lo expresa con mayor certidumbre. Otras de usos muy frecuente son el Índice de Pobreza Multimodal, el Índice de Desarrollo Humano Relativo al Género, el Índice de Paz Global.

### **3.7 DESARROLLO SOSTENIBLE**

Es en la Cumbre de Río donde se expresa la filosofía del desarrollo sostenible. Por este se entiende aquel que debe “asegurar que se satisfagan las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias” (Brundtland, 1988, p.29). De ello se deriva la necesidad de que se pongan límites a los usos y afectaciones que las actividades humanas tienen sobre los recursos del planeta, lo

que implicaría que tanto la tecnología como la vida social de los humanos deberían reorganizarse para garantizar el crecimiento económico sin deteriorar el hábitat.

La idea de desarrollo sostenible entra en contradicción directa con la de progreso que tenía como base el crecimiento económico. El cambio de conciencia significó el reconocimiento de unos límites y una preocupación ética por los recursos que tendrían a disposición las generaciones posteriores. Dichas consideraciones tuvieron como base el hecho de que existen recursos que son finitos y que aquellos que no lo son no pueden agotarse a una velocidad superior a la de su producción natural o artificial. Adicional a lo anterior, en un mundo tan polucionado como el nuestro no puede contaminarse o no pueden generarse contaminantes a una velocidad superior a la que tiene el hombre o la naturaleza para absorber o reciclar esos productos. Con relación a los recursos no renovables un precepto básico afirma que estos no pueden usarse con una velocidad mayor a la que se requiere para remplazarlo por los renovables.

Los tres pilares y dimensiones del desarrollo sostenible que son interdependientes entre sí y que se refuerzan mutuamente, son la dimensión ambiental, la social y la económica. Es verdad que los intereses económicos están en una disputa frecuente con las necesidades ambientales. Por ello la normatividad de muchos países tiene códigos y licencias ambientales que frenan proyectos lucrativos que puedan tener un impacto negativo sobre los ecosistemas, sin embargo no es imposible encontrar puntos de equilibrio. Es verdad que a veces esa contradicción de intereses tiene un elemento que genera polémica y esto es cuando la posibilidad de que el crecimiento económico está conectada con el deseo de disminuir la pobreza o socializar los réditos de una nueva actividad económica.

"Los países industrializados con economías fuertes y altos niveles de vida tienden a dedicar más tiempo y recursos a las cuestiones ambientales, por lo cual están mejor en el aspecto ecológico", "En cambio las naciones en desarrollo, abrumadas por la pobreza y en continua lucha por contener el hambre masiva, han tenido poco tiempo y aún menos dinero para la protección ambiental" (Reilly 1991: 20).

Un crecimiento económico que se dé en un contexto de desarrollo sostenible tiene efectos positivos sobre el ambiente humano, potencia las actividades de la gente, genera

empleo, y favorece la competitividad. En él la productividad no es un medio sino un fin para generar una más alta calidad de vida.

En la dimensión social se tiene en cuenta la distribución de los beneficios del crecimiento, ello implica que se minimicen las desigualdades sociales y los beneficios alcancen a los más pobres. Ese es un imperativo ético. Bien se sabe que los países industrializados consumen el 80% de los recursos mundiales, muchos de los cuales son importados desde los países pobres a unos precios irrisorios y previamente extraídos de formas lesivas para el medio ambiente. Por ello, si se pretende una aplicación generalizada de la idea de desarrollo humano es inevitable

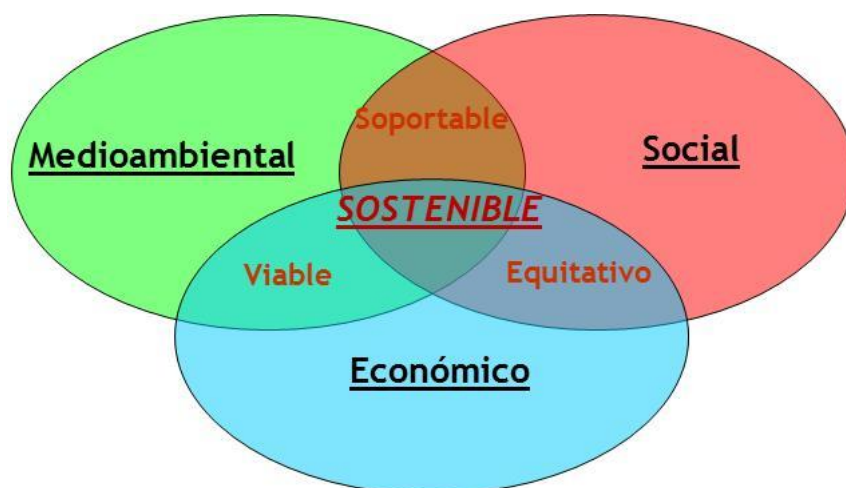
“la reorientación de los patrones de consumo de los países occidentales. Esto no es otra cosa que ser coherentes con los principios que se intenta que apliquen los países del Tercer Mundo. Sin un cambio de este tipo no podrán resolverse los problemas económico-ecológicos de carácter mundial, es decir, sin lo anterior es una quimera hablar de Desarrollo Sostenible" (Aguilera, et al, 1990, p.25)

En lo relacionado con la dimensión ambiental es evidente el deterioro progresivo del medio ambiente humano. Los patrones de consumo son en buena parte responsables de ello. Ello tiene profundas razones culturales. El ser humanos se concibe a sí mismo como ajeno a la naturaleza y a esta como un producto a su servicio, lo que implica, en el marco de una ideología del progreso que avanzar significar encontrar formas más eficientes de dominio y explotación.

La sostenibilidad en esa dimensión ambiental se basa en la compatibilidad entre la actividad económica y la preservación de los ecosistemas. Cualquier actividad debe estar precedida por estudios de impacto ambiental y por un plan detallado de las intervenciones que garantizarán que la biodiversidad y los ecosistemas no se alteren.

El siguiente es un diagrama que representa la interacción y el equilibrio entre las tres dimensiones mencionadas:

Grafico 2: EQUILIBRIO E INTERACCIÓN DE LAS DIMENSIONES



Fuente: Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía de España

### 3.8 DESARROLLO LOCAL Y DESARROLLO MUNICIPAL

Las políticas de desarrollo local no se limitan únicamente al desarrollo municipal. A veces el ámbito local de acción abarca varios municipios con características económicas, laborales y medioambientales similares. Así pues, las fronteras de los sistemas productivos locales no tienen por qué coincidir con las fronteras municipales.

Una iniciativa de desarrollo económico local no es únicamente un proyecto exitoso en un territorio. Se requiere una concertación institucionalizada de los actores públicos y privados locales más relevantes con una estrategia de desarrollo común (Ábalos, 2000). Por otra parte, una suma compleja de instrumentos de fomento no puede sustituir nunca la necesaria institucionalidad territorial para el desarrollo económico (Falabella, 2000). No es lo mismo crear instrumentos desde el nivel central, los cuales pueden ser utilizados por los diferentes territorios, que impulsar y promover un protagonismo y capacidad mayor de dichos territorios para un mejor aprovechamiento de sus recursos endógenos. Algunas de las experiencias reseñadas en el proyecto, como las de Colombia (Maldonado, 2000a) y México (Casalet, 2000), son bastante elocuentes en este sentido, pues reflejan aún un diseño centralista de programas e instrumentos de fomento en lugar de un diseño territorial para impulsar el desarrollo económico. Esta limitación se une a la existencia de una percepción básicamente asistencial frente a las microempresas y pequeñas empresas en casi todos los países de la región, los cuales no poseen aún un diseño territorial de las políticas de fomento de este tipo de empresas, a pesar de su

importancia numérica, su presencia difusa en el territorio y su trascendencia desde el punto de vista de la generación de empleo e ingresos.

De otro lado, el grado de preparación y consolidación de las competencias estratégicas del municipio y su capacidad para reconocer la realidad económica, social y cultural del territorio, la capacidad de diálogo con la comunidad, la destreza para planificar acciones de fomento, la capacidad de coordinación y articulación de acciones de desarrollo con otros agentes económicos, sociales y políticos, así como la capacidad de propuesta y negociación con otras instancias de gobierno, constituyen igualmente elementos clave en el aprendizaje de los municipios para pensar el tipo de desarrollo que necesitan a fin de resolver nudos críticos como la falta de empleo productivo y la modernización y diversificación de la base productiva local. (Desarrollo económico local y descentralización en América latina • francisco Albuquerque. REVISTA DE LA CEPAL 82 • ABRIL 2004).

El conjunto de elementos básicos que definen las iniciativas de desarrollo económico local o que constituyen sus pilares fundamentales de sustentación. Muchas de las iniciativas de desarrollo económico local en América Latina están avanzando en varios de los componentes allí señalados. La fragilidad de dichas iniciativas puede ser identificada por la carencia o debilidad de alguno de esos componentes. Son elementos de la iniciativa de desarrollo económico socia los siguientes:

- a. Movilización y participación de actores locales.
- b. Actitud proactiva del gobierno local.
- c. Existencia de equipos de liderazgo local.
- d. Cooperación público-privada.
- e. Elaboración de una estrategia territorial de desarrollo.
- f. Fomento de microempresas y pyme y capacitación de recursos humanos.
- g. Coordinación de programas e instrumentos de fomento.
- h. Institucionalidad para el desarrollo económico local.

### **3.8.1 Lo local en la nueva concepción del desarrollo**

Frente al desafío global, se hace necesaria una redefinición de los procesos de desarrollo y de sus políticas que superen la visión del “fundamentalismo del capital” en boga en las décadas de 1950, 1960 y 1970 del siglo XX dado que los nuevos fenómenos

socioeconómicos observados adquieren dinámicas e implicaciones diversas en los territorios (Vásquez Barquero, 2005). El desarrollo local considera como punto de partida que todas las unidades territoriales posean un conjunto de recursos (humanos, económicos, culturales e institucionales) que conforman el acervo y las potencialidades del territorio para el desarrollo. En este sentido, en un momento histórico, los actores locales, por iniciativa propia, pueden identificar proyectos que les permitan ser más competitivos en el contexto de la globalización y, al mismo tiempo, encontrar soluciones a sus problemas. Desde este punto de vista, lo local surge como una alternativa para promover el desarrollo sobre la base del conocimiento, la innovación y el progreso tecnológico, la renovación de las actividades tradicionales, la utilización de los recursos endógenos y/o exógenos, y la organización del tejido empresarial. Tal modelo se diferencia del planteamiento del desarrollo endógeno por cuanto éste sustenta el proceso exclusivamente en los recursos propios del territorio, sin considerar fuerzas externas. No obstante, ambos modelos promueven la utilización de los recursos territoriales y, en consecuencia, la reactivación de la dinámica productiva, la preservación de las tradiciones locales, y la consideración del contexto local, social y cultural en el proceso de desarrollo. En consecuencia, en ambas concepciones del desarrollo el territorio adquiere especial importancia en los procesos de crecimiento y cambio estructural. Es decir, se trata de una construcción histórica-social y no sólo es un soporte físico de individuos, actividades económicas y sus recursos. Otra posición del desarrollo local que vincula el territorio con el contexto global es la planteada por Arocena (1997, p. 91) que ubica el proceso dentro de la dialéctica global/local y expone que El desarrollo local no es pensable si no se inscribe en la racionalidad globalizante de los mercados, pero tampoco es viable si no se plantean sus raíces en las diferencias identitarias que lo harán un proceso habitado por el ser humano. En el planteamiento de Vásquez Barquero (1988, 2000) se concibe el desarrollo local como un proceso de crecimiento económico y cambio estructural, en el que, a través de la utilización de las potencialidades del territorio, los actores locales orientan acciones para incrementar el bienestar de la población local. Así mismo, se puede agregar que se trata de impulsar el desarrollo “desde abajo hacia arriba” y, por lo tanto, los actores locales, tanto públicos como privados, son los responsables de las acciones involucradas y del control de los procesos. Una concepción multidimensional que incluye los argumentos mencionados anteriormente es la propuesta por Boisier (2003) al destacar que la “endogeneidad” del desarrollo se entiende como la capacidad territorial para ahorrar e invertir los beneficios

generados por la actividad productiva en el propio territorio y promover la diversificación económica; también es la capacidad de éste para adoptar su propia estrategia de desarrollo a fin de tratar de alcanzar los objetivos definidos por los actores locales en el marco de los procesos de descentralización; igualmente, la endogeneidad se refiere a la capacidad para estimular y promover el progreso tecnológico del tejido productivo a partir del sistema territorial de innovación. *Economía*, XXXIV, 28 (julio-diciembre, 2009), pp. 191-212. (Desarrollo local y nueva ruralidad).

En este sentido, Albuquerque (2004) sostiene que las estrategias de desarrollo local constituyen formas de ajuste productivo flexibles en el territorio, pues no se sustentan en el desarrollo concentrador y jerarquizado, basado en la gran empresa industrial y la localización en grandes ciudades, sino que fomentan el uso de los recursos potenciales endógenos para construir un contexto institucional, político y cultural de fomento de las actividades productivas y de generación de empleo en los diferentes ámbitos territoriales. La posición de Cotorruelo (citado en Vázquez y Madoery, 2001), además de coincidir con la importancia del territorio y su vinculación con lo global, comprende una estrategia territorial competitiva fundamentada en el aprovechamiento del potencial endógeno con la inserción adecuada de impulsos y recursos estratégicos de carácter exógeno. En efecto, el desarrollo local tiene un carácter pluridimensional, sistemático, sostenible e integrado y se orienta en el largo plazo, a la dinamización del territorio y de la sociedad local mediante la participación activa y concertada de los principales actores socioeconómicos y políticos locales. Siguiendo a García Rodríguez (citado en García Rodríguez y Rodríguez Martín, 2007), las relaciones que existen entre territorio y desarrollo son diversas. Así, la clasificación de los territorios, considerando el grado de desarrollo, es más amplia y compleja que la tradicional distinción entre áreas desarrolladas y en desarrollo, pues se deben considerar, además del ingreso per cápita e indicadores de orden económico, otros factores de carácter intangible e inmaterial como el conocimiento, la calificación del recurso humano, la innovación y el desarrollo tecnológico. A partir de las concepciones argumentadas anteriormente por los principales especialistas en la temática, en este trabajo se concibe el desarrollo local como un proceso de transformación sistémica en la estructura socioeconómica y política del territorio. Dentro de este proceso, la dinámica y el contexto local, territorial y global constituyen los fundamentos relevantes para explorar y transformar las capacidades económicas, administrativas, políticas y culturales del territorio que, a su vez, permiten

planificar y gestionar el proceso, fijar objetivos de desarrollo, tomar decisiones, resolver problemas, innovar, fomentar mecanismos de participación social, entre otros aspectos.

### **3.9 CONCEPTO DE ESTRATEGIA**

El concepto de estrategia<sup>6</sup>: Kenneth Andrews plantea que la estrategia representa un patrón de objetivos, propósitos o metas, así como las políticas o planes principales para alcanzar estas metas, presentándolos de tal manera que permite definir la actividad a la que se dedica la empresa, o a la cual se dedicará, así como el tipo de empresa que es o será. Assnof consideraba que la estrategia era un hilo conductor que corría entre las actividades de la empresa y los productos/mercados. La estrategia se convierte así en una regla para tomar decisiones, un hilo conductor con cuatro componentes: el alcance de producto/mercado (los productos que ofrece la empresa y los mercados en los que opera); el vector de crecimiento (los cambios que la empresa proyecta aplicar a los alcances de su producto/mercado); la ventaja competitiva (la propiedades particulares del producto individual/mercado que colocan a la empresa en una posición solida ante sus competidores) y la sinergia (la medida en la que diferentes partes de la empresa pueden funcionar juntas, debidamente, para lograr mas de lo que podría lograr si operara cada una por su cuenta. Mintzberg define el término estrategia “como el patrón de una serie de acciones que ocurre en el tiempo. Quiinn En el campo de la administración, una estrategia es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y a la vez establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Una estrategia adecuadamente formulada ayuda a poner orden y asignar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes.

El planteamiento de una estrategia esta asociada a la articulación de una serie de factores que llevan a al cumplimiento de un objetivo o una meta, los cuales fueron trazados motivados por una necesidad o una problemática ya previamente identificada. Se reconocen factores iniciales como el análisis del área problemática o de intervención que permiten en primara instancia hacer un análisis descriptivo e indagar sobre la situación presentada, así mismo y posterior a lo anterior se plantea una serie de

---

<sup>6</sup> Mintzberg, Quinn y Voyer. El proceso estratégico. Conceptos, contextos y casos. 1ª edición. Pearson Prentice hall

alternativas o posibles soluciones a la problemática a partir de la formulación de diferentes hipótesis que conducen al cumplimiento del objetivo, hipótesis que traen unas estrategias planteadas, y que son implementadas y evaluadas a lo largo del proceso para arrojar un resultado durante un tiempo determinado.

La formulación de estrategias hace parte del proceso de toma de decisiones en todo tipo de organización, ya que no todas las estrategias son ejecutadas o tienen el mismo peso, por lo que se debe tomar la decisión por parte de las personas que intervienen en la entidad de escoger cuales serán las estrategias principales y el orden de ejecución para el cumplimiento de un objetivo planteado. Para lo cual se plantea la siguiente secuencia:

1. Análisis de la problemática o necesidad
2. Indicación de objetivos y metas
3. Formulación de las estrategias
4. Implementación de las estrategias
5. Evaluación y seguimiento de las estrategias

### **3.10 INVESTIGACION ORIENTADA A LA ACCION Y TOMA DE DECISIONES IAD**

La “*investigación orientada a la acción y a la toma de decisiones*” (IAD) privilegia un abordaje mixto de la realidad, celebra el trabajo en campo como requisito esencial para el entendimiento y comprensión de las problemáticas sociales. Recurre a datos duros cada vez que es necesario, en definitiva de lo que se trata es dar una respuesta que sea útil para quienes toman decisiones. El énfasis es la acción; se diseña de forma tal que múltiples voces de actores sociales son tenidas en cuenta. Uno de sus límites es el apartado de conclusiones, si bien relevante, la contribución teórica está subordinada al interés práctico de generar recomendaciones que faciliten información y conocimiento que, además de pertinente, sea oportunos para quienes necesitan tomar la decisión en un momento determinado.

La IAD es una mezcla de investigación cuantitativa, cualitativa, cooperación internacional y consultoría que se ha ido desarrollando por el centro para el desarrollo rural SLE de la universidad Humboldt de Berlín-Alemania, se han escrito diferentes libros donde las autoras Gesa Grundmann y Karin Fiege explican la IAD. El siguiente

paso a paso es una redacción de los investigadores de la UAM Alejandra Molina, Juan Guillermo Vieira y Daniel Hurtado realizada con base en la experiencia en diferentes investigaciones en el marco del convenio SLE-UAM financiada por el DAAD.

El paso a paso de esta forma de investigar es cercana a las formas comunes de realizar investigación: se define el tema de interés, se construyen las preguntas de investigación, se seleccionan los métodos requeridos, se planea, se implementa, se realiza el trabajo en campo, se analiza, se procesan y analizan los datos y se genera un reporte escrito a manera de informe final de investigación. Si bien el camino es relevante, para esta metodología lo es más la forma “cómo” este camino se recorre.

Primero: Existe un contratante que tiene intereses y necesidades concretas por lo que define el objetivo y los productos esperados de la investigación, es decir, el interés investigativo “nace” de “otro” que requiere una información, no del interés del investigador en sí mismo. En este caso las investigaciones de la maestría en desarrollo regional y planificación del territorio buscan dar respuestas a los problemas de desarrollo que se enfrentan los diferentes territorios, es así donde el paso uno como proyecto de grado se cumple a medias porque no es una investigación contratada pero si es una investigación que busca tener impactos en la región.

Segundo: El contratante y el equipo de investigación negocian los “términos de referencia” que darán vía libre al diseño de la propuesta investigativa, términos que configuran el marco de actuación de la investigación, términos que se aterrizan en un documento que da cuenta del diseño y del alcance real de la investigación. Cabe mencionar que este punto es crucial para el proceso investigativo, en tanto el equipo es responsable de convertir en algo “investigable” aquello que para el contratante es una necesidad latente de información. En nuestro caso los términos de referencia son el proyecto e investigación pues es a lo que se está comprometiendo el estudiante y el tutor a entregar, y nuestra contraparte es el comité de currículo de la maestría

Tercero: La IAD se realiza en periodos cortos de tiempo, no superiores a los 6-8 meses. Un requisito fundamental: un equipo de trabajo dedicado tiempo completo a la investigación, sujeto a las dinámicas del territorio, más que a las dinámicas institucionales de las cuales hacen parte regularmente los investigadores.

Cuarto: La investigación se realiza siempre de cara a quienes son los “usuarios” de la investigación, esto implica: por un lado, conversar constantemente con quienes utilizarán la información para recibir la retroalimentación del trabajo y, por el otro, escribir el informe de tal manera que el lenguaje utilizado y la estructura presentada sea coherente con sus requerimientos.

Aquí es importante una aclaración: los resultados de la investigación no están supeditados a la voluntad del contratante, él es quien define el objetivo, más no la información que de allí se deriva; por tanto, una de los papeles del equipo de investigación es estar atento, en todo momento, a la calidad de la información y la coherencia de lo que se transmite con lo que efectivamente fue hallado.

Quinto: Proceso iterativo, además de interactivo. Es decir, está permitido el regreso a fases anteriores del trabajo si fuese necesario, sobre todo, para avanzar con mayor contundencia en el trabajo con los actores que se encuentran en el territorio.

Sexto: La realización del “informe final” es un punto intermedio en la investigación, existe un compromiso manifiesto con la necesidad de la apropiación y divulgación del conocimiento que se genera, no sólo en círculos académicos e institucionales afines al tema de investigación, también (y sobre todo) con quienes fueron fuentes de información en el terreno para que les sea de utilidad de manera inmediata.

Séptimo: Lo fundamental: uso de los hallazgos encontrados y de las recomendaciones generadas por parte de los usuarios señalados en la investigación. Se busca que el documento y estrategias de comunicación construidas propicien la apropiación de la información por parte del contratante y demás actores interesados, facilitando así, desde un actuar de responsabilidad social universitaria del equipo docente que hace parte de este tipo de investigación, una contribución efectiva en lo que al día de hoy se ha llamado “circulación del conocimiento científico y académico”.

#### **4. MARCO REFERENCIAL**

Para la ilustración del marco referencial se tienen una serie de documentos que permiten dar trazabilidad al proceso de la presente investigación, algunos antecedentes regionales, departamentales y municipales que van enfocados a generar estrategias para los territorios que aporten al desarrollo económico de los mismos, a partir de incentivar el sector turismo.

El sector turismo en Colombia es sin duda alguna y como ya se ha mencionado anteriormente, uno de los sectores de la economía con más proyección de crecimiento en los últimos años.

En Caldas se han aumentado los esfuerzos por parte del sector público y privado, para incentivar el sector turístico en el departamento y apalancar una serie de proyectos en los municipios, ya sean individuales o colectivos, en búsqueda de recursos de inversión, que por consiguiente garantizaría una sostenibilidad vista desde el desarrollo económico, sosteniendo al turismo como un sector de alto crecimiento en el tiempo.

Algunos referentes

1. En el primer referente, LM Salazar y N Gómez <sup>7</sup> plantean en el trabajo de investigación turismo regional, un cambio para la economía del eje cafetero se propone observar el sector turístico como actividad económica relevante del departamento de Risaralda desde la perspectiva de relocalización y construcción de un bioparque de Pereira como una propuesta que se entrelaza con otras actividades económicas del eje cafetero.

Para la justificación del problema de la investigación, plantean que para algunos hacedores de política pública, el turismo representa un sector clave en el desarrollo de la economía mundial, porque se encuentra relacionado con los demás sectores de la economía e influenciado por el ambiente, la sociedad, los avances y desarrollos tecnológicos, la política y demás, los cuales a su vez condicionan su estabilidad y estacionalidad. Es un sector que jalona la economía,

---

<sup>7</sup> Turismo regional: un cambio para la economía del eje cafetero. Universidad católica popular de Risaralda

porque alrededor de él se requiere el encadenamiento de empresas que ofrecen bienes y servicios al turista quienes el principal consumidor.

Una de las conclusiones planteadas en la investigación, dicen que el turismo sostenible se presenta como un cambio para la economía del país. El Eje Cafetero se encuentra entre los nueve nodos colombianos identificados que cumplen con características de atractivos turísticos, entre ellos se encuentra la diversidad, la población y la cultura cafetera. El Triángulo del Café nace como respuesta a la promoción de esta región con el fin de integrar a los tres departamentos que hacen parte de él (Caldas, Quindío, Risaralda) y unir esfuerzos con una visión integral y proyectada, documentado en las agendas de competitividad y productividad, en donde los tres se complementan y fortalecen la oferta turística.

2. Para el segundo referente LJ Marroquín y MY Triana (2011)<sup>8</sup> realizan una investigación con el fin de elaborar una propuesta de desarrollo turístico como factor de competitividad en el municipio de la Dorada Caldas

Dicen que Colombia se perfila como uno de los destinos turísticos más importantes de América Latina. Según el World Travel & Tourism Council (WTTC) para el periodo 2009-2018, se espera un crecimiento real anual de 4% en la demanda por viajes y turismo en Colombia, pasando de US\$ 10.753 millones a US\$ 15.753 millones en el 2018. Actualmente en Colombia, el sector contribuye con el 1.9% del total del PIB (US\$ 3.524 millones), aporta el 7.5% del total de la inversión en capital con US\$ 3.431 millones, y genera 386.000 empleos directos; el equivalente al 1.8% del total de empleos en el país.

Así mismo expresan y haciendo un recorrido por el departamento, que en el año de 1998, en Caldas se implementa la creación de la Secretaría de Turismo. En el año 2001 se transforma en Secretaría de Desarrollo Económico, con una Unidad de Turismo, En los Municipios no existe un programa específico en su plan de desarrollo que les permita proyectar este sector; En cuanto a los gremios turísticos empezaron asociarse en año 2002, aunque no tienen unas políticas

---

<sup>8</sup> El turismo como factor de competitividad en el desarrollo del municipio de la Dorada. Universidad autónoma de Manizales 2011

claras sobre el desarrollo del turismo y capacidad económica para la inversión en manejo de Calidad.

De igual forma sustentan que La Dorada, Este municipio al Oriente de Caldas es propicio dadas sus características socio culturales, ambientales y de ubicación geográfica, para el desarrollo del ecoturismo, agroturismo y turismo cultural para lo cual la ciudad se viene preparando con infraestructura hotelera y con adecuaciones a los sitios de interés turístico.

Como se puede evidenciar en dicho trabajo, el municipio de la Dorada tiene una serie de atracciones que son propensas de llegada de turistas y demás, según la dinámica del territorio, si bien el municipio, no pertenece al paisaje cultural cafetero como el denominador actual en temas de turismo en el eje cafetero, sus demás cualidades permiten sin duda alguna, en ser un generador de estrategias un búsqueda de crecimiento y desarrollo.

Apartando una de las conclusiones propuestas por las investigadoras, dicen que el Municipio de La Dorada cuenta con suficientes atractivos naturales, culturales e históricos, para ejecutar proyectos de desarrollo local referidos a la modalidad de turismo de naturaleza, e histórico – cultural, lo que provocaría un crecimiento de la demanda en número de visitantes, siendo éstos aspectos claves para la potencialización del sector turístico como oportunidad de generación de ingresos, creación de empresas, fortalecimiento de las existentes y articulación del municipio con acciones de crecimiento y desarrollo nacional, los cuales se traducen a la diversificación de la actividad económica de La Dorada y mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

3. Otro referente importante y para tener en cuenta en la presente investigación, es: Entre reparación y transformación: Estrategias productivas en el marco de la reparación integral a las víctimas del conflicto armado en el Oriente de Caldas, Colombia 9

El siguiente referente tiene una gran similitud respecto al presente trabajo, dado el tipo de investigación utilizado y la metodología aplicada para la misma.

---

9 Entre reparación y transformación: Estrategias productivas en el marco de la reparación integral a las víctimas del conflicto armado en el Oriente de Caldas, Colombia 2014

Se trata de una investigación cualitativa con perspectiva participativa y exploratoria, enmarcada en el modelo de investigación aplicada “Investigación para la Acción y la Decisión” (IAD). Una de las características de este tipo de investigación es su enfoque iterativo, lo que significa que vuelve a los pasos anteriores, por ejemplo, para verificar resultados con las mismas fuentes; esto implica tener una estructura investigativa flexible. La investigación traspasa el ámbito académico porque interviene en el territorio, tratando de generar sinergias entre diferentes actores encaminadas a fortalecer procesos de articulación a favor de las víctimas del conflicto armado.

Como Pensilvania cuenta con pisos térmicos diversos y gran variedad de terrenos, de suelos y de infraestructura, se requieren diagnósticos territoriales para aprovechar ese potencial y adaptar las apuestas agrícolas según la vocación productiva real.

El municipio se puede diversificar económicamente y ampliar sus fuentes de ingreso, desarrollando nuevos sectores y servicios como el turismo, aprovechando su flora y su fauna, sus ríos, sus senderos y la imagen de una típica zona cafetera. Para seguir esa iniciativa, es preciso acercarse a actores comprometidos y con experiencia regional como el Comité de Turismo de Norcasia.

Como se evidencia el municipio de Pensilvania requiere ampliar su panorama económico centrando acciones en diferentes sectores que permitan diversificar las actividades de la población en general, de esta forma se evita generar una dependencia hacia un solo sector y antes se puede incentivar el turismo como lo manifiestan, para ser aportante a la nueva economía del municipio y garantizar un crecimiento más amplio.

## 5. MARCO NORMATIVO

En todo proceso de investigación es de vital importancia tener presente la normatividad vigente que estén acorde con el tema a investigar y que puedan ser consultados en los momentos que se crean convenientes.

### **¿Qué dicen los actuales planes de desarrollo en materia turística?**

Del orden Nacional: 10

Para promover el desarrollo regional sostenible Como cuarto y último objetivo, y en línea con el Plan Sectorial de Turismo “Turismo para la Construcción de la Paz 2014-2018”, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo trabajará, en primera instancia, en el mejoramiento de la competitividad para el desarrollo turístico regional. Para este fin consolidará los siete productos y experiencias de calidad existentes y diseñará nuevos productos; desarrollará nuevas obras de infraestructura turística y optimizará las existentes; implementará una campaña dirigida a prestadores de servicios turísticos para que se certifiquen en las normas técnicas de calidad en turismo; apoyará la certificación de tres destinos como destinos turísticos sostenibles; realizará alianzas con instituciones especializadas en enseñanza de una segunda lengua para formar y capacitar al recurso humano de los prestadores de servicios turísticos; fortalecerá el programa nacional para la formalización turística en procura de un sector turístico, responsable, accesible y formalizado; y consolidará como destinos de naturaleza los siguientes: “Camino a Teyuna (Ciudad Perdida) de la Sierra Nevada de Santa Marta” (Magdalena), “La Serranía de la Macarena” (Meta), “Putumayo” y “Urabá - El Darién” (Antioquia – Chocó) con el fin que se apoyen para su desarrollo integral, incluyente y sustentable.

En segunda instancia coordinará las acciones necesarias para mejorar la conectividad aérea, marítima, fluvial, terrestre y digital de los siguientes destinos turísticos: Bogotá D.C., Bolívar, Antioquia, Valle del Cauca, San Andrés y Providencia, Atlántico, Norte de Santander, Santander, Magdalena, Risaralda, Nariño y Quindío. En tercera instancia optimizará las estrategias de promoción turística unificando las campañas, nacional e internacional, en un solo concepto para el turismo receptor y doméstico. En cuarta

---

10 Bases del plan nacional de desarrollo 2014-2018. Todos por un nuevo país, paz equidad educación

instancia creará el programa nacional de fortalecimiento de las capacidades regionales de gestión pública del turismo; destinará recursos financieros para la investigación de mercados; y fortalecerá en conjunto con el Dane las estadísticas del sector.

Del orden Departamental:11

Desarrollar en alianzas con el sector gremial y productivo, planes, programas y proyectos estratégicos en las áreas hidro-energéticas, mineras, empresariales y de transporte, para el mejoramiento de los eslabones del desarrollo empresarial, el turismo, la ciencia la tecnología e innovación, la cooperación nacional e internacional, el comercio y servicios del departamento de Caldas, con criterios de sostenibilidad ambiental.

Programa: alianzas público privadas para una mejor economía.

Subprograma: Gestión pública y privada encaminada al desarrollo y fortalecimiento de la competitividad turística en el departamento de caldas.

Fortalecer la cadena productiva del turismo para mejorar la competitividad del Destino Caldas por medio de la socialización, validación y ejecución del Plan de Desarrollo Turístico de Departamento y su correspondiente actualización en las 6 subregiones del departamento.

Se destacan los siguientes proyectos estipulados en el plan de desarrollo:

- Implementación y montaje de un observatorio turístico para el departamento de caldas.
- Identificación de productos turísticos sostenibles para las subregiones departamento de caldas.
- Apoyo a los empresarios y prestadores de servicios del sector turístico a través de créditos blandos en el departamento de caldas.
- Aprovechamiento turístico del paisaje cultural cafetero departamento de caldas

- Desarrollo del turismo de naturaleza y comunitario como sectores estratégicos para la competitividad turística de Caldas. Divulgación y promoción en el nivel regional, nación e internacional del destino turístico departamento de caldas

#### Del orden Municipal: 12

En el plan de desarrollo se identifica el siguiente proyecto enfocado en el sector turístico:

#### Proyectos programa 3: Económico

Eje estratégico: Desarrollo económico, social y ambiental

Proyecto: 3.3 Apoyar y fomentar la creación de proyectos turísticos, apoyando la creación de una empresa operadora del turismo para el municipio.

### **5.1 Normatividad Nacional**

#### Constitución política de Colombia

El principal referente normativo y en un estado social de derecho como Colombia, es la constitución política, de la cual se puede apartar; “La constitución de 1991 reafirma como entidades territoriales a los departamentos, distritos, municipios e inclusive territorios indígenas. Además permite la ampliación de las fronteras del territorio, en la formación de regiones y provincias por medio de la ley 152 de 1994. Tal estrategia de ordenamiento se lleva a cabo con el fin de lograr mayor eficiencia en la prestación y venta de servicios por parte de la entidad territorial”. **(República de Colombia. Constitución política de 1991).**

#### Ley general de turismo

Ley 1558 del 10 de julio del 2012 “Por la cual se modifica la ley 300 de 1996 – ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.

Objeto: La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los

---

12 Plan de desarrollo municipal. 2012-2015. Pensilvania comunidad organizada

mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

### Ley de medio ambiente

La ley 99 de 1993 ley general ambiental de Colombia, tiene por objetivos:

- 1- Armonizar y actualizar las disposiciones contenidas en la Ley 9ª de 1989 con las nuevas normas establecidas en la Constitución Política, la Ley Orgánica del Plan de Desarrollo, la Ley Orgánica de Áreas Metropolitanas y la Ley por la que se crea el Sistema Nacional Ambiental.
- 2- El establecimiento de los mecanismos que permitan al municipio, en ejercicio de su autonomía, promover el ordenamiento de su territorio, el uso equitativo y racional del suelo, la preservación y defensa del patrimonio ecológico y cultural localizado en su ámbito territorial y la prevención de desastres en asentamientos de alto riesgo, así como la ejecución de acciones urbanísticas eficientes".
- 3- La biodiversidad del país, por ser patrimonio nacional y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y aprovechada en forma sostenible.

## **5.2 Normatividad Departamental y local**

### Ley orgánica del plan de desarrollo

La ley 152 de 1994 “La presente ley tiene como propósito establecer los procedimientos y mecanismos para la elaboración, aprobación, ejecución, seguimiento, evaluación y control de los planes de desarrollo, así como la regulación de los demás aspectos contemplados por el artículo 342, y en general por el capítulo 2º del título XII de la constitución política y demás normas constitucionales que se refieren al plan de desarrollo y la planificación”

## Ley de desarrollo territorial

La ley 388 de 1997 tiene los siguientes objetivos según el capítulo 1.

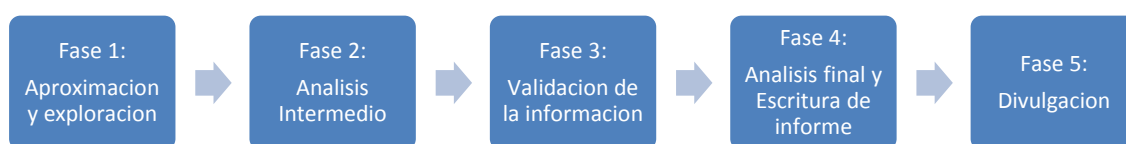
- 1- Armonizar y actualizar las disposiciones contenidas en la Ley 9ª de 1989 con las nuevas normas establecidas en la Constitución Política, la Ley Orgánica del Plan de Desarrollo, la Ley Orgánica de Áreas Metropolitanas y la Ley por la que se crea el Sistema Nacional Ambiental.
- 2- El establecimiento de los mecanismos que permitan al municipio, en ejercicio de su autonomía, promover el ordenamiento de su territorio, el uso equitativo y racional del suelo, la preservación y defensa del patrimonio ecológico y cultural localizado en su ámbito territorial y la prevención de desastres en asentamientos de alto riesgo, así como la ejecución de acciones urbanísticas eficientes.
- 3- Garantizar que la utilización del suelo por parte de sus propietarios se ajuste a la función social de la propiedad y permita hacer efectivos los derechos constitucionales a la vivienda y a los servicios públicos domiciliarios, y velar por la creación y la defensa del espacio público, así como por la protección del medio ambiente y la prevención de desastres.
- 4- Promover la armoniosa concurrencia de la Nación, las entidades territoriales, las autoridades ambientales y las instancias y autoridades administrativas y de planificación, en el cumplimiento de las obligaciones constitucionales y legales que prescriben al Estado el ordenamiento del territorio, para lograr el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.
- 5- Facilitar la ejecución de actuaciones urbanas integrales, en las cuales confluyan en forma coordinada la iniciativa, la organización y la gestión municipales con la política urbana nacional, así como con los esfuerzos y recursos de las entidades encargadas del desarrollo de dicha política

## 6. METODOLOGIA

Esta investigación es de carácter cualitativo y emplea métodos participativos de recolección de información y generación de estrategias. Si bien es cierto que se recogerán algunos datos cuantitativos, estos sirven de sustento para la interpretación de la información cualitativa primaria recolectada de las fuentes consultadas.

La presente investigación construida bajo enfoque IAD se desarrolló en las siguientes fases:

Figura 1 Fases de la investigación IAD



**Fase 1 Aproximación y exploración:** se estableció los primeros contactos con las entidades relevantes para el desarrollo de la investigación, se realizarán las presentaciones de rigor para informar a los actores involucrados de los propósitos y alcances de la investigación. Se levantó información relevante a través de la aplicación de instrumentos como entrevistas semi-estructuradas, encuestas y grupos focales además de la revisión de información documental y del DANE.

El universo de estudio está conformado por las personas que habitan la zona urbana como rural del municipio de Pensilvania – Caldas; donde se encuentran los atractivos turísticos, a su vez la administración municipal; y aquellas que no habitan los sitios turísticos, esta última, tendrá en cuenta la aplicación del método de racimos. Tanto para la población urbana como rural sobre el conocimiento que tienen acerca del inventario turístico del municipio.

**Fase 2 análisis intermedio:** Implica que el equipo de investigación se reúne para realizar el análisis inicial de la información recolectada, determinar sobre qué aspectos necesita profundizarse y con cuáles actores es necesario indagar nuevamente o por primera vez durante la siguiente etapa del proceso investigativo. Además se generarán

las propuestas iniciales de estrategias para promover el turismo en el municipio de Pensilvania.

**Fase 3 validaciones de la información:** se regresa al municipio para realizar talleres con los actores claves, se profundice y se discuta la información analizada y se construyan las estrategias finales de forma participativa que se presentarán como recomendaciones al final de la investigación.

**Fase 4 Análisis final y escritura del informe:** se realiza el análisis final y se empieza a estructurar y redactar el informe final que será presentado al comité de currículo de la maestría.

**Fase 5 divulgaciones:** como la investigación busca involucrar a la comunidad, se deben realizar diferentes formas de divulgación para que se conozcan los resultados y se pueda generar toma de decisiones que promuevan el turismo en Pensilvania.

## **6.1 MAPEO DE ACTORES**

Con el fin de darle cumplimiento a uno de los objetivos trazados en la presente investigación, es importante diseñar una matriz que permita identificar cuáles son los actores claves con diferentes niveles jerárquicos y de importancia, son relevantes para el desarrollo de la investigación.

También conocido como mapas sociales o sociogramas, el mapeo de actores claves (MAC) supone el uso de esquemas para representar la realidad social en que estamos inmersos, comprenderla en su extensión más compleja posible y establecer estrategias de cambio para la realidad así comprendida (Gutiérrez, 2007). El MAC no solo consiste en sacar un listado de posibles actores de un territorio, sino conocer sus acciones y los objetivos del por qué están en el territorio y su perspectivas en un futuro inmediato (Ceballos, M. 2004)<sup>13</sup>

---

13 Tapella, E. (2007) El mapeo de Actores Claves, documento de trabajo del proyecto Efectos de la biodiversidad funcional sobre procesos ecosistémicos, servicios ecosistémicos y sustentabilidad en las Américas: un abordaje interdisciplinario”, Universidad Nacional de Córdoba, Inter-American Institute for Global Change Research (IAI).

Los objetivos para realizar el mapa de actores son:

- Identificar los actores claves que tienen influencia en el municipio según el sector en el que se encuentran.
- Analizar los diferentes puntos de vista de cada uno de los actores que tengan relación con el tema de la investigación y el área problemática.

En primera instancia se diseñara un formato de identificación de actores claves en el municipio, que estén en capacidad de aportar a la planeación, al diseño o implementación de propuestas acciones o actividades que conlleven a la generación de proyectos, normas, políticas públicas o demás en el territorio.

Dicho formato deberá contener la siguiente información: (anexo formato)

- a) Nombre y apellidos
- b) Numero de cedula de ciudadanía
- c) Empresa o entidad que representa
- d) Sector al que pertenece
- e) Número de teléfono
- f) Correo electrónico
- g) Descripción sobre el rol que desempeña en la entidad empresa o comunidad

Después de elaborados los formatos correspondientes a la cantidad de actores que se consideren pertinentes y principales, se desarrollara un taller tipo grupo focal en el que se pueda interactuar con estas personas en una mesa de trabajo con un moderador estipulado y una lista de preguntas guías como se presentará mas adelante

Para el diseño de la matriz de actores, se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

- a) Empresa o entidad que representa:
- b) Tipo de empresa o entidad: Publica, privada, mixta, ONG, religiosa, académica
- c) Función o rol que desempeña
- d) Descripción del actor identificado
- e) Según la relación que tengan sobre el proyecto: alto medio bajo

- f) Según su grado de influencia en el municipio se les dará: alto medio bajo
- g) Interés que muestran con el área problemática:

## 6.2 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La investigación cualitativa, se apoyará en diversas fuentes de información como: bases de datos, entrevistas, encuestas mixtas; con las personas relacionadas con el tema; con el fin de conocer su percepción. De igual manera para focalizar el objeto de estudio, se hace necesario plantear preguntas analíticas que permitan elaborar los instrumentos, adecuados para la recolección de la información, que se irá desarrollando, de acuerdo a lo observando en la investigación.

Para el éxito en la recolección de la información, se tendrá presente el siguiente procedimiento:

**Revisión de información secundaria:** esta tendrá en cuenta la revisión que se hará a todos los documentos existentes sobre el turismo en el municipio de Pensilvania Caldas, el cual dará respuesta al objetivo 1, Entre los documentos a revisar se pueden citar:

- Inventario turístico municipio de Pensilvania Caldas
- Plan de desarrollo municipal 2012 – 2015
- PBOT municipio de Pensilvania Caldas
- Plan departamental de turismo Gobernación de Caldas

**Aplicación de encuestas:** las encuestas serán aplicadas a la población muestra seleccionada con el fin de recopilar información relacionada con el objetivo 1 y 2, identificar el conocimiento y la participación de la población del municipio de Pensilvania – Caldas, frente al inventario turístico.

La encuesta se diseñó como un instrumento de preguntas mixtas. La aplicación del instrumento, será a las personas relacionadas con el tema y que se encuentra en los sitios turísticos; que habitan la zona **urbana** como **rural** del municipio. De igual manera el trabajo de campo, a los diferentes sitios con vocación turística, permitirá, realizar un

registro fotográfico, gráfico y escrito, acerca de lo que se va aprendiendo en el terreno y los comentarios sobre sucesos relevantes que aportan a la investigación.

**Aplicación de entrevistas semiestructuradas:** en primer lugar, se enfocará en la administración municipal, seguidamente líderes comunales, políticos de la localidad y gremios, que permitan brindar información contextualizada del tema, así mismo se entrevistarán a personas expertas en el tema como académicos de las diferentes universidades del departamento y que tengan algún tipo de relación en el tema, como el caso de la universidad de caldas, universidad autónoma de Manizales y la universidad católica de Manizales.

La finalidad de la aplicación de estos instrumentos, es poder obtener información veraz sobre el objeto de estudio. Para el éxito de la investigación, es importante la puesta en práctica de un diálogo de saberes, que permita la inhibición de la persona encuestada, la cual arrojará resultados más veraces sobre la información requerida. Frente al entrevistado, está será de manera coloquial, en la cual la persona no se siente presionado, sino más bien responda de manera espontánea y libre de todo prejuicio.

Para la entrevista, se diseñó una guía con preguntas relacionadas sobre el inventario turístico del municipio de Pensilvania – Caldas. Para lo cual las personas a entrevistar, se hará una solicitud, con el fin de concertar citas para la aplicación del instrumento. A su vez se tendrá en cuenta los sucesos y comentarios que va sucediendo en terreno.

**Grupos focales:** Los grupos focales son una técnica de recolección de datos mediante una entrevista grupal semiestructurada, la cual gira alrededor de una temática propuesta por el investigador.<sup>14</sup>

Teniendo en cuenta los actores principales ya identificados en el territorio y como se menciono anteriormente, se procede a realizar un grupo focal siguiente la metodología propuesta en la anterior cita. Para esta actividad se tendrá en cuenta lo siguiente:

---

<sup>14</sup> Escobar Jazmine, Bonilla Francy. Grupos focales: una guía conceptual y metodológica. Universidad el bosque.

- Convocatoria a los actores participantes en el grupo focal: Se enviara por escrito o vía correo electrónico, la invitación y los objetivos de esta actividad.
- Establecer un rango de participantes: Este rango estará entre 8 y 15 personas.
- Se deberá realizar la logística para el evento. Tener un lugar apto y adecuado con los insumos necesarios.

### **6.3 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

El procesamiento de la información recolectada en el paso anterior, se realizará organizando la información de la manera propuesta:

- Revisión de los objetivos y propósitos iniciales.
- Revisión de las categorías definidas y las hipótesis iniciales.
- Lectura y análisis de la información recolectada
- construcción de nuevas preguntas e interpretativas que permitan nutrir nueva información con la observación de campo realizados (memos).
- Establecimiento de comparaciones y diferencias.
- Elaboración de documentos analíticos a partir de cada instrumento.
- Construcción de un documento producto de la investigación.
- Elaboración del artículo final, con el cual se espera, generar aportes no solo a la entidad territorial y su población presente; sino también a futuras administraciones que permitan planear innovar desarrollo turístico en el municipio de Pensilvania Caldas.
- Divulgación de los resultados esperado a la población de Pensilvania.

## 7. MUNICIPIO DE PENSILVANIA

### 7.1 Aspectos Generales Del Municipio

“Ubicado al oriente del departamento de Caldas, el Municipio de Pensilvania es conocido como la perla del oriente, por ser próspero y con gran impacto social económico y ambiental hacia otras poblaciones, así mismo tiene una extensión de 513 km<sup>2</sup> y una altitud de 2.100 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con el departamento de Antioquia, al sur con los municipios de Marquetalia y Manzanares, al oriente con el Municipio de Samaná y al occidente con los Municipios de Aguadas Salamina y Marulanda. De igual forma está ubicado a 147 km de la Capital el Departamento de Caldas (Manizales) y a 268 km de la capital del país (Bogotá) analizando las distancias”. Fuente: PDM 2012-2015 Pensilvania comunidad organizada.

**Mapa 1: Zona limítrofe del Municipio de Pensilvania**



Fuente: [www.pensilvania-caldas.gov-co](http://www.pensilvania-caldas.gov-co)

El área urbana está construida sobre empinadas laderas de la vertiente oriental de la cordillera central, las calles y las carreras están alineadas en forma de recta donde sus 28 manzanas forman una cuadrícula, lo que se conoce como una construcción en damero. Debido a su posición, Pensilvania está rodeado por grandes montañas lo que hace que sus paisajes sean hermosos, montañas que rodean todo el casco urbano y que se observan casi en la totalidad de la zona. Su temperatura promedio esta entre los 17°C aunque en algunas zonas es variable debido a que tienes varios pisos térmicos. El uso del suelo está dado de la siguiente forma: Cultivo de café 11,45 %, otros cultivos 1,56 %, pastos 44,51%, bosque nativo y rastrojo 36,59%, bosque plantado. PDM 2011-2015

**TABLA 1: Uso del suelo**

Cultivo de café	11.45%
Ganadería extensiva	44.51%
Cultivos no tradicionales y caña	1.56%
Bosque plantado	5.9%
Bosque natural y rastrojo	36.6%

Fuente: PDM 2012-2015

Así mismo tiene una gran cantidad de riqueza hídrica entre ríos y quebradas; en donde se enmarcan el río la Miel que hace límite con los municipios de Marquetalia y Manzanares, el río Tenerife que hace límite con el Municipio de Samaná, el río Arma que limita con el Municipio de Salamina y el río Samaná que está en los límites de Sonsón y Nariño. Otros importantes son el río Pensilvania, la quebrada del centro, quebrada negra, entre otros.

Gracias a esta riqueza se han podido desarrollar grandes macroproyectos regionales hidroenergéticos, como lo ha sido la construcción de la represa de la miel I, productora de parte de la energía que se consume en todo el país, así mismo se están ejecutando varios proyectos de micro centrales, aprovechando la riqueza hídrica de Oriente de Caldas en los municipios de Pensilvania, Marquetalia, Manzanares y Samaná.

Con sus 10.019 hectáreas de extensión, el Parque Nacional Natural Selva de Florencia, se constituye como la única área de conservación que se localiza en el oriente del Departamento de Caldas, abarcada en un 62% en territorio del Municipio de Samaná y un 38% en el Municipio de Pensilvania, Caldas. Entre los límites con Samaná, es una zona de conservación y protección debido a las grandes especies de plantas y animales que viven allí. “Declarada mediante Acuerdo 329 de 2005 (marzo 10)

Fuente: Parque Nacional Natural Selva de Florencia Plan de Manejo 2008 – 2012”.

“El área rural está constituida por cuatro corregimientos: San Daniel, Arboleda, Pueblo Nuevo y Bolivia. En San Daniel sus viviendas y demás edificaciones están construidas sobre una montaña sus casas a ambos lados de la calle principal; Arboleda sobre una pintoresca colina con una altura de 1600 metros sobre el nivel del mar, Pueblo Nuevo ubicado en un hermoso valle a la orilla del Río Samaná, a 800 metros de altura, con una de las temperaturas más altas es relativamente pequeño y sus calles son en empedradas;

Bolivia construido sobre una cuchilla a lo largo de ella se extienden todas las viviendas”. Fuente: PDM 2012-2015 Pensilvania comunidad organizada.

IMAGEN 3 Corregimiento de San Daniel



Fuente: PDM Pensilvania Caldas 2012- 2015

## 7.2 Dinámicas Económicas Del Municipio De Pensilvania

Pensilvania, fue conquistado en el año de 1860 por un grupo de antioqueños en su gran mayoría, logrando convertirlo en el año de 1866 en corregimiento y posteriormente pudo tener la categoría de municipio en el año de 1872, permitiendo ser un territorio independiente y soberano. Con la llegada de los fundadores, llego también con ellos las culturas y costumbres, costumbre como cultivar los suelos con la mata del café, actividad que por muchos años se convirtió en eje fundamental de sustento económico de la mayor parte de la población en especial los residentes en las zonas rurales. Un gran número de hectáreas cultivadas de café, se lograron ver por mucho tiempo, con ello la cadena económica que se generó en el municipio en especial para los comerciantes, ayudaba a tener un equilibrio prolongado. 15

### Sector primario

La actividad económica de la región se centra en un gran porcentaje en el sector primario de la economía, es decir en lo agropecuario, pecuario y minero. En lo agropecuario se tiene el cultivo del café como producto principal de la región, seguido

---

15 [www.pensilvania-caldas.gov-co](http://www.pensilvania-caldas.gov-co)

de otros productos de tradición como la panela a partir del cultivo de la caña de azúcar, la siembra de madera y otros productos de pan coger como la papa y el plátano.

Pensilvania es un municipio que ha venido de menos a más, por muchos años el retraso social, económico y de infraestructuras era notable e incontrolable, pero sin desconocerlo, la pujanza política de muchos residentes y a partir de la descentralización de los recursos económicos en el país, se pudo apalancar gran cantidad de dineros que permitieron salir de una crisis prolongada hacia la llegada de los años 80.

Pero el panorama quizás no es muy consolador, ya que no solo Pensilvania, sino muchos municipios han sido víctimas también de la llamada crisis cafetera, crisis que se ha prolongado por varios años ya, debido a muchos factores como; los ambientales, sociales, económicos entre otros, que han traído grandes consecuencias negativas como ha sido el desplazamiento de los habitantes del área rural al área urbana o bien a otras ciudades en busca de mejores bienestares que permitan generar sustento para su familia.

Se destaca también en este sector el cultivo de otros productos como la caña para fines paneleros y otros de menor importancia de consumo para el hogar.

### Sector secundario

En este sector se destaca la transformación maderera, otro gran aportante a la economía del municipio, en donde varias empresas se dedican a la transformación de maderas en sus aserríos, obteniendo postes, estibias o si bien artesanías, para ser comercializadas en el municipio pero en su gran mayoría para otras ciudades. Esta actividad se ha fortalecido en los últimos años.

Es importante decir que si bien el municipio no tiene asentamiento local de grandes empresas departamentales, nacionales o internacionales, se destaca por ser cuna de algunas con y sin ánimo de lucro nacientes en este lugar y que se han mantenido a lo largo de varios años.

Se destacan las más importantes entre otras:

**PROORIENTE Y MADERAS DE ORIENTE:** Empresas dedicadas a la reforestación de la madera, al igual que al cultivo de diferentes especies maderables para la posterior transformación de las mismas a través de aserraderos de su propiedad.

**AGROPECUARIA BETANIA:** Empresa encargada de la cría y el cuidado de caballos, al igual cultiva diferentes productos, algunos de ellos para exportación.

**MADEPEN:** Empresa que transforma la madera en artesanías y que son vendidas a nivel local, departamental y nacional.

**FUNDACION ACESCO:** Es una ONG que promueve el desarrollo social y apoya a las pequeñas empresas existentes en el oriente del Caldas y parte del Tolima. Así mismo apoya a los pequeños agricultores en financiamiento o capacitación.

Otras organizaciones que emplean personas en el municipio, están la Alcaldía municipal, la Gobernación de Caldas, el hospital San Juan de Dios, el comité de cafeteros, el IES CINOC (instituto de educación superior colegio integrado nacional del oriente de Caldas) y el sector educativo.

### Sector turismo

El turismo se ha convertido en un sector estratégico para el desarrollo de caldas, en especial por factores relacionados con la generación de empleos, distribución de ingresos entre un mayor número de habitantes; oportunidades de diversificación económica y la complementariedad a las actividades tradicionales; el ingreso de nuevos capitales para la inversión regional y las posibilidades de integración económica y social con los departamentos del eje cafetero y otras regiones.

Pero como es conocido y como ocurre en la mayoría de los departamentos, el turismo normalmente se centra en las ciudades capitales, dejando un poco atrás los demás municipios, municipios donde sus zonas urbanas y rurales no son valoradas ni explotadas para fomentar el turismo según sus capacidades. Pensilvania es uno de ellos,

si bien cuenta con atractivos turísticos, su imagen no ha sido vendida a un nivel departamental o nacional.

Se tiene elaborado para el municipio un inventario turístico, en el que ilustran todas las posibilidades para los turistas de visitar zonas de conservación ambiental, religiosas, gastronómicas y demás, tanto en el área urbana como rural. Se destacan las siguientes:

- Cerro de Piamonte
- Cerro de Morrón
- Cerro la cruz
- Centro Vacacional el Bosque.
- Parque Nacional Natural Selva de Florencia.
- Conjunto Arquitectónico área urbana de Pensilvania.
- Monasterio de la Visitación.
- Museo Religioso.
- Cementerio San Vicente de Paúl.
- Senderos ecológicos.
- Áreas Urbanas de los Corregimientos.
- Templo parroquial

### **7.3 Análisis del contexto sobre el turismo en el Municipio de Pensilvania**

El análisis del contexto del Municipio de Pensilvania, permite identificar cuáles son las condiciones actuales en materia turística y a su vez determinar cuáles son los requerimientos del territorio que le permitiría al municipio a corto plazo generar todo un desarrollo turístico y económico. De igual forma, ayuda a realizar un análisis endógeno del territorio como mecanismo de desarrollo local, que en últimas es a lo que le apuntan las administraciones municipales y departamentales hoy en día, un desarrollo a partir de la formulación de proyectos y programas conjuntos entre el sector público, privado y las organizaciones sociales y civiles.

### *Análisis físico espacial del Municipio*

Pensilvania se encuentra ubicado en el alto oriente de Caldas, considerándose uno de los Municipios más extensos del departamento. Limita con varios Municipios Caldenses y uno antioqueño, lo que permitiría pensar en el corto tiempo, en una integración y en un sistema de alianzas y de cooperación para el fortalecimiento del turismo pensado desde la subregión, creando corredores turísticos de alto impacto y de mayor atracción para la sociedad.

Se cuenta con una vía de acceso principal desde Manizales o Bogotá la cual esta pavimentada aproximadamente en un 95% como lo manifiestan desde la secretaría de infraestructura del departamento, siendo esto un factor esencial para que personas externas se animen a visitar el municipio y conocer mucho más de él, caso contrario como sucedía años atrás, que esta vía de acceso estaba en muy malas condiciones y las personas se excusaban de no visitar al municipio por el solo hecho de tener una carretera en malas condiciones, para lo que hoy en día se reduce considerablemente el tiempo de llegada, teniendo rangos de tiempo como por ejemplo desde la ciudad de Manizales hasta Pensilvania entre 4 horas y media y 5 horas años atrás, reduciéndose hoy en día a 3 horas y media.

Por otra parte se cuenta con una gran cantidad de equipamientos como sedes deportivas, centros vacacionales, parques infantiles de diversos juegos, templos religiosos, hoteles urbanos y rurales, restaurantes, cabañas, teatros, club para diferentes eventos, coliseo de ferias y exposiciones, entre otros, los cuales hacen que el Municipio se le permita acceder a ellos a personas internas o externas según su necesidad, bien sea por diversión, recreación u ocupación del tiempo libre, ampliando de esta manera su oferta en temas turísticos y abarcando diversidad en los mismos.

### *Análisis ambiental del Municipio*

El Municipio tiene una riqueza en flora y fauna, uno de ellos es la selva de Florencia, siendo una reserva forestal hacia ubicada hacia los límites con el municipio de Samaná Caldas, considerándose un atractivo si se pensara en desarrollar un proceso de eco

turismo, permitiendo a visitantes conocer diversidad en flores, avistamiento de aves y de otras especies.

Otra de las cualidades mas significativas en materia ambiental, es la diversidad de los climas que se presentan a lo largo y ancho del territorio, predominando hacia la parte alta en la vereda de quebrada negra temperaturas muy bajas, pasando por la cabecera municipal con temperaturas promedio y llegando a la parte baja en el corregimiento de pueblo nuevo con temperaturas altas y calores extremos. Para esto entonces y según los gustos de los turistas se tiene buena oferta en cuanto a los climas se refiere.

La riqueza hídrica es también otra cualidad dado a la gran cantidad de ríos y quebradas que bañan al municipio, propiciando un ambiente sano y saludable para quienes les gusta las actividades en estos sitios. Se reconoce la presencia de ríos como: rio Pensilvania, rio Tenerife, rio salado, rio la miel, rio Samaná, entre otros; en los cuales se desarrollan actividades tan sencillas como paseo familiares.

Así mismo por esta riqueza hídrica, se tiene un gran numero de yacimientos de agua en las partes altas de las montañas, convirtiéndose en microcuencas que abastecen la planta de tratamiento de agua, planta que es considerada una de las mas avanzadas de la región, llevando a los habitantes un agua de alta pureza y por unos sistemas de acueducto actualizados, convirtiéndose esto en una ventaja competitiva en la subregión por ser un insumo de primera necesidad y de gran importancia al momento de que una persona o llámese turista decida visitar la población.

#### *Análisis socioeconómico del Municipio*

Si bien el oriente de Caldas se ha caracterizado por tener una cultura cafetera y sus ingresos provienen de la siembra del café, un poco de ganadería y producción maderera, el comercio también ha jugado un papel fundamental en el sustento económico del municipio. Sin embargo el comercio también ha jugado un papel fundamental en especial aquellos establecimientos de comercio que hacen parte de la cadena turística como los hoteles, restaurantes y sitios de diversión, los cuales han diversificado la economía y ha aportado ingresos para Pensilvania

La necesidad de aumentar el empleo es considerable, si bien no se tienen cifras exactas en el Municipio como índice de desempleo, si se nota y así lo expresan expertos, al decir que en la zona que hacen falta más actividades generadoras de empleo. La informalidad a sobrellevado a familias por varios años, asociadas a ventas callejeras, cuidado de carros, ventas de boletas para diferentes rifas y algunas otras.

### *Análisis político institucional del Municipio*

El municipio de Pensilvania con una máxima extensión de su territorio hacia lo rural, tiene 4 corregimientos en la que se reparten las 105 veredas que integran el territorio y que albergan a la mayoría de la población del municipio. Con un sistema político administrativo en el que se centra el poder en la zona urbana, en donde se ubica la administración municipal y las demás entidades del orden Público y privado. Se reconoce también la presencia de los corregidores en cada uno de los 4 corregimientos como la autoridad en cada uno de ellos en conjunto con cada estación de policía ubicada allí.

Fuente: plan básico de ordenamiento territorial. 16

Uno de los socios estratégicos en materia turística es la caja de compensación familiar de Caldas, quien con su sede administrativa y su sede vacacional, han traído por muchos años una serie de acciones para atraer turistas al municipio y a sus cabañas siendo ellas uno de los mayores atractivos turísticos de la región.

Actualmente en Pensilvania existen algunos comités o grupos de interés turístico tanto urbano como rurales, aquellos como por ejemplo; comité turístico de Pueblo Nuevo o el club de observadores de aves, evidenciándose la necesidad de la conformación del comité municipal de turismo, como estrategia fundamental para la puesta en marcha del sector turístico y todo lo que lo conforma.

## **7.4 La subregión del oriente de Caldas**

*Desde el nivel nacional*

En Colombia el desarrollo debe ser la base fundamental para la puesta en marcha de acciones encaminadas a erradicar la pobreza, mejorar la calidad de vida de toda la población, garantizar la conservación de los recursos naturales y generar procesos de trabajo en conjunto, así como se muestra en los objetivos de desarrollo del milenio ODM, que busca la integración de todos los países a nivel mundial, sobre todos aquellos con procesos de desarrollo mas avanzados, para que apalanque y apadrinen proyectos para países emergentes o en vía de desarrollo, buscando el ultimas el mejoramiento de la calidad de vida de los países, de las regiones y de sus localidades.

Para esto en Colombia se pretende desde diferentes sectores y organizaciones, unir esfuerzos para permitir que las regiones, sus departamentos y municipios, se proyecten a generar procesos de desarrollo, desde el ámbito que se quiera, uno de ellos y de gran acogida para generar procesos de desarrollo económico es el sector turismo, como el nuevo socio estratégico para los territorios.

A nivel nacional el sector turístico pasa por un buen momento. Se han canalizado esfuerzos públicos y privados para generar espacios de desarrollo para las iniciativas turísticas, los lineamientos del Conpes 3397 Política Sectorial de Turismo, han contribuido progresivamente a afianzar el compromiso de los diversos entes del Estado para apoyar al sector; la reforma de la Ley 300 de 1996 a través de la Ley 1101 de 2006, generó mayores herramientas y recursos para la promoción del sector con la creación del impuesto al turismo y la expedición de políticas especializadas en turismo aportan estrategias para el crecimiento y orientación del sector desde distintos ámbitos; temas como la promoción y la competitividad turística, el turismo social, el desarrollo de productos a través de la vinculación especial con otros sectores como turismo cultural, ecoturismo y turismo y artesanías, muestran su impacto en el sector.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Plan sectorial de turismo. 2011-2014 “Turismo: factor de prosperidad para Colombia”

### *Desde el nivel departamental*

La participación de Caldas en el PIB nacional entre 1990 2005 no superó el 2,42%. Segundo, en una economía que tiene una historia productiva dirigida por los productos agrícolas, especialmente el café; hoy en día, el principal sector productivo es el terciario (servicios) con 64,6%, seguido del primario (agricultura) con 21,64%, con el café representando el 10,49% y el sector industrial con 13,25%. Y tercero, la producción agrícola e industrial ha venido reduciéndose, como muestra la gráfica 2, frente a los servicios que registran una tendencia creciente.<sup>18</sup>

En Caldas se resaltan diferentes sectores económicos, siendo el café el primer producto de exportación, representando el 49%. Según el DANE, en la gran encuesta de hogares realizada en 2005, el comercio y los hoteles hacen parte del 29.1% de las actividades económicas del departamento, seguido de servicios a empresas y personales representando el 25.5%; el transporte, comunicaciones y almacenamiento participan con el 9.1%. Por otro lado y según el plan regional de competitividad de Caldas, en el 2032 Caldas será uno de los cinco departamentos más competitivos y productivos de Colombia, con una oferta de bienes y servicios de alto valor agregado e innovación, generando ingresos equitativos por persona superiores al promedio nacional, promoviendo las condiciones necesarias para fomentar la inversión local y extranjera, mejorando sustancialmente la calidad de vida de su población, acorde con el direccionamiento estratégico nacional. <sup>19</sup>

Se manifiesta en el plan de desarrollo turístico de Caldas que El turismo caldense se beneficiará gracias al fortalecimiento de los pueblos patrimoniales de Colombia, con la elaboración de la guía de ferias y fiestas del país para promocionarlas en el ámbito nacional, logrando paralelamente impulsar el turismo gastronómico e incrementar el interés por los patrimonios de la humanidad declarados por la Unesco en el país.

De igual forma a través de lineamientos de competitividad para Caldas, se plantean una serie de objetivos que proyectan al departamento en materia turística con énfasis en el

---

<sup>18</sup> <sup>18</sup> El Departamento de Caldas frente a los objetivos de desarrollo del milenio. Versión pdf

paisaje cultural cafetero y con esto los municipios que lo conforman. Dichos objetivos son: Desarrollar los modelos operativos y la estructura administrativa de la Ruta del Café. Diseñar el producto Ruta del Café. Fortalecer los actores de la cadena de turismo de acuerdo con las necesidades identificadas en el sector. Aumentar la efectividad y eficiencia de la gestión turística, apoyando el desarrollo de herramientas tecnológicas específicas para el sector (TIC's) e innovación. Diseñar y poner en marcha el programa de comercialización de la Ruta del Café.”

### *Desde la subregión*

Por su parte la subregión del oriente de Caldas que esta conformada por los Municipios de La Dorada, Samaná, Victoria y Norcasia ubicados un poco mas hacia el oriente del departamento y por los Municipios de Pensilvania, Manzanares y Marquetalia ubicados hacia el alto oriente, quieren de igual forma apostarle al crecimiento económico y desarrollo de la subregión, a partir de proyectar el sector turismo en sus municipios como una alternativa para generar desarrollo.

Por lo anterior y en materia turística, se tiene como política sectorial en el departamento, radicada bajo la ordenanza 452 del 2002 de la Asamblea departamental: Orientar el proceso turístico tendiente a mejorar la competitividad del sector, de tal forma que se armonicen las relaciones entre los niveles del Estado y la necesaria articulación entre lo Nacional, lo Regional y lo Local, para la consolidación y diversificación de la oferta, el conocimiento de la demanda, la integración y cualificación institucional, la promoción y el fortalecimiento de los valores turísticos y la generación y ampliación del conocimiento, en coherencia con las tipologías turísticas de las subregiones que conforman el departamento.

Por lo tanto la unión de municipios del oriente de Caldas para generar estrategias que ayuden a dinamizar la economía de la región, promueven estrategias en el ámbito turístico como nuevo generador de desarrollo y crecimiento para ser competitivos en este sector y proyectar su potencialidad turísticamente hablando.

Los municipios de la subregión quieren apostarle a esta iniciativa siempre y cuando se cuente con la ayuda de organizaciones del orden departamental y nacional,

promoviendo el emprendimiento y la adquisición de créditos para pequeños empresarios como el inicio de una nueva era económica.

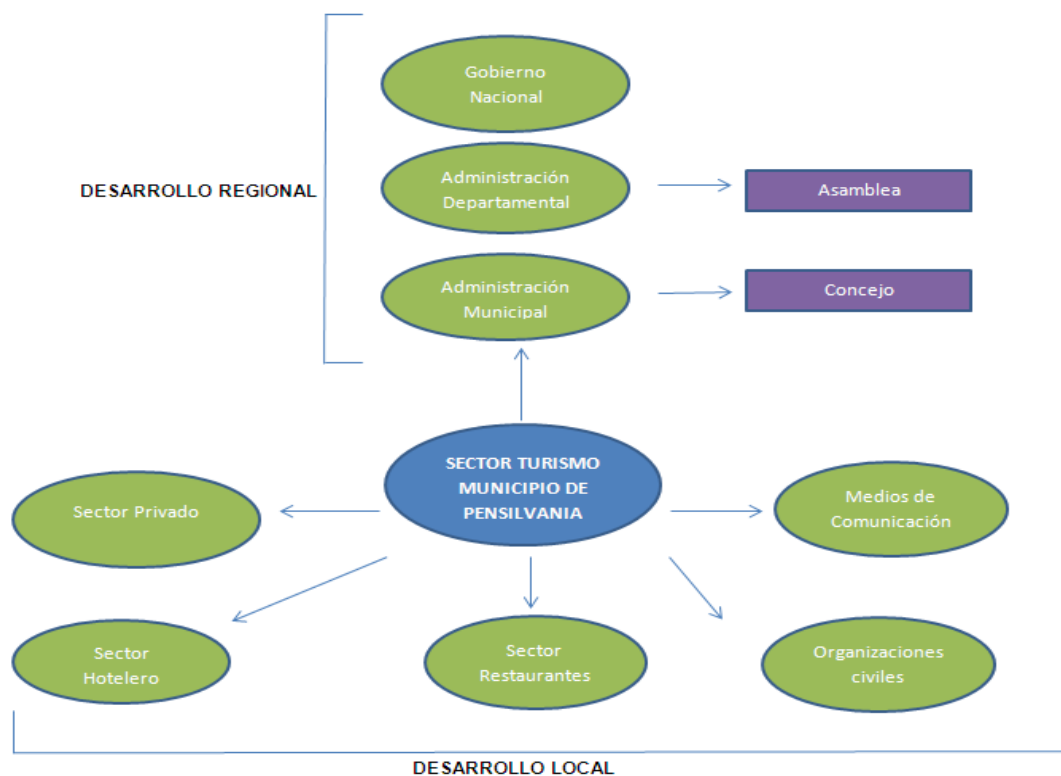
La proyección turística del oriente y parte del Magdalena Medio, es concebida por todos los actores del territorio, como una gran oportunidad y una iniciativa de alto impacto para la subregión. Reconociendo que hay un potencial pero que se deben crear estrategias tanto individuales como colectivas en búsqueda de generar un producto turístico y a la vez hacer todo un proceso de difusión, un producto elaborado desde el estado del arte del municipio con todas las zonas de interés turístico que se tengan desde los diferentes sectores que están el territorio y una difusión extensa que abarque la mayor cantidad de personas posible.

## 8. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO

Para dar respuesta a los objetivos planteados y en especial a la pregunta de investigación que se formuló, se desarrolla el trabajo de campo a partir de la utilización y aplicación de los instrumentos diseñados para tal fin. Para la primera parte se hizo la identificación de los actores claves o potenciales que estuviesen articulados en la cadena turística del municipio, desarrollando una lista con los datos de cada uno de ellos para poder identificarlos plenamente. Para este punto se tuvo en cuenta el instrumento de identificación de actores.

La siguiente figura ilustra los actores desde diferentes sectores y ámbitos que hacen parte y tienen relación con el sector turismo de Pensilvania.

**FIGURA 2 ESTRUCTURA DE ACTORES EN EL MUNICIPIO**



FUENTE: Elaboración propia 2015

## Evaluación de actores

Como se menciona anteriormente se hizo en el municipio una identificación de actores que tuvieran relación con el sector turismo con el fin de que ellos sean la fuente primaria de la investigación. La evaluación consta de calificar con (alto, medio o bajo) los siguientes 3 criterios: Relación con el proyecto, grado de influencia en el municipio y por ultimo el interés sobre el área problemática.

Inicialmente se evaluaron los dos primeros criterios, después de tener presentes e identificados los actores claves, basados en la siguiente tabla:

Tabla 2 Formato de evaluación de actores

ITEM	TIPO DE ENTIDAD	FUNCIÓN O ROL QUE DESEMPEÑA	MEDICIÓN		
			RELACIÓN CON EL PROYECTO	GRADO DE INFLUENCIA EN EL MUNICIPIO	INTERES SOBRE EL AREA PROBLEMÁTICA

Después de hacer la clasificación de los actores por tipo de entidad y el rol que desempeñan en el municipio, se da un calificativo (alto, medio, bajo) sobre los dos primeros criterios de medición. Posterior a esto se procede a iniciar el trabajo de campo, desarrollando primero el grupo focal, en donde se invitaron o convocaron a participar aquellos actores que en primera medida obtuvieran un calificativo de alto. (Anexo matriz desarrollada de evaluación de actores)

### 8.1 GRUPO FOCAL

Para poder realizar triangulación de información se hizo necesario realizar un grupo focal, a partir de la identificación de actores previamente hecha. Para su desarrollo se identificaron en primera instancia aquellos actores en el territorio del sector público, privado y de la sociedad civil, que tuviesen una incidencia directa o indirecta con el sector turismo en el municipio o que hicieran parte de la cadena turística, con el fin de

invitarlos a participar del taller y que hicieran sus aportes desde el sector que representan. Se tuvo para esto la aplicación del instrumento guía con las preguntas elaboradas como base para el conversatorio semi estructurado propuesto.

El grupo focal contó con la presencia de 19 personas, donde hubo participación de funcionarios de la administración municipal, representantes del sector hotelero y restaurantes, personas de la empresa privada, concejal y miembros de la academia, al igual algunos representantes de organismos sociales y medios de comunicación.

El conversatorio comenzó indagando sobre el entendimiento que se tiene sobre desarrollo, desarrollo económico, desarrollo local y desarrollo turístico analizado desde el municipio de Pensilvania, asociado a las dinámicas que se dan en este territorio. Para esto aportan diciendo que se hace mención a la capacidad que tiene Pensilvania en cuanto a las diferentes líneas que se tienen y que hacen parte del turismo que conllevan a generar bases económicas que generen desarrollo local. De igual forma asocian al desarrollo turístico como la unión de diferentes entidades que se involucran en este sector y que dinamizan la economía del municipio, generando cambios importantes y relevantes.

Se hace énfasis en la importancia de generar estrategias de comunicación en el municipio, como lo plantea un representante del canal televisivo Copavapen, quien enfatiza en la necesidad de mostrar todo el potencial en materia turística que se tiene, pero que no lo conoce toda la población pensilvense y mucho menos toda la población que se encuentra externa al territorio, de igual forma se expresa en este punto la urgencia de tener un grupo líder que permita servir de guía a las personas que visitan el Pueblo, como lo dice uno de los invitados.

Es importante manifestar, como lo expresa los participantes, que primero se debe organizar internamente el municipio para lograr que el turismo sea una base sólida, que se tenga una asociatividad que permita identificar los sitios turísticos a los cuales se les pueda invitar a turistas para que se motiven a visitar a Pensilvania.

El turismo es transversal a todos los sectores de la economía y del municipio, desde la administración municipal, la empresa privada, el sector hotelero y restaurante, el

componente vial, servicios y demás, se debe crear asociatividad, dado que muchos hablan de turismo, del potencial de Pensilvania en esto, pero desde una perspectiva individual, “*no nos podemos quedar esperando a que vengan y nos hagan*” fueron expresiones que se escucharon entre los asistentes; se deben crear acciones y propuestas internas pero desde el conjunto desde el trabajo en equipo fue la propuesta.

En temas turísticos no solo se debe hablar de infraestructura o servicios asociados a este sector, también es de vital importancia que las personas del sector servicio y comercio (restaurantes, bares, hoteles, almacenes) se capaciten en atención al cliente, en relaciones interpersonales, aun sabiendo que se tiene y es catalogada la gente del pueblo como personas serviciales. Así mismo la voluntad es un factor clave de éxito en desarrollo turístico

Se crea discusión por parte del grupo sobre uno de los ejes articuladores en la generación de desarrollo turístico como los son el estado de las vías, en la que manifiestan que es fundamental contar con vías en buen estado para acceder a otros sitios del municipio. Sin embargo hacen énfasis por otro lado, de que las vías no puede ser un inconveniente ya que se reconocen casos puntuales en los que se accede a sitios turísticos sin unas vías adecuadas.

Se toca un tema importante como lo es la existencia del documento guía llamado inventario turístico del municipio de Pensilvania, el cual ha sido construido desde la administración departamental y municipal, pero se ha reconocido la falta de socialización de comunicación o difusión, tanto para las personas del territorio y las que están fuera de el.

Manifiestan la pertinencia en el tema de la presente investigación, en cuanto a que Pensilvania debe apostarle al desarrollo económico continuo, es decir que no se espere por parte del comercio a que se den las festividades en algunos días del año, para generar ingresos y que el resto del años se sostenga con lo mínimo, por lo tanto es importante dinamizar y enfatizar el sector turístico como una nueva alternativa económica para el territorio que permita un crecimiento y que a su vez proponga una línea de desarrollo.

El turismo no puede ser una actividad de una administración municipal, debe generarse como una propuesta de desarrollo económico, ya que se habla y se han hecho acciones en este sector, pero esporádicamente y no se ha concretado estrategias solidas. Así mismo es necesario que esto quede estipulado en los planes de desarrollo municipales y si es posible se le asignen presupuestos y se pueda empezar a trabajar desde lo más pequeño hasta fortalecer todo un conjunto.

Resaltan nuevamente la urgencia de asociarse tanto el sector público y privado, cada uno aportando lo que les corresponde, identificando cuales son esos sectores de más participación en el territorio. Teniendo como interrogante ¿Cuál es el factor diferenciador en Pensilvania que haga que sea reconocido en Colombia y el mundo? Así como algunos municipios que son reconocidos por su gastronomía, algún emblema o cualidad que los convierta en más reconocibles.

Afirman sobre la necesidad de que se creen acuerdos y se reglamenten en el municipio, con el fin de que las acciones encaminadas hacia el turismo sea una constante y no se detengan en los cambios de administración, de igual manera se debe crear y ser operativo el comité municipal de turismo como máximo órgano en este sector de donde se desliguen todas las actividades, metas, estrategias y demás.

Expresan que se debe tener factores diferenciadores en el municipio, como una comida típica, un atractivo turístico explotado, un paquete turístico diseñado, una ruta trazada, que permita ser mas proactivos al momento de ofrecer el municipio y darlo a conocer a nacionales y extranjeros.

### **Fortalezas del sector turístico en Pensilvania**

- ✓ Es un municipio del que la gente habla bien, tanto los que viven allí, como los que están afuera del él.
- ✓ Se cuenta con una vía de acceso principal en excelentes condiciones.
- ✓ En cuanto a los servicios públicos, se tiene acceso a todos de ellos (energía, agua potable, gas domiciliario, servicio telefónico y de internet,
- ✓ Se cuenta con un capital humano con grandes cualidades que hacen que el pueblo sea reconocido por la amabilidad de sus habitantes.

- ✓ Se tienen identificadas muchas zonas tanto urbanas como rurales propensas de hacer turismo en ellas, con diferentes paisajes y climas que las hacen atractivas.
- ✓ Se reconoce el sector turismo como una alternativa de crecimiento y desarrollo económico para Pensilvania.

### **Debilidades del sector turístico en Pensilvania.**

- ✓ Falta organización, ya que muchos hacen cosas pero de una forma individual, no permitiendo el trabajo en red, se necesitan estrategias para el trabajo articulado y que se pueda difundir de una manera exitosa.
- ✓ No se le da una continuidad a los procesos o iniciativas por parte de las administraciones municipales, teniendo la necesidad de que se dejen acuerdos a mediano y largo plazo para que quienes lleguen a gobernar puedan darle secuencia a lo que ya se ha trabajado.
- ✓ No se conoce el inventario turístico del municipio, lo que conlleva a que las personas no hablen sino de lo poco que conocen.
- ✓ Hacen falta procesos concretos de difusión que permita dar a conocer a Pensilvania y toda su composición.
- ✓ Se tiene una necesidad fuerte de figurar y sobre salir individualmente, incluso opacando a los demás, falta crear sociedad, unir esfuerzos, ya que se han conocido casos de creación de proyectos particulares con el afán de figurar las entidades de una forma individual.
- ✓ Si bien las vías de acceso han mejorado, falta el mejoramiento hacia el interior del municipio, para acceder al área rural.

## **8.2 ENCUESTA**

La encuesta tuvo como propósito recolectar información de la población que vive en zona rural y urbana del municipio de Pensilvania, para esto se aplicaron 45 encuestas. La selección de las personas fue por conveniencia y por referidos. Para la realización de la encuesta se tuvo presente en primera instancia, encuestar a las personas que de alguna forma tuvieran relación con el sector turismo en el municipio, en especial aquellas que vivieran o interactuaran en los sitios de atracción turística de Pensilvania o conocieran de ellos.

Así mismo se realizaron algunas encuestas a personas del municipio que han sido guías turísticas, o que dan algún tipo de información a turistas y que son reconocidos por saber sobre aspectos arquitectónicos, históricos, culturales o sociales.

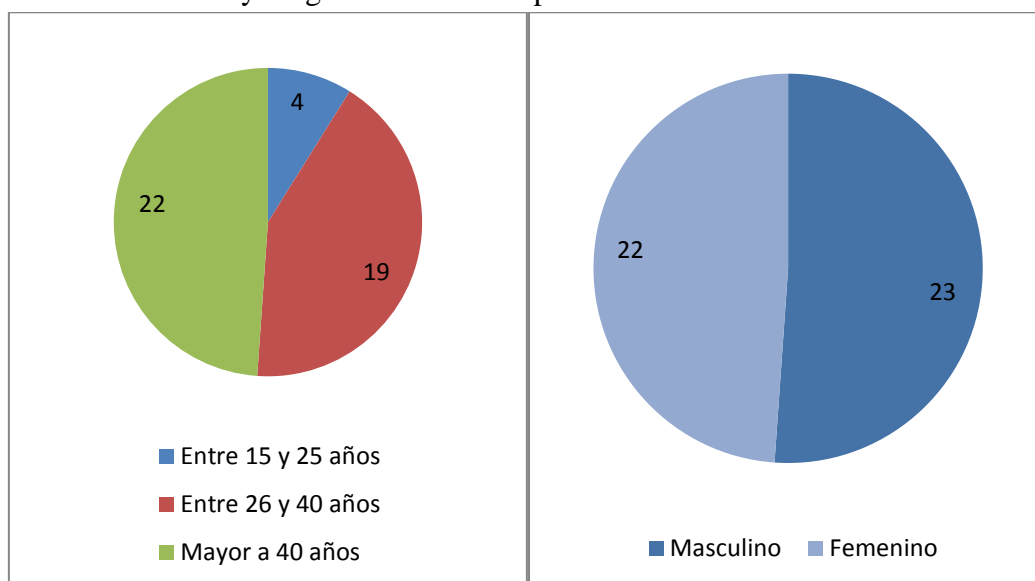
El total de las 45 encuestas aplicadas fue de la siguiente forma:

ZONA URBANA: 24 encuestas aplicadas

ZONA RURAL: 21 encuestas aplicadas

Así mismo y a manera de información, se indagó en la encuesta sobre el género de la persona encuestada y el rango de la edad.

Grafico 3 Género y rango de edad de las personas encuestadas



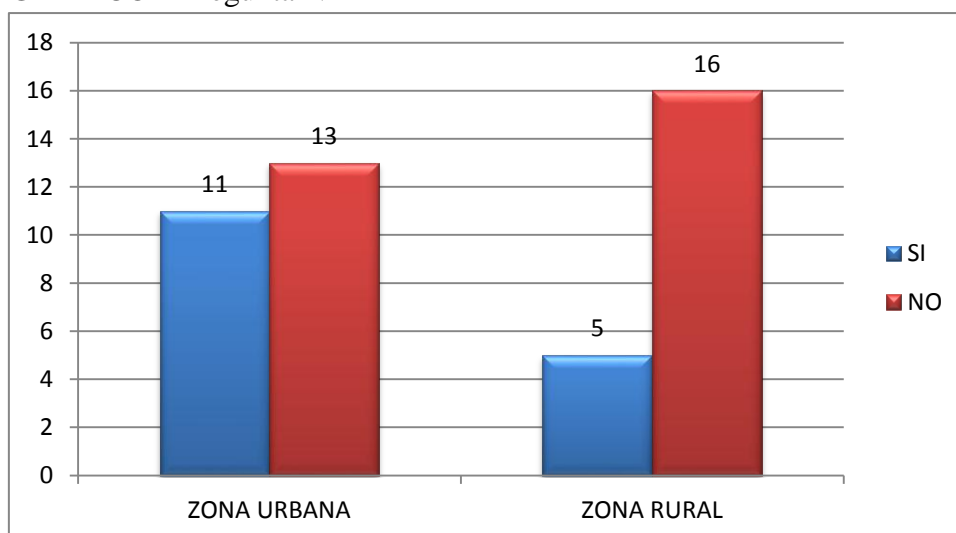
Fuente: Elaboración propia. Pensilvania 2015

La mayor parte de la población encuestada está en un rango de edad superior a los 40 años, y un número muy pequeño de personal joven. Lo que se pudo constatar con las personas al indagar un poco más, es que en el municipio las personas conocedoras de todos los aspectos de Pensilvania son personas adultas y con muchos años de trayectoria en el territorio, mencionando que hay una pérdida de identidad por parte de los jóvenes quienes son reacios a conocer estos aspectos, resaltando por otros, que es una tarea que se debe realizar, ya que los mayores se llevarán la historia del municipio y no será trasladada a las nuevas generaciones.

### **Pregunta N° 1. ¿Conoce usted sobre el inventario turístico del Municipio?**

Para la primera pregunta se pretendió medir el conocimiento que tienen los habitantes de Pensilvania sobre el inventario turístico que cuenta el municipio, se obtiene que para el caso del área urbana existe casi una igualdad de personas encuestadas sobre el conocimiento y desconocimiento de dicho inventario, caso contrario sucede en el área rural donde la mayor parte de los encuestados respondieron si conocerlo. Es decir, no se cuenta con el proceso de difusión necesaria para darle a conocer a las personas que existe un inventario ya definido con un proceso de caracterización, el cual permitiría un conocimiento más amplio de la zona por personas de la misma población en cuanto a turismo se refiere. Aquí se menciona nuevamente la debilidad en cuanto al proceso de comunicación que se tiene en Pensilvania para ofertar productos o servicios.

GRAFICO 4 Pregunta N° 1

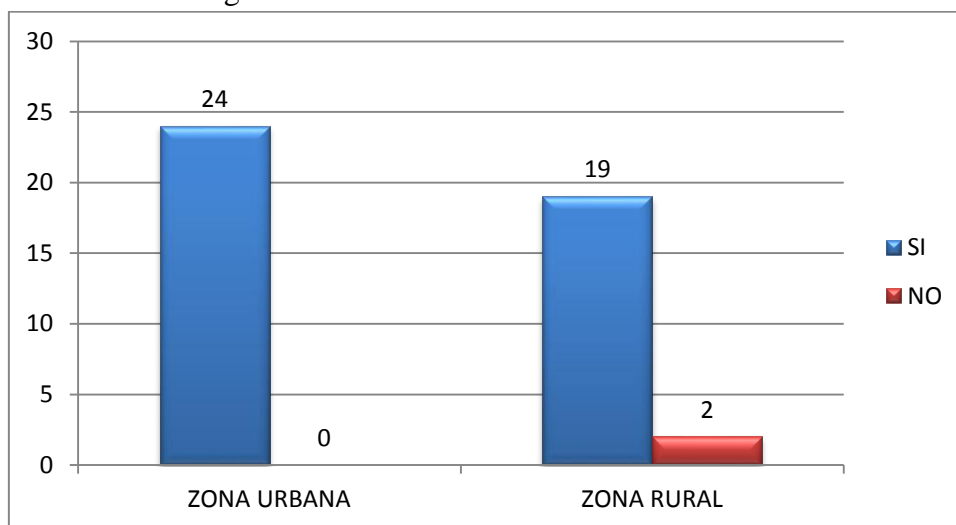


Fuente: Elaboración propia. Pensilvania 2015

### **Pregunta N° 2. ¿Conoce usted sobre los atractivos turísticos del Municipio?**

Ahora bien, en la pregunta que se hace para identificar si conocen los atractivos turísticos del municipio, se infiere que tanto en la zona urbana como rural se tiene presente por parte de los habitantes que sí existe un buen número de zonas o sitios turísticos, lo que permite mencionar que se tienen identificados los atractivos por parte de ellos. Sin embargo, no se tiene conocimiento como se pudo constatar sobre las características, beneficios, tipos de actividades y demás que se puedan hacer en cada zona que conocen, lo que se entiende como una falta de caracterización de las zonas de interés turístico.

GRAFICO 5 Pregunta N° 2

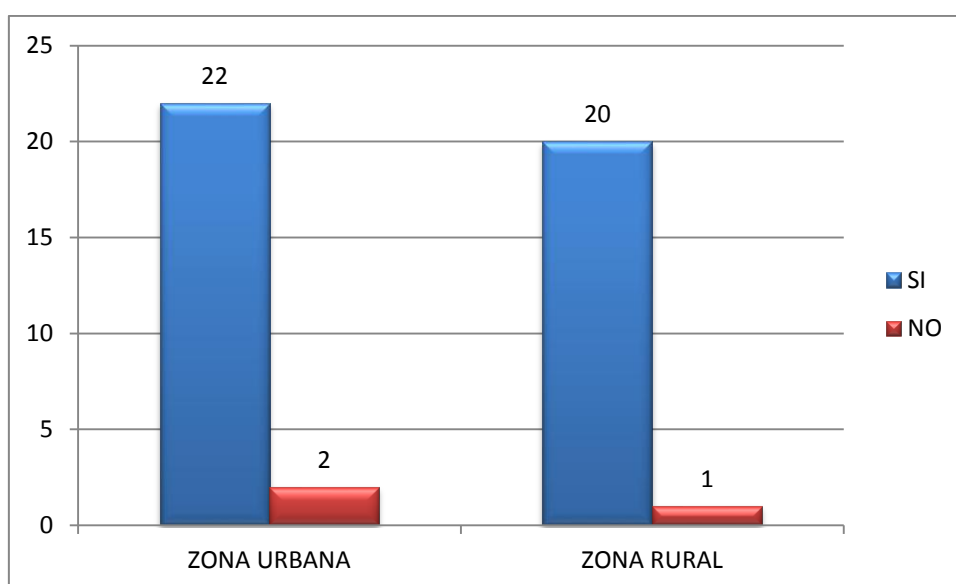


Fuente: Elaboración propia. Pensilvania 2015

**Pregunta N° 3. ¿Ha hecho usted uso de los atractivos turísticos del Municipio?**

Esta pregunta ayudó a identificar cual es el nivel de participación de los habitantes en cuanto al uso de los atractivos turísticos, lo que muestra la gráfica es que la mayoría han hecho uso de estos atractivos tanto en el área urbana como rural, teniendo presente que en ambas zonas se tienen identificados sitios de interés turístico de diferentes modalidades. De igual forma las personas mencionan y resaltan nuevamente que se tiene un buen número de atractivos y que existe un potencial en este sector.

GRAFICO 6 Pregunta N° 3

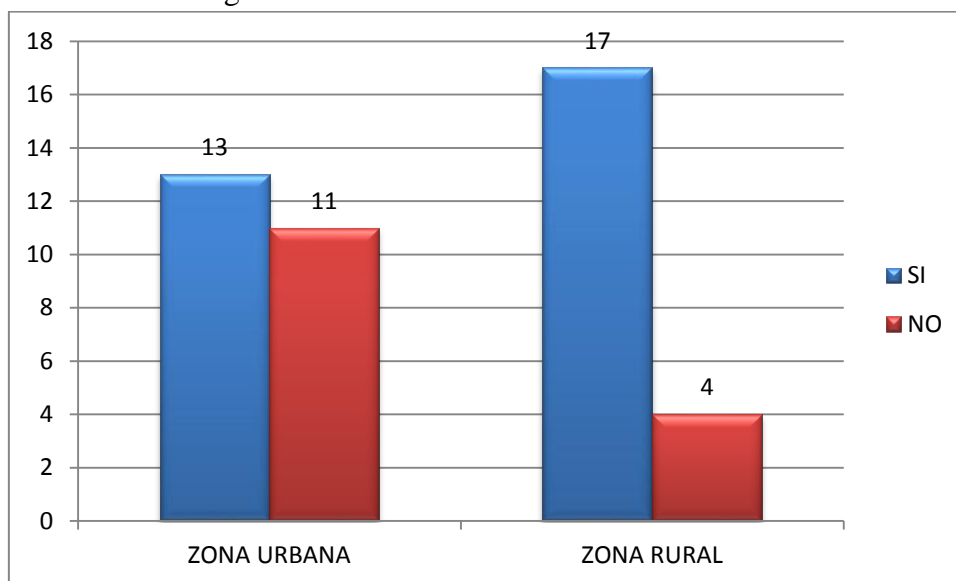


Fuente: Elaboración propia. Pensilvania 2015

**Pregunta N° 4. ¿Cree usted que en el Municipio el turismo si funciona como una oportunidad de crecimiento económico y atractivo para las personas?**

En el resultado de la presente pregunta se tiene para la zona urbana un resultado promedio en cuanto a las respuestas de si considera o no que el turismo es una oportunidad de crecimiento, por lo que se puede inferir que no hay mucha credibilidad de este proceso o quizás es por la falta de conocimiento que tienen las personas frente a los posibles beneficios económicos que se podrían generar en el municipio a partir de nuevos modelos, como el caso del turismo. Sin embargo es interesante el número de personas que sí consideran como una oportunidad en el área rural, la puesta en marcha de acciones para generar crecimiento y nuevas oportunidades. Concluyendo con esto que las personas de la zona rural son mas optimistas, o visionan un buen panorama si se pusiera en marcha el turismo en Pensilvania, aun mas cuando tienen presente que si hacen parte, administran o son dueños de algún sitio turístico, pueden generar mas ingresos como así lo mencionaron al ampliar la pregunta.

GRAFICO 7 Pregunta N° 4



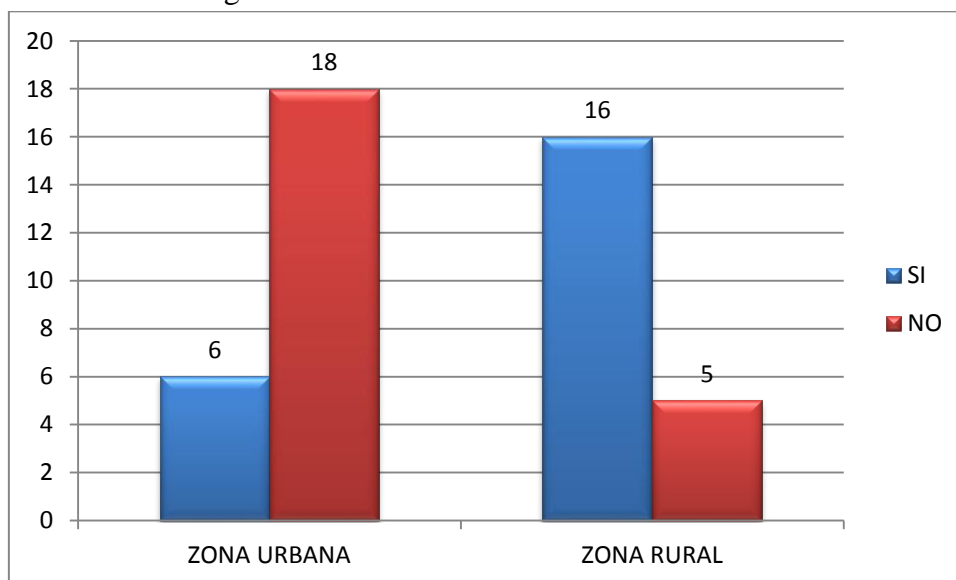
Fuente: Elaboración propia. Pensilvania 2015

**Pregunta N° 5. ¿Cree usted que el turismo ha generado empleo en la localidad?**

Caso similar a la pregunta anterior, nuevamente se tiene para esta pregunta, un gran descontento por parte de los habitantes de la zona urbana que intervienen en el sector turismo, en cuanto a que no se ha generado mas empleo en el municipio por causa del turismo, informando adicionalmente que esto es debido a la informalidad de las

acciones para intervenir en este sector y la falta de inversión de recursos públicos y privados. Por otro lado en el área rural se considera todo lo contrario, mostrando que un gran numero de encuestados dicen que si se ha generado empleo.

GRAFICO 8 Pregunta N° 5

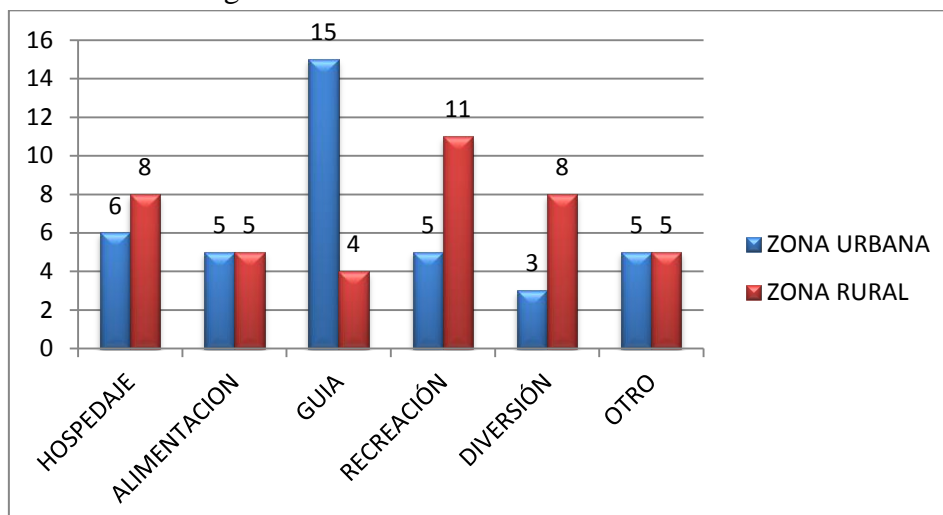


Fuente: Elaboración propia. Pensilvania 2015

### **Pregunta N° 6. ¿Ofrece usted algún servicio a los turistas?**

Para esta pregunta se permitió que las personas encuestadas, respondieran una o más de las opciones planteadas. Se puede decir que Pensilvania cuenta con una buena capacidad instalada en cuanto a hoteles, restaurantes y sitios de diversión. De igual manera se tiene en la cabecera urbana un número considerable de guías o de personas conocedoras de procesos importantes y que serían de relevancia para saber por parte de los turistas más información del municipio (historia, mitos, leyendas, arquitectura). Se complementa esta pregunta con la opción de respuesta (otros) que en su mayoría dicen que dan algún tipo de información a turistas y visitantes

GRAFICO 9 Pregunta N° 6



Fuente: Elaboración propia. Pensilvania 2015

Para el tercer paso y la realización de las entrevistas semi estructuradas, se tuvo como propósito, entrevistar a las personas que tuviesen relación directa o indirecta en el sector turismo en Pensilvania, para esto se usó el instrumento diseñado con sus respectivas preguntas guías como base para la entrevista, haciendo a su vez, preguntas que fuera surgiendo a lo largo de la entrevista.

### 8.3 ENTREVISTAS SEMI ESTRUCTURADAS

Las entrevistas semi estructuradas se hicieron a 15 personas con diferentes perfiles, que tuviesen relación directa con el sector turismo o que hicieran parte de la toma de decisiones en el territorio en este aspecto, al igual se indago a lideres y algunos políticos.

Se pretendió inicialmente indagar a las personas sobre si consideraban o no, que el turismo sea una opción de desarrollo económico para el municipio, en la que expresan los entrevistados de manera unánime que el sector turismo es una gran opción que se tiene para Pensilvania de generar dinámicas diferenciadoras económicamente hablando y que permitan un crecimiento continuo para el territorio, así mismo que se integre y haga parte de un desarrollo general asociado a procesos sociales, ambientales y culturales.

De igual forma están de acuerdo que se cuenta en el municipio con un potencial en este tema, sobre todo por contar con zonas aptas para atraer turistas tanto en la zona urbana como rural. Se identifica por parte de las personas que conocen dichas zonas y sobre todo el potencial que tienen si se aprovechan de una manera adecuada, sin embargo los demás habitantes no las conocen o conocen muy poco. Así mismo se reconoce que no se tiene un conocimiento formal del inventario turístico, es decir sobre la existencia del documento que serviría como guía y que ya ha sido previamente elaborado.

En cuanto a los beneficios expresan que son muchos, en especial por que le permite a Pensilvania crear unas nuevas líneas económicas y sobre todo que sean de manera constante en el municipio, generaría procesos de desarrollo social y en gran magnitud proyectaría al municipio hacia afuera permitiendo ser conocido en un ámbito nacional o internacional, generando sinergia entre los locales para que al corto o mediano plazo se pueda apostarle a la región del oriente caldense, como una región solida y prospera en el departamento.

Se indaga a algunos de los candidatos para ocupar el cargo de alcalde municipal para los próximos cuatro años, con el fin de conocer si tienen dentro de sus propuestas y opciones, apostarle al sector turismo como un eslabón fundamental en la construcción de los planes de gobierno y sobre todo en el próximo plan de desarrollo. Para lo cual dicen todos, que sí es un tema fundamental para tener muy presente y sobre todo resaltan la necesidad de crear sociedad tanto interna como externamente para obtener resultados más grandes e impactantes, identificando aquellos socios estratégicos que aporten y ayuden a potencializar el turismo y mostrar las cualidades en temas como climas, rutas madereras, avistamiento de aves, deportes extremos, rutas religiosas entre muchas otras.

Así mismo se plantea que hay que crear estrategias solidas desde lo local pero apuntando a la integración regional y la alianza con los municipios vecinos, con el fin de por ejemplo, activar nuevamente la ruta de la madera con la que se contaba años atrás en varios municipios del oriente. Sin embargo una de las necesidades más latentes, radica en que tanto el gobierno nacional y departamental, deben apoyar y darle la oportunidad a las regiones de sobresalir y mostrar todos sus atributos, brindándoles alternativas que generen emprendimiento.

Estratégicamente es importante que se hagan relaciones con los actores que están en el territorio, ya no se puede actuar de manera individual y generar esos celos y esos egoísmos como por ejemplo se ha hecho con la información que la empresa privada ha recolectado y no la comparte como línea base para otras organizaciones. De igual forma diseñar planes programas y proyectos encaminados a crear prosperidad a partir de unas líneas bases solidas como primera medida, que a corto plazo genere que estos proyectos tengan un alto impacto y se conciba el turismo como una de las mejores estrategias para Pensilvania.

### **Evaluación final de actores**

Después de haber desarrollado los instrumentos y aplicado a los actores claves inicialmente identificados, se procede a culminar con la evaluación, calificando el ultimo aspecto; interés sobre el área problemática, como se hizo inicialmente con los dos primeros aspectos.

Basados en que toda investigación no todos los actores claves del territorio muestran interés o son participes por diferentes motivos, es importante calificar este ultimo punto, ya que da una pauta para el diseño e implementación de las estrategias en un proceso de desarrollo local a partir del turismo, el cual y como un aspecto fundamental y como se ha planteado a lo largo de la investigación, todos los actores que tienen interés en participar en los procesos de desarrollo, deben trabar en red, diseñado procesos conjuntos para que las actividades a desarrollar sean de un mayor impacto en el territorio.

Figura 3 Relación de actores en el territorio



Fuente: elaboración propia 2015

## 8.4 VALIDACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

Después de realizado el taller con el grupo focal, aplicado las encuestas, las entrevistas y sistematizada la información recolectada, se procedió con el planteamiento de las estrategias.

Dichas estrategias estaban desarrolladas en cuatro grandes grupos: Grupo social, económico, administrativo y ambiental. En cada grupo se planteaban diferentes estrategias parciales y según la evaluación y análisis previo realizado.

Después de planteadas las estrategias se realizo un taller para su

presentación en el municipio con el fin de que se socializaran, se validaran y se plantearan otras nuevas. De esta manera se haría más participativo e involucraría a las personas claves en la toma de decisiones en Pensilvania. Dicho taller contó con la presencia de 21 personas de diferentes sectores, personas que ya habían tenido intervención en la investigación y a quienes se les había aplicado alguno de los instrumentos.

Después de finalizado el taller, se procede a formalizar el planteamiento de las estrategias teniendo en cuenta los aportes, las recomendaciones y sugerencias que se dieron en el taller por parte de los asistentes. Las cuales se desarrollan finalmente en el punto planteamiento de las estrategias



## 9. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos de la presente investigación le apuestan inicialmente a dar respuesta a la pregunta en la que se plantea si el municipio de Pensilvania es un territorio propenso de desarrollo a partir del turismo y cuales serían esas estrategias que permitirían dicho desarrollo, desarrollo que le apuntaría a lo económico lo social y lo ambiental.

Vistos los resultados, en términos generales se reconoce que el turismo es una alternativa para generar desarrollo en el territorio, desarrollo turístico, así como se planteó en el capítulo de turismo y desarrollo, en el que se dice que este nuevo sector de la economía, nuevo en el sentido de que es tenido en cuenta hoy en día, se puede generar desarrollo económico. Se pudo identificar por parte de los actores que participaron de la investigación tener un conocimiento base acerca del turismo y como puede ser este sector una fuente de desarrollo para Pensilvania. Sin embargo es fundamental tener estipulado un concepto que vaya a la par de las dinámicas del municipio, de su misión, de su que hacer funcional y guiar todas las acciones para generar el tipo de desarrollo que se quiere, articular un concepto teórico práctico que sirva de referente y modelo a seguir.

Por su parte el turismo como se mencionó en el marco teórico es generador de desarrollo económico local en los territorios, ya que aumenta los ingresos, genera mas empleo y por ende propicia la inversión en bienes y servicios por parte de entes públicos y privados para garantizar el éxito del sector. Pero se evidencia por parte de algunas personas la incredibilidad de que esto sea así, al momento de indagarlos, ya que como arrojaron algunos resultados, en el municipio no se evidencia un aumento en el número de empleos dado a que el turismo se hace de una manera informal y no se ha constituido como una política del gobierno municipal.

Por otro lado, el desarrollo local esta basado en la capacidad de coordinación y articulación de acciones con otros agentes económicos, sociales y políticos, así como la capacidad de propuesta y negociación con otras instancias de gobierno, a fin de resolver nudos críticos como la falta de empleo productivo y la modernización y diversificación de la base productiva local. Por lo tanto los actores en Pensilvania reconocen y así se pudo evidenciar en el trabajo de campo, que falta mas articulación entre ellos, mas

trabajo en red para que puedan sistematizar acciones que permitan un crecimiento y un desarrollo local, lo local visto desde las mismas comunidades existentes y que hacen parte de la cadena turística o que si bien se benefician de la misma.

De allí también se puede deducir que el desarrollo debe ser escalonado, es decir no se puede pensar de una forma amplia o global sin primero intervenir lo particular de una forma acertada, el desarrollo debe ser endógeno, no se puede apostar a la subregión del oriente si aun Pensilvania no esta organizado y plenamente identificado y plasmado todo su potencial turístico. Caso contrario como se tiene pensado en el proyecto de desarrollo turístico para el oriente caldense y el magdalena medio por parte de la Gobernación de Caldas, como ya se ha mencionado.

Se tiene también que el turismo es asociado en gran medida a procesos ecológicos ambientales en los territorios, teniendo en cuenta que muchos de los atractivos turísticos del municipio hacen parte de las dinámicas ambientales del mismo, por lo que las acciones deben ir encaminadas al fortalecimiento y conservación de los recursos naturales, esto con la relación estrecha que se ha podido identificar en la presente investigación entre el desarrollo turístico y el desarrollo sostenible, visto la sostenibilidad como la administración adecuada de la plataforma natural y todo lo que la compone y a su vez con la relación que tiene con la sociedad y la economía territorial.

La contribución del turismo al proceso de desarrollo local depende de la conformación de un sistema productivo local turístico, hipótesis planteada en el marco teórico. Dicho sistema debe estar debidamente diseñado por parte de los actores locales quienes en últimas intervienen directamente en la toma de decisiones y en representación de la sociedad o sus comunidades, los cuales ya fueron plenamente identificados y valorados según su función y grado de influencia en el municipio y en cuanto a la relación de la cadena turística se refiere. Actores que buscan que sus territorios sean descubiertos, propiciando inicialmente una zonificación turística tanto urbana como rural, teniendo en cuenta el inventario turístico, que permita crear una oferta la cual será promocionada para atraer nuevos turistas al municipio, turistas que tienen la necesidad de vivir nuevas experiencias y que están dispuestos a pagar por ellas, pago que en ultimas se convierte en ingresos para los públicos y privados promoviendo un desarrollo en cadena de todos los sectores.

## **10. PROPUESTA: ESTRATEGIAS PARA EL MUNICIPIO DE PENSILVANIA**

La nueva alternativa para generar desarrollo a partir del turismo, se ha convertido poco a poco en un pilar de suma atención para los territorios, sobre todo aquellos que no gozan de playa o mar. Son territorios con un sin numero de atractivos que hacen parte de su identidad y que son conocidos cada vez mas por personas ajenas a estos territorios, buscando indagar por nuevas culturas y nuevas vivencias.

Después de analizados los resultados de la aplicación de los instrumentos diseñados, se reconoce por parte de todos los actores principales y la sociedad en general, que Pensilvania es un territorio propenso para ser aprovechado turísticamente hablando, siempre y cuando se generen algunas acciones encaminadas a esto a partir de un trabajo colectivo.

Por lo anterior y dándole cumplimiento a uno de los objetivos específicos estipulados, se plantean a continuación una propuesta a partir de la creación de una serie de estrategias para generar desarrollo económico local, enfocados en el sector turismo en el municipio de Pensilvania.

Para este punto es fundamental que las estrategias estén diseñadas y tengan coherencia con los resultados, para dar respuesta al objetivo central de la investigación y sobre todo que se construyan con las bases de la aplicación de los instrumentos aplicados en campo, guiados también con el concepto de estrategia ya desarrollado.

### **Estrategias desde el ámbito social**

#### *1. Trabajo articulado o en red*

Como se pudo analizar en la aplicación de los instrumentos pero sobre todo el desarrollo del grupo focal, una de las grandes dificultades que se tiene es el trabajar de forma desarticulada o individual. Dicha dificultad a su vez se puede convertir en una estrategia a partir de la creación de grupos de interés sobre un tema determinado, para este caso el turismo, que estén en la capacidad de generar aportes, propuestas y demás en búsqueda del bien común de la comunidad. Todos los actores previamente

identificados deben tener acciones conjuntas para la proyección del sector turismo como una nueva alternativa de crecimiento y desarrollo económico.

Para este punto la identificación de actores en el territorio tanto locales como departamentales o nacionales será un factor determinante para el éxito de la propuesta. Se deberán definir claramente cuales son dichos actores, cual es su relevancia con el sector turismo desde el sector que representa. Se tendrá en cuenta entonces la matriz del mapeo de actores ya previamente elaborada.

De esta manera el desarrollo local será uno de los referentes mas importantes como se ha subrayado en la investigación, dando importancia y relevancia a los procesos que se dan desde la base social, llevando también la articulación de los actores locales y promocionando el sentido de pertenecía desde sus comunidades y su municipio y permitiendo la incidencia de la sociedad local en la toma de decisiones.

## *2. Diversificación de la oferta turística*

Este punto es fundamental ya que busca que el inventario turístico llegue a la mayor cantidad posible de personas, es decir, según las necesidades o gustos de los turistas, se debe discriminar cada producto a ofrecer y según el atractivo turístico que se tenga, teniendo en cuenta la siguiente clasificación:

- ✓ Turismo ecológico
- ✓ Turismo religioso
- ✓ Turismo de aventura
- ✓ Turismo deportivo
- ✓ Turismo cultural
- ✓ Turismo educativo
- ✓ Turismo de eventos especiales (conciertos, congresos, negocios)

Inicialmente es necesario caracterizar cada punto o zona de interés turístico a partir de la elaboración de una ficha técnica para cada uno de ellas, en la que se pueda tener toda la

información necesaria al momento de visitarlas. Se tiene como base la propuesta de la ficha de caracterización de zonas. (Anexo ficha de caracterización de zonas turísticas)

Como es sabido no todos los sitios de interés turístico tienen la misma acogida o importancia que otros, por lo tanto es necesario realizar una escala de evaluación en la que se demuestre cuales son los puntos o las zonas turísticas de mayor relevancia y a las cuales se les debe apuntar más en la creación de estrategias de mercadeo y difusión.

Tabla 3 Ficha de evaluación de zonas turísticas

TIPO DE TURISMO	ZONAS TURISTICAS	EVALUACIÓN		
		ALTO	MEDIO	BAJO

De esta forma se obtiene una clasificación de las zonas según el tipo de turismo y el impacto que tienen en el municipio, como estrategia de mercadeo y de puesta en marcha de acciones para promocionarlas. Esta evaluación debe ser realizada por un comité de expertos o personas que hagan parte de la cadena turística del municipio y sobre todo que tengan conocimiento de las zonas y sus características.

### 3. *Capacitación de los recursos humanos.*

Una de las acciones fundamentales es capacitar, mejorar las capacidades y competencias de todas las personas que intervienen en la cadena turística. Dicha actividad garantizara el éxito de la puesta en marcha de todas las estrategias, actividad que deberá ser desarrollada durante toda la implementación de las estrategia y constantemente cuando sea requerido. Deberán entonces ser capacitados las personas que hacen parte del proceso de desarrollo turístico y aquellas que intervienen en la relación con el cliente o turista.

Los temas de la capacitación estarán centrados en:

- ✓ Aspectos generales del sector turismo
- ✓ Planificación y desarrollo
- ✓ Elaboración de planes de acción en el sector

- ✓ Comunicación asertiva
- ✓ Servicio al cliente
- ✓ Historia y reseña del municipio

#### 4. *Identificación de problemáticas sociales*

Es indispensable tener presente en el proceso de desarrollo turístico las posibles amenazas o riesgos sociales que se pueden presentar, para lo cual se deberá realizar un plan de choque que no permitan que en el territorio se propaguen o se vuelvan en un problema social. Se identifican las siguientes:

- Aumento de la prostitución
- Aparición de la prostitución infantil
- Trabajo infantil
- Venta y consumo de drogas nocivas
- Propagación de virus y enfermedades traídos por externos

#### **Estrategias desde el ámbito económico**

La diversificación de la oferta económica en los territorios lleva a que se promuevan nuevas practicas que le apuesten a crecimiento a partir de la generación de nuevos ingresos que se convertirán a su vez en nuevas inversiones, las cuales pueden ser en temas sociales, en infraestructuras, lo importante es que sea para el bien colectivo de la comunidad.

De igual forma se ha entendido y visualizado a lo largo de la investigación, la pertinencia para el municipio de apostarle a un nuevo concepto de desarrollo económico, a un nuevo renglón de la economía a partir del turismo local, sin dejar de tener sinergia con el turismo en la subregión y en el departamento.

### *1. Generación de alianzas*

Esta estrategia permite identificar en el territorio o hacia el exterior del mismo, cuales pueden ser los socios aliados públicos o privados, que estén interesados en apalancar proyectos que conlleven a la promoción y difusión del inventario turístico y que a su vez permita un crecimiento económico y generación de empleo.

Pensar en hacer alianzas con los municipios de la subregión que conlleve a presentar proyectos de regalías para el fortalecimiento del sector turismo. Apalancar proyectos de inversión con la Gobernación de Caldas al igual que se busque la ayuda del Ministerio de comercio industria y turismo como referente nacional para el sector.

### *2. Mejoramiento de la capacidad económica*

En este aspecto se debe buscar que el sector comercio y sobre todo aquellos que tienen relación con la oferta turística como hoteles y restaurantes, mejoren en primera instancia la capacidad instalada y que conlleve a atraer mas turistas con ofertas que sean de alto impacto. De esta forma permite que la llegada de turistas aumente el consumo y los ingresos.

Así mismo se debe buscar que se genere mas empleo a través de un aumento en la demanda en los hoteles, restaurantes, bares, cafeterías, almacenes y demás. De igual forma que sea transversal a la creación de nuevos productos turísticos, que permita un aumento en la oferta de bienes y servicios en el Municipio.

Se debe analizar un aspecto importante como lo es la competitividad de la zona o sub región, revisando los procesos diferenciadores que tiene el municipio en comparación con los demás, proceso en oferta y costos, precios de los bienes y servicios a ofertar, ser competitivos en el ofrecimiento de paquetes y productos turísticos. Dicho precio debe estar sustentando en una base que permita reconocer el porque del mismo, evitando que se ofrezcan precios bajos que no garanticen la calidad del bien o servicio y se pierda valor o deterioro en el producto turístico. Ya que en ultimas no generara competencia y sobre todo no será atractivo para socios o inversionistas.

### *3. Posicionamiento de la imagen*

En este punto se busca que la imagen en general del Municipio sea reconocida a nivel departamental, regional, nacional y por que no mundial. Que se reconozcan las cualidades y fortalezas, sus atractivos, su potencial humano y todo aquello que genere interés en las personas.

Para este aspecto se realizara todo un proceso de mercadeo y promoción de la oferta turística del municipio, que es definida a partir de las fichas de cada zona turística que se tenga.

### *4. Implementación de tecnologías*

Para estar a la vanguardia del mercado y la dinámica del mismo, es necesario que se incorpore la estrategia para la implementación de nuevas formas tecnológicas de acceso a la información, como desarrollo de páginas web, blogs, correos electrónicos y páginas en redes sociales.

## **Estrategias administrativas**

### *1. Realizar Inventario de equipamientos en la cadena turística*

Realizar el inventario de los equipamientos y de la capacidad instalada en el municipio en el área urbana y rural.

Vías de acceso: identificar cuales son las vías de acceso principales hasta el área urbana y las vías en el área rural que tengan relación con los atractivos turísticos. Definir en ellas el kilometraje de un punto a otro, el tiempo aproximado de llegada y el estado de la vía.

Medios de transporte: Mencionar los medios de transportes urbanos y rurales y cuales son sus rutas, horarios y lugar de ubicación.

Hoteles: Hacer una lista de cada uno de los hoteles, hostales, casas de hospedaje, cabañas y demás, con su respectiva dirección de ubicación, forma de llegada, teléfonos, correos electrónicos, capacidad de alojamiento y servicios adicionales que presta.

Restaurantes: Mencionar los restaurantes, sitios de comida rápida, en la que se informe que tipo de alimentación ofrecen, su especialidad, al igual que sus datos de contacto y de ubicación.

Sitios de diversión: Describir todos los sitios de diversión como bares, discotecas con sus respectivos nombres, ubicación, teléfonos.

Sistemas de salud: Se deberá identificar los hospitales o puestos de salud con los que se cuenta en el municipio, su ubicación, si tienen alguna especialidad.

## *2. Incorporación en el plan básico de ordenamiento territorial PBOT*

Es de suma importancia que las zonas que se identifican como atractivos turísticos, queden inmersas en el plan básico de ordenamiento territorial, de igual forma debe ser claro su procedimiento para la conservación y mantenimiento de las mismas. Así mismo se pretende con esta estrategia, que los proyectos encaminados a fortalecer estas zonas se hagan a corto mediano o largo plazo, según su necesidad, para que se puedan incorporar en los planes de desarrollo municipal y generen una continuidad en los cambios de administración. Esta actividad se debe hacer de manera inmediata teniendo en cuenta que la administración municipal actualmente se encuentra en proceso de actualización del plan básico de ordenamiento territorial. Así mismo para que se tenga en cuenta en la próxima administración municipal como programa del plan de desarrollo para el próximo cuatrienio.

## *3. Creación del consejo municipal de turismo*

Otra estrategia y de gran impacto sería la creación del consejo municipal de turismo, que se conforme bajo una figura administrativa y ante el concejo municipal, al igual se dejen claras y por escrito las funciones del mismo. Algunas de sus funciones serían, entre otras:

- ✓ Asesorar a la administración municipal en la toma de decisiones en materia turística.
- ✓ Gestionar proyectos ante órganos externos.
- ✓ Velar por la conservación de los sitios declarados como zonas de interés turístico
- ✓ Hacer seguimiento, evaluación y análisis de todos los temas que estén intrínsecos en el sector turismo
- ✓ Impulsar el desarrollo de la actividad turística en el municipio.

#### 5. *Valorización y preservación del patrimonio cultural y arquitectónico*

A través de normatividad, políticas o reglamentos, se debe buscar desde la administración municipal, la conservación de aquellos sitios que son emblema arquitectónico de la población, así mismo de su cultura tradicional para que sea acatada por todas las personas y no se pierda la identidad, que muy seguramente tendrá un eco en visitantes que lleguen a conocer un poco más del territorio.

#### 6. *Diseño de un producto turístico*

A partir de las zonas de atracción turística que se tienen identificadas en la zona urbana y rural, es necesario construir productos turísticos encaminados en ofrecer paquetes a los turistas o interesados en visitar la zona.

- ✓ Recorridos y caminatas ecológicas
- ✓ Cabalgatas
- ✓ Camping
- ✓ Avistamiento de aves
- ✓ Actividades deportivas y recreativas
- ✓ Eventos
- ✓ Pesca

Para esto se debe tener un consenso entre todas las microempresas que hacen parte de la cadena turística y la capacidad de ofrecer algún producto por parte de ellos. De igual forma el costo y el precio de venta, los servicios adicionales y horarios establecidos.

## **Estrategias desde el ámbito ambiental**

El ámbito ambiental es uno de los ejes transversales a la investigación, teniendo en cuenta que los atractivos turísticos en su gran mayoría, tienen influencia con algún tipo de recurso natural. De allí la propuesta de desarrollo sostenible en la que se busque garantizar la conservación del medio ambiente, que sea amigable con la sociedad pero que no altere la base económica del municipio.

### *1. Preservación del medio ambiente*

Teniendo en cuenta que una gran parte de las zonas de interés turístico en el Municipio, tienen que ver con áreas ambientales, es importante en primera instancia, diseñar un esquema en el que se identifiquen que tipo de zona ambiental es con sus respectivas características, cuales deben ser las actividades de conservación y mantenimiento. Así mismo es de vital importancia que estas zonas queden inmersas en el PBOT como ya se había mencionado anteriormente.

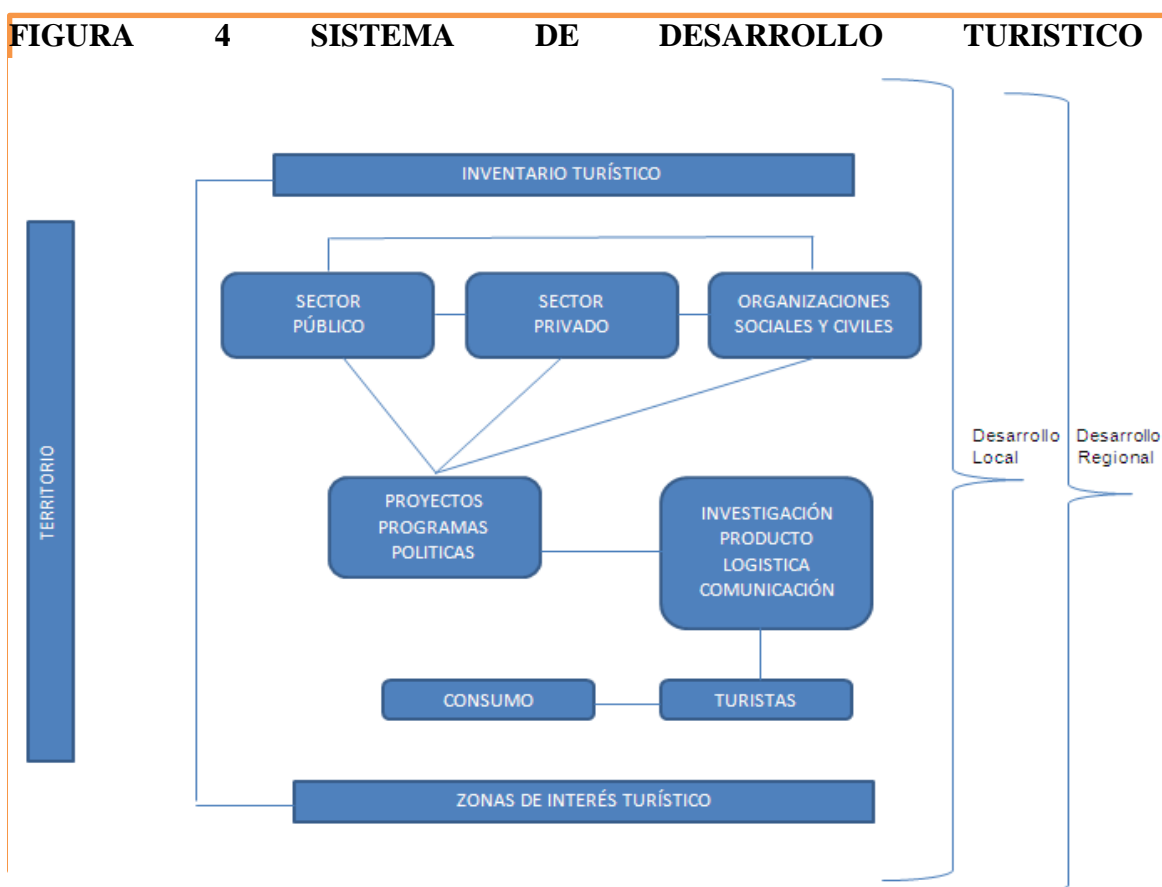
Basados en lo anterior, se procederá a elaborar toda la oferta por punto turístico, para dar a conocer el tipo de atractivo que se tiene, las actividades que se pueden desarrollar y las restricciones identificadas, para que quienes deseen visitar esta zona lo conozcan con anterioridad.

### *2. Identificación del riesgo*

Por la topografía de las zonas montañosas de Pensilvania, hay algunas de ellas que pueden generar riesgos como inundaciones, deslizamientos o taponamientos. Por lo tanto se deberán clasificar las zonas según el riesgo que presente tanto en el área urbana como rural del municipio. Calificarlas si es alto, medio o bajo y cuales serían las posibles amenazas o daños que se podrían generar, al igual cuales deberán ser las acciones para la mitigación de este riesgo.

### 3. Incorporación del agroturismo

Este punto y como alternativa al planteamiento de las estrategias, se expone por parte de los actores la necesidad de apostarle en el marco del desarrollo turístico, al agroturismo como una alternativa para para aportar y darle imagen a los productos que se producen en el municipio y la región, con el fin de que las personas conozcan de los procesos de siembra, recolección, es decir de toda la cadena productiva y de transformación cuando se haga.



FUENTE: Elaboración propia. 2015

Existe en el territorio una oferta o inventario turístico, que hace que el municipio reconozca su potencial en este tema. A su vez, existe una serie de actores representativos que necesitan estar articulados y trabajar en equipo como principal estrategia para generar proyectos que conlleven a que dicho inventario se promueva, realizando entre todos procesos de investigación, difusión, comunicación y comercialización de toda la oferta turística del municipio, que en ultimas llevara a la atracción de turistas como nuevos consumidores en el territorio.

## **Evaluación de las estrategias**

Finalmente y después de formuladas, socializadas y aprobadas las estrategias, se deberá diseñar por el grupo de actores conformado y comprometido, un plan de trabajo a partir de la implementación de dichas estrategias que contenga los siguientes pasos:

- Priorizar las estrategias con las que se iniciaría la implementación
- Definir un líder con los respectivos responsables para varias o cada una de ellas
- Estipular los recursos físicos y humanos necesarios
- Realizar un presupuesto con costos y gastos
- Dictaminar el período de tiempo para la implementación de cada estrategia
- Evaluación durante y después de la implantación
- Aplicación de correctivos

Gráfica 10: Resumen Estrategias turísticas para el municipio de Pensilvania-Caldas



Fuente: Elaboración Propia 2015

## 11 DIVULGACIÓN DE LOS RESULTADOS

La investigación plantea en su última fase, el proceso de divulgación de los resultados, al igual como quedó estipulado en el último objetivo específico. Para lo cual se hace necesario determinar los mecanismos para divulgar dichos resultados y que lleguen a la mayor cantidad posible de personas. Por lo anterior se tienen las siguientes estrategias de divulgación:

- Elaboración de un artículo científico que de cabida a todo el proceso de la investigación, el cual será enviado a una revista indexada en Colombia.
- Elaboración y distribución de un folleto en el que se plasme el potencial turístico de Pensilvania, las estrategias para poner en marcha el sector y las conclusiones finales.
- Se realizara una reunión de los actores fundamentales y sobre todo tomadores de decisiones frente al desarrollo turístico en el departamento y en Pensilvania.

NOTA: El pasado 16 de septiembre se publicó en el periódico la patria, una nota sobre una de las reuniones realizadas en la presente investigación en el municipio de Pensilvania.

Imagen 10 Socialización estrategias



Fuente: Periódico la patria 2015

## 12 CONCLUSIONES

- Basados en la aplicación de los instrumentos de investigación, se puede decir que en el Municipio de Pensilvania se tiene todo un potencial turístico, en cuanto al número de zonas tanto urbanas como rurales consideradas de atracción turística. Lo que llevaría a analizar en primera instancia que en el Municipio si se puede realizar todo un proceso de intervención a partir de la articulación de las estrategias planteadas para que este sector se convierta en un referente principal en la economía de Pensilvania.
- Según los sitios de atracción turística que se identificaron en la zona por parte de personas conocedoras del tema, se evidencia que hay una variedad en la oferta turística, variedad en cuanto al tipo de turismo que se pueda desarrollar en el territorio y a partir del reconocimiento de los lugares para fomentar alternativas a las personas; como en eco turismo, turismo religioso, turismo deportivo o de aventura, turismo social o educativo; de esta forma se amplía la diversificación del sector y a su vez la demanda según el interés de los turistas.
- Existe todo un potencial turístico en Pensilvania que no ha sido concebido como una alternativa de desarrollo local por parte de los entes públicos y privados, ya que no se evidencian acciones claras y concisas para intervenir el sector. Pero a su vez hay una serie de factores y elementos viables y determinantes para convertir el sector turismo como un potencial y dinamizador de la economía de Pensilvania, a partir de la aplicación de las estrategias planteadas y en coordinación con los diferentes actores de la cadena turística, actores a los que se evidencia su compromiso con el municipio.
- Se evidencia y según la aplicación de los instrumentos, que se tiene un alto desconocimiento del inventario turístico del municipio, de las zonas urbanas y rurales, en donde se puede desarrollar diferentes tipos de turismo por parte de los habitantes del territorio y sobre todo, que solo se conoce o se habla de la zona mas próxima a su vivienda, llevando con esto a que no se proyecte el sector, provocando incluso un estancamiento del mismo.

- Hay una falta de inversión por parte de las administraciones municipales y departamentales para apoyar al sector turismo y todo lo que lo conforma. No se evidencia la inversión en las zonas turísticas para mejorar sus infraestructuras, no se tiene un rubro específico en el presupuesto municipal que permita la inversión directa en los equipamientos y servicios que se ofrecen a turistas, dado a que el sector no está concebido dentro de los renglones principales de la economía de Pensilvania.
- La creación de las estrategias fue posible en primera instancia a partir de ejecución del trabajo de campo realizado y la aplicación de los instrumentos para tal fin. En segunda instancia y como factor más importante; se les dio importancia y credibilidad a razón de la socialización y posterior validación por parte de los actores del territorio, lo que conlleva a pensar que si se aplican dichas estrategias de una forma adecuada, se puede apostar a generar en Pensilvania un nuevo enfoque de desarrollo a partir de la aparición de un nuevo sector de la economía en el territorio, como lo es el sector turismo.
- Sin duda alguna y como se pudo identificar a lo largo de la investigación, el sector turístico en Colombia se ha ido descentralizando hacia los territorios, pasando de concebir el turismo solo en zonas costeras a regiones con atractivos diferentes a tener acceso al mar o a grandes playas. Por lo que cada día se habla más de turismo en todo el territorio nacional y se ha convertido para las regiones, los departamentos y municipios como una alternativa para generar desarrollo económico, a partir de la creación de proyectos de inversión, proyectos como por ejemplo el paisaje cultural cafetero y el proyecto de planificación turística del oriente y Magdalena Caldense como se está generando en este momento en el departamento.
- Los equipamientos juegan un papel fundamental en la cadena turística de un territorio, para esto Pensilvania tiene una gran cantidad y variedad de ellos y sobre todo en muy buen estado. Se tienen equipamientos en materia educativa, de salud, deportiva, para eventos, hoteles, restaurantes y sitios de diversión, que permiten ampliar la oferta y concebir aún más como atractivo turístico el

municipio en general, dado al complemento entre una zona turística y los equipamientos que lo relacionan o necesita un turista al momento que decida conocer el municipio.

- Se ha perdido la identidad turística del municipio a razón de los problemas de orden público que se presentaban años atrás, la presencia de grupos guerrilleros y paramilitares conllevaron a que actividades como caminatas ecológicas, el recorrido por la ruta de la madera y actividades del grupo sal-si-puedes, desaparecieran y generaran miedos en las personas de salir a recorrer al municipio sobre todo en su área rural.

### **13.RECOMENDACIONES**

- Direccionar desde la administración municipal todo un proceso de transformación del sector turismo, en el que se inicie con la articulación entre el plan básico de ordenamiento territorial y los próximos planes de desarrollo municipal como garantía de que se proyecte a largo plazo y se planifiquen acciones continuas. Al igual se dirija la conformación y legalización del consejo municipal de turismo y se le den todos los avales e insumos necesarios para intervenir el territorio en temas turísticos.
- Se recomienda para todos los establecimientos de comercio el uso de tecnologías para la información y la comunicación, como la creación de páginas web y correos electrónicos al igual la utilización de las redes sociales como estrategia de comunicación hacia el exterior, que permita acceder a personas en diferentes parte del departamento del país o del mundo a información real como de paquetes turísticos, fotos de las instalaciones, precios de venta en las diferentes épocas del año, entre otras.
- Gestionar ante organismos departamentales y nacionales la pavimentación o el mejoramiento de la malla vial rural del municipio, en especial la que comunica a los corregimientos de Arboleda, Pueblo Nuevo y San Daniel con la cabecera municipal, ya que con esto se fortalece el turismo rural y la acogida de las zonas de interés turístico en estas partes, sabiendo que el estado de las vías es un factor que incide en la toma de decisiones de las personas al momento de tomar la iniciativa de visitar algún lugar.
- Para darle continuidad a los procesos de la investigación, es de vital importancia que se levanten líneas bases sólidas enfocadas al sector turismo, como por ejemplo aquella información que aportan los turistas al momento de visitar el municipio, en el que se construyan fichas de identificación de turistas en donde se pregunte: cual es la ciudad de origen, motivo de la visita, gustos gastronómicos, expectativas de la visita y otras que se consideren pertinentes; que permita conocer al turista y proyectar desde allí la oferta según las necesidades y gustos de ellos.

- Se recomienda realizar todo un proceso de sensibilización a los actores identificados dentro del proceso de desarrollo turístico del municipio, ya que como se pudo observar, no todos de ellos fueron participes o tuvieron interés en el tema investigativo, aún cuando se concluye reconociendo la importancia para Pensilvania de generar este tipo de iniciativas en búsqueda de un mejoramiento económico del territorio.
- Con el fin de posicionar al municipio ante todo el mundo, desde el ámbito local, departamental, nacional y mundial, se recomienda iniciar los estudios para generar una marca propia de Pensilvania ya sea de un producto o un servicio y que sea diferenciador en la subregión, marca que le permita a las personas al momento de identificarla, relacionarla con el municipio y a su vez ayude a realizar un mejor proceso de mercadeo y difusión de la oferta turística que se tiene.
- Por ultimo se recomienda que en el proceso de desarrollo económico a partir del turismo para el municipio, se tenga en cuenta algunos factores negativos que se han identificado pueden darse en dicho proceso. Como lo es el aumento de la prostitución a raíz de la cantidad de personas que pueden llegar a un lugar determinado, al igual la prostitución infantil. El aumento de personas extrañas en búsqueda de robar a los turistas, propagación de venta de sustancias psicoactivas o drogas, el traslado de enfermedades o virus traídos de otras partes. Para lo cual se deben tener bien identificados estos riesgos y sus acciones preventivas o correctivas en los casos que se puedan dar.

## 14. REFERENCIAS

- BOISIER (2012) Reflexiones sobre los procesos territoriales en el siglo XXI. Huellas en el territorio y trazos en el mapa.
- Sergio Boisier Etcheverry, Jahir Rodríguez Rodríguez, Esperanza Agreda Montenegro, Carlos Mario Yory Garcia, Pablo José, Ciccolella, Ciro Alfonso Serna Mendoza, Jorge Iván Cuervo Restrepo, Carlos Ariel García Romero, Luis Lira Cossio, Gustavo Wilches-Chaux, Arturo Orellana Ossandón. Elementos para una reconceptualización del desarrollo. Cuadernos de clase N° 01-04.
- Sergio Boisier Etcheverry, Jahir Rodríguez Rodríguez, Luis Andrés Fajardo, José Jesús naranjo, Carlos Fernando Vélez Gutiérrez, Juan Guillermo Vieira Silva, Adrián Cardona Alzate, Darío Ángel, José Darío Herrera. Del conocimiento a la acción para la transformación territorial. Cuadernos de clase 01-05.
- Orozco Javier, Núñez Patricia (2013) Las teorías del desarrollo. El análisis del turismo sustentable
- Escobar Jazmine, Bonilla Francy. Grupos focales: una guía conceptual y metodológica. Universidad el bosque.
- Aguilera, F., Castilla, C., y Sánchez, M. (1990). Economía ecológica, desarrollo sostenible y la ausencia de desarrollo: el contexto del desarrollo local. Revista de estudios Regionales, 26, 17-28.
- Banco Mundial. (2015). Datos mundiales, (Disponible en <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD>)
- Barbero, J.M. (1999). Tipología Cultural. Bogotá: Fundación Social.

- Cancillería de Colombia. (2014). Colombia reafirma el vínculo entre cultura y desarrollo. (Disponible en <http://www.cancilleria.gov.co/newsroom/news/colombia-reafirma-vinculo-entre-la-cultura-y-desarrollo-22-mayo-dia-internacional-la>)
- Espina, M.P. (2006). Apuntes sobre el concepto de desarrollo y su dimensión territorial. En: Desarrollo local en Cuba. La Habana.
- Klinsberg, B. (2006). Capital y cultura, clave del desarrollo. Cuadernos Latinoamericanos de Administración. Bogotá
- ONU (2002). Informe de la cumbre mundial sobre el desarrollo sostenible. Nueva Cork: Naciones Unidas.
- Marx, C. (1975). La ideología alemana. Bogotá: Editorial Popular.
- Ministerio de Cultura de Colombia. (2013). Diagnóstico cultural de Colombia. Hacia la construcción del índice de desarrollo cultural. Bogotá: .Mincultura.
- Max-Neef, M. (1994). Desarrollo a escala humana. Conceptos, aplicaciones, y algunas reflexiones. Montevideo: Editorial Nordam
- Moore, M. (1993) Globalización y cambio social. Nueva York: Elveiser
- Moragues, D. (2006). Turismo, cultura y desarrollo. Madrid: AECI
- Ocampo, E. (2007) Introducción al desarrollo humano
- Sen, A. (1998). La cultura como base del desarrollo contemporáneo, extraído de Diálogo. Unesco. (Disponible en: <http://www.unrc.edu.ar/publicar/25/dos.html>)
- Smelser, N. (1984). Toward a theory of modernization. Nueva York: Basic Books.

- Reyes, G. (2009). Teorías de desarrollo económico y social: articulación con el planteamiento del desarrollo humano. Tendencias (10) 1. Universidad de Nariño
- Vásquez, A. (2001). La política de desarrollo económico local. En: Desarrollo económico local en América Latina. Santiago de Chile: Cepal/GTZ
- Unesco (2010). Cultura y desarrollo. Evolución y perspectivas. Barcelona: Unesco

#### 14.1 WEB-GRAFIA

- <http://www.senaradiocolombia.gov.co/noticia/en-caldas-se-presenta-el-proyecto-hidroelectrico-la-miel-ii#sthash.Bnm6LCCp.dpuf> .
- [www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co)
- [www.pensilvania-caldas.gov.co](http://www.pensilvania-caldas.gov.co)
- [www.gobernaciondecaldas.gov.co](http://www.gobernaciondecaldas.gov.co)
- [www.mincit.gov.co](http://www.mincit.gov.co)
- [www.intersedes.ucr.ac.cr](http://www.intersedes.ucr.ac.cr)
- <http://www.zonaeconomica.com/gustavo-sepulveda/participacion-dentro-dinamicas-economicas>
- Gobernación de Caldas (2014). Caldas modelo de emprendimiento turístico y empresarial. En: <http://www.gobernaciondecaldas.gov.co/index.php/10-cat-tab1/878-caldas-modelo-de-emprendimiento-turistico-y-empresarial>
- Cámara de Comercio de Medellín. (2015) Glosario estrategias Cluster. En: <http://www.camaramedellin.com.co/site/Cluster-y-Competitividad/Comunidad-Cluster/Glosario-de-Estrategias-Cluster.aspx>

## ANEXOS:



### Maestría Desarrollo Regional y Planificación del Territorio GUIA PARA GRUPO FOCAL

Fecha:

Lugar:

Hora:

Duración:

Moderador: Ricardo Alarcón Martínez

Asistente:

**OBJETIVO:** Identificar la percepción que tienen los diferentes actores en el Municipio de Pensilvania en cuanto a las debilidades necesidades y fortalezas en el sector turístico para ser generador de desarrollo económico local.

Integrantes

La siguiente es la lista de las posibles personas que integraran el grupo focal

- Alcalde Municipio de Pensilvania
- Secretario de planeación municipal
- Representantes del sector hotelero
- Representantes del sector restaurantes
- Representante de confamiliares
- Representante de la academia
- Honorables concejales
- Representantes de diferentes empresas
- Representantes de los corregimientos (líderes, corregidores)

Desarrollo

- 1- Bienvenida y agradecimientos a los participantes
- 2- Presentación de cada uno de los integrantes del grupo y el porque de la importancia de la representación de diferentes sectores.
- 3- Explicación del desarrollo de la metodología

- 4- Sustentación de la importancia de la información recolectada y lo que sucederá con la misma.
- 5- Solicitud a los integrantes para que la información recolectada pueda hacer parte de la investigación y ser plasmada en un documento de forma literal.
- 6- Se tendrá como guía las siguientes preguntas con un total de 15 minutos extendiendo a un máximo de 20 si se presentan preguntas adicionales.

Preguntas guía:

a) ¿Que conocimiento tiene usted de: desarrollo económico local y turístico en Pensilvania?
b) Diga como desde el sector que usted representa tiene relación o le aporta al desarrollo económico del municipio a partir del turismo
c) ¿Cuáles considera usted que son las fortalezas que tiene Pensilvania en materia turística?
d) ¿Cuáles consideran que son las debilidades que tiene el municipio para que el turismo sea una fuente de desarrollo local?
e) ¿Qué estrategias o tipos de acciones creen que se deberían tomar para fortalecer el sector turístico en Pensilvania?

- 7- Cierre de la actividad y conclusiones finales



**Maestría Desarrollo Regional y Planificación del Territorio  
FORMATO IDENTIFICACIÓN DE ACTORES**

**ESTRATEGIAS PARA PROMOVER EL SECTOR TURISMO DEL MUNICIPIO DE PENNSILVANIA CALDAS, QUE GENEREN DINÁMICAS ECONÓMICAS SOSTENIBLES**

**Objetivo:** Identificar el conocimiento y la participación de la población del municipio de Pensilvania, frente al inventario turístico.

**NOMBRES Y APELLIDOS:** \_\_\_\_\_

**NUMERO DE CEDULA:** \_\_\_\_\_

**NUMERO DE TELEFONO:** \_\_\_\_\_

**CORREO ELECTRONICO:** \_\_\_\_\_

**ENTIDAD O EMPRESA:** \_\_\_\_\_

**TIPO:** Publico\_\_\_\_ Privado\_\_\_\_ Servicios\_\_\_\_ Comercio\_\_\_\_ Industria\_\_\_\_  
ONG\_\_\_\_ Religioso\_\_\_\_ Académico\_\_\_\_ Otro cual\_\_\_\_\_

**DESCRIPCIÓN DEL ROL QUE DESEMPEÑA:** (En la entidad, en la empresa o en la comunidad)

---

---

---

---

---

---

---

---



**Maestría Desarrollo Regional y Planificación del Territorio  
FORMATO DE ENCUESTA**

**Objetivo:** Identificar el conocimiento y la participación de la población de Pensilvania, frente al sector turismo y el inventario turístico del municipio.

**Fecha** \_\_\_\_\_ **Área urbana** \_\_\_\_\_ **Área rural** \_\_\_\_\_

**Sexo de la persona encuestada:** Femenino \_\_\_\_\_ Masculino \_\_\_\_\_

**Rango de edad (años):** Entre 15 y 25 \_\_\_\_\_ Entre 26 y 40 \_\_\_\_\_ Mayor a 40 \_\_\_\_\_

**Profesión u oficio:** \_\_\_\_\_

**Lugar (zona o de atractivo turístico):** \_\_\_\_\_

**DERROTERO DE PREGUNTAS:**

1. ¿Conoce usted sobre el inventario turístico del Municipio? SI \_\_\_ NO \_\_\_
2. ¿Conoce usted sobre los atractivos turísticos del Municipio? SI \_\_\_ NO \_\_\_
3. ¿Ha hecho usted uso de los atractivos turísticos del Municipio? SI \_\_\_ NO \_\_\_
4. ¿Considera usted que en el Municipio el turismo si funciona como una oportunidad de crecimiento económico y atractivo para las personas?  
SI \_\_\_ NO \_\_\_
5. ¿Cree usted que el turismo ha generado empleo en la localidad? SI \_\_\_ NO \_\_\_
6. ¿Ofrece usted algún servicio a los turistas?
  - a) Hospedaje \_\_\_ b) Alimentación \_\_\_ c) Guía turístico \_\_\_ d) Recreación
  - e) Diversión \_\_\_ f) Otro \_\_\_ Cuál? \_\_\_\_\_

**¡Muchas gracias por su atención!**



**Maestría Desarrollo Regional y Planificación del Territorio  
FORMATO DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA**

**ESTRATEGIAS PARA PROMOVER EL SECTOR TURISMO DEL  
MUNICIPIO DE PENSILVANIA CALDAS, QUE GENEREN DINÁMICAS  
ECONÓMICAS SOSTENIBLES**

**Objetivo:** Identificar el conocimiento y la participación de la población del municipio de Pensilvania, frente al inventario turístico.

**Entidad:**

**Persona entrevistada:**

**Función:**

**DERROTERO DE PREGUNTAS**

- 1- Usted considera que el turismo es una opción de desarrollo económico para Pensilvania y la sub región del oriente de Caldas?
- 2- Conoce usted sobre el inventario turístico del municipio de Pensilvania de la zona urbana y rural, que sabe de él?
- 3- Que beneficios traería para los municipios del oriente de Caldas la puesta en marcha de acciones encaminadas a fortalecer el sector turismo?
- 4- Que proyectos, programas se tendrían a mediano plazo para poner en funcionamiento el inventario turístico de Pensilvania?
- 5- Cuales serían las estrategias o metas centrales que desde la administración departamental puedan fortalecer el sector turismo como fuente de desarrollo económico.

FICHA TÉCNICA DE CARACTERIZACIÓN DE ZONAS

<b>NOMBRE:</b>	<b>FICHA N°:</b>
<b>FOTOGRAFIA</b>	<b>UBICACIÓN:</b>
	<b>DISTANCIA DESDE LA CABECERA URBANA:</b>
<b>TIPO DE TURISMO:</b>	
<b>FORMA DE ACCESO:</b>	
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	<b>ACTIVIDADES DESARROLLAR:</b> <b>A</b>
<b>SERVICIOS QUE OFRECE:</b>	<b>OBSERVACIONES:</b>
<b>CONTACTO:</b>	

Fuente: Elaboración propia 2015

Matriz de evaluación de actores

ITEM	EMPRESA O SECTOR	TIPO DE ENTIDAD	FUNCIÓN O ROL QUE DESEMPEÑA	MEDICIÓN		
				RELACIÓN CON EL PROYECTO	GRADO DE INFLUENCIA EN EL MUNICIPIO	INTERES SOBRE EL ÁREA PROBLEMÁTICA
1	CASA DE LA CULTURA	PUBLICO	Desempeña funciones en pro de fortalecer y conservar la cultura	ALTO	MEDIO	ALTO
2	CONCEJALES	PUBLICO	Regula y controla las actividades de la administración municipal	ALTO	ALTO	ALTO
3	UNIDAD DE TURISMO GOBERNACIÓN	PUBLICO	Apoyar a los municipios del departamento en el fortalecimiento del sector turismo	ALTO	ALTO	ALTO
4	DIPUTADOS DE CALDAS	PUBLICO	Legislar, fiscalizar la ejecución del presupuesto, gestionar recursos para apalancar proyectos	ALTO	ALTO	ALTO
5	CAMARA DE COMERCIO	PUBLICO	Registrar las empresas de cualquier tipo, clasificarlas, capacitarlas, hacer seguimiento a sus actividades	MEDIO	MEDIO	ALTO
6	SECRETARÍA DE PLANEACIÓN MUNICIPAL	PUBLICO	Se encarga de la elaboración de proyectos de interés, ejecución del presupuesto, seguimiento al plan de desarrollo	ALTO	ALTO	ALTO
7	SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONOMICO MUNICIPAL	PUBLICO	Hace funciones y actividades encaminadas al fortalecimiento del desarrollo económico del municipio	ALTO	ALTO	ALTO

8	DEFENSA CIVIL	PUBLICO	Atención y prevención de desastres, realizar o participar en actividades cívico-promocionales	BAJO	BAJO	MEDIO
9	SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONOMICO DEPARTAMENTAL	PUBLICO	Promover el desarrollo económico del departamento, apoyo al sector público y privado, motivar la cooperación internacional	ALTO	ALTO	ALTO
10	POLICIA NACIONAL	PUBLICO	Prestar seguridad y vigilancia en el municipio	MEDIO	BAJO	MEDIO
11	CONFA	PRIVADO	Caja de compensación familiar quien es uno de los operadores en materia turística y administrador de uno de los puntos turísticos mas importantes	ALTO	MEDIO	ALTO
12	HOTEL FAMILIAR	PRIVADO	Prestar el servicio de alojamiento en el área urbana	ALTO	BAJO	MEDIO
13	MADEPEN	PRIVADO	Empresa de transformación de madera en artesanías para ser vendidas en el municipio o ser llevadas a otras ciudades, son de interés de turistas.	MEDIO	MEDIO	ALTO
14	RESTAURANTE CARLOS	PRIVADO	Prestar el servicio de alimentación en el área urbana	ALTO	BAJO	MEDIO
15	HOTEL BALCONES DE ORIENTE	PRIVADO	Prestar el servicio de alojamiento en el área urbana	ALTO	BAJO	MEDIO
16	COPAVAPEN	PRIVADO	Canal de televisión del municipio que se encarga de proyectar todos los eventos y acontecimientos que suceden allí, y pausas publicitarias.	ALTO	BAJO	MEDIO

17	RESTAURANTE LA CASONA	PRIVADO	Prestar el servicio de alimentación en el área urbana	ALTO	BAJO	MEDIO
18	RESTAURANTE SALON DE ONCES	PRIVADO	Prestar el servicio de alimentación en el área urbana	ALTO	BAJO	MEDIO
19	FUNDACION EKOSOCIAL	ONG	Asesoría y ejecución de proyectos ambientales y sociales	MEDIO	BAJO	MEDIO