



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SANTA ROSA DE CABAL

**GOBERNACIÓN DE RISARALDA
SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO Y COMPETITIVIDAD**

**CAMARA DE COMERCIO DE PEREIRA
PROMOCIÓN Y DESARROLLO**

Contratista

ANDRÉS RIVERA BERRIO

**Febrero 05 de 2009
Pereira – Risaralda
Colombia**

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SANTA ROSA DE CABAL

TABLA DE CONTENIDO

0. Introducción
1. Justificación
2. Metodología
3. Diagnostico de la contextualización turística
 - 3.1 Evaluación de prestadores de servicios turísticos
 - 3.1.1 Metodología
 - 3.1.2 Análisis y Resultados
 - 3.2 Evaluación de Atractivos Turísticos
 - 3.2.1 Metodología
 - 3.2.2 Análisis y Resultados
4. Planificación por escenarios prospectivos – análisis DOFA.
 - 4.1 Metodología
 - 4.2 Análisis y Resultados
5. PLAN MUNICIPAL DE TURISMO
 - 5.1 Introducción
 - 5.2 Visión
 - 5.3 Objetivos
 - 5.4 Estrategias y Programas.



INTRODUCCIÓN

El turismo es un eje contributivo para el sector de acuerdo a la gestión y organización que se imparte en su proceso de actividades, de ahí la importancia de la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico para Santa Rosa de Cabal, cuyo objetivo es proyectar el desarrollo del sector con una consolidación de la sostenibilidad mediante el proceso de la prestación del servicio en cada una de las tipologías a saber como el ecoturismo, turismo de aventura, el termalismo, turismo rural, de convenciones y eventos, el turismo cultural, los cuales desencadenan el flujo de una actividad económica a través de la prestación de los servicios que día a día mejoran los empresarios de los alojamientos, restaurantes, de operación turística, transportes y los que brindan servicios de ocio aprovechando los recursos tanto naturales como culturales que posee el municipio. La promoción y consolidación de un municipio turístico se logra por medio de la planificación estratégica de recursos que conlleven a obtener beneficios socioculturales contribuyendo con el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.

Se debe tener en cuenta que el desarrollo turístico no solo depende de la implementación, gestión y promoción de recursos, atractivos y tipologías, sino que también requiere de unas condiciones adecuadas para el buen manejo del mismo como el acceso (infraestructura), las facilidades (Planta Turística), y entidades reguladoras (superestructura). En Santa Rosa de Cabal se cuenta con un sector compuesto de buenos prestadores de servicios que han trabajado de manera organizada hasta donde ha permitido el poco apoyo de parte de la administración municipal por la falta de implementación de la regulación del sector, esto con el fin de lograr estratificar la calidad de atención a los visitantes generando un sector lo suficientemente competitivo y evitar factores dañinos como la competencia desleal y la fomentación de un turismo desorganizado lo que hace que no se trabaje bajo parámetros sostenibles y lleve a un deterioro de los recursos del municipio y del sector.

El Plan Sectorial de Desarrollo Turístico es la política de gobierno formulada por el Ministerio en materia turística para efectos de la Ley 300 de 1996 mediante la cual se rige la industria turística. Es por eso que cada departamento tiene la posibilidad de determinar los parámetros de desarrollo del sector de acuerdo a las necesidades identificadas en su territorio.

Santa Rosa de Cabal es pilar importante para el desarrollo turístico de Risaralda, ya que cuenta con atractivos singulares como son las aguas termales, importantes recursos culturales, reconocido por su gastronomía con la industria del Chorizo, sin contar con la dinámica que imparte la operación de turismo receptivo. Con Esto es fácil identificar que solamente se carece de una planificación estratégica para mejorar el funcionamiento del sector y buscar el desarrollo económico del municipio mejorando el comportamiento de la

actividad turística. Las directrices que establecen un turismo organizado depende de la regulación con normas que califiquen el tipo de servicio a prestar, con esto se logra afianzar un turismo bien manejado que contribuye al desarrollo socioeconómico del municipio.

Para establecer el desarrollo de esta actividad económica es indispensable el apoyo del sector público frente a este escenario, puesto que se encarga de fomentar, regular y planificar procesos de creación y fortalecimiento del sector donde se involucra directamente a la comunidad, además de la inversión en infraestructura y conservación de los recursos de especial interés. Esto determina el curso que deberá seguir el turismo a través de la continuidad de la actividad turística y la forma como se mantiene en el mercado.

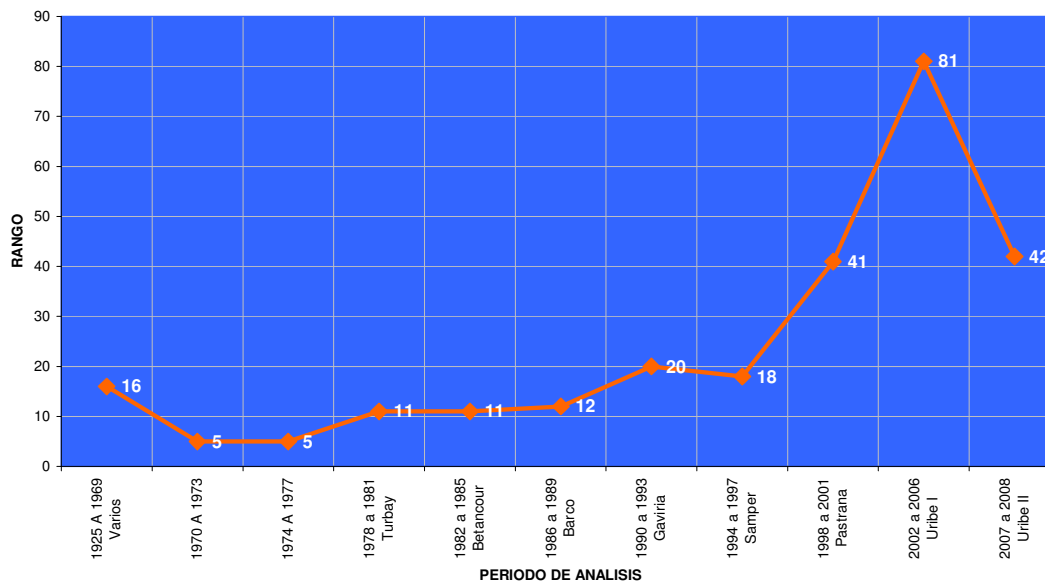
Teniendo en cuenta los recursos naturales y culturales que posee Santa Rosa de Cabal, se ha identificado el posible desarrollo del turismo cultural, el cual en su naturaleza intangible contiene las festividades y eventos que resultan ser parte importante para el desarrollo del sector, puesto que garantizan la presencia de visitantes no solo en temporadas altas, sino el flujo de visitantes en bajas temporadas; a través de esta tipología se plantea relacionar actividades fomentando el desarrollo de recursos culturales de naturaleza tangible y el turismo de naturaleza por medio de la implementación de paquetes turísticos.

Gracias a la cooperación del sector se augura una Santa Rosa con el mejor potencial turístico del Risaralda, siempre y cuando no se detengan los procesos de gestión para la planificación del sector turístico, donde se pretende llegar al fortalecimiento de los servicios que prestan los establecimientos existentes y promover el desarrollo turístico de otros recursos y atractivos que tiene el municipio sin dejar atrás la regulación a través de procesos de calidad como exigencia a la hora de valorar el servicio prestado.

1. JUSTIFICACIÓN

Según un estudio realizado por el SENA Risaralda – Caisa¹ en mayo de este mismo año, el sector turístico Risaraldense ha crecido notablemente durante los últimos años. 164 establecimientos de turismo, de una muestra de 307 han sido creados durante los 10 últimos años, de los cuales 123, durante los últimos seis años².

CRECIMIENTO DEL SECTOR TURÍSTICO

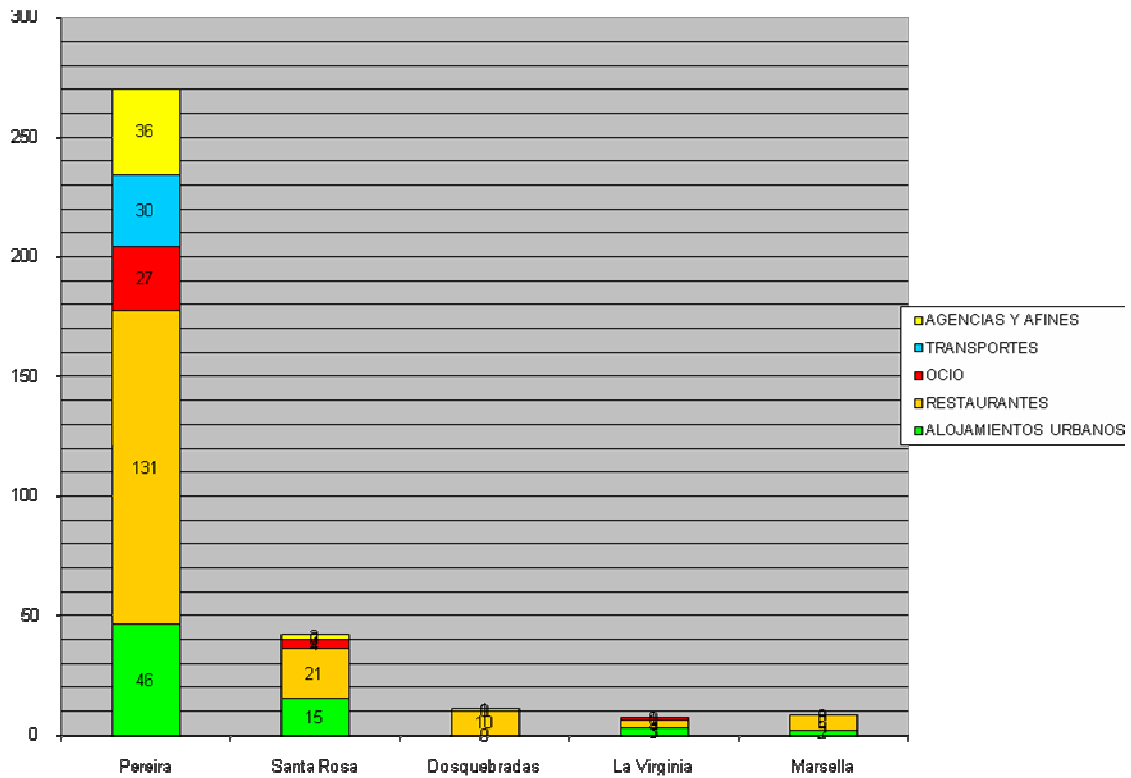
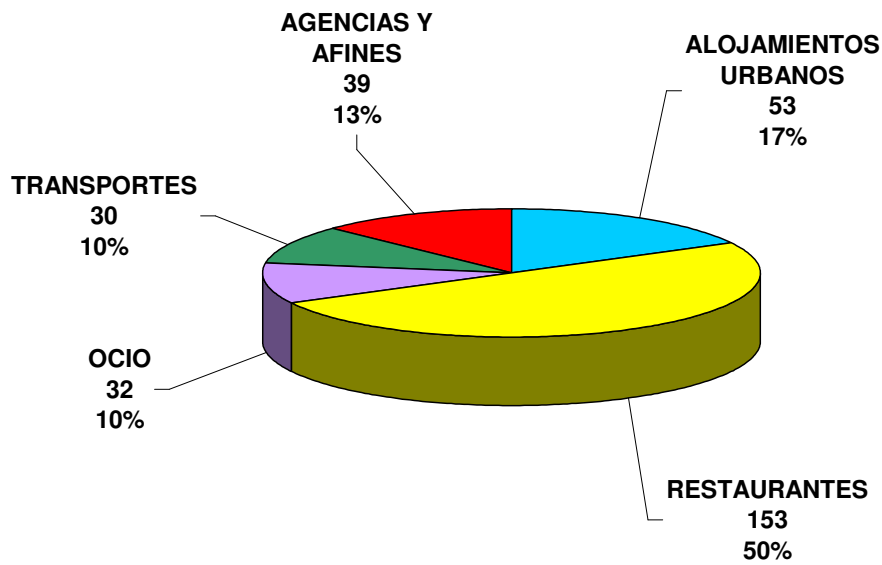


Este registro demuestra la dinámica departamental que está teniendo este sector, el cual aglutina a los empresarios del alojamiento, de los establecimientos gastronómicos, a los agentes y operadores turísticos, a los transportadores y a los empresarios del entretenimiento u ocio natural y cultural.

¹ El CIASA del SENA Risaralda realizó en junio de este año el “ESTUDIO SOBRE TAMAÑO, COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR TURÍSTICO DE PEREIRA Y SUS ALREDEDORES”, el cual estuvo a cargo del Laboratorio Turístico y los estudiantes de Técnico Profesional en Procesos Turísticos y Recreativos.

² Es probable que este registro sea mayor, pues el estudio sólo contempló 307 establecimientos en el área urbana de Pereira, La Virginia, Dosquebradas y Santa Rosa de Cabal; los demás no se encuestaron por limitaciones presupuestales para su desarrollo

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS



Por su parte, Fomento al Turismo de la Alcaldía de Pereira, identificó a través del Plan Estratégico para el Turismo, elaborado en 2005, que a Pereira llegan 302.000 turistas al año. Esto significa, que éste sector es más grande, dinámico y complejo de lo que se creía y que por lo tanto, es imperativo orientar su desarrollo a fin de lograr su crecimiento en armonía con los planes de desarrollo departamental y los municipales, así como es necesario procurar su desarrollo en el marco de los encadenamientos de servicios para lograr el desarrollo de productos ajustados a las demandas del mercado.

La gran capacidad de generación y distribución de riqueza que tiene intrínseca la actividad turística invita a pensar inmediatamente sobre las posibilidades reales que tienen los municipios del departamento para involucrarse en el negocio turístico canalizando flujos importantes de turistas en el marco de temporadas con flujos regularizados de visitas.

Para ello es importante evaluar las capacidades instaladas que actualmente tiene el municipio de Santa Rosa de Cabal, ya que en los últimos años el sector turístico ha tomado una importante relevancia dentro de la economía local siendo de esta manera este municipio uno de los llamados a desarrollar protagonismos en esta actividad, por sus atributos paisajísticos, culturales, de infraestructura y por su conectividad con proyectos de desarrollo turístico en gestión (Carretera al Parque Nacional Natural Los Nevados, etc.) y por sus propios recursos naturales y culturales con gran potencial como recursos turísticos.

El desarrollo del plan turístico en dicho municipio le abriría al sector turístico departamental nuevos atractivos y nuevas plantas turísticas, que tanta falta le están haciendo al departamento para mejorar su competitividad con otros departamentos del Triángulo del Café, que como el Quindío ha trabajado intensa y constantemente en el desarrollo de innovadores atractivos que movilicen el interés de los turistas hacia ese territorio.

Risaralda tiene la mejor oferta ambiental de la región, gracias a su trabajo juicioso por conservar sus recursos naturales, tiene ofertas culturales de inigualable valor que se expresan en su arquitectura, folklore y gastronomía, entre otros, y sobresale por su infraestructura de servicios y su conectividad vial, todos elementos que permitirán fundar una cultura social y económica próspera para la actividad turística y el desarrollo local y departamental, si ello se da en el marco de la planificación y de cara a planes que recojan las acciones estratégicas que permitirán gestar y/o consolidar ofertas turísticas atractivas.

2. METODOLOGIA

La metodología para la formulación del Plan estratégico de turismo del municipio de Santa Rosa de Cabal consiste principalmente en un ejercicio de planificación participativa, con la cual se realizaron talleres participativos y sesiones de trabajo con los siguientes elementos:

La metodología para la formulación del Plan Estratégico de Turismo del Municipio de Santa Rosa de Cabal se fundamentó en un metodología de investigación acción participativa, que permitió a los actores del turismo municipal, identificar sus oportunidades, valorar sus fortalezas, controlar sus amenazas y solventar sus debilidades, logrando aumentar sus capacidades técnicas y relacionales a medida que el plan se formulaba.

El proceso de planificación permitió identificar las condiciones actuales del municipio en torno a su desarrollo turístico, caracterizar su oferta turística, identificar y priorizar las acciones más importantes para procurar su desarrollo o consolidación y definir las estrategias que abordarán para procurar su desarrollo en el presente cuatrienio.

De esta manera, se conformaron, grupos integrados por autoridades municipales, empresarios y líderes comunitarios, los cuales, a lo largo de una serie de reuniones, talleres y eventos, lograron consensuar en el lapso de dos meses el plan de desarrollo turístico municipal.

Para la construcción del Plan Municipal de Turismo se llevaron a cabo las siguientes sesiones de trabajo.

SECCION	PRODUCTO/RESULTADOS
TALLER No.1: <i>Inducción a la planificación turística</i> <u>Temas:</u> Conceptos turísticos, marco legal y técnico. Diseño y desarrollo de servicios, productos y destinos turísticos.	Se realizó una conferencia magistral con el objetivo de nivelar conocimientos entre los participantes para facilitar la fluidez del ejercicio, contando con la participación de 44 personas (Ver Anexo 1: Listados de Asistencia)
TALLER No. 2: <i>Comunicacional relacional y participativa.</i> <u>Temas:</u> Contextualización del Sector, a nivel local, regional y nacional	Se realizó una conferencia magistral con el objetivo de aterrizar la realidad del municipio en un contexto local, regional y nacional de 22 personas (Ver Anexo 1: Listados de Asistencia)
TALLER No. 3: <i>Oferta turística municipal.</i> <u>Temas:</u> Determinación de la línea base situacional sobre el turismo y sobre atractivos y planta turística municipal	Se realizó el taller de atractivos el cual consistió en dar los lineamientos bajo los cuales se realizó el inventario de atractivos “Metodología de Atractivos del Ministerio de Industria Comercio y Turismo”, teniendo como resultado la construcción de mapas parlantes para la ubicación el municipio de los

	principales atractivos turísticos, este taller contó con la participación de 27 personas. (Ver Anexo 1: Listados de Asistencia)
TALLER No. 5: <i>Oferta turística municipal.</i> <u>Temas:</u> Determinación de la línea base situacional sobre el turismo y sobre atractivos y planta turística municipal	Se dio continuidad al taller de atractivos con el objetivo de aterrizar la metodología de los inventarios turísticos teniendo como resultado las matrices de evaluación de los atractivos más relevantes para el municipio, contando con la participación de 16 personas. (Ver Anexo 1: Listados de Asistencia)
TALLER No. 6: <i>Evaluación del producto turístico municipal.</i> <u>Temas:</u> Definición de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas para el desarrollo de los productos turísticos municipales	Se realizó la introducción metodológica al ejercicio de planificación teniendo como resultado Matriz DOFA, contando con la participación de 22 personas. (Ver Anexo 1: Listados de Asistencia)
TALLER No. 7: <i>Plan municipal para el desarrollo turístico.</i> Construcción por escenarios prospectivos.	Por grupos se realizó la definición de los direccionadores para proceder a la construcción de los posibles escenarios y definición del escenario, al que le apuntara el municipio para la consolidación como destino turístico, contando con la participación de 20. (Ver Anexo 1: Listados de Asistencia)
TALLER No. 8: <i>Socialización del Plan de Desarrollo Turístico de Marsella.</i>	Se realiza la presentación de las líneas estratégicas, programas y acciones teniendo la oportunidad de dar opiniones a cerca de las posibilidades que se abren con el Plan de Desarrollo para el municipio y se establece la forma de trabajar del sector. Se contó con la participación de 19 personas. (Ver Anexo 1: Listados de Asistencia)

Formulación de la visión, los objetivos, las estrategias, programas y acciones

Basados en la metodología propuesta por el Ministerio se construye el Plan de Desarrollo Turístico del Municipio de Santa Rosa de Cabal el cual presenta la siguiente estructura:

- ❑ Visión
- ❑ Objetivos
- ❑ Estrategias
- ❑ Programas

Este esquema metodológico permite ajustar los problemas identificados en el análisis DOFA y alcanzar el escenario ideal para el municipio, esta propuesta metodológica es participativa y busca generar un alto grado de compromisos entre los participantes, ya que el desarrollo del municipio depende en gran medida del compromiso de los actores en dar vida a los programas aquí identificados.

3. DIAGNÓSTICO DE LA CONTEXTUALIZACIÓN TURÍSTICA

3.1 Evaluación de Prestadores de Servicios Turísticos

Con el fin de identificar el estado de los prestadores respecto a la información que manejan del sector al que pertenecen, se desarrolló una actividad de ubicación e identificación de prestadores de servicios turísticos en el mapa rural y urbano de Santa Rosa de Cabal; de allí se arroja una base de atractivos y prestadores del sector. Se debe aclarar que los actores consideran algunos establecimientos que aún no son aptos para formar parte del sector.



PRESTADORES SANTA ROSA DE CABAL AREA URBANA

ALOJAMIENTOS	RESTAURANTES
<ul style="list-style-type: none"> • Parador de los abuelos. • Hotel La Finca. • Hotel los Cristales. • Hotel Casona Real. • Hotel Cafetero. • Hotel del Turismo. • Hotel Suite. • Hotel Casa del Huésped. • Hotel Faro Azul. • Hospedaje Araucarias. • Hotel Las Bifloras. • Hotel Fundadores. • Hotel El Marqués. • Hotel Don Fermín • Hotel Santonini • Hotel Asturias. • Hospedaje Cohíba. • Siete Puertas 	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante La María. • Restaurante Araucarias • Restaurante O´sole mio. • Restaurante La Postrema. • Parador Don Lolo. • Choripaco. • Restaurante China Lido. • Restaurante La Mazorca. • Restaurante Boquerón. • Restaurante del Café.
SERVICIOS DE OCIO	EMPRESAS DE TRANSPORTE
<ul style="list-style-type: none"> • Ciudadela Los Artesanos. • El Coliseo Byron G. • Camping Kaipacha. • El Estadio. • Artesanos Unidos. • El Verraco de Guacas. • Artesanías de la Traviata. • Ponchos Escobar. • Ponchos tejidos el rio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Radio – tax • Mosarcoop. • Transperla del Otún.
	AGENCIAS - OPERADORAS
	<ul style="list-style-type: none"> • Viajes ISA Ltda. • Santa Rosa Turística.

PRESTADORES SANTA ROSA DE CABAL AREA RURAL

ALOJAMIENTOS	RESTAURANTES
<ul style="list-style-type: none"> • Villa Saint Pietro. • La Gaviota. • Cabañas tres as. • El Cortijo. • La Rosita. • La Marinella. • Arrayanes. • Filadelfia. • Hotel Mamatina. • Cabañas Mónaco. • Sausalito. • Las Partidas. • La Serranía. • La Querencia. • Yacurmaná • El Vergel. • Cabañas JC 	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante el Verraco de Guacas. • Restaurante JC • Restaurante Liconia • Restaurante Vísperas. • El quinto elemento. • Chorizadas. • La Chimenea. • La Estación. • Restaurante Mamatina. • El leñero. • Parador Don Julio
SERVICIOS DE OCIO	EMPRESAS DE TRANSPORTE
<ul style="list-style-type: none"> • Termales San Vicente • Termales Santa Rosa • Hotel Termales Santa Helena. • Marcelandia. • Toboganes. • Lagos de Venecia 	AGENCIAS - OPERADORAS

De acuerdo al listado que salió del ejercicio realizado por los actores evidenciamos que se reconocen 42 prestadores en el área urbana del municipio, y 34 en el área rural. Se identifican los establecimientos que realmente componen el sector turístico del municipio, además se identifican algunos que aunque han sido invitados a participar del proceso para la elaboración del plan de desarrollo turístico, no han estado interesados, tampoco para la agremiación del sector.

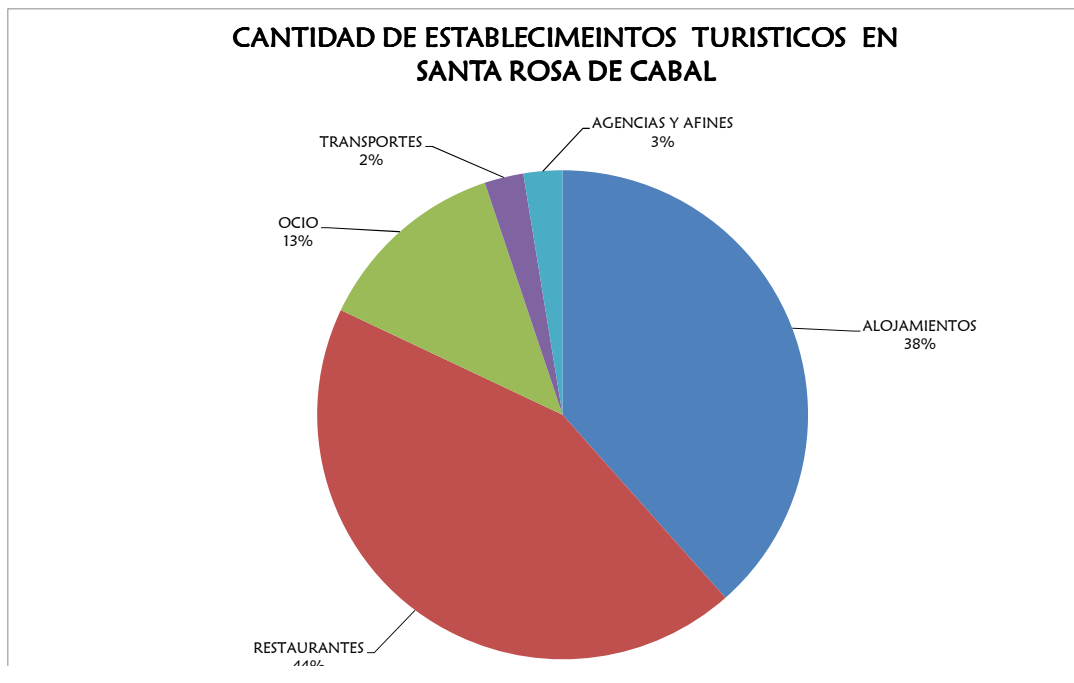
3.1.1 Metodología

Para la evaluación de los prestadores de servicios se diseñó una encuesta que permitió conocer detalladamente el estado de los prestadores de servicios del municipio. La encuesta suministra datos claves para contextualizar el sector especificando características dependiendo del servicio prestado en alojamientos o restaurantes, servicios de ocio, transporte, agencias y relacionados. (Ver Anexo No.2: Formatos para encuestar prestadores) de servicios

3.1.2 Análisis y Resultados

Para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico fueron invitados 84 empresarios del sector turístico, pero sólo 39 diligenciaron las encuestas de caracterización sectorial, quedando por fuera principalmente los alojamientos rurales y las empresas de termalismo.

La oferta de servicios al turista, y para viajeros en busca de recreación, está liderado por restaurantes (44% de la oferta) y seguida por alojamientos (38%). Tan sólo el 13% de las empresas son del tipo Ocio, lo cual demuestra la importancia que tienen las empresas de ocio para atraer turistas, que en Santa Rosa han sido tradicionalmente las de termalismo y ahora están siendo acompañadas por una nueva generación de operadores de receptivos especializados en la oferta de atractivos del municipio y de la oferta artesanal. La existencia de los atractivos (recursos turísticos más las actividades que en ellos se realizan) son fundamentales para generar empresas de servicios de restauración, alojamiento y transportes, que contribuyen a conformar el sistema turístico municipal, que para este caso ya aparece con un tamaño destacado.



Es más, se puede afirmar que el sector turístico de Santa Rosa de Cabal es más importante para el municipio que el sector turístico de Pereira para dicha ciudad. Un indicador de ello es el número de camas que tiene Santa Rosa de Cabal en sus alojamientos urbanos, el cual es de 490 (según este estudio, pues hay otros que señalan más de 2000 camas). Por su parte, Pereira ofrece 1980 camas en sus alojamientos urbanos. Es evidente que la oferta de camas en Santa Rosa es el 24.75% de la oferta de Pereira, pero en proporción al tamaño del municipio, la oferta es más alta para Santa Rosa de Cabal que para Pereira, considerando que Santa Rosa tiene 70.000 habitantes aproximadamente, equivalentes al 10% de la población de Pereira, que tiene aproximadamente 700.000.

Hoy Santa Rosa de Cabal tiene 142.8 habitantes por cama en hotel, en tanto que Pereira tiene 353.5 habitantes por cama en hotel. La economía santarrosana depende más del turismo de lo que puede depender la economía pereirana de la misma actividad, pero, según los empresarios, el esfuerzo de la Alcaldía de Santa Rosa es mínimo para con el sector.

No. Aproximado de Habitantes	No. Aproximado de camas	No. Habitantes por cama en Hotel
70.000 habitantes	490	142.8
700.000 habitantes	1980	353.5

A continuación se presenta el listado de aquellos que fueron involucrados en el análisis estadístico del sector.

TIPO DE PRESTADOR DE SERVICIOS	NOMBRE DE LA EMPRESA TURISTICA	NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL	NOMBRE DEL ADMINISTRADOR	REGISTRO NACIONAL DE TURISMO	ASOCIACIÓN A LA QUE PERTENECE	DIRECCION	TELEFONO	CELULAR	CORREO ELECTRONICO
Alojamiento	HOTEL LOS CRISTALES	PAULA ANDREA VELEZ	PAULA ANDREA VELEZ	10229	COOPERATIVA EN SANTA ROSA	CR 14 # 11-20	3642 678		NO TIENE
Alojamiento	HOSPEDAJE LOGAL	RAFAEL TOBON POSADA	LILIANA PATRICIA CASTAÑO	12626	NO TIENE	CALLE 15 # 14-26	3640 373	31220 95661	NO TIENE
Alojamiento	FARO AZUL	OSCAR ESCOBAR	OSCAR ESCOBAR	12633	TURISCAFE	CALLE 8 # 3-40	3648 030	31039 09357	faroazulsantaros@hotmail.com
Alojamiento	HOTEL COLONIAL REAL	MELGAR VILLEGAS	DIANA	NO TIENE	NO TIENE	CR 15 #14-25	3657 848	31485 42912	NO TIENE
Alojamiento	HOTEL 7	LISBO	DANIEL	NO	NO TIENE	KM 1 VIA	3647	32069	NO TIENE

	PUERTAS	JUSTO SENA	RODRIGUEZ	TIENE		TERMALES	718	33705	
Alojamiento	HOTEL DEL TURISMO	HERNAN JIMENEZ RUIZ	HERNAN JIMENEZ RUIZ	4112	COTELCO	CR 14 # 14-13	3642 072	31132 42313	turismorealsrc@yahoo.com
Alojamiento	CAMELOT	ANTONIO ZAPATA	ANTONIO ZAPATA	NO	NO	CR 15 N° 15-12	3641 382		NO TIENE
Alojamiento	SUITE SANTA ROSA	BEATRIZ RESTREPO	BEATRIZ RESTREPO	4575	NO	CR 14 N° 14-80	3649 393		NO TIENE
Alojamiento	CAFETERO	NELCY POLANIA	NELCY POLANIA	NO	COTELCO	CR 14 N° 13-71	3641 366		NO TIENE
Alojamiento	HOTEL DE CAFÉ	PABLO EMILIO CASTAÑO	MONICA NARANJO	5598	NO	CLL 13 N° 14-70	3643 010		hotel-del-cafe@yahoo.es
Alojamiento	HOTEL CASA LUNA	NICOLAS EUGENIO LONDOÑO	NICOLAS EUGENIO LONDOÑO	17351	TURISCABAL	CR 15 N° 10-65	3641 233	30077 78022	mrangel.lema@gmail.com
Alojamiento	HOTEL CASONA REAL	MARIA EDELMIR A QUICENO	HERNAN ALONSO JIMENEZ	4114	TURISCABAL	CR 14 N° 11-66	3642 424	31132 42313	turismorealsrc@yahoo.com
Alojamiento	ECOHOTEL LA FINCA	PERLA DEL ROCIO BARBA	GUSTAVO HINCAPIE	NO SABE	NO	CALLE 12 N° 7B-01	3644 338	31553 35539	www.ecohotellafinca.com
Alojamiento	VILLA SAINT PIETRO	JOSE ORLANDO ALZATE	JOSE ORLANDO ALZATE S.	NO TIENE	TURISCABAL	VDA OVITO VÍA GUACAS		31558 80413	villasaintpietro@hotmail.com
Alojamiento	CABAÑAS TRES AS	MIGUEL ANGEL SAGRA LOPEZ	MIGUEL ANGEL SAGRA LOPEZ	EN TRAMITE	NO	VDA OVITO LOTE 4		31687 08113	miguelpiensa@hotmail.com
Restaurante	TAZ POLLO	MARIA DEL SOCORRO YELA	ANDRES MAURICIO YELA	NO TIENE	NINGUNA	CRA 16 CLLE 13 ESQUINA 13-81	3646 584	31164 55188	NO TIENE
Restaurante	PIZZERIA EL TIZÓN	SOCIEDAD ERIK RON Y GALANTIN	VICTOR ANDRES GALVES	NO TIENE	NINGUNA	CLLE N. 15-96	3646 266	NO TIENE	NO TIENE
Restaurante	SUPER PIZZA	JUAN FEDERICO ARISTIZABAL	LUZ MARINA HOYOS	NO TIENE	NINGUNA	CRA 14 CLLE 13 ESQUINA	3642 766-3645 966	NO TIENE	NO TIENE
Restaurante	CHORISANT	FABIOLA FRANCO	LEONARDO DE PAULAS BALEN	N. 12299	NINGUNA	CRA 15 -12 -49	3648 410 -3648 966	NO TIENE	chorisant@hotmail.com

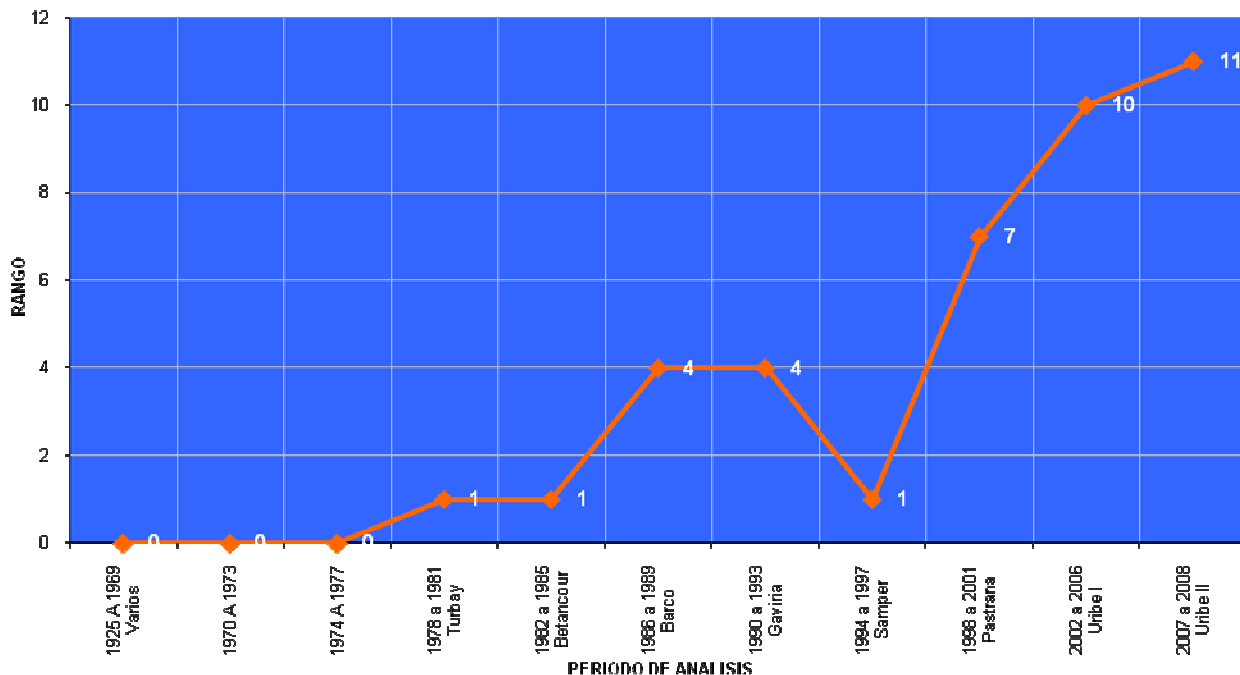
Restaurante	SUPER POLLO	Maria Magdalena Ospina	Wilmer Edison	No	no	cr 14 n° 13-85	3648811	NO TIENE	NO TIENE
Restaurante	LA PIZZERÍA	Maria Cristina	Norberto Gonzales	No	no	cr 14 n°13-32	3641919	NO TIENE	NO TIENE

		Arbelaes							
Restaurante	LAS BRASAS	Jaime Hoyos	Jaidiber Castro	No	no	cr 14 n°14-86	3642511	NO TIENE	NO TIENE
Restaurante	CEFÉ MADURO	Juan Carlos Marin	Lina Escobar	No	no	cr 15 n° 13-41	3657805	NO TIENE	café-maduro@hotmail.com
Restaurante	CASA GRAJALES	Juan Carlos Grajales	Lucely Montoya	No	no	cr 15 n°15-78	3640042	NO TIENE	NO TIENE
Restaurante	RESTAURANTE 7 PUERTAS	Lisbo Justo Serna	Daniel Rodriguez	Si	NINGUNA	km 1 via termales	3647718	3206933705	NO TIENE
Restaurante	LA GUASCA	Marisel Perdomo	Jose Saavedra	No	NINGUNA	cr 15 # 15-62	3645050	3148243931	NO TIENE
Restaurante	PARADOR DON JULIO	Beatriz Elena Villegas	Alvaro Restrepo	No	NINGUNA	calle 7 # 4-73	3644736	3206834802	NO TIENE
Restaurante	LA TRAVIATA	Jairo Tamayo	Gelmis Ocampo	NO TIENE	NINGUNA	calle 7 # 4-31	3645528	3145683865	NO TIENE
Restaurante	FARO AZUL	Oscar Escobar	Oscar Escobar	12633	TURISCAF E	calle 8 # 3-40	3648030	3103909337	faroazulsantrosa@hotmail.com
Restaurante	CHORIZADAS	Cilenia S. Orozco	Gustavo Martínez	12632	TURISCABAL	Vereda la Leona via termales Santa Rosa	3634878	3155900445	restaurantechorizadas@hotmail.com
Restaurante	PIQUETEADERO Y RESTAURANTE DON LOLO	Suleida Aristizabal	Suleida Aristizabal	no	no	Km 5 via Termales San Vicente		3168861227	
Restaurante	TRUCHAS EL MONO	Hector Morales	Hector Morales	no	NINGUNA	calle 6 # 76-12	3642344	3117441234	lacarparojadelmono@hotmail.com
Ocio	CENTRO RECREACIONAL LOS TOBOGANES	HUGO HERNAN SERNA	GIOVANNY TABARES	NO TIENE	NINGUNA	Km 1 VIA TERMALES SAN VICENTE		3172216521	
Ocio	ESTACION DE AVENTURA VERACRUZ	BERTA INÉS GÓMEZ	MAURICIO TOBÓN	NO TIENE	NINGUNA	Km 1 VIA PEREIRA			
Ocio	ASOCIACIÓN DEL CENTRO DE DESARROLLO ARTESANAL DE RISARALDA	CESAR AUGUSTO ARANGO	CESAR AUGUSTO ARANGO	NO TIENE	ACEDAR	CALLE 46 ENTRE CRA 13 Y 14 - CIUDADELA ARTESANAL		3154919575	culturaartesanal@yahoo.com

Ocio	CAMPING KAIPACHA	DIANA CAROLINA CORREA	DIANA CAROLINA CORREA	14132	FONDO EMPRENDE R - TURISCABAL	CARRERA 15 N° 14-43	3658000	3014056256	campingkaipacha@hotmail.com
Ocio	ECOAVENTURAS DUKE'S	MARIA ELENA BUENO OCAMPO	MARIA ELENA BUENO OCAMPO			BUENA VISTA - MONSERRATE		3137440354	
Transporte	TURISMO 4X4	ISABEL CRISTINA ORTEGA	JUAN CARLOS ORTEGA	4950	VIAJES ISA	CALLE 13 N° 13-71		3146616787	juco2762@yahoo.es
Agencia de Viajes	VIAJES ISA LTDA	ISABEL CRISTINA ORTEGA		4950	IATA, ANATO, TRAVEL GROUP, TURISCABAL	CALLE 13 N° 13-71 Ed. ARAUCARIAS L. 101B	3643788	3104563442	vaijisa@hotmail.com

Santa Rosa de Cabal asume el periodo de gobierno 2008 -2011 con una tendencia de crecimiento para el sector turístico notable. En la última década Santa Rosa de Cabal ha visto nacer a veintiocho de sus empresas turísticas, pero más destacado todavía es que veintiuna de ellas han surgido durante el periodo 2002 a 2008.

CRECIMIENTO DEL SECTOR TURISTICO

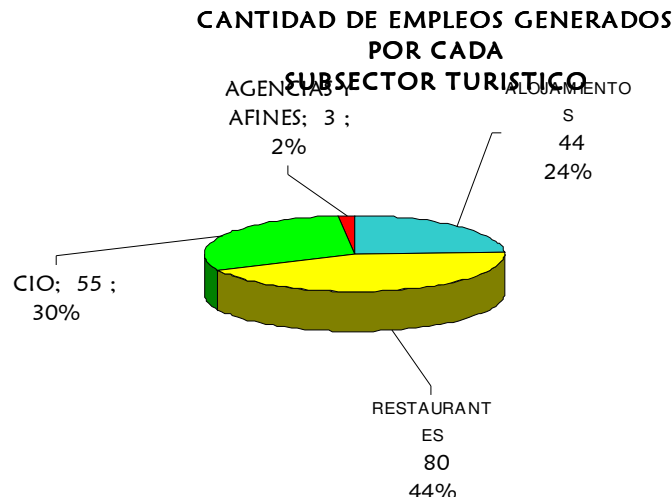


Hay que destacar que la tendencia de crecimiento del municipio es coherente con la tendencia del sector a nivel regional, debido a que el fenómeno turístico del Eje Cafetero se inicia en 1995 con la creación del Parque Nacional del Café, el cual se convirtió en el motor del desarrollo turístico del Quindío, pero también de Risaralda que gracias a su proximidad ha sabido beneficiarse, pero también gracias a algunos atractivos que han sido complementarios para la oferta turística del Quindío, destacándose entre ellos la oferta termal de Santa Rosa de Cabal.

Es más, Santa Rosa de Cabal encarna la génesis del turismo en el Eje Cafetero cuando Manizales se ofrecía al país con el Nevado del Ruiz, Pereira como ciudad de eventos, Marsella como municipio ecológico, Salento con sus palmas de cera y la oferta gastronómica de la trucha y Santa Rosa con el Hotel Termal de Santa Rosa, cuya actividad turística está registrada desde la segunda década del siglo XX y que logró un reconocimiento nacional desde la década de los setenta.

Es a mediados de la década de los 90 cuando se crea Ecotermal San Vicente y el Balneario Termal. Es decir, Santa Rosa aumentó su oferta de atractivos al mismo tiempo que se creó el Parque Nacional del Café, contribuyendo con ello, y de manera importante, al desarrollo del sector turístico regional y nacional, porque para esa época y, sobre todo, durante la segunda mitad de la década de los noventa el país se encontraría sitiado por los actores del conflicto armado, siendo el Eje Cafetero una de las regiones que sufrió menos dicho impacto. Adicionalmente, la actividad turística fue el salvavidas a la crisis del café y a la crisis que generó el terremoto de 1999.

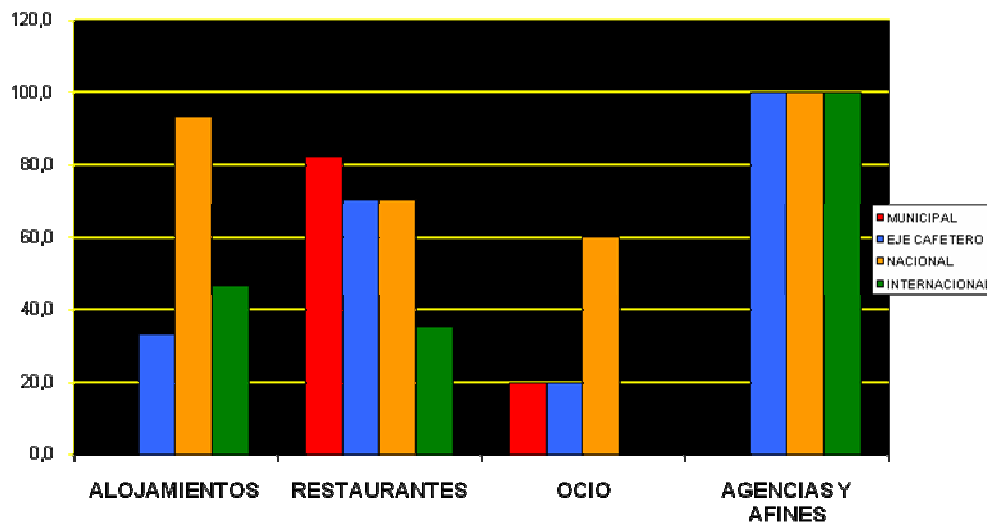
Hoy, el 50% del sector turístico de Santa Rosa de Cabal genera 182 empleos directos y permanentes, siendo los restaurantes quienes aportan el 44% de los mismos. Hay que tener en cuenta que no se incluyó a ninguna de las empresas termales en este análisis pues no diligenciaron la encuesta.



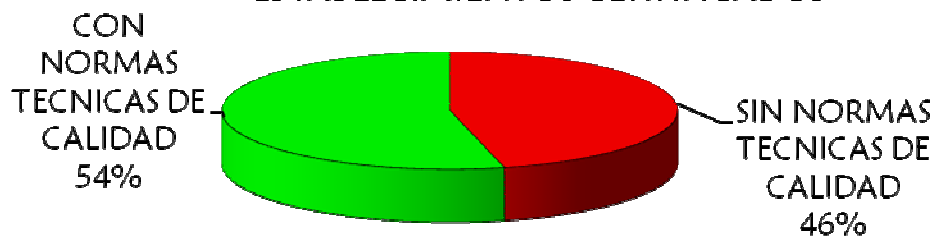
Santa Rosa de Cabal hoy está siendo visitada principalmente por turistas nacionales y del mismo Eje Cafetero; se evidencia una baja visita por parte de extranjero. Sin embargo hay que aclarar que esta información recoge “el parecer” de los empresarios más no una relación exhaustiva de libros de registro de visitantes.

Por otro lado, el sector turístico ya se está presentando como un municipio que ha acogido normas técnicas de calidad, debido a un proyecto que en tal sentido se desarrolló durante los años 2007 y 2008. Un poco más de la mitad de los establecimientos encuestado ya presenta procesos certificado con calidad.

ORIGEN DE LA CLIENTELA



ESTABLECIMIENTOS CERTIFICADOS

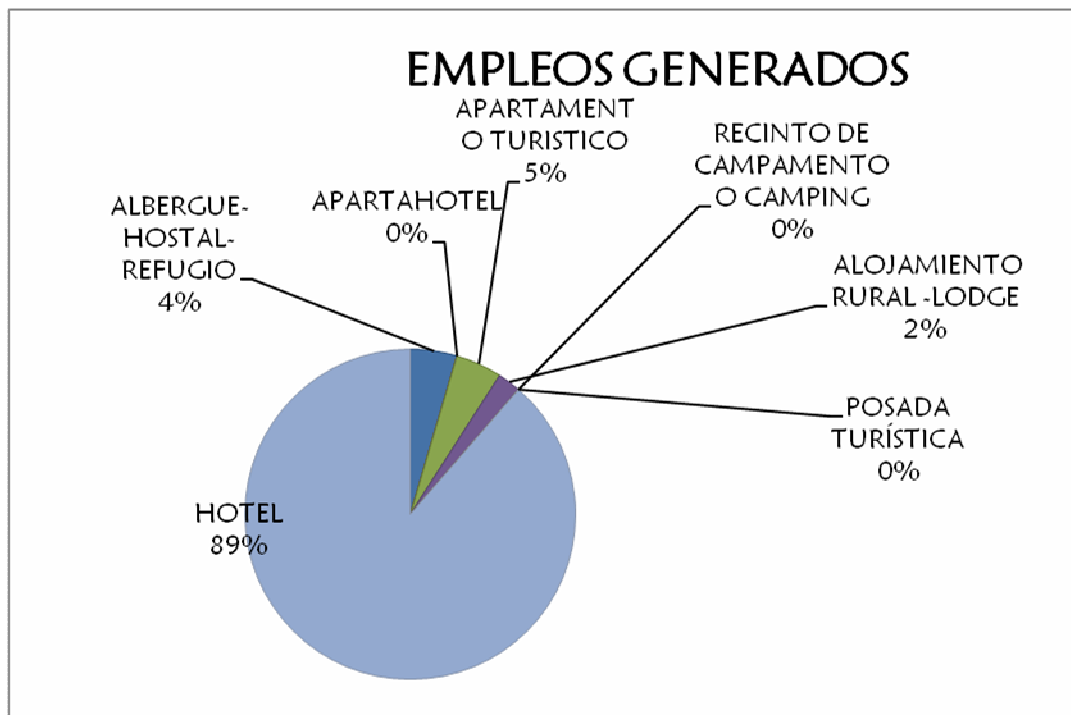
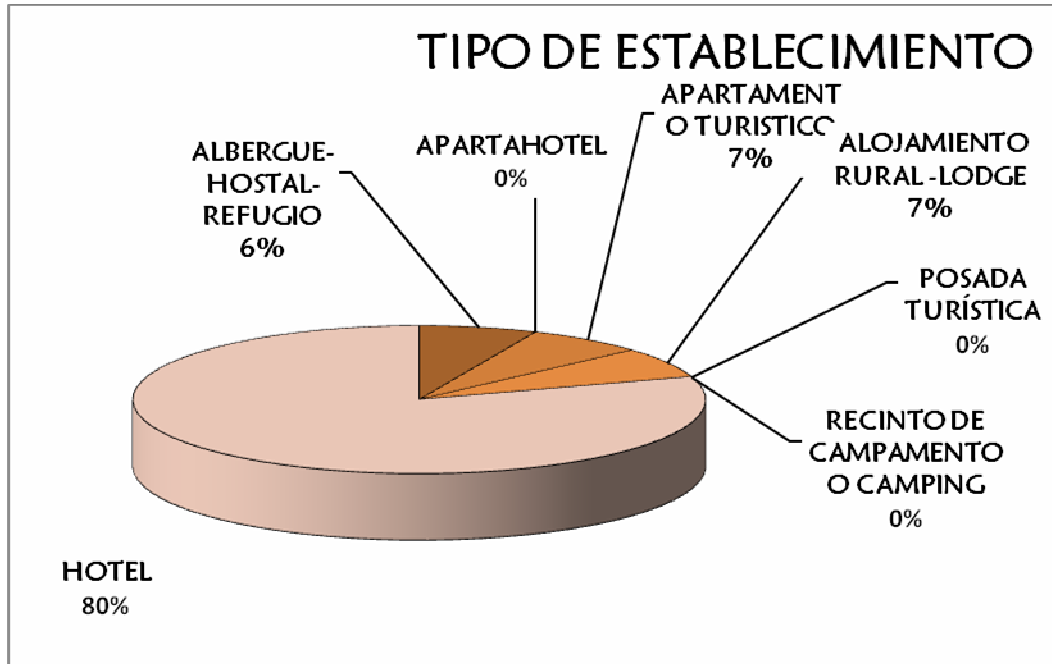


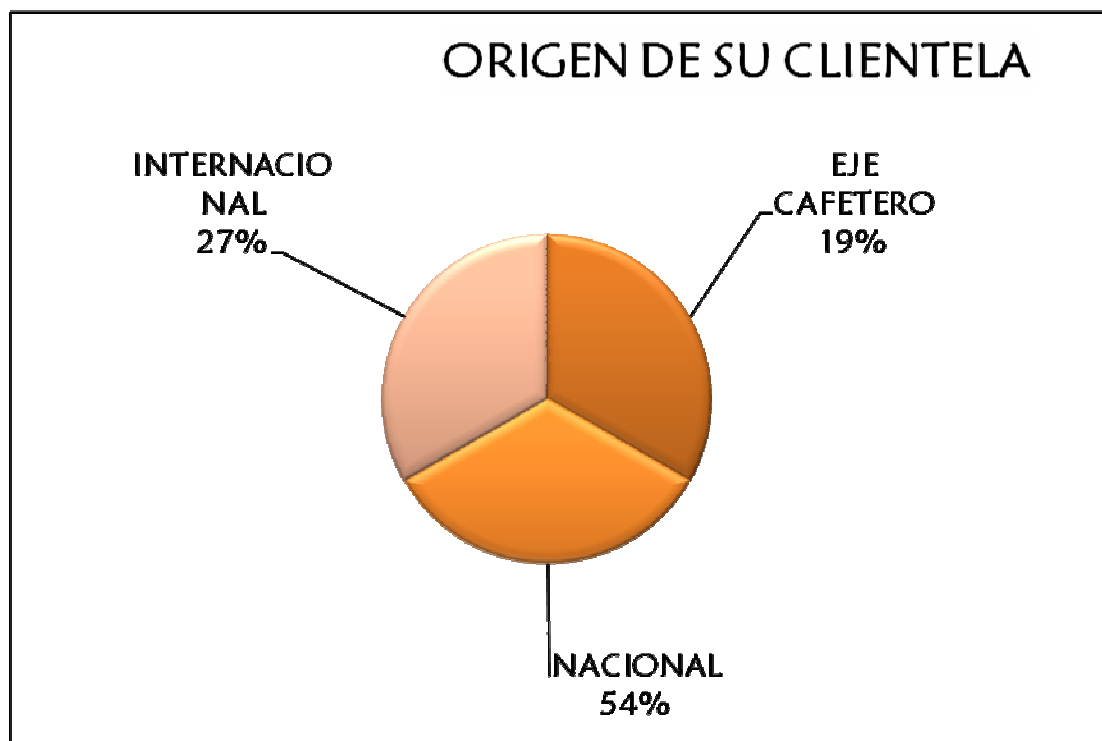
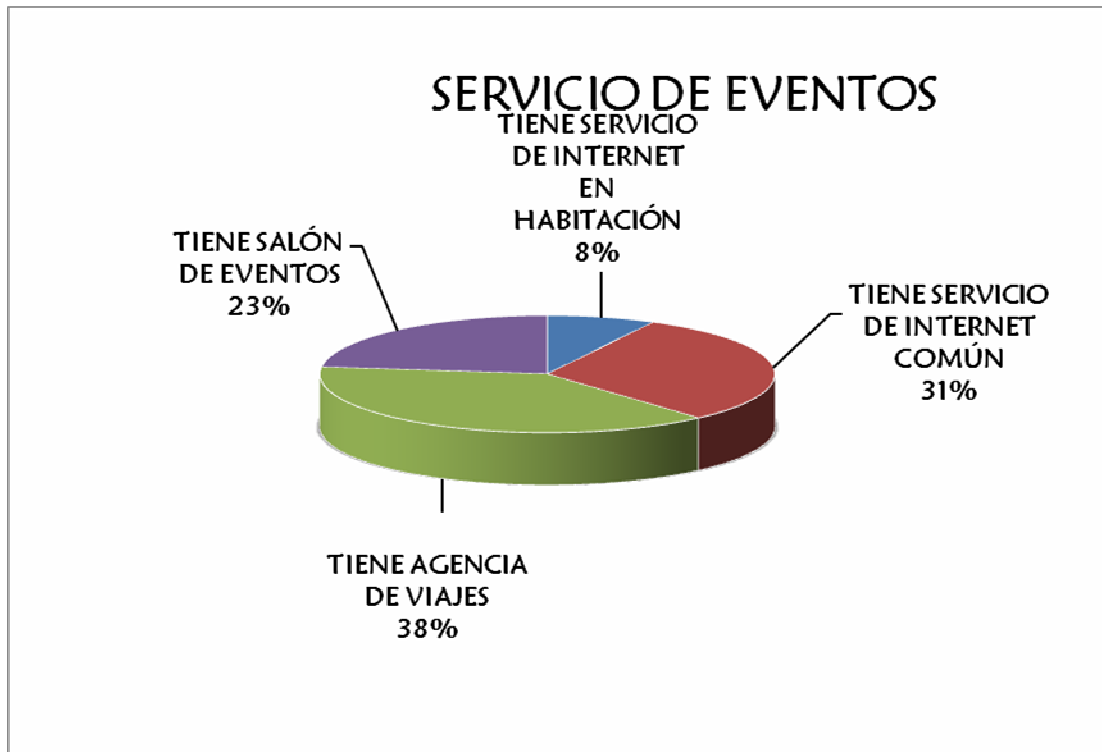
SUBSECTOR DE ALOJAMIENTO

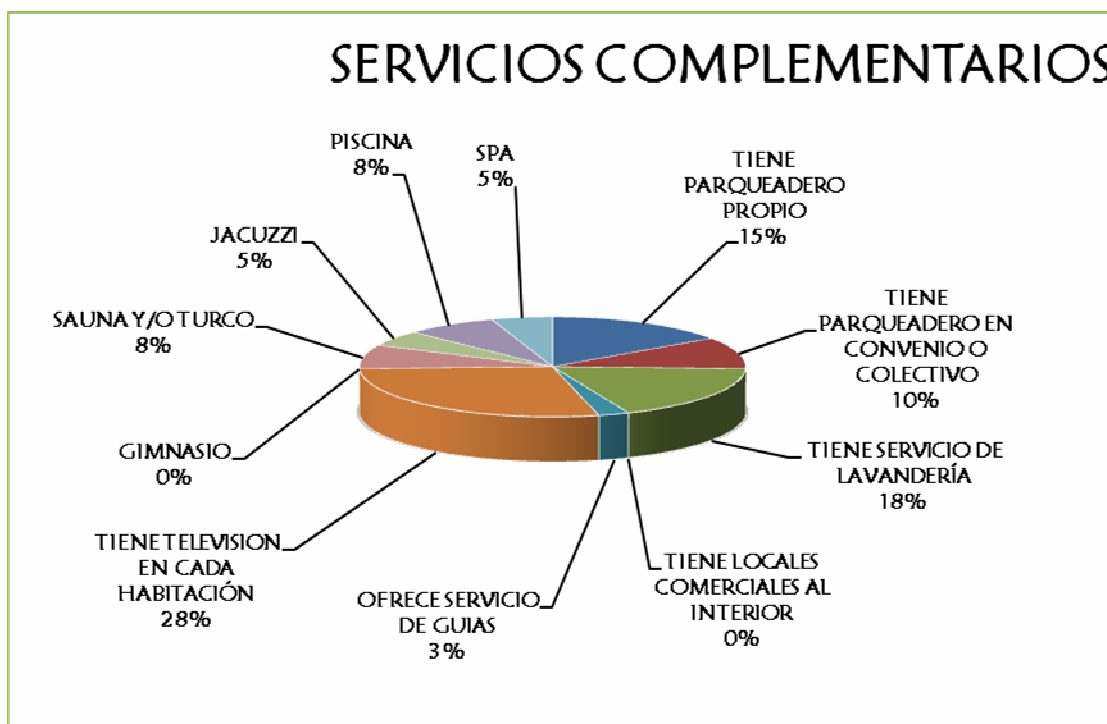
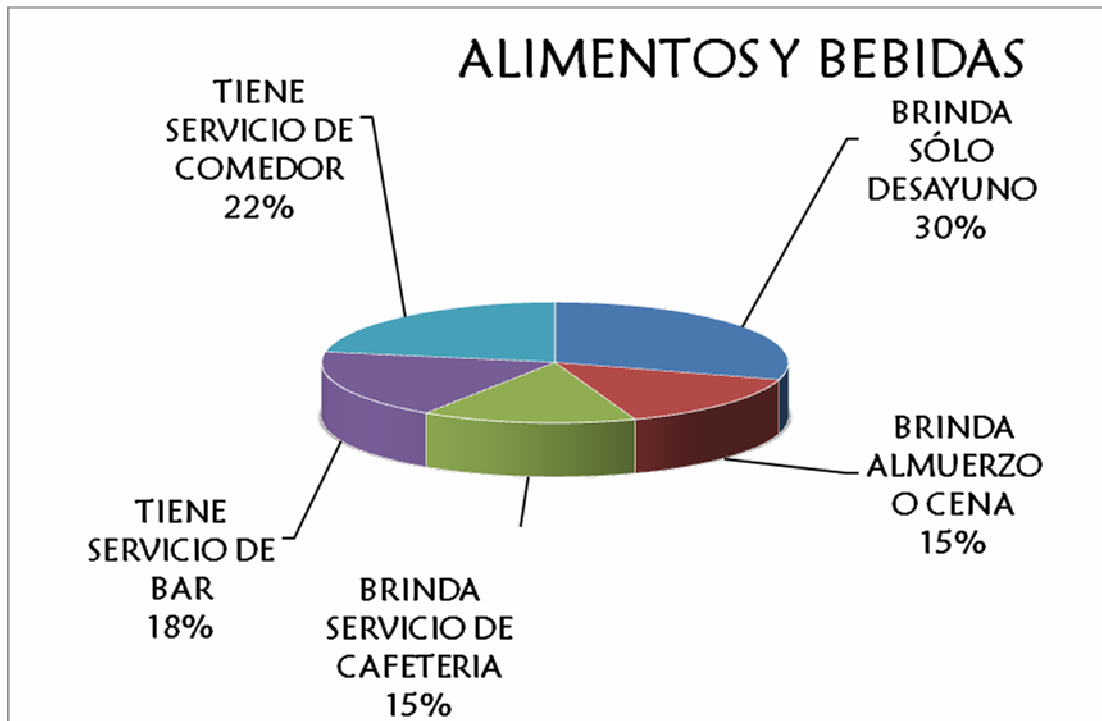
La realidad del sector de alojamiento es consistente con lo observado en la globalidad del municipio. En ambos caso el énfasis del desarrollo se presenta en los últimos seis años con un predominio de hoteles entre las tipologías de alojamientos urbanos, aunque hay que aclarar que el estudio no abordó significativamente los alojamientos rurales. La hotelería de Santa Rosa de Cabal ha venido adecuando sus instalaciones para poder involucrarse en el segmento de negocios de tal forma que ya el 23% de los establecimientos tiene salón para eventos y el 38% presenta agencia de viajes o convenio con alguna. El 31% de los establecimientos ya ofrece internet común y tan sólo el 8% en la habitación, lo cual se explica por las deficiencias que presentan las redes actualmente en el municipio. Es decir, todavía el municipio está lejos de poder competir en este segmento.

Como también lo está en el avance en procesos de certificación de calidad, por lo menos de acuerdo a los parámetros que fijan las normas técnicas sectoriales en materia de estrellas. Prueba de ello es el resultado de la encuesta aplicada que evalúa algunos de parámetros, por ejemplo, el nivel de televisores en cada habitación es muy bajo (28%), sólo el 15% ofrece parqueadero en convenio y el 10% en convenio. Sólo el 18% tiene servicio de lavandería sólo el 3% ofrece el servicio de guías. Entre el 5% y el 8% tiene la opción de algún servicio complementario como piscina o sauna. Es decir, el viajero que llegue a Santa Rosa tiene un alta probabilidad de no encontrar parqueadero para su vehículo (aproximadamente el 40% de los viajeros llegan en vehículo propio

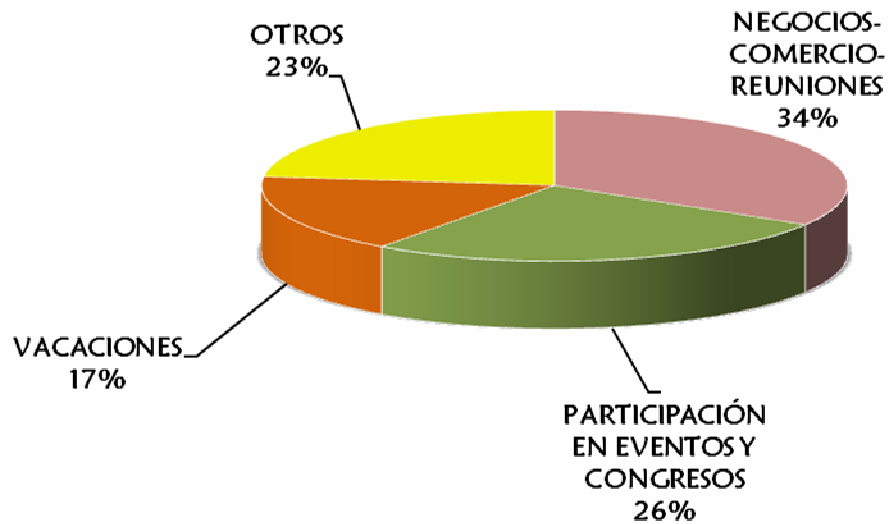




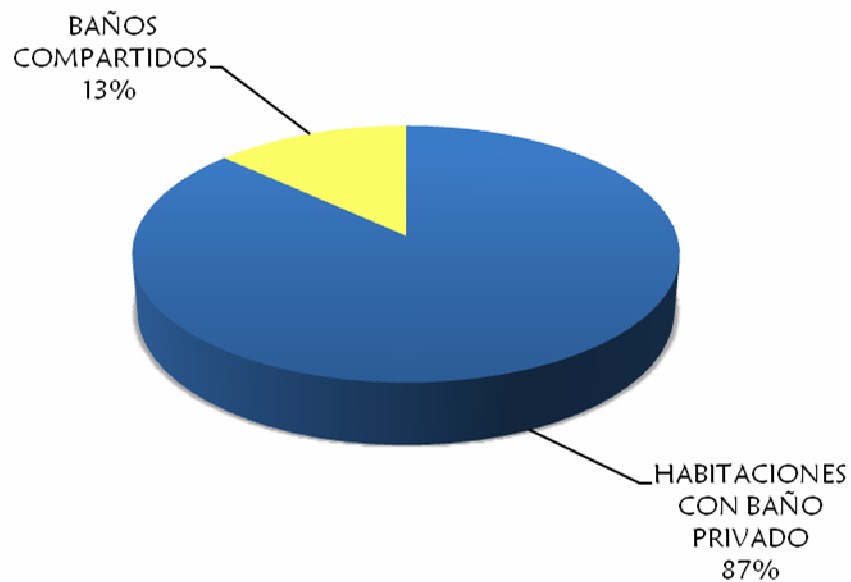




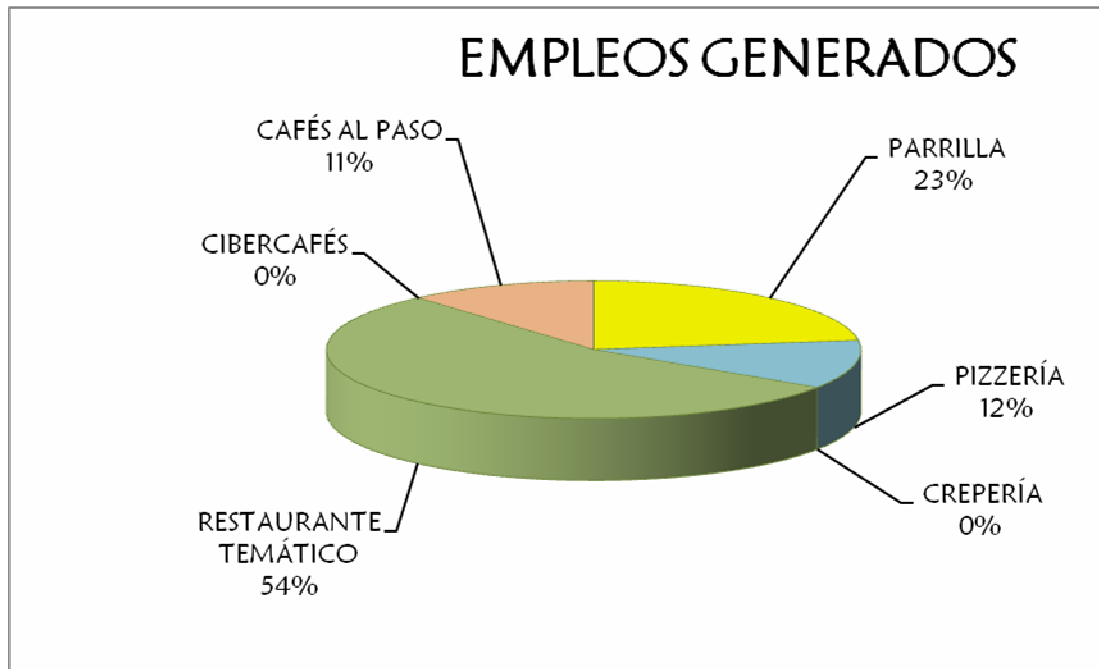
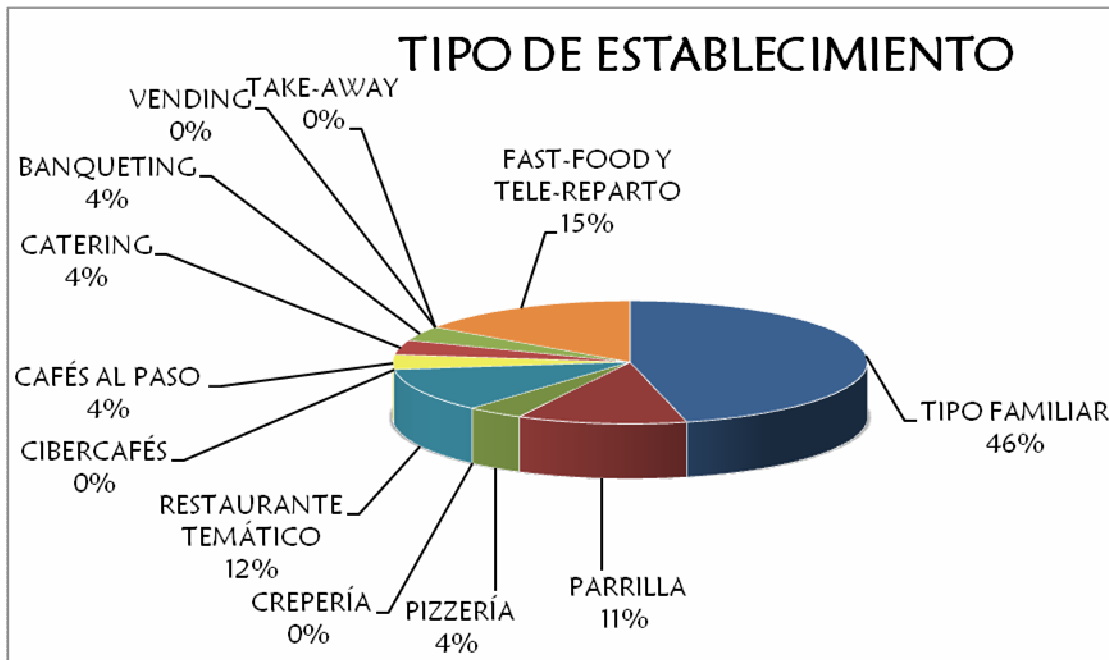
MOTIVO DE VIAJE DEL CLIENTE

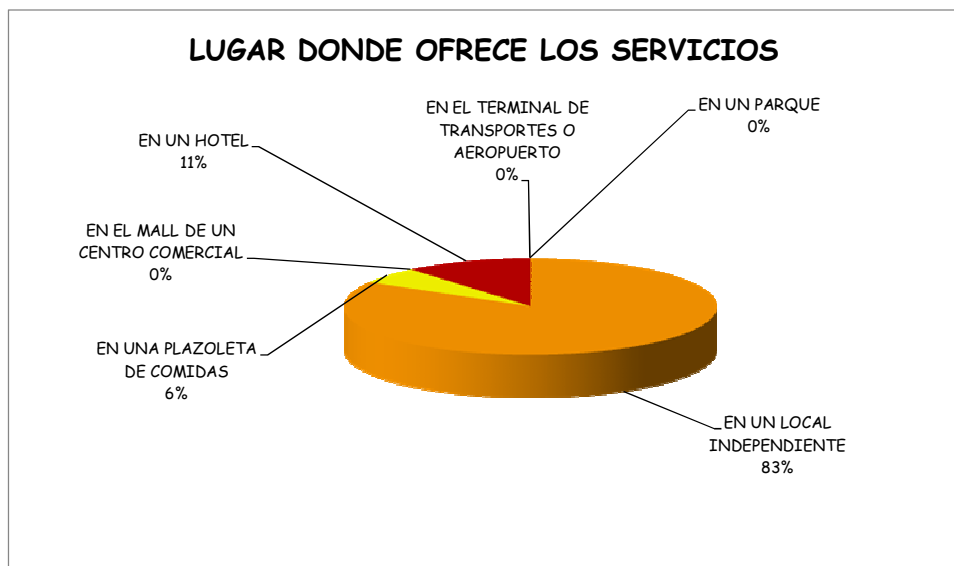
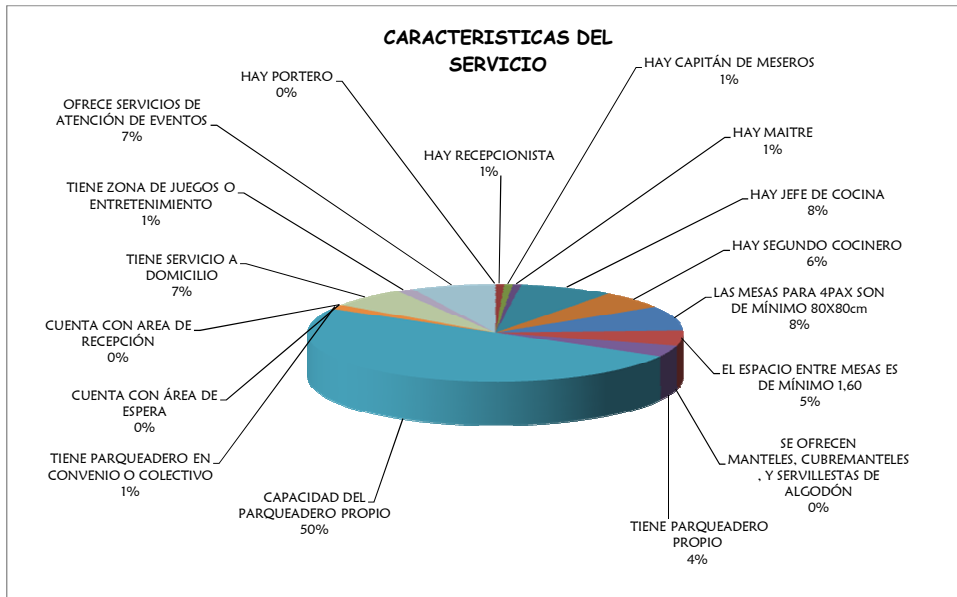


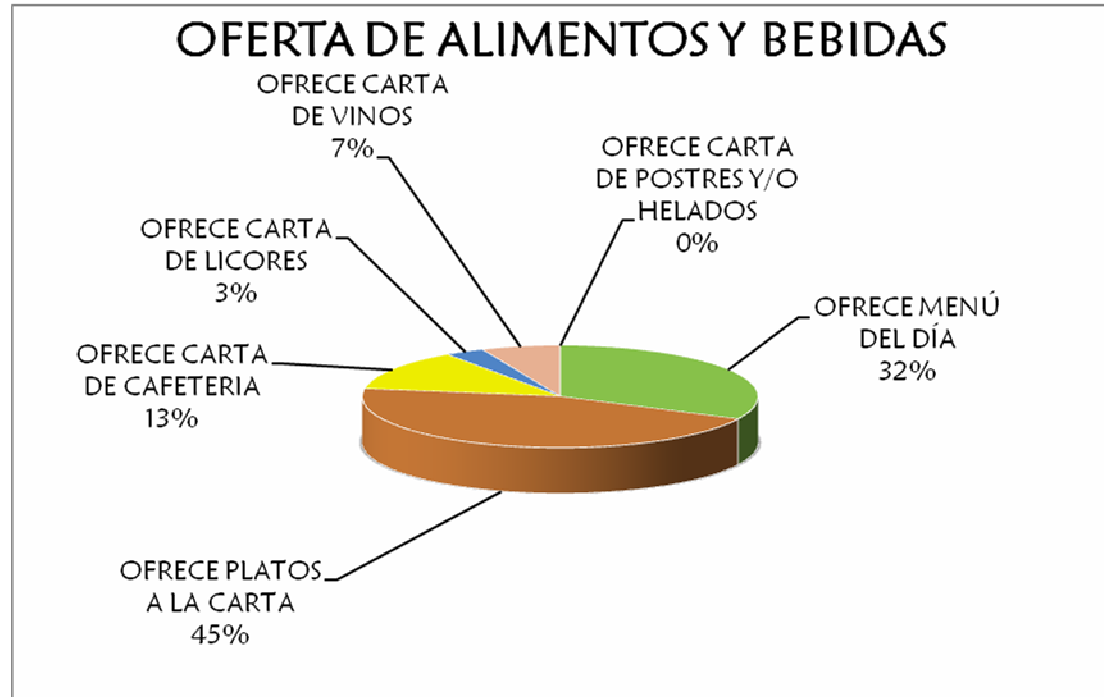
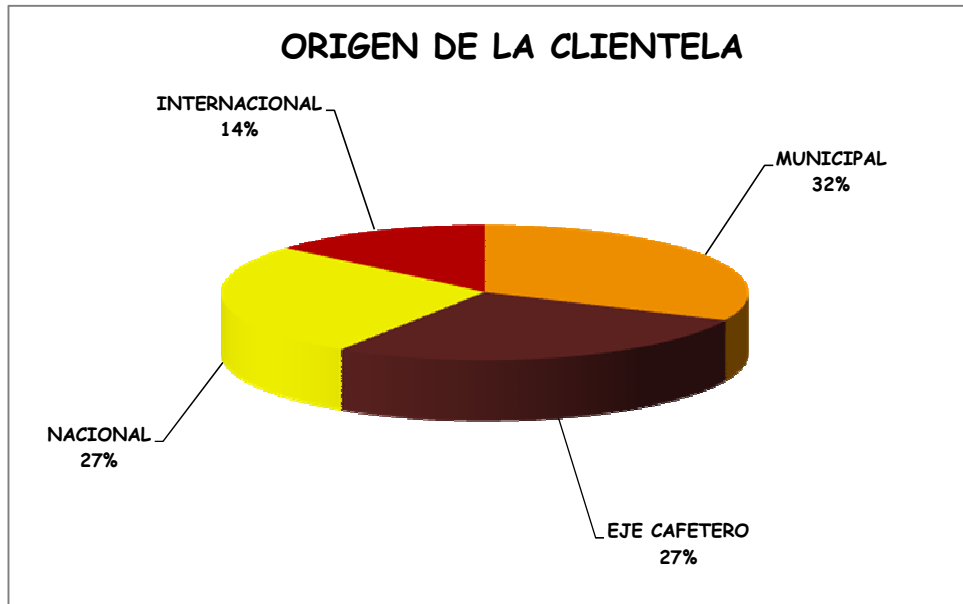
CAPACIDAD BAÑOS

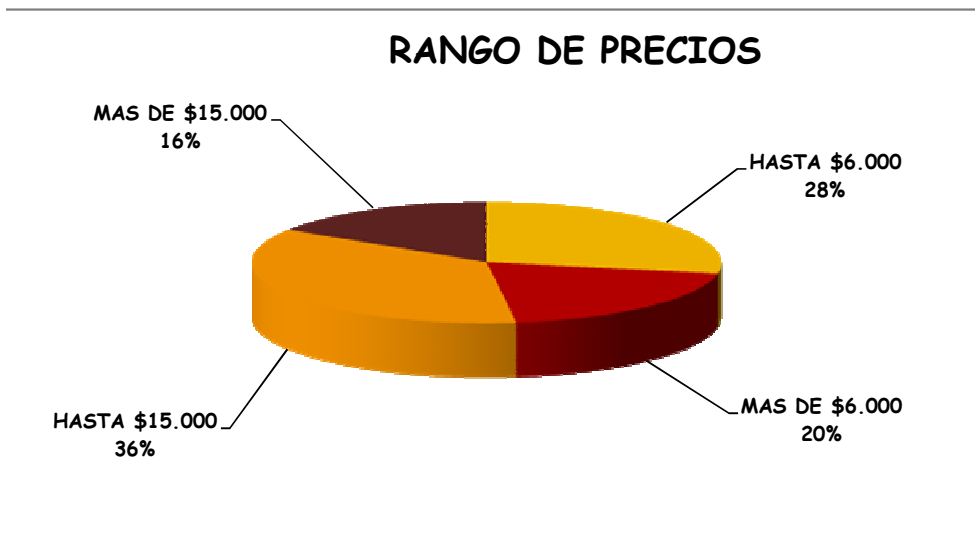


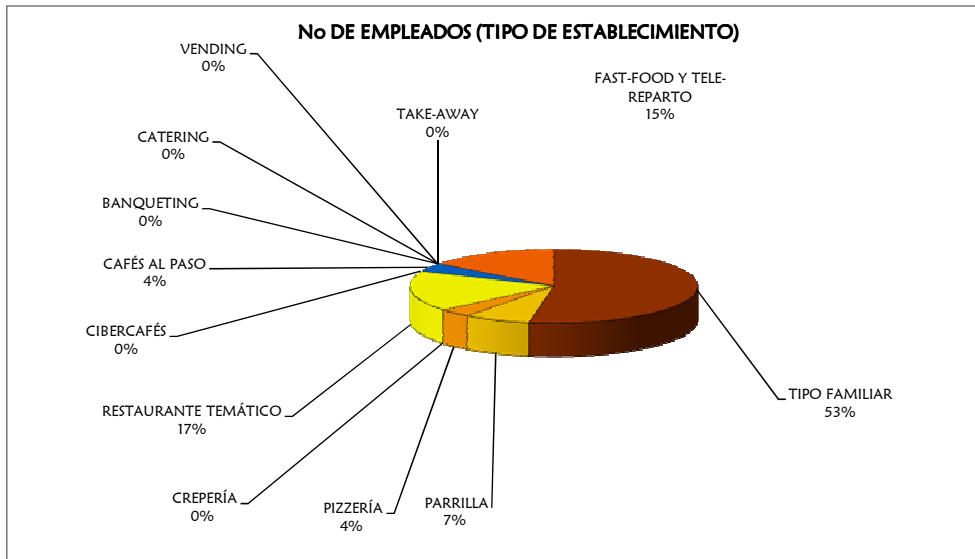
SUBSECTOR DE RESTAURANTES











3.2 EVALUACION DE ATRACTIVOS

INVENTARIO TURÍSTICO SANTA ROSA DE CABAL

Santa Rosa de Cabal denominada como la ciudad de las Araucarias fue fundada el 30 de agosto de 1.843, su población fue levantada por Antioqueños comandados por Fermín López, de ahí la importancia de su arquitectura colonial – antioqueña. El decreto de su creación fue publicado el 13 de octubre de 1.844, fecha en la cual se celebran las Fiestas de las Araucarias. Fue declarada municipio en 1.852, cuenta con una extensión de 558 Km (2) ubicados en 1.715 metros sobre el nivel del mar, su temperatura es de 18 C y su población es de 72.417 habitantes.

El territorio del municipio es montañoso y su relieve corresponde a la cordillera de los Andes cuya variedad en alturas le otorga diversos pisos térmicos climáticos, se destacan entre los accidentes geográficos el Nevado de Santa Isabel a 5.200 metros de altura sobre el nivel del mar, situado en el límite con el departamento del Tolima, encontramos también el Paramillo de Santa Rosa a una altura de 4.150 metros sobre el nivel del mar donde se encuentran las hermosas Lagunas del Otún y del Mosquito. Sus principales ríos son el Otún, Campoalegre, San Eugenio y Campoalegrito, afluentes secundarios del Río Cauca.

El cultivo y comercialización del café determina su actividad económica. También se desarrollan otros cultivos como tomate, plátano, granadilla, mora... entro otros.

Hoy día el sector turístico es un renglón importante para el municipio en cuanto a su desarrollo económico gracias a la oferta establecida de atractivos como son las aguas termales y por su gastronomía como lo es el chorizo santarrosano.

Santa Rosa de Cabal cuenta con un sector turístico amplio en cuanto al tipo de establecimientos que ofrecen servicios de alojamiento, restaurantes, servicios de ocio, agencias y operadores, empresas de transporte. Se ha destacado la agremiación del sector por medio de la Cooperativa de Turismo - TURISCABAL, mediante la cual se han encargado de unificar conceptos y de dar direccionamiento comercial al turismo del municipio.

RECURSOS CULTURALES

FORMULARIO 1: RECURSOS CULTURALES – NATURALEZA TANGIBLE (TG)

I. UBICACIÓN

Nombre: **SEMINARIO MENOR APOSTÓLICA** municipio: **SANTA ROSA DE CABAL**

Corregimiento/Vereda: _____ Dirección: **Cl 7 Cra 13/14**

Teléfono/Fax _____ Correo Electrónico _____

Nombre administrador o propietario: **Arquidiócesis de Manizales.**

Indicaciones para llegar: **Junto a Santuario de la Milagrosa.**

Acceso	TIPO	Distancia en Kms.	Tiempo Duración	Observaciones
	Terrestre	0.5 kl (del centro)	5 min	
	Acuático			
	Férreo			
	Aéreo			

II. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO

RESEÑA HISTÓRICA

Fue reconocido como patrimonio cultural, arquitectónico y religioso en 1995.

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS (Valor entrada adultos y/o niños, descuentos especiales, parqueadero, baños, promedio alimentación, souvenirs, etc.)

Actualmente no disponible.

III. PUNTAJES DE VALORACIÓN

BIENES MUEBLES E INMUEBLES											
CALIDAD	PUNTAJE										PROMEDIO
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
Valores Arquitectónicos y tipológicos (18)	18	18	18	12	18						16.8
Valores de Conservación (17)	18	18	15	17	17						17
Valores históricos y de antigüedad contenidos(18)	18	18	18	15	18						17.4
Valores Turísticos (17)	4	5	6	3	10						5.6
SIGNIFICADO	PUNTAJE										PROMEDIO
Local(6), Regional(12), Nacional(18), Internacional(30)	18	18	18	18	18						18
TOTAL											74.8

REALIZACIONES TÉCNICAS												
CALIDAD	PUNTAJE											
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	PROMEDIO	
Valores de Funcionalidad (15)	5	10	7	4	8						6.8	
Valores de Identidad (15)	10	12	13	15	12						12.4	
Valores Representatividad (20)	10	15	15	15	15						14	
Valores Turísticos (20)	4	5	1	4	5						3.8	
SIGNIFICADO	PUNTAJE											PROMEDIO
Local(6), Regional(12), Nacional(18), Internacional(30)	12	18	12	12	12						12	
TOTAL												49

Nombre de quien diligencia el Formulario: JUAN VALENCIA T
 Fecha: 16 DIC 2008

FORMULARIO 1: RECURSOS CULTURALES – NATURALEZA TANGIBLE (TG)

I. UBICACIÓN

Nombre: **INSTITUTO AGROPECUARIO VERACRUZ** municipio: SANTA ROSA DE CABAL
 Corregimiento/Vereda: LA HERMOSA Dirección: KL 1 VIA A PEREIRA.
 Teléfono/Fax: 3641467 Correo Electrónico: nomaveracruz@gmail.com
 Nombre administrador o propietario: Bertha Inés Gómez.

Indicaciones para llegar:
Vía Santa Rosa - Pereira, entrando al municipio.

	TIPO	Distancia en Kms.	Tiempo Duración	Observaciones
Acceso	Terrestre	1 kilometro		Salida para Pereira
	Acuático			
	Férreo			
	Aéreo			

II. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO

RESEÑA HISTÓRICA

Fundada hace 42 años por la Hermana Gertrudis Arrieta, Franciscana Misionera de María dirigido a la formación de la mujer campesina de Colombia.

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS (Valor entrada adultos y/o niños, descuentos especiales, parqueadero, baños, promedio alimentación, souvenir, etc.

-Institución educativa con modalidad: Agropecuaria, Agro turística, Agroindustrial.

-Granja Interactiva

-Estación de Aventura

-Camping, Alojamiento

-Parqueadero

-Valor entrada, Almuerzo, Atracciones \$27.000

III.PUNTAJES DE VALORACIÓN

BIENES MUEBLES E INMUEBLES											
CALIDAD	PUNTAJE										
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	PROMEDIO
Valores Arquitectónicos y tipológicos (18)	10	5	8	8	9	2					7
Valores de Conservación (17)	17	11	15	13	15	15					14.33
Valores históricos y de antigüedad contenidos(18)	18	5	5	15	13	6					10.33
Valores Turísticos (17)	17	15	8	16	15	15					14.33
SIGNIFICADO	PUNTAJE										PROMEDIO
Local(6), Regional(12), Nacional(18), Internacional(30)	30	18	18	18	18	18					18
TOTAL											63.99

REALIZACIONES TÉCNICAS											
CALIDAD	PUNTAJE										
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	PROMEDIO
Valores de Funcionalidad (15)	15	15	15	15	15	15					15
Valores de Identidad (15)	15	10	10	15	12	12					12.33
Valores Representatividad (20)	20	17	16	20	20	18					18.5
Valores Turísticos (20)	20	16	18	20	18	16					18
SIGNIFICADO	PUNTAJE										PROMEDIO
Local(6), Regional(12), Nacional(18), Internacional(30)	30	18	18	18	18	18					18
TOTAL											81.83

Nombre de quien diligencia el Formulario: CAROLINA GAVIRIA.

Fecha: 16 DIC 2008

VALORACIÓN FINAL RECURSOS CULTURALES NATURALEZA TANGIBLE

RECURSOS CULTURALES NATURALEZA TANGIBLE (Bienes Muebles e Inmuebles)										
NOMBRE	CODIGO	CALIDAD				SIGNIFICADO				PUNTAJE TOTAL
		Arquitectónicas y Tipológicas	Valores de Conservación	Historicos y de Antigüedad	Valores Turísticos	Local	Regional	Nacional	Internacional	
SEMINARIO MENOR APOSTÓLICA		16.8	17	17.4	5.6			18		74.8
INSTITUTO AGROPECUARIO VERACRUZ		7	14.33	10.33	14.33			18		63.99

REALIZACIONES TECNICAS, CIENTIFICAS Y CULTURALES										
NOMBRE	CODIGO	CALIDAD				SIGNIFICADO				PUNTAJE TOTAL
		Valores de Funcionalidad	Valores de Identidad	Valores de Representatividad	Valores Turísticos	Local	Regional	Nacional	Internacional	
INSTITUTO AGROPECUARIO VERACRUZ		15	12.33	18.5	18			18		81.83
SEMINARIO MENOR APOSTÓLICA		6.8	12.4	14	3.8		12			49

FORMULARIO 2a: FESTIVIDADES Y EVENTOS

I. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre del Evento: **VALIDA NACIONAL BICICROSS CICLOMONTAÑISMO**

Municipio: SANTA ROSA DE CABAL Barrio: LA HERMOSA

Dirección y/o forma

de llegar: VIA PEREIRA

II. INFORMACIÓN DEL EVENTO

Fecha de realización: de acuerdo al cronograma nacional.

Periodicidad. Cada cuánto? Bial Anual Otro

Objetivo, historia y tradición del Evento: Puntúa para el campeonato nacional

Breve descripción de la programación: Depende de la cantidad de participantes inscritos

ENTIDAD RESPONSABLE: Secretaría de Desarrollo Municipal.

Dirección Oficina: Palacio Municipal piso 3

Nombre y cargo del funcionario responsable _____

Teléfonos _____ Fax _____

Correo electrónico _____ Página web _____

III. PUNTAJES DE VALORACIÓN

FESTIVIDADES Y EVENTOS											
CALIDAD	PUNTAJE										PROMEDIO
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
Institucionalidad y Organización (10)	10	10	7	9	6	8					8.3
Beneficios Socioculturales (15)	15	8	10	10	12	10					10.8
Beneficios para el desarrollo turístico (15)	15	9	11	10	15	10					11.7
Beneficios económicos locales (15)	9	8	9	10	8	8					8.7
Valores de singularidad (15)	10	10	8	10	8	10					9.3
SIGNIFICADO	PUNTAJE										PROMEDIO
Local(6), Regional(12), Nacional(18), Internacional(30)	18	18	18	18	12	18					18
TOTAL											66.8

Nombre de quien diligencia el Formulario: MAURICIO TOBON R.

Fecha: 9 DIC 2008

FORMULARIO 2a: FESTIVIDADES Y EVENTOS

I. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre del Evento: **CONCURSO NACIONAL DE VILLANCICOS**

Municipio: SANTA ROSA DE CABAL Corregimiento: _____

Dirección y/o forma de llegar: VIA PEREIRA - VIA MANIZALES

II. INFORMACIÓN DEL EVENTO

Fecha de realización 1ra semana de diciembre.

Periodicidad. Cada cuánto? Bial Anual Otro

Objetivo, historia y tradición del Evento: Concurso de conjuntos musicales jóvenes y adultos; en torno a los Villancicos navideños.

Breve descripción de la programación: Presentaciones en Templos y en el Parque de Bolívar de Santa Rosa de Cabal.

ENTIDAD RESPONSABLE: Gobernación de Risaralda.

Dirección Oficina _____

Nombre y cargo del funcionario responsable Aristóbulo Duque

Teléfonos _____ Fax _____

Correo electrónico _____ Página web _____

III. PUNTAJES DE VALORACIÓN

FESTIVIDADES Y EVENTOS											
CALIDAD	PUNTAJE										PROMEDIO
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
Institucionalidad y Organización (10)	5	8	8	8	5	8					7
Beneficios Socioculturales (15)	15	5	5	6	15	15					10.2
Beneficios para el desarrollo turístico (15)	15	7	9	8	15	10					10.7
Beneficios económicos locales (15)	4	8	10	8	4	8					7
Valores de singularidad (15)	15	10	8	15	12	15					12.5
SIGNIFICADO	PUNTAJE										PROMEDIO
Local(6), Regional(12), Nacional(18), Internacional(30)	18	18	18	18	18	18					18
TOTAL											65.4

Nombre de quien diligencia el Formulario: MAURICIO TOBON R.

Fecha: 9 DIC 2008

FORMULARIO 2a: FESTIVIDADES Y EVENTOS

I. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre del Evento: **FIESTA DE LAS ARAUCARIAS**

Municipio: SANTA ROSA DE CABAL Corregimiento: _____

Dirección y/o forma de llegar: VIA PEREIRA VIA A MANIZALES

II. INFORMACIÓN DEL EVENTO

Fecha de realización 1ra a 2da semana de octubre.

Periodicidad. Cada cuánto? Biental ___ Anual x Otro _____

Objetivo, historia y tradición del Evento: Fundación del Municipio y Homenaje a los arboles del Parque (Araucarias).

Breve descripción de la programación: Cambia cada año

ENTIDAD RESPONSABLE: Alcaldía Municipal.

Dirección Oficina: Cra 14 Cl 12 esquina CAM.

Nombre y cargo del funcionario responsable _____

Teléfonos _____ Fax _____

Correo electrónico _____ Página web _____

III. PUNTAJES DE VALORACIÓN

FESTIVIDADES Y EVENTOS											
CALIDAD	PUNTAJE										PROMEDIO
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
Institucionalidad y Organización (10)	3	4	5	3	6	3					4
Beneficios Socioculturales (15)	6	10	7	5	8	6					7
Beneficios para el desarrollo turístico (15)	4	5	5	10	8	4					6
Beneficios económicos locales (15)	4	6	5	12	7	2					6
Valores de singularidad (15)	4	10	5	8	7	4					6.3
SIGNIFICADO	PUNTAJE										PROMEDIO
Local(6), Regional(12), Nacional(18), Internacional(30)	12	12	12	12	12	1	2				12
TOTAL											41.3

Nombre de quien diligencia el Formulario: MAURICIO TOBON R.

Fecha: 9 DIC 2008

FORMULARIO 2a: FESTIVIDADES Y EVENTOS

I. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre del Evento: **SEMANA BOLIVARIANA.**

Municipio: SANTA ROSA DE CABAL Corregimiento _____

Dirección y/o forma de llegar: CL 13 ENTRE 13 Y 14

II. INFORMACIÓN DEL EVENTO

Fecha de realización 1ra semana de septiembre.

Periodicidad. Cada cuánto? Bial Anual Otro _____

Objetivo, historia y tradición del Evento: Homenaje póstumo histórico a Simón Bolívar.

Breve descripción de la programación:

ENTIDAD RESPONSABLE: Sociedad Bolivariana.

Dirección Oficina _____

Nombre y cargo del funcionario responsable Fernando Buitrago (presidente)

Teléfonos _____ Fax _____

Correo electrónico _____ Página web _____

III. PUNTAJES DE VALORACIÓN

FESTIVIDADES Y EVENTOS											
CALIDAD	PUNTAJE										PROMEDIO
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
Institucionalidad y Organización (10)	3	4	5	5	5	2	5				4.1
Beneficios Socioculturales (15)	12	8	7	10	10	6	15				9.7
Beneficios para el desarrollo turístico (15)	3	3	3	2	1	3	2				2.4
Beneficios económicos locales (15)	3	4	3	3	2	1	4				2.8
Valores de singularidad (15)	8	7	10	12	9	5	6				8.1
SIGNIFICADO	PUNTAJE										PROMEDIO
Local(6), Regional(12), Nacional(18), Internacional(30)	6	6	6	6	6	6	6				6
TOTAL											33.1

Nombre de quien diligencia el Formulario: JUAN VALENCIA.

Fecha: 16 DIC 2008

FORMULARIO 2a: FESTIVIDADES Y EVENTOS

I. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre del Evento: **CONCURSO REGIONAL DE BANDAS MARCIALES.**

Municipio: SANTA ROSA DE CABAL Corregimiento _____

Dirección y/o forma de llegar: PARQUE PRINCIPAL SANTA ROSA.

II. INFORMACIÓN DEL EVENTO

Fecha de realización 1ra semana de Octubre.

Periodicidad. Cada cuánto? Bial Anual Otro _____

Objetivo, historia y tradición del Evento: Carisma cultural musical del municipio.

Breve descripción de la programación: muestra instrumental de cada una de las bandas invitadas quienes son evaluadas durante todo un desfile que se realiza en las principales calles de la ciudad.

ENTIDAD RESPONSABLE: Secretaría de Desarrollo y Competitividad.

Dirección Oficina: CAM Piso 2

Nombre y cargo del funcionario responsable Viviana Stacy González.

Teléfonos _____ Fax _____

Correo electrónico _____ Página web _____

III. PUNTAJES DE VALORACIÓN

FESTIVIDADES Y EVENTOS											
CALIDAD	PUNTAJE										PROMEDIO
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
Institucionalidad y Organización (10)	2	2	2	2	2	1	3				2
Beneficios Socioculturales (15)	5	6	8	8	10	5	8				7.1
Beneficios para el desarrollo turístico (15)	3	5	5	2	8	3	11				5.2
Beneficios económicos locales (15)	8	5	5	5	3	7	5				5.4
Valores de singularidad (15)	6	6	5	7	8	3	12				6.7
SIGNIFICADO	PUNTAJE										PROMEDIO
Local(6), Regional(12), Nacional(18), Internacional(30)	12	12	12	12	12	1	12				12
TOTAL											38.4

Nombre de quien diligencia el Formulario: JUAN VALENCIA.

Fecha: 16 DIC 2008

FORMULARIO 2a: FESTIVIDADES Y EVENTOS

I. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre del Evento: **SEMANA DEL TERMALISMO Y SALUD (En proyección).**

Municipio: SANTA ROSA DE CABAL Corregimiento _____

Dirección y/o forma de llegar:

II. INFORMACIÓN DEL EVENTO

Código Asignado _____ Fecha de realización febrero.

Periodicidad. Cada cuánto? Bial Anual Otro _____

Objetivo, historia y tradición del Evento: Resaltar beneficios medicinales del agua termal.

Breve descripción de la programación:

ENTIDAD RESPONSABLE: Termales San Vicente.

Dirección Oficina: CAM (piso 2)

Nombre y cargo del funcionario responsable Lisbo Justo S. (Presidente).

Teléfonos _____ Fax _____

Correo electrónico _____ Página web _____

III. PUNTAJES DE VALORACIÓN

FESTIVIDADES Y EVENTOS												
CALIDAD	PUNTAJE										PROMEDIO	
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J		
Institucionalidad y Organización (10)	8	9	10	10	10	10	10	10				9.5
Beneficios Socioculturales (15)	13	13	10	10	12	10	12					11.4
Beneficios para el desarrollo turístico (15)	14	14	10	14	15	10	14					13
Beneficios económicos locales (15)	14	13	10	13	10	10	13					11.8
Valores de singularidad (15)	12	11	10	10	10	10	12					10.7
SIGNIFICADO	PUNTAJE										PROMEDIO	
Local(6), Regional(12), Nacional(18), Internacional(30)	30	30	30	30	30	30	30	30				30
TOTAL											86.4	

Nombre de quien diligencia el Formulario: JUAN VALENCIA.

Fecha: 16 DIC 2008

VALORACIONES FINALES FESTIVIDADES Y EVENTOS

FERIAS, FIESTAS Y EVENTOS										
NOMBRE	CALIDAD					SIGNIFICADO				PUNTAJE TOTAL
	Institucionalidad y Organización	Beneficios Socio Culturales	Beneficios para el Desarrollo Turístico	Beneficios Economicos	Valores de Singularidad	Local	Regional	Nacional	Internacional	
VALIDA NACIONAL DE BICICROSS - CICLOMONTAÑISMO	8.3	10.8	11.7	8.7	9.3			18		66.8
CONCURSO NACIONAL DE VILLANCICOS FISTAS DE LAS ARAUCARIAS	7	10.2	10.7	7	12.5			18		65.4
SEMANA BOLIVARIANA	4	7	6	6	6.3		12			41.3
CONCURSO REGIONAL DE BANDAS MARCIALES	4.1	9.7	2.4	2.8	8.1	6				33.1
SEMANA DEL TERMALISMO Y SALUD	2	7.1	5.2	5.4	6.7		12			38.4
	9.5	11.4	13	11.8	10.7				30	86.4



FORMULARIO 3: SITIOS NATURALES

I. UBICACIÓN

Nombre: **LAGOS DE VENECIA** Municipio: SANTA ROSA DE CABAL.

Corregimiento/Vereda: BAJO MONSERRATE Dirección _____

Teléfono/Fax: 3643158 Correo Electrónico _____

Nombre administrador o propietario: Jorge Fernández

Indicaciones para llegar: Vía Guacas entrado Bomba Italia, vía Chinchina.

Acceso	TIPO	Distancia en Kms.	Tiempo Duración	Observaciones
	Terrestre	2 km	10 min	Vía Pavimentada
	Acuático			
	Férreo			
	Aéreo			

Acceso al público (fechas, horario) _____

Altitud: 1700 Temperatura Promedio 18°C Extensión: 6 Ha kms.2

II. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO

RESEÑA HISTÓRICA

Finca desarrollada en agroecología, siembra de agua y servicio de pesca recreativa; turismo alojamiento y restaurante.

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS (Valor entrada adultos y/o niños, descuentos especiales, parqueadero, baños, promedio alimentación, souvenirs, etc.)

ACTIVIDADES: conforme a la política de Ecoturismo, algunas de las posibles actividades a realizar son:

- Reconocimiento de especies Vegetales. SI
- Observación de Fauna. SI
- Recorrido por senderos Ecológicos. SI
- Reconocimiento de especies marinas.
- Visita a reservas, estanques piscícolas. SI
- Visita a áreas de producción de alimentos, especialmente cuando se habla de agricultura ecológica o de biotecnología agroalimentaria. SI
- Visitas a comunidades indígenas.
- Visita a talleres artesanales.

- Escalada
- Espeleología
- Senderismo
- Recorridos a caballo
- Bicicleta de montaña y cicloturismo
- Careteo
- Buceo
- Kayak
- Canotaje
- Navegación y acuaturismo
- Vela
- Windsurf
- Kite surf
- Trekking
- Termalismo

En cada caso particular (en cada área de estudio) se deben seleccionar las actividades mas adecuadas, según el ordenamiento y la planeación previstas.

III.PUNTAJES DE VALORACIÓN

SITIOS NATURALES											
VALORES INTRÍNSECOS											
CALIDAD	PUNTAJE										
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	PROMEDIO
Diversidad (8)	5	5	5	5	7	6	6				5.5
Singularidad (8)	4	3	5	5	7	4	5				4.7
Representatividad (8)	7	6	8	8	8	7	6				7.1
Probabilidad de Observación (8)	7	7	8	6	8	7	7				7.1
Valor Turístico (8)	6	8	6	7	8	6	6				6.7
CONSERVACIÓN AMBIENTAL											
Sin contaminación del aire (5)	2	2	2	2	2	3	2				2.1
Sin contaminación del agua (5)	2	2	2	2	2	2	2				2
Sin contaminación Visual (5)	3	3	2	3	2	4	2				2.7
Sin contaminación Sonora (5)	2	3	2	3	3	3	2				2.5
Sin amenaza o vulnerabilidad (5)	3	3	2	3	3	2	3				2.7
Medidas de protección (5)	2	2	2	3	3	2	2				1.7
SIGNIFICADO	PUNTAJE										
Local(6), Regional(12), Nacional(18), Internacional(30)	12	12	18	18	18	18	18				18
TOTAL											62.8

Nombre de quien diligencia el Formulario _____

Fecha _____



FORMULARIO 3: SITIOS NATURALES

I. UBICACIÓN

Nombre: **SAN ESTEBAN** Municipio: SANTA ROSA DE CABAL.

Corregimiento/Vereda: POTR.-SANTA ANA Dirección _____

Teléfono/Fax: 3643158 Correo Electrónico _____

Nombre administrador o propietario:

Indicaciones para llegar: Vía Potrerros – Santa Ana – Guacas Santa Rita.

Acceso	TIPO	Distancia en Kms.	Tiempo Duración	Observaciones
	Terrestre			
	Acuático			
	Férreo			
	Aéreo			

Acceso al público (fechas, horario) _____

Altitud: 1700 Temperatura Promedio 18°C Extensión: 6 Ha kms.2

II. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO

RESEÑA HISTÓRICA

Estudio de impacto ambiental CARDER - UMATA.

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS (Valor entrada adultos y/o niños, descuentos especiales, parqueadero, baños, promedio alimentación, souvenirs, etc.)

ACTIVIDADES: conforme a la política de Ecoturismo, algunas de las posibles actividades a realizar son:

- Reconocimiento de especies Vegetales. SI
- Observación de Fauna. SI
- Recorrido por senderos Ecológicos. SI
- Reconocimiento de especies marinas.
- Visita a reservas, estanques piscícolas. SI
- Visita a áreas de producción de alimentos, especialmente cuando se habla de agricultura ecológica o de biotecnología agroalimentaria. SI
- Visitas a comunidades indígenas. SI
- Visita a talleres artesanales.

- Escalada. SI
- Espeleología. SI
- Senderismo. SI
- Recorridos a caballo. SI
- Bicicleta de montaña y cicloturismo. SI
- Careteo
- Buceo
- Kayak
- Canotaje
- Navegación y acuaturismo
- Vela
- Windsurf
- Kite surf
- Trekking. SI
- Termalismo

En cada caso particular (en cada área de estudio) se deben seleccionar las actividades mas adecuadas, según el ordenamiento y la planeación previstas.

III.PUNTAJES DE VALORACIÓN

SITIOS NATURALES											
VALORES INTRÍNSECOS											
CALIDAD	PUNTAJE										PROMEDIO
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
Diversidad (8)	6	7	5	6	6	7	7				6.2
Singularidad (8)	4	4	5	4	4	4	5				4.2
Representatividad (8)	4	4	5	6	6	5	5				5
Probabilidad de Observación (8)	4	4	5	6	7	7	5				5.4
Valor Turístico (8)	8	8	7	5	7	6	7				6.8
CONSERVACIÓN AMBIENTAL											
Sin contaminación del aire (5)	5	5	3	4	4	5	5				4.4
Sin contaminación del agua (5)	3	3	3	3	3	3	3				3
Sin contaminación Visual (5)	5	5	3	3	5	5	5				4.4
Sin contaminación Sonora (5)	5	5	3	5	5	5	5				4.7
Sin amenaza o vulnerabilidad (5)	4	4	2	5	3	3	3				3.4
Medidas de protección (5)	2	2	3	3	3	2	3				2.5
SIGNIFICADO	PUNTAJE										
Local(6), Regional(12), Nacional(18), Internacional(30)	6	6	12	6	12	12	12				12
TOTAL											62

Nombre de quien diligencia el Formulario _____
 Fecha _____

FORMULARIO 3: SITIOS NATURALES

I. UBICACIÓN

Nombre: **LAS MARCADAS** Municipio: SANTA ROSA DE CABAL.

Corregimiento/Vereda: _____ Dirección _____

Teléfono/Fax: _____ Correo Electrónico _____

Nombre administrador o propietario:

Indicaciones para llegar: Vía Santa Rosa La Samaria – Dosquebradas Santuario

Acceso	TIPO	Distancia en Kms.	Tiempo Duración	Observaciones
	Terrestre			
	Acuático			
	Férreo			
	Aéreo			

Acceso al público (fechas, horario) _____

Altitud: ___ Temperatura Promedio ___ °C Extensión: ___ kms.2

II. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO

RESEÑA HISTÓRICA

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS (Valor entrada adultos y/o niños, descuentos especiales, parqueadero, baños, promedio alimentación, souvenirs, etc.

ACTIVIDADES: conforme a la política de Ecoturismo, algunas de las posibles actividades a realizar son:

- Reconocimiento de especies Vegetales. SI
- Observación de Fauna. SI
- Recorrido por senderos Ecológicos. SI
- Reconocimiento de especies marinas.
- Visita a reservas, estanques piscícolas. SI
- Visita a áreas de producción de alimentos, especialmente cuando se habla de agricultura ecológica o de biotecnología agroalimentaria. SI
- Visitas a comunidades indígenas. SI
- Visita a talleres artesanales.

- Escalada.
- Espeleología. SI
- Senderismo. SI
- Recorridos a caballo. SI
- Bicicleta de montaña y cicloturismo.
- Careteo
- Buceo
- Kayak
- Canotaje
- Navegación y acuaturismo
- Vela
- Windsurf
- Kite surf
- Trekking.
- Termalismo

En cada caso particular (en cada área de estudio) se deben seleccionar las actividades mas adecuadas, según el ordenamiento y la planeación previstas.

III.PUNTAJES DE VALORACIÓN

SITIOS NATURALES											
VALORES INTRÍNSECOS											
CALIDAD	PUNTAJE										
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	PROMEDIO
Diversidad (8)	7	6	5	6	6	6					6
Singularidad (8)	7	8	6	7	6	7					6.8
Representatividad (8)	6	8	6	7	6	7					6.6
Probabilidad de Observación (8)	7	6	6	7	7	7					6.6
Valor Turístico (8)	8	7	7	6	6	7					6.8
CONSERVACIÓN AMBIENTAL											
Sin contaminación del aire (5)	3	3	4	3	4	3					3.3
Sin contaminación del agua (5)	3	3	3	3	3	2					2.8
Sin contaminación Visual (5)	4	4	3	4	3	4					3.6
Sin contaminación Sonora (5)	4	4	3	4	4	4					3.8
Sin amenaza o vulnerabilidad (5)	3	3	3	2	2	3					3
Medidas de protección (5)	3	4	3	3	2	4					3.1
SIGNIFICADO	PUNTAJE										
Local(6), Regional(12), Nacional(18), Internacional(30)	12	12	12	12	12	12					12
TOTAL											64.4

Nombre de quien diligencia el Formulario _____

Fecha _____

FORMULARIO 3: SITIOS NATURALES

I. UBICACIÓN

Nombre: **SANTA HELENA** Municipio: SANTA ROSA DE CABAL.

Corregimiento/Vereda: SAN RAMON Dirección SAN RAMON

Teléfono/Fax: _____ Correo Electrónico _____

Nombre administrador o propietario: Inversiones Operagro Ltda.

Indicaciones para llegar:

Acceso	TIPO	Distancia en Kms.	Tiempo Duración	Observaciones
	Terrestre	3	30 min	
	Acuático			
	Férreo			
	Aéreo			

Acceso al público (fechas, horario) 09:00 horas a 17:06

Altitud: 2100 Temperatura Promedio 14 °C Extensión: 15Has kms.2

II. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO

RESEÑA HISTÓRICA:

Quebrada con depósitos de travertino apelo, carbonato de calcio, afloramientos de agua termal, cavernas, cuevas, cascadas de agua tibia.

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS (Valor entrada adultos y/o niños, descuentos especiales, parqueadero, baños, promedio alimentación, souvenirs, etc.

Ingreso por el balneario termal gratuito, previo diligenciamiento de registro de ingreso en la portería y se puede o no tomar el servicio de guía turístico.

ACTIVIDADES: conforme a la política de Ecoturismo, algunas de las posibles actividades a realizar son:

- Reconocimiento de especies Vegetales. SI
- Observación de Fauna. SI
- Recorrido por senderos Ecológicos. SI
- Reconocimiento de especies marinas.
- Visita a reservas, estanques piscícolas. SI
- Visita a áreas de producción de alimentos, especialmente cuando se habla de agricultura ecológica o de biotecnología agroalimentaria.
- Visitas a comunidades indígenas.
- Visita a talleres artesanales.

- Escalada. SI
- Espeleología. SI
- Senderismo. SI
- Recorridos a caballo. SI
- Bicicleta de montaña y cicloturismo.
- Careteo. SI
- Buceo
- Kayak
- Canotaje
- Navegación y acuaturismo
- Vela
- Windsurf
- Kite surf
- Trekking. SI
- Termalismo. SI

En cada caso particular (en cada área de estudio) se deben seleccionar las actividades mas adecuadas, según el ordenamiento y la planeación previstas.

III.PUNTAJES DE VALORACIÓN

SITIOS NATURALES											
VALORES INTRÍNSECOS											
CALIDAD	PUNTAJE										PROMEDIO
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
Diversidad (8)	7	7	7	7	6	7					6.8
Singularidad (8)	6	7	7	6	6	7					6.5
Representatividad (8)	6	7	8	6	7	6					6.6
Probabilidad de Observación (8)	7	7	8	7	7	5					6.8
Valor Turístico (8)	5	7	8	5	7	5					6.1
CONSERVACIÓN AMBIENTAL											
Sin contaminación del aire (5)	3	4	4	4	4	5					4
Sin contaminación del agua (5)	4	4	4	4	4	5					4.1
Sin contaminación Visual (5)	4	4	4	4	5	4					4.1
Sin contaminación Sonora (5)	4	5	5	4	5	4					4.5
Sin amenaza o vulnerabilidad (5)	2	3	3	2	2	3					2.5
Medidas de protección (5)	3	3	3	3	3	4					3.1
SIGNIFICADO	PUNTAJE										
Local(6), Regional(12), Nacional(18), Internacional(30)	6	12	18	6	6	18					6
TOTAL											61.1

Nombre de quien diligencia el Formulario: JOSE VICENTE VILLEGAS

Fecha: 16 DIC 2008

FORMULARIO 3: SITIOS NATURALES

I. UBICACIÓN

Nombre: **MINAS DEL CHAQUIRO** Municipio: SANTA ROSA DE CABAL.

Corregimiento/Vereda: SAN RAMON Dirección SAN RAMON

Teléfono/Fax: _____ Correo Electrónico _____

Nombre administrador o propietario:

Indicaciones para llegar: garaje – buscar rio San Eugenio arriba

Acceso	TIPO	Distancia en Kms.	Tiempo Duración	Observaciones
	Terrestre	20 km	4 H	
	Acuático			
	Férreo			
	Aéreo			

Acceso al público (fechas, horario)

Altitud: 2000 Temperatura Promedio 16 °C Extensión: kms.2

II. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO

RESEÑA HISTÓRICA:

Antiguas minas de oro – explotadas por Alemania – Hornos para producción de cal.

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS (Valor entrada adultos y/o niños, descuentos especiales, parqueadero, baños, promedio alimentación, souvenirs, etc.

ACTIVIDADES: conforme a la política de Ecoturismo, algunas de las posibles actividades a realizar son:

- Reconocimiento de especies Vegetales. SI
- Observación de Fauna. SI
- Recorrido por senderos Ecológicos. SI
- Reconocimiento de especies marinas.
- Visita a reservas, estanques piscícolas. SI
- Visita a áreas de producción de alimentos, especialmente cuando se habla de agricultura ecológica o de biotecnología agroalimentaria. SI
- Visitas a comunidades indígenas.
- Visita a talleres artesanales.
- Escalada. SI

- Espeleología. SI
- Senderismo. SI
- Recorridos a caballo. SI
- Bicicleta de montaña y cicloturismo. SI
- Careteo.
- Buceo
- Kayak
- Canotaje
- Navegación y acuaturismo
- Vela
- Windsurf
- Kite surf
- Trekking. SI
- Termalismo.

En cada caso particular (en cada área de estudio) se deben seleccionar las actividades mas adecuadas, según el ordenamiento y la planeación previstas.

III.PUNTAJES DE VALORACIÓN

SITIOS NATURALES											
VALORES INTRÍNSECOS											
CALIDAD	PUNTAJE										PROMEDIO
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
Diversidad (8)	8	7	8	8	8						7.8
Singularidad (8)	3	3	3	3	3						3
Representatividad (8)	7	5	7	6	7						6.4
Probabilidad de Observación (8)	8	6	8	7	8						7.4
Valor Turístico (8)	4	6	8	8	4						6
CONSERVACIÓN AMBIENTAL											
Sin contaminación del aire (5)	3	3	3	2	4						3
Sin contaminación del agua (5)	2	3	2	3	3						2.6
Sin contaminación Visual (5)	4	4	4	4	4						4
Sin contaminación Sonora (5)	4	4	4	4	4						4
Sin amenaza o vulnerabilidad (5)	3	3	3	3	3						3
Medidas de protección (5)	2	1	2	1	4						2
SIGNIFICADO	PUNTAJE										
Local(6), Regional(12), Nacional(18), Internacional(30)	12	12	12	12	12						12
TOTAL											61.2

Nombre de quien diligencia el Formulario: JUAN ORTEGA

Fecha: 08 DIC 2008

FORMULARIO 3: SITIOS NATURALES

I. UBICACIÓN

Nombre: **CHORROS DE DON LOLO** Municipio: SANTA ROSA DE CABAL.

Corregimiento/Vereda: _____ Dirección _____

Teléfono/Fax: _____ Correo Electrónico _____

Nombre administrador o propietario:

Indicaciones para llegar: Vía termales San Vicente

Acceso	TIPO	Distancia en Kms.	Tiempo Duración	Observaciones
	Terrestre	12 k	35 minutos	
	Acuático			
	Férreo			
	Aéreo			

Acceso al público (fechas, horario)

Altitud: 1700 Temperatura Promedio 17 °C Extensión: kms.2

II. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO

RESEÑA HISTÓRICA:

Caída de agua libre del Rio Campoalegrito.

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS (Valor entrada adultos y/o niños, descuentos especiales, parqueadero, baños, promedio alimentación, souvenirs, etc). Aún no existen este tipo de servicios en el sitio.

ACTIVIDADES: conforme a la política de Ecoturismo, algunas de las posibles actividades a realizar son:

- Reconocimiento de especies Vegetales. SI
- Observación de Fauna. SI
- Recorrido por senderos Ecológicos. SI
- Reconocimiento de especies marinas.
- Visita a reservas, estanques piscícolas. SI
- Visita a áreas de producción de alimentos, especialmente cuando se habla de agricultura ecológica o de biotecnología agroalimentaria. SI
- Visitas a comunidades indígenas.
- Visita a talleres artesanales.
- Escalada. SI
- Espeleología.

- Senderismo. SI
- Recorridos a caballo. SI
- Bicicleta de montaña y cicloturismo.
- Careteo.
- Buceo
- Kayak
- Canotaje
- Navegación y acuaturismo
- Vela
- Windsurf
- Kite surf
- Trekking. SI
- Termalismo.

En cada caso particular (en cada área de estudio) se deben seleccionar las actividades mas adecuadas, según el ordenamiento y la planeación previstas.

III.PUNTAJES DE VALORACIÓN

SITIOS NATURALES											
VALORES INTRÍNSECOS											
CALIDAD	PUNTAJE										
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	PROMEDIO
Diversidad (8)	5	4	6	4	5						4.8
Singularidad (8)	5	4	4	4	4						4.2
Representatividad (8)	2	2	3	3	4						2.8
Probabilidad de Observación (8)	7	5	5	6	7						6
Valor Turístico (8)	3	3	8	4	8						5.2
CONSERVACIÓN AMBIENTAL											
Sin contaminación del aire (5)	4	4	4	4	3						3.8
Sin contaminación del agua (5)	4	4	4	4	4						4
Sin contaminación Visual (5)	4	4	4	4	4						4
Sin contaminación Sonora (5)	4	2	3	2	4						3
Sin amenaza o vulnerabilidad (5)	4	2	3	2	4						3
Medidas de protección (5)	3	1	2	1	3						2
SIGNIFICADO	PUNTAJE										
Local(6), Regional(12), Nacional(18), Internacional(30)	6	6	6	6	6						6
TOTAL											48.8

Nombre de quien diligencia el Formulario: JUAN ORTEGA

Fecha: 08 DIC 2008

FORMULARIO 3: SITIOS NATURALES

I. UBICACIÓN

Nombre: **LAGUNA DEL OTÚN** Municipio: SANTA ROSA DE CABAL.

Corregimiento/Vereda: POTOSI BOSQUE Dirección _____

Teléfono/Fax: _____ Correo Electrónico _____

Nombre administrador o propietario: VII

Indicaciones para llegar: Villa María (carretera) – Santa Rosa (Próximamente carretera) – Cedral (Carretera – camino)

Acceso	TIPO	Distancia en Kms.	Tiempo Duración	Observaciones
	Terrestre	45 k	2 h	Vía en construcción
	Acuático			
	Férreo			
	Aéreo			

Acceso al público (fechas, horario)

Altitud: 3950 Temperatura Promedio 5 °C Extensión: kms.2

II. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO

RESEÑA HISTÓRICA:

Origen Glaciar – alimentada por el nevado Santa Isabel.

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS (Valor entrada adultos y/o niños, descuentos especiales, parqueadero, baños, promedio alimentación, souvenirs, etc).

ACTIVIDADES: conforme a la política de Ecoturismo, algunas de las posibles actividades a realizar son:

- Reconocimiento de especies Vegetales. SI
- Observación de Fauna. SI
- Recorrido por senderos Ecológicos. SI
- Reconocimiento de especies marinas. SI
- Visita a reservas, estanques piscícolas. SI
- Visita a áreas de producción de alimentos, especialmente cuando se habla de agricultura ecológica o de biotecnología agroalimentaria.
- Visitas a comunidades indígenas.
- Visita a talleres artesanales.
- Escalada. SI
- Espeleología. SI

- Senderismo. SI
- Recorridos a caballo. SI
- Bicicleta de montaña y cicloturismo. SI
- Careteo. SI
- Buceo. SI
- Kayak. SI
- Canotaje. SI
- Navegación y acuaturismo. SI
- Vela. SI
- Windsurf
- Kite surf
- Trekking. SI
- Termalismo. SI

En cada caso particular (en cada área de estudio) se deben seleccionar las actividades mas adecuadas, según el ordenamiento y la planeación previstas.

III.PUNTAJES DE VALORACIÓN

SITIOS NATURALES											
VALORES INTRÍNSECOS											
CALIDAD	PUNTAJE										
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	PROMEDIO
Diversidad (8)	8	8	8	8	8						8
Singularidad (8)	5	6	6	4	2						4.6
Representatividad (8)	2	2	2	2	6						2.8
Probabilidad de Observación (8)	5	4	6	4	8						5.4
Valor Turístico (8)	8	8	7	8	8						7.8
CONSERVACIÓN AMBIENTAL											
Sin contaminación del aire (5)	4	4	4	4	4						4
Sin contaminación del agua (5)	4	4	3	4	3						3.6
Sin contaminación Visual (5)	5	5	5	5	5						5
Sin contaminación Sonora (5)	5	4	4	4	4						4.2
Sin amenaza o vulnerabilidad (5)	3	3	3	3	3						3
Medidas de protección (5)	4	3	4	4	3						3.6
SIGNIFICADO	PUNTAJE										
Local(6), Regional(12), Nacional(18), Internacional(30)	18	18	18	18	18						18
TOTAL	70										

Nombre de quien diligencia el Formulario: JUAN ORTEGA

Fecha: 08 DIC 2008

VALORACIONES FINALES SITIOS NATURALES

SITIOS NATURALES (Patrimonio Ambiental y Paisajísticos)																
NOMBRE	CALIDAD											SIGNIFICADO				PUNTAJE TOTAL
	VALORES INTRINSECOS					CONSERVACION AMBIENTAL										
	Diversidad	Singularidad	Representatividad	Probabilidad de Observacion	Valor Turístico	Sin Contaminacion del Aire	Sin Contaminacion del Agua	Sin Contaminacion Visual	Sin Contaminacion Sonora	Sin Amenaza o Vulnerabilidad	Medidas de Proteccion	Local	Regional	Nacional	Internacional	
LAGOS DE VENECIA	5.5	4.7	7.1	7.1	6.7	2.1	2	2.7	2.5	2.7	1.7			18		62.8
SAN ESTEBAN	6.2	4.2	5	5.4	6.8	4.4	3	4.4	4.7	3.4	2.5		12			62
LAS MARCADAS	6	6.8	6.6	6.6	6.8	3.3	2.8	3.6	3.8	3	3.1		12			64.4
CHORROS DE DON LOLO	4.8	4.2	2.8	6	5.2	3.8	4	4	3	3	2	6				48.8
MINAS DEL CHAQUIRO	7.8	3	6.4	7.4	6	3	2.6	4	4	3	2		12			61.2
SANTA HELENA	6.8	6.5	6.6	6.8	6.1	4	4.1	4.1	4.5	2.5	3.1	6				61.1
LAGUNA DEL OTÚN	8	4.6	2.8	5.4	7.8	4	3.6	5	4.2	3	3.6			18		70

CUADRO RESUMEN INVENTARIO TURISTICO SANTA ROSA DE CABAL

No	NOMBRE	UBICACION	PUNTAJE CALIDAD	PUNTAJE SIGNIFICADO	TOTAL
1	SEMANA DEL TERMALISMO Y SALUD	Oficina Ecotermales San Vicente	56.4	30	86.4
2	INSTITUTO AGROPECUARIO VERACRUZ	Km 1 Vía Pereira	54.91	18	72.91
3	LAGUNA DEL OTÚN	Potosi bosque	52	18	70
4	VALIDA NACIONAL DE BICICROSS-CICLOMONTAÑISMO	Barrio La Hermosa	48.8	18	66.8

5	CONCURSO NACIONAL DE VILLANCICOS	Centro Santa Rosa	47.4	18	65.4
6	SEMINARIO APOSTÓLICA MENOR	Calle 7 Carreras 13 y 14	46.9	18	64.9
7	LAS MARCADAS	Vía Santa Rosa – La Samaria	52.4	12	64.4
8	LAGOS DE VENECIA	Vía Guacas entrada Bomba Italia	44.8	18	62.8
9	RUTA SAN ESTEBAN	Vía Potreros – Santa Ana – Guacas Santa Rita	50	12	62
10	MINAS DEL CHAQUIRO	Vereda San Ramón – subiendo Río San Eugenio	49.2	12	61.2
11	SANTA HELENA	Vereda San Ramón	55.1	6	61.1
12	CHORROS DE DON LOLO	Vereda el ovito	42.8	6	48.8
13	FIESTAS DE LAS ARAUCARIAS	Todo el municipio	29.3	18	41.3
14	CONCURSO REGIONAL DE BANDAS MARCIALES	Parque Principal	26.4	12	38.4
15	SEMANA BOLIVARIANA	Calle 13 entre carr. 13 y 14	27.1	6	33.1

3.2.1 METODOLOGÍA

Santa Rosa de Cabal cuenta con gran diversidad de actividades y escenarios tanto naturales como culturales, de allí la importancia de la valoración de algunos recursos y atractivos con que cuenta el municipio y que son destacados por el sector turístico. La perspectiva que tiene el gremio respecto a los escenarios evaluados se clarifica a medida que aplica los conceptos valorados por medio de la metodología implementada por el Vice Ministerio de Industria Comercio y turismo, donde se logran identificar las fortalezas y las falencias que tienen los escenarios.

Los empresarios del sector que asistieron al taller se dividieron en tres subgrupos para evaluar los atractivos más predominantes del municipio de acuerdo a sus categorías: sitios naturales, los recursos culturales de naturaleza tangible, los recursos culturales de naturaleza intangible (Festividades y Eventos). El desarrollo se logra a través de la consolidación de las matrices presentadas en la metodología, a las cuales se les hizo un complemento con el fin de tener el criterio de todos los participantes respecto al atractivo o recurso a evaluar (Ver anexo 4: Evaluación de Atractivos - Criterios de valores Individuales).



3.2.2 ANÁLISIS Y RESULTADOS

De acuerdo a los resultados arrojados después de aplicar la metodología implementada por el Vice Ministerio de Comercio Industria y Turismo, deducimos que el recurso más importante en el municipio es **LA SEMANA DEL TERMALISMO Y SALUD** que corresponde a las Festividades y Eventos que se realizan anualmente.

Los termales son uno de los escenarios más desarrollados en Santa Rosa, pues el municipio cuenta con uno de los recursos hídricos más importantes del país, de allí la importancia de implementar nuevas actividades que asuman la relevancia que posee el atractivo como tal “El agua termal”. Sin embargo hay que anotar que los atractivos termales no fueron incluidos por los expertos que participaron en el taller pues ellos prefirieron analizar otros atractivos reales o potenciales que el municipio deberá desarrollar para complementar la oferta termal, ya posicionada y fundamental para la dinámica actual del sector en el municipio y la región en general.

Este es un evento organizado por el establecimiento turístico que cuenta con el recurso como tal, buscando enseñar a la comunidad local los beneficios de este recurso hídrico para la salud del ser humano, promoviendo de esta forma su disfrute y la divulgación del mismo. Se fomenta el desarrollo turístico a través del reconocimiento regional, nacional e internacional desencadenando segmentos que llevan al desarrollo del sector económico en el municipio.

En la tipología de los Recursos culturales de naturaleza tangible se destacan el **INSTITUTO AGROPECUARIO VERACRUZ** como uno de los escenarios mejor desarrollados en el municipio ya que cuenta con bienes muebles e inmuebles que reflejan las manifestaciones culturales actuales a través del proceso educativo dejando realizaciones técnico-científicas desde el ámbito turístico.

La funcionalidad de este escenario parte del desarrollo del conocimiento aplicado obteniendo un producto turístico como tal para beneficio no sólo de la comunidad estudiantil sino de la comunidad en general a través del valor turístico que se mantiene por el grado de compromiso de los estudiantes y docentes de la institución.

El patrimonio ambiental y paisajístico de Santa Rosa de Cabal se ve reflejado en sitios como **LA LAGUNA DEL OTÚN** cuya riqueza en especies de Flora y Fauna hacen de este un sitio singular en todo su contexto, la calidad del paisaje y la excepcionalidad de especies consolidan un atractivo representativo y único que inducen al desarrollo de su potencial turístico. Se tiene en cuenta el acceso que se tendrá después de tener la vía desde el municipio, lo cual muestra beneficios para el desarrollo de la cadena productiva del sector turístico del municipio.

Eventos de carácter nacional hacen que haya un beneficio para el sector ya que se prepara el municipio para recibir personas de diferentes partes del país donde hay un motivo de visita claro de participación en el evento o acompañamiento. **LA VALIDA NACIONAL DE BICICROSS – CICLOMONTAÑISMO** es un evento organizado en el municipio que ha venido teniendo auge durante los últimos años consecutivamente, por lo tanto se está logrando su institucionalización ya que Santa Rosa de Cabal cuenta con un adecuado escenario para el desarrollo de dicho deporte. No obstante es necesario para la realización de este tipo de eventos que en su organización se dirija a beneficiar directamente el sector turístico, donde la atención para los visitantes sea dirigida por los propios prestadores. En Eventos de la categoría del **CONCURSO NACIONAL DE VILLANCICOS** se establecen ciertos parámetros especiales que se deben tener en cuenta para la atención tanto de los participantes como de los visitantes. Por la trayectoria del evento en el municipio se han identificado ciertas necesidades en la prestación de los servicios de alojamiento y alimentación para los participantes, puesto que el clima se puede convertir en un factor de afectación para la voz del participante, de ahí la importancia de utilizar los servicios ofrecido por alojamientos y restaurantes que ofrezcan alimentación adecuada para personas con diversidad en su gusto.

EL SEMINARIO MENOR APOSTÓLICA es un escenario cuyo valor arquitectónico evidencia el carácter con que fue concebido, puesto que respeta directrices específicas como seminario, diseñado específicamente para la formación de la vida sacerdotal, cuya enseñanza guarda un legado de valores tipológicos que generan conocimiento para generaciones actuales. El valor Turístico esta poco desarrollado en este sitio, a pesar de ser parte del patrimonio cultural municipal que rescata la conservación en su antigüedad y del legado de las sociedades involucradas que lo contuvieron en sus antepasados.

Los sitios naturales son representativos a medida que los elementos existentes en el recurso tienden a desaparecer de su entorno; de acuerdo a esto el **PARQUE MUNICIPAL LAS MARCADAS** cuenta con un alto grado de singularidad puesto que los petroglifos existentes en las piedras marcadas son valores difíciles de rescatar y que fácilmente tienden a desaparecer. Su riqueza ambiental constituye la calidad del atractivo como tal, teniendo en cuenta que estos aspectos permiten el desarrollo de diferentes tipos de turismo que podría ser posible implementar.

Establecimientos de entretenimiento dentro del sector como **LAGOS DE VENECIA** se desarrolla a través de un componente natural con actividades que permiten el disfrute de los escenarios que posee el sitio. Además de la representatividad que desencadena por medio del sistema de cultivo de mojarra desarrollándolo a través de actividades como la pesca, y la oferta del pascado en todas sus presentaciones gastronómicas. De allí la importancia del valor turístico que posee el sitio puesto que canaliza toda su oferta con servicios especializados entorno a la pesca deportiva.

Santa Rosa de Cabal cuenta con escenarios naturales espléndidos mediante los cuales es posible establecer rutas ecoturísticas de suma importancia cultural, a través del rescate de los rasgos sociológicos que se desencadenaron en tiempos pasados como se evidencia en la **RUTA SAN ESTEBAN**, en esta ruta existe la posibilidad de desarrollar a actividades que conllevan a la consolidación del recurso como un atractivo turístico por toda la riqueza natural y paisajística con que cuenta.

En escenarios con componentes especiales como lo tiene **LAS MINAS DEL CHAQUIRO** encontramos grandes fortalezas por la singularidad del atractivo, teniendo en cuenta la diversidad en flora y fauna del sitio, además del nivel de conservación que establece el desarrollo de actividades ecoturísticas a través del mejoramiento de ciertos servicios necesarios para la implementación de cualquier tipo de turismo. Igualmente para en el caso de **SANTA HELENA** posee valores que hacen del atractivo un sitio único destacándose por los nacimientos de agua termal, por tanto cuenta con el atractivo sin desarrollar la actividad turística como tal.

LOS CHORROS DE DON LOLO un lugar visitado y reconocido por su belleza natural, con acceso de no muy buenas condiciones y famoso a nivel municipal por las personas que comúnmente hacen el paseo de olla, el atractivo es singular por los rasgos excepcionales del sitio, pero se deben desarrollar directrices de conservación que garanticen la sostenibilidad del sitio y la seguridad física de los visitantes.

Otras festividades o Eventos más destacados en el municipio son **LAS FIESTAS DE LAS ARAUCARIAS** las cuales se celebran en el mes de octubre, su periodicidad anual institucionaliza el nombre de la fiesta como tal, pero si se tiene en cuenta que su programación cambia constantemente deducimos que sus actividades no se han institucionalizado. No se tiene un plan estratégico para obtener beneficios socioculturales para la comunidad que divulgue y afiance la identidad cultural del municipio. Es importante identificar el tipo de visitante que llega a disfrutar de las fiestas de las araucarias, puesto que



en caso contrario de mejorar la calidad de los recursos existentes, se evidencia el deterioro de ciertos escenarios.

En este caso el valor de singularidad no aplica para este evento, ya que no podemos fijar un grado de diferenciación respecto a otros puesto que este cambia constantemente.

En el caso del **CONCURSO REGIONAL DE BANDAS MARCIALES** se consolida una sola actividad con un objetivo claro, por lo tanto la organización de una temática determina valores institucionales puesto que siempre se evalúan los mismos aspectos respecto a la actividad.

En La **SEMANA BOLIVARIANA** se evidencia la periodicidad con que se desarrolla el evento y el arraigo sociocultural que forma parte de los acontecimientos sucedidos que marcan una época pasada. Además del legado que se genera con las actividades desarrolladas durante el encuentro, partiendo del valor turístico que parte de la atención a los participantes que visitan el municipio desde otros países.

4. PLANIFICACIÓN POR ESCENARIOS PROSPECTIVOS – MATRIZ DE CAMBIO - ANÁLISIS DOFA

4.1 METODOLOGÍA

Para realizar el Modelo de Prospectiva Estratégica para analizar el futuro del turismo en el municipio de Santa Rosa se trabajó la siguiente metodología



Los talleres previos permitieron conocer el estado del arte del municipio para lograr tener mayores elementos al momento de trabajar la metodología

Para realizar el trabajo el grupo se dividió en dos grupos conservando sus afinidades quedando así:

- Grupo 1: Hoteles y Restaurantes.
- Grupo 2: Operadores y Atractivos.

Cada grupo analizó las diferentes variables llegando al siguiente consenso:

GRUPO 1 HOTELES Y RESTAURANTES



Matriz del cambio

INDIQUE LOS CAMBIOS QUE PUEDE O VA A TENER ESTA EMPRESA EN EL FUTURO		
CAMBIOS ESPERADOS (son circunstancias reales que vemos que van a venir y que van a favorecer el desempeño del Sector)	CAMBIOS TEMIDOS (son circunstancias reales que vemos que van a venir pero que van a perjudicar el desempeño del Sector)	CAMBIOS ANHELADOS (son situaciones que nos gustaría que ocurrieran porque van a favorecer el desempeño del Sector)
<ul style="list-style-type: none"> • Acceso vial • Red inalámbrica de internet. • Punto de información turística. • Página web. • Seguridad democrática. • Macroproyectos turísticos. • Incremento de la oferta turística. • Diversificación de productos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento en los impuestos. • Informalidad en la actividad turística sin control. • Escasos recursos de inversión. • Falta de organización de la movilidad vial. • Falta de Señalización. • Masificación de un turismo de bajo poder adquisitivo. • Degradación del medio ambiente. • Prestación de un servicio turístico empírico. • Recesión económica mundial. • Fenómeno climático. • Competencia desleal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de estándares de calidad. • Capacidad financiera para el mejoramiento de infraestructura e implementación de los estándares de calidad. • Un municipio señalizado. • Capacitación en información turística desde los establecimientos educativos. • Control estatal y municipal sobre el sector turístico. • Un turismo sostenible en el mercado y en el tiempo. • Legalización de los establecimientos . • Creación de la secretaria de turismo. • Cooperación y articulación de los actores del sector. • Compromiso por parte de los organismos gubernamentales.

		<ul style="list-style-type: none"> • Festival Nacional del chorizo. • Ejecución de los macro proyectos. • Promoción turística nacional. • Desarrollar nuevos atractivos como teleférico
--	--	---

Matriz DOFA

FACTORES	QUE JUEGAN A FAVOR DEL SECTOR	QUE JUEGAN EN CONTRA DEL SECTOR
Internos al Sector	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recurso hídrico y natural Termalismo • Presencia de una cooperativa de turismo de Santa Rosa de Cabal (Turiscabal) • Producto gastronómico identificado a nivel nacional e internacional (Chorizo). • Artesanías. • Cámara de Comercio Jalonando el turismo. • Planta turística (Hoteles y restaurantes en crecimiento continuo) 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carencia de parqueaderos • Carencia de centros de convenciones. • No se hacen cumplir las normas • Informalidad de los comerciantes. • Incapacidad de gestionar el turismo mediante nuestros atractivos turísticos • Informalidad en los comerciantes del sector turístico.
Externos al Sector	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento de las convocatorias turísticas vigentes. • Efectiva participación en ferias especializadas de turismo. • Participación en misiones comerciales. • Creación y organización de eventos turísticos tanto nacionales como internacionales. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procesos de cambio climático • Recesión económica mundial. • Surgimiento de otros destinos turísticos en el país.

GRUPO 2 OPERADORES Y ATRACTIVOS



Matriz de Cambio

INDIQUE LOS CAMBIOS QUE PUEDE O VA A TENER ESTE SECTOR EN EL FUTURO		
CAMBIOS ESPERADOS	CAMBIOS TEMIDOS	CAMBIOS ANHELADOS
(son circunstancias reales que vemos que van a venir y que van a favorecer el desempeño del Sector)	(son circunstancias reales que vemos que van a venir pero que van a perjudicar el desempeño del Sector)	(son situaciones que nos gustaría que ocurrieran porque van a favorecer el desempeño del Sector)

<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación del sector • Participación gubernamental • Personal especializado • Certificación en prestación de servicios y de personal • Nuevas empresas • Aplicación de políticas turísticas • Profesionalización del sector • Mejoramiento de la calidad en el servicio • Acceso Pereira-Santa Rosa, laguna del Otún y en general (conectividad) • Presentación de actividades alternas al termalismo • Santa Rosa como pionero a nivel nacional en instituciones vinculadas al turismo, "Colegios amigos del turismo" • Hay inversiones en mejoramiento de los atractivos y en empresas del sector • Mejoramiento seguridad • Beneficios por cambio climático 	<ul style="list-style-type: none"> • Informalidad del turismo • Poco espacio público • Falta seguridad a pesar de haber mejorado y la mala prensa • Falta de participación de los actores turísticos en procesos • Descoordinación del sector • El auge de destinos nacionales que afecta si no trabajamos en mejorar • Cambios climáticos • Crisis económica • Falta de un centro de información y capacitación de informadores turísticos • Desacuerdo en horarios de prestación de servicios turísticos y comerciales • Vías turísticas en mal estado • Aumento de tarifas en la región • Todavía no se cumplen las expectativas del turista • Competencia desleal • Politiquería en la ejecución de contratos para desarrollos turístico • Falta señalización 	<ul style="list-style-type: none"> • Unión de los sectores • Aprovechamiento de atractivos (tipologías) • Unión con el termalismo • Seguridad • Capacitaciones efectivas • Mayor tecnología • Crear estrategias para combinar servicios que se prestan (paquetes) • Santa Rosa como mejor destino turístico del país • Aprovechamiento del paisaje incluyendo los artesanos • Que santa Rosa aprovechara más la cultura • Mas participación de las entidades públicas (policía y administración) • Acondicionamiento de vías • Campaña para incentivar turismo • PIT bien (buen punto de información turística en Santa Rosa) • Buscar diversificación turística • Acompañamiento permanente del sector académico • Fortalecer la agremiación • Apostarle mas a la parte ambiental • Control y seguimiento de parte del ente territorial • Fortalecimiento de ONG's • Cultura turística
--	---	--

Matriz DOFA

FACTORES	QUE JUEGAN A FAVOR DEL SECTOR	QUE JUEGAN EN CONTRA DEL SECTOR
INTERNOS AL SECTOR	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tenemos termalismo posicionado como producto y por tipología de agua termal • Oferta gastronómica variada y de calidad • Hay mucha oferta y variedad artesanal (madera, muebles, bisutería, tejidos y ponchos) organizada (asociada) disponible al turista al igual que la Hotelería • Ubicación geoestratégica privilegiada y accesibilidad como ciudad intermedia • Buen flujo de turistas • Procesos activos de profesionalización del sector con distintos niveles institucionales (Sena, Universidad Unisarc y Tecnológica) • Aseguramiento de la calidad paisajística, biodiversidad y bienes y servicios ambientales a través del Sistema municipal de áreas protegidas • Hay eventos institucionalizados desarrollados en el municipio (Fiestas de las Araucarias, Ciclomontañismo, Villancicos, Semana Bolivariana) 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los eventos no están articulados con el sector turístico • Deficiente estado de las vías • Falta de articulación de la parte administrativa con el sector turístico en cuanto a control, sanción, reglamentación, • No hay señalización turística adecuada • Falta de control de calidad gastronómica en manipulación de alimentos (BPM) • Competencia desleal de los informales con los formales (calidad, precio, servicio) • No estamos preparados para atender demanda extranjera
EXTERNOS AL SECTOR	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acceso Pereira-Santa Rosa, laguna del Otún y en general (conectividad) • Hay inversiones en mejoramiento de atractivos 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambio climático • Cambio de las rutas de transporte intermunicipal

4.2 ANALISIS Y RESULTADOS.

MATRIZ DOFA CONSOLIDADA

FACTORES	QUE JUEGAN A FAVOR DEL SECTOR	QUE JUEGAN EN CONTRA DEL SECTOR
<p style="text-align: center;">INTERNOS AL SECTOR</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Termalismo posicionado como producto y por tipología de agua termal • Oferta gastronómica variada y de calidad – Producto gastronómico identico a nivel nacional e internacional (Chorizo) • Variedad artesanal (madera, muebles, bisutería, tejidos y ponchos) organizada (asociada) disponible al turista. • Planta turística (Hoteles y restaurantes en crecimiento continuo) • Ubicación geoestratégica privilegiada y accesibilidad como ciudad intermedia • Buen flujo de turistas • Procesos activos de profesionalización del sector con distintos niveles institucionales (Sena, Universidad Unisarc y Tecnológica) • Sistema municipal de áreas protegidas con una excelente oferta de biodiversidad y bienes y servicios ambientales • Existen eventos institucionalizados desarrollados en el municipio (Fiestas de las Araucarias, Ciclomontañismo, Villancicos, Semana Bolivariana) • Presencia de una cooperativa de turismo de Santa Rosa de Cabal (Turiscabal) • Cámara de Comercio Jalonando el turismo. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los eventos no están articulados con el sector turístico • Deficiente estado de las vías • Falta de articulación de la parte administrativa con el sector turístico en cuanto a control, sanción, reglamentación, • No hay señalización turística adecuada • Falta de control de calidad gastronómica en manipulación de alimentos (BPM) • Competencia desleal de los informales con los formales (calidad, precio, servicio) • No estamos preparados para atender demanda extranjera • Debilidad en la planta turística (carencia de parqueaderos y centros de convenciones) • Informalidad de empresas y en el servicio (normatividad – falta de control) • Falta de gestión para la comercialización turística.
<p style="text-align: center;">EXTERNOS AL SECTOR</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acceso Pereira-Santa Rosa, laguna del Otún y en general (conectividad) • Hay inversiones en mejoramiento de atractivos 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambio climático • Recesión económica mundial.

	<ul style="list-style-type: none">• Aprovechamiento de las convocatorias turísticas vigentes- proyectos• Efectiva participación en ferias especializadas de turismo.	<ul style="list-style-type: none">• Surgimiento de otros destinos turísticos en el país.
--	---	--

ANALISIS DE ESCENARIOS

La determinación de los ESCENARIOS se convirtió en el momento más importante del análisis prospectivo porque en él los actores del turismo que habían participado en el proceso pudieron diseñar las opciones de futuro que tiene el turismo en el municipio. Para ello se empleó la Técnica de los Ejes de Peter Schwart”, la cual parte de elegir los vectores o direccionadores de futuro a partir de las cuatro variables estratégicas obtenidas a partir técnica de los Factores de Cambio, que a su vez se obtuvieron aplicando la Matriz de Cambio y la Matriz DOFA

Factores		Calificación de los actores				
		A	B	C	D	P
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

Calificación
5 puntos = muy importante
4 puntos = importante
3 puntos = duda
2 puntos = poco importante
1 punto = no importante
0 puntos = no respuesta

Para la metodología se conservó el esquema de división del grupo de actores en dos, según su afinidad con los servicios de restaurante y alojamientos, y según agencias de viajes y servicios de ocio; algunos actores institucionales se distribuyeron aleatoriamente en los dos grupos anteriores.

En ambos grupos se trabajó a partir de los Factores de Cambio, donde cada actor participó en la calificación del conjunto de factores obtenidos para luego promediar los resultados y obtener los más importantes, es decir, aquellos que realmente se pueden considerar como *variables estratégicas* y que son las determinantes para construir los *direccionadores o vectores de futuro*.

SUBSECTOR DE ALOJAMIENTOS Y RESTAURANTES

A continuación se presentan los Factores de Cambio identificados en el subgrupo de Alojamientos y Restaurantes. Dichos factores ya fueron promediados a partir de calificaciones

entregadas por los cinco actores que estuvieron presentes en el taller, quienes calificaron todos los factores de la lista. La información se encuentra organizada a partir de los factores que obtuvieron mayores puntajes.

4	Página Web	4	5	4	4	4	4,20
11	Escasos recursos de inversión.	4	4	4	5	4	4,20
19	Competencia desleal.	4	5	4	4	4	4,20
31	Ejecución de los macro proyectos.	4	4	4	4	5	4,20
33	Desarrollar nuevos atractivos como teleférico	4	5	4	4	4	4,20
40	Carencia de Parqueaderos	4	5	4	4	4	4,20
41	Carencia de Centro de Convenciones	4	5	4	4	4	4,20
43	Informalidad de los comerciantes	4	4	4	4	5	4,20
46	Aprovechamiento de las convocatorias turísticas vigentes.	4	4	5	4	4	4,20
47	Efectiva participación en ferias especializadas de turismo.	4	5	4	4	4	4,20
2	Red inalámbrica de internet	4	4	4	4	4	4,00
5	Seguridad democrática	4	4	4	4	4	4,00
7	Incremento de la oferta turística	4	4	4	4	4	4,00
8	Diversificación de productos turísticos	4	4	4	4	4	4,00
9	Incremento en los impuestos.	4	4	4	4	4	4,00
12	Falta de organización de la movilidad vial.	4	4	4	4	4	4,00
13	Falta de Señalización.	4	4	4	4	4	4,00
16	Prestación de un servicio turístico empírico.	4	4	4	4	4	4,00
17	Recesión económica mundial.	4	4	4	4	4	4,00
18	Fenómeno climático.	4	4	4	4	4	4,00
22	Un municipio señalado.	4	4	4	4	4	4,00
35	Presencia de una cooperativa de turismo de Santa ros de cabal (Turiscabal)	4	4	4	4	4	4,00
37	Artesanías	4	4	4	4	4	4,00
39	Planta turística (hoteles y restaurantes en crecimiento continuo)	4	4	4	4	4	4,00
44	Incapacidad de gestionar el trismo mediante nuestros atractivos turísticos	4	4	4	4	4	4,00
48	Participación en misiones comerciales	4	4	4	4	4	4,00
52	Surgimiento de otros destinos turísticos en el país.	4	4	4	4	4	4,00
14	Masificación de un turismo de bajo poder adquisitivo.	4	4	3	4	3	3,60

45	Informalidad en los comerciantes del sector turísticos.	0	0	0	0	0	0,00
50	Procesos de cambios climáticos.	0	0	0	0	0	0,00
51	Recesión económica mundial	0	0	0	0	0	0,00

A partir de las calificaciones asignadas y los promedio obtenidos se identificaron 11 Variables Estratégicas ocupando el primero y segundo lugar en puntaje. Esta situación obligó a los miembros de este grupo a construir los primeros dos direccionadores agrupando dichas variables, y a partir del consenso, redefinir su redacción para construir cada direccionador. Los dos primeros direccionadores se obtuvieron a partir de aquellas variables con calificación 4.8 y se utilizaron para el primer ejercicio de escenarios y los últimos direccionadores se obtuvieron a partir de aquellas variables con 4.6 y se utilizaron para el segundo ejercicio de escenarios. Algunas variables estratégicas fueron desechadas, lo cual no afecta el ejercicio pues se descartaron por consenso y luego de debatir su pertinencia.

	VARIABLES ESTRATEGICAS	PROMEDIO
1	Acceso vial	4,80
1	Manejo de estándares de calidad.	4,80
1	Un turismo sostenible en el mercado y en el tiempo.	4,80
1	Compromiso por parte de los organismos gubernamentales.	4,80
2	Punto de información turística	4,60
2	Informalidad en la actividad turística sin control.	4,60
2	Creación de la secretaria de turismo.	4,60
2	Festival Nacional del chorizo.	4,60
2	Recurso hídrico y natural termalismo	4,60
2	Producto gastronómico identificado a nivel nacional e internacional (Chorizo)	4,60
2	Creación y organización de eventos turísticos tanto nacionales como internacionales.	4,60

Los direccionadores obtenidos son los siguientes:

VARIABLES ESTRATÉGICAS	DIRECCIONADOR DE FUTURO
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de estándares de calidad. 	Manejo de estándares de calidad.
<ul style="list-style-type: none"> • Acceso vial • Compromiso por parte de los organismos gubernamentales. • Un turismo sostenible en el mercado y en el tiempo. 	Compromiso por parte de los organismos gubernamentales
<ul style="list-style-type: none"> • Creación y organización de eventos turísticos tanto nacionales como internacionales. • Festival Nacional del chorizo. • Producto gastronómico identificado a nivel nacional e internacional (Chorizo) 	Creación y organización de eventos turísticos tanto nacionales como internacionales
<ul style="list-style-type: none"> • Informalidad en la actividad turística sin control. • Creación de la secretaria de turismo • Punto de información turística 	Cooperación y articulación de los actores del sector.

En el ejercicio, los miembros del grupo definieron confrontar los siguientes direccionadores entre sí:

TECNICA EJES DE PETER SCHWART	DIRECCIONADORES DE FUTURO
<ul style="list-style-type: none"> • PRIMER ANÁLISIS DE ESCENARIOS 	Manejo de estándares de calidad.
	Creación y organización de eventos turísticos tanto nacionales como internacionales
<ul style="list-style-type: none"> • SEGUNDO ANÁLISIS DE 	Compromiso por parte de los organismos gubernamentales

ESCENARIOS	Cooperación y articulación de los actores del sector.
------------	---

Para el desarrollo de los escenarios se tuvo en cuenta lo siguiente:

- Asignarle un nombre a cada escenario
- Asumir que en el año 2011 se estará viviendo la situación que marcan los direccionadores de futuro
- Que las ideas expuestas sean coherentes, pertinentes, transparentes y verosímiles

PRIMER ANÁLISIS DE ESCENARIOS



En ese primer caso, el conjunto de actores determinó que el municipio se encuentra en el cuadrante (-, -), que es el escenario No.1 denominado “Destino poco interesante”, el cual se caracteriza por un desarrollo turístico sin manejo de estándares de calidad que equivale a un

desarrollo de servicios donde el centro del esfuerzo empresarial no ésta en el cliente y, además, donde falta la creación y organización de eventos turísticos lo que equivale a un desarrollo turístico centrado en los atractivos existentes, ya posicionados, pero que están demostrando que han llegado al máximo de su capacidad de atención, por lo menos en las épocas de temporadas turísticas altas, limitando con ello la expansión del sistema turístico y la sobre oferta de servicios en las temporadas bajas.

El cuadrante opuesto (+, +) se encuentra el escenario No.4 que muestra el escenario más deseable, el más optimista donde las dos situaciones de partida se han superado demostrando la ruta de avance sectorial deseable para todos. El camino ha recorrer en esta dirección suele ser la más exigente y por ende la más difícil de lograr en el corto plazo. Por lo tanto, es necesario avanzar primero por los escenarios 2 y 3 que muestran los caminos que de alguna manera hay que atender lo antes posible. En ese caso hay dos opciones: avanzar en el mejoramiento de los estándares de calidad y posteriormente en el desarrollo de los eventos (escenario 2) o avanzar en el desarrollo de los eventos, en primera instancia, y luego el mejoramiento de la calidad (escenario 3)

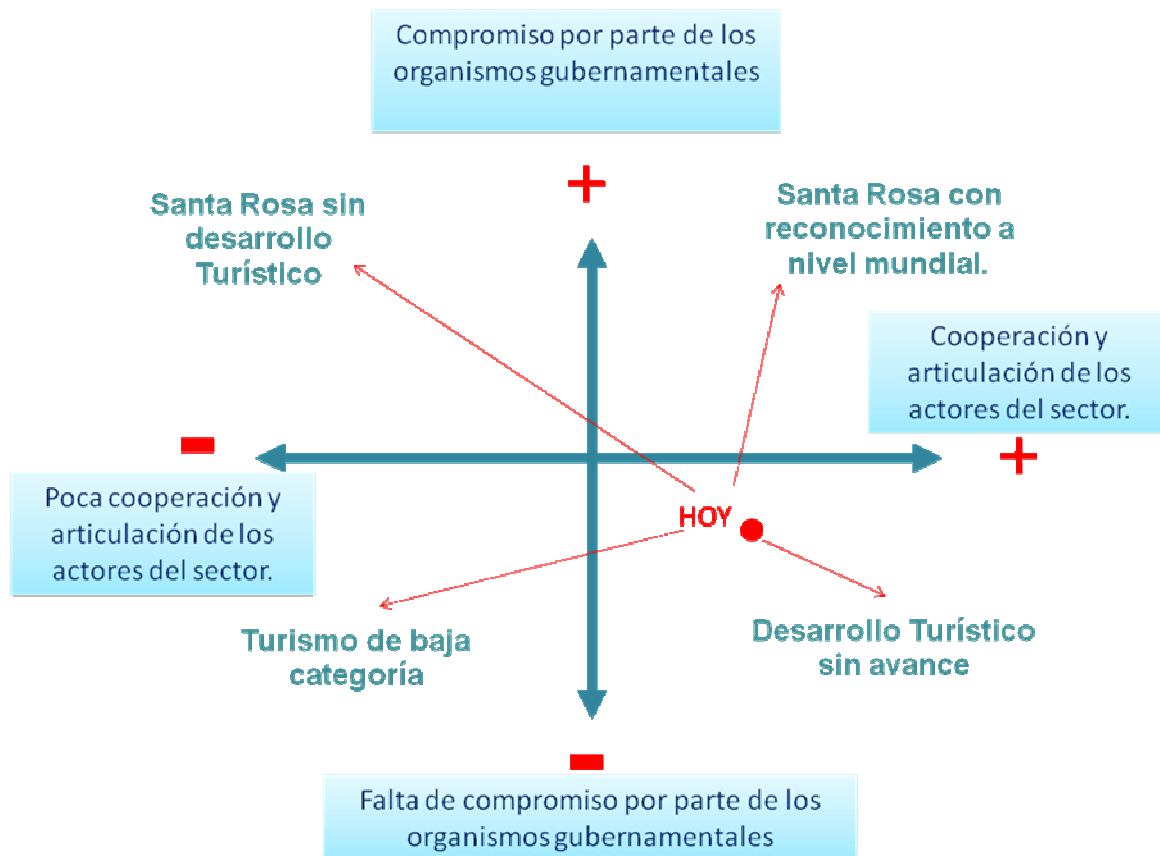
En el escenario 2 , “Santa Rosa de calidad y poca actividad”, se le está apostando a que, al final, cuando se logre mejorar la oferta de eventos turísticos los turistas se llevaran la mejor impresión del municipio y la certeza de haber sido atendidos con el nivel que se les ofreció. El riesgo está en quedarse en el proceso de mejorar la calidad, con el esfuerzo económico que ello implica y perder la oportunidad de innovar en atractivos, como es el caso de la estrategia de eventos turísticos.

En el escenario 3, “ No perdura en el tiempo, fracaso”, se le está apostando a desarrollar de manera inmediata una oferta de eventos para luego mejorar la calidad, lo cual conlleva al riesgo de dejar turistas insatisfechos por problemas con la atención en la prestación de los servicios, lo cual es la situación menos deseable para el sector turístico, pues un turista insatisfecho habla de su mala experiencia a 11 personas, en tanto que el satisfecho apenas le habla a dos de su experiencia satisfactoria.

En todos los escenarios, sin embargo se está trabajando para lo que los empresarios consideran la mejor apuesta de futuro, como es crear una agenda de eventos en el municipio que atraigan visitantes en aquellas épocas “frías” para la visitación, es decir, en la baja temporada, buscando fortalecer la visitación en fines de semana y puentes festivos, e incluso, mercados internacionales, dado que los estándares de calidad usualmente remiten al bilingüismo y remiten a estándares comunes a nivel internacional. De esta manera se logrará consolidar el mercado de alta temporada, atraído poderosamente por la oferta termal acompañada de la gastronómica (el chorizo principalmente), y se mejorará la ocupación y

demanda de servicios en la baja temporada. Adicionalmente, se logrará nacionalizar e internacionalizar la imagen del municipio, dado que los eventos suelen atraer también la atención de los medios de comunicación en sus programas con secciones de farándula y afines.

SEGUNDO ANÁLISIS DE ESCENARIOS



En ese primer caso, el conjunto de actores determinó que el municipio se encuentra en el cuadrante (-, -), que es el escenario No.1 denominado “Turismo de Baja Categoría”, el cual se caracteriza por un turismo donde los actores del sector cooperan poco entre sí y demuestran un clara desarticulación y donde, además, el Estado presenta una clara falta de compromiso

para con el sector, limitando con ello el mejoramiento del nivel de la oferta que actualmente se da, es decir, esta situación está llevando al municipio a su estancamiento como destino.

El cuadrante opuesto (+, +) se encuentra el escenario No.4 que muestra el escenario más deseable, el más optimista donde las dos situaciones de partida se han superado demostrando la ruta de avance sectorial deseable para todos. El camino ha recorrer en esta dirección suele ser el más exigente y por ende el más difícil de lograr en el corto plazo. Por lo tanto, es necesario avanzar primero por los escenarios 2 y 3 que muestran los caminos que de alguna manera hay que atender lo antes posible. En ese caso hay dos opciones: avanzar primero en el mejoramiento de la coordinación de los actores para luego lograr un mayor compromiso del Estado (escenario 2) o avanzar en gestiones conducentes a mejorar la participación del Estado para entonces mejorar la articulación entre todos los actores (escenario 3)

En el escenario 2, “Desarrollo turístico sin avance” se decide trabajar primero por mejorar la articulación y cooperación entre los diversos actores del sector, lo cual deberán lograr sin la participación del Estado porque probablemente éste sólo entrará a participar posteriormente cuando los demás actores habrán mejorado su capacidad de articulación, y por ende de negociación. Es conocido que para que el Estado responda requiere de Gremios consolidados y en sinergia con otros actores como centros de formación y organizaciones cívicas, entre otros. Para lo actores que elaboraron este escenario es previsible que el desarrollo turístico del municipio se estanque hasta tanto se consoliden las cargas entre los direccionadores de futuro.

En el escenario 3, “Santa Rosa sin desarrollo turístico”, se opta por gestionar una mejor vinculación del Estado en el desarrollo turístico, llevando a un segundo plano la cooperación y articulación entre los actores del sector. Para lo actores que desarrollaron esta propuesta esta es una opción que no lleva al desarrollo turístico pues poco se podrá obtener del gobierno municipal, o bien departamental si los actores no tienen propuestas y demandas sectoriales, precisamente porque no presentan consenso, acuerdos, estrategias, etc.

SUBSECTOR DE AGENCIAS DE VIAJES Y SERVICIOS DE OCIO

A continuación se presentan los Factores de Cambio identificados en el subgrupo de Agencias de Viajes y Servicios de Ocio. Dichos factores ya fueron promediados a partir de calificaciones entregadas por los siete actores que estuvieron presentes en el taller, quienes calificaron

todos los factores de la lista. La información se encuentra organizada a partir de los factores que obtuvieron mayores puntajes.

Numeración original	FACTORES (Operadores y Atractivos)	CALIFICACIÓN DE LOS "EMPRESARIOS"							PROMEDIO
		A	B	C	D	E	F	G	
	Calificación: 5 puntos = muy importante (sólo se puede calificar con este valor el 25% de los factores); 4 puntos = importante; 3 puntos = duda; 2 puntos = poco importante; 1 punto = no importante; 0 puntos = no responde								
37	Crear estrategias para combinar servicios que se prestan (paquetes)	5	5	4	5	5	5	4	4,71
1	Capacitación del sector	5	5	5	4	5	3	4	4,43
8	Mejoramiento de la calidad en el servicio	3	5	5	5	5	4	4	4,43
18	Falta de participación de los actores turísticos en procesos	5	5	3	5	4	5	4	4,43
62	Falta de articulación de la parte administrativa con el sector turístico en cuanto a control, sanción, reglamentación,	4	4	4	5	4	5	5	4,43
4	Certificación en prestación de servicios y de personal	5	4	4	3	4	5	5	4,29
11	Santa Rosa como pionero a nivel nacional en instituciones vinculadas al turismo, "Colegios amigos del turismo"	4	5	5	4	4	4	4	4,29
23	Falta de un centro de información y capacitación de informadores turísticos	5	5	4	4	4	4	4	4,29
41	Mas participación de las entidades públicas (policía y administración)	4	5	4	3	4	5	5	4,29
47	Fortalecer la agremiación	4	5	4	4	5	4	4	4,29
7	Profesionalización del sector	4	3	5	5	4	4	4	4,14
19	Descoordinación del sector	4	5	3	4	5	5	3	4,14
27	Todavía no se cumplen las expectativas del turista	4	4	4	4	4	5	4	4,14
39	Aprovechamiento del paisaje incluyendo los artesanos	5	4	5	3	4	4	4	4,14
6	Aplicación de políticas turísticas	4	3	4	5	4	3	5	4,00
10	Presentación de actividades alternas al termalismo	4	4	5	5	5	0	5	4,00
15	Informalidad del turismo	4	5	3	5	3	4	4	4,00
29	Politiquería en la ejecución de contratos para desarrollos turístico	4	4	4	4	4	4	4	4,00
31	Unión de los sectores	4	4	5	4	4	3	4	4,00
36	Mayor tecnología	5	4	4	4	4	3	4	4,00
54	Hay mucha oferta y variedad artesanal (madera, muebles, bisutería, tejidos y ponchos) organizada (asociada) disponible al turista al igual que la Hotelería	4	4	4	4	4	3	5	4,00

55	Ubicación geoestratégica privilegiada y accesibilidad como ciudad intermedia	5	4	4	3	4	5	3	4,00
12	Hay inversiones en mejoramiento de los atractivos y en empresas del sector	5	4	4	3	2	4	5	3,86
16	Poco espacio público	3	4	5	4	3	3	5	3,86
38	Santa Rosa como mejor destino turístico del país	4	4	4	3	4	3	5	3,86
43	Campaña para incentivar turismo	4	4	4	3	5	3	4	3,86
45	Buscar diversificación turística	4	2	4	3	5	5	4	3,86
46	Acompañamiento permanente del sector académico	4	4	4	3	4	4	4	3,86
48	Apostarle mas a la parte ambiental	4	4	4	3	4	4	4	3,86
3	Personal especializado	4	3	4	4	4	3	4	3,71
13	Mejoramiento seguridad	4	4	5	5	4	0	4	3,71
22	Crisis económica	4	4	4	4	3	3	4	3,71
25	Vías turísticas en mal estado	5	0	4	4	5	4	4	3,71
32	Aprovechamiento de atractivos (tipologías)	3	3	4	3	5	3	5	3,71
40	Que santa Rosa aprovechara más la cultura	4	3	5	3	2	5	4	3,71
51	-Cultura turística	4	4	4	5	3	3	3	3,71
56	Buen flujo de turistas	5	4	3	5	2	3	4	3,71
59	Hay eventos institucionalizados desarrollados en el municipio (Fiestas de las Araucarias, Ciclomontañismo, Villancicos, Semana Bolivariana)	4	4	0	5	4	4	5	3,71
64	Falta de control de calidad gastronómica en manipulación de alimentos (BPM)	4	4	4	4	2	5	3	3,71
20	El auge de destinos nacionales que afecta si no trabajamos en mejorar	5	4	3	3	2	4	4	3,57
26	Aumento de tarifas de servicios turísticos en la región	3	5	4	3	3	4	3	3,57
57	Procesos activos de profesionalización del sector con distintos niveles institucionales (Sena, Universidad Unisarc y Tecnológica)	5	4	4	3	0	5	4	3,57
60	Los eventos no están articulados con el sector turístico	4	4	0	5	4	5	3	3,57
5	Nuevas empresas	4	5	4	3	1	3	4	3,43
24	Desacuerdo en horarios de prestación de servicios turísticos y comerciales	0	4	4	4	4	4	4	3,43
17	Falta seguridad a pesar de haber mejorado y la mala prensa	2	4	0	4	4	4	4	3,14
33	Unión con el termalismo	4	3	2	3	2	4	4	3,14
35	Capacitaciones efectivas	3	4	0	4	4	3	4	3,14
65	Competencia desleal de los informales con los formales (calidad,	4	0	0	4	4	5	5	3,14

	precio, servicio)								
9	Acceso Pereira-Santa Rosa, laguna del Otún y en general (conectividad)	3	0	4	4	2	4	4	3,00
53	Oferta gastronómica variada y de calidad	4	4	4	5	0	0	4	3,00
66	No estamos preparados para atender demanda extranjera	3	0	3	4	4	4	3	3,00
14	Beneficios por cambio climático	3	0	4	3	3	3	4	2,86
44	PIT (Punto de Información Turística) funcionando bien	4	4	5	3	0	0	4	2,86
49	-Control y seguimiento de parte del ente territorial	3	5	3	4	0	0	5	2,86
52	Tenemos termalismo posicionado como producto y por tipología de agua termal	2	0	4	3	3	4	4	2,86
30	Falta señalización	3	4	5	4	0	0	3	2,71
50	-Fortalecimiento de ONG's	3	1	4	1	4	3	3	2,71
70	Cambio de las rutas de transporte intermunicipal	4	1	1	4	2	4	3	2,71
2	Participación gubernamental	5	2	5	3	0	0	3	2,57
58	Aseguramiento de la calidad paisajística, biodiversidad y bienes y servicios ambientales a través del Sistema municipal de áreas protegidas	3	3	0	2	2	4	4	2,57
63	No hay señalización turística adecuada	3	0	0	5	2	4	4	2,57
34	Seguridad	5	4	0	4	0	0	4	2,43
42	Acondicionamiento de vías	4	0	5	4	0	0	4	2,43
28	Competencia desleal	3	0	3	4	0	0	5	2,14
61	Deficiente estado de las vías	4	0	0	4	0	0	4	1,71
21	Cambios climáticos	3	0	2	3	0	0	3	1,57
67	Acceso Pereira-Santa Rosa, laguna del Otún y en general (conectividad)	0	0	0	0	0	0	0	0,00
68	Hay inversiones en mejoramiento de atractivos	0	0	0	0	0	0	0	0,00
69	Cambio climático	0	0	0	0	0	0	0	0,00

A partir de las calificaciones asignadas y los promedio obtenidos se identificaron 10 Variables Estratégicas, una de ellas ocupando el primer puntaje y 4 en el segundo lugar y cinco en el tercero. Esta situación obligó a los miembros de este grupo a construir los direccionadores dos, tres y cuatro agrupando variables, y a partir del consenso, redefinir su redacción para construir cada direccionador. Pero para obtener los otros direccionadores el grupo definió identificar las afinidades que tenían las variables entre sí y agruparlas.

	VARIABLES ESTRATEGICAS	PROMEDIO
1	Crear estrategias para combinar servicios que se prestan (paquetes)	4,71
2	Capacitación del sector	4,43
2	Mejoramiento de la calidad en el servicio	4,43
2	Falta de participación de los actores turísticos en procesos	4,43
2	Falta de articulación de la parte administrativa con el sector turístico en cuanto a control, sanción, reglamentación,	4,43
3	Certificación en prestación de servicios y de personal	4,29
3	Santa Rosa como pionero a nivel nacional en instituciones vinculadas al turismo, "Colegios amigos del turismo"	4,29
3	Falta de un centro de información y capacitación de informadores turísticos	4,29
3	Mas participación de las entidades públicas (policía y administración)	4,29
3	Fortalecer la agremiación	4,29

Los direccionadores obtenidos son los siguientes:

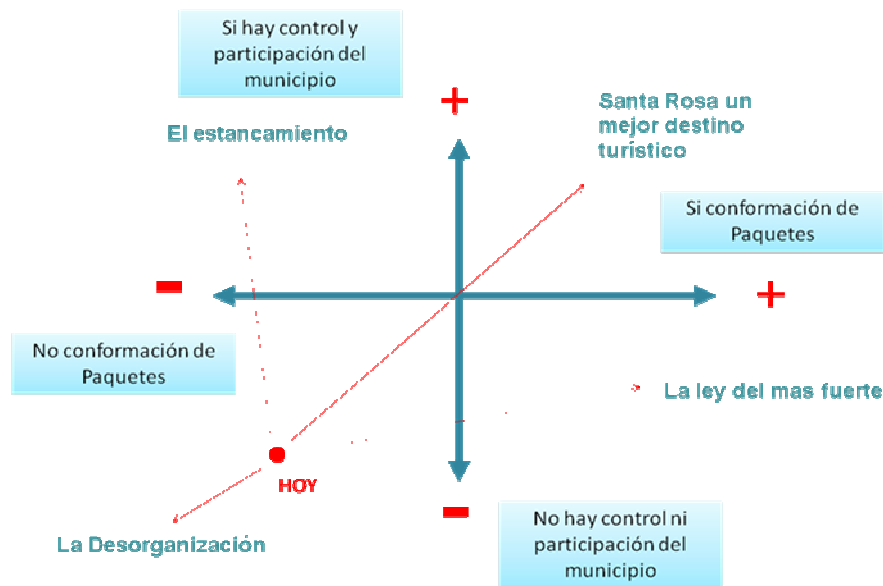
VARIABLES ESTRATÉGICAS	DIRECCIONADOR DE FUTURO
<ul style="list-style-type: none"> • Crear estrategias para combinar servicios que se prestan (paquetes) 	Conformación de Paquetes Turísticos
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de participación de los actores turísticos en procesos • Falta de articulación de la parte administrativa con el sector turístico en cuanto a control, sanción, reglamentación 	Participación y Control de la Administración Municipal en el Sector Turístico
<ul style="list-style-type: none"> • Mas participación de las entidades públicas (policía y administración) 	Trabajo en red entre los actores del turismo

<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la agremiación 	
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación del sector • Mejoramiento de la calidad en el servicio • Certificación en prestación de servicios y de personal • Santa Rosa como pionero a nivel nacional en instituciones vinculadas al turismo, "Colegios amigos del turismo" • Falta de un centro de información y capacitación de informadores turísticos 	Capacitación para la calidad y cultura turística

En el ejercicio, los miembros del grupo definieron confrontar los siguientes direccionadores entre sí:

TECNICA EJES DE PETER SCHWART	DIRECCIONADORES DE FUTURO
<ul style="list-style-type: none"> • PRIMER ANÁLISIS DE ESCENARIOS 	Conformación de Paquetes Turísticos
	Participación y Control de la Administración Municipal en el Sector Turístico
<ul style="list-style-type: none"> • SEGUNDO ANÁLISIS DE ESCENARIOS 	Trabajo en red entre los actores del turismo
	Capacitación para la calidad y cultura turística

PRIMER ANÁLISIS DE ESCENARIOS



En ese primer caso, el conjunto de actores determinó que el municipio se encuentra en el cuadrante (-, -), que es el escenario No.1 denominado “La desorganización” el cual se caracteriza por un sector turístico sin desarrollo de producto o paquetes y sin acciones gubernamentales para controlar la actividades, es más sin la real participación del gobierno en el direccionamiento del desarrollo del sector.

El cuadrante opuesto (+, +) se encuentra el escenario No.4 que muestra el escenario más deseable, el más optimista donde las dos situaciones de partida se han superado demostrando la ruta de avance sectorial deseable para todos. El camino ha recorrer en esta dirección suele ser la más exigente y por ende la más difícil de lograr en el corto plazo. Por lo tanto, es necesario avanzar primero por los escenarios 2 y 3 que muestran los caminos que de alguna manera hay que atender lo antes posible. En ese caso hay dos opciones: avanzar en el desarrollo de paquetes para luego mejorar la participación del gobierno (escenario 2), o avanzar en el mejoramiento de la participación del Estado para luego gestionar paquetes (escenario 3).

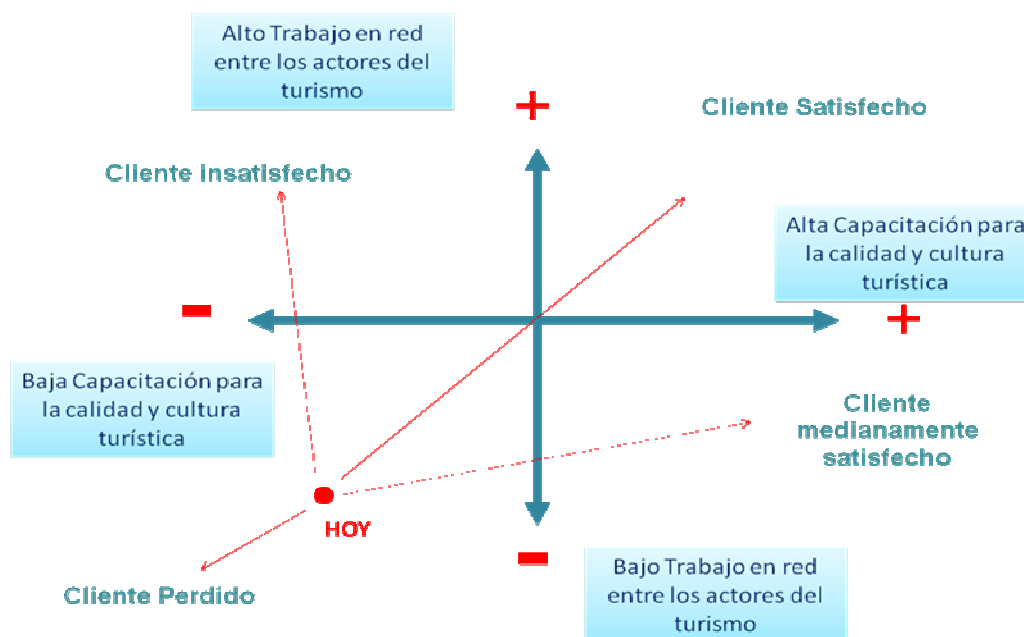
En el escenario (2), “la ley del más fuerte”, el Sector encontrará que aquellos empresario más grandes y más robustos en recursos tendrán la tarea de abrir mercados turísticos, de cautivar clientes para el municipio y sin lugar a dudas serán ellos los principales beneficiarios, y que por lo tanto habrá que consolidar primero lo que ellos ofrecen y que luego se deberá avanzar en la participación del Estado para controlar a aquellos empresarios que habrán surgido de manera informal, al margen de los parámetro de calidad y probablemente de algunas normativas, o bien para orientar el desarrollo del sector que probablemente estará inmerso en

numerosos conflictos de poder, de organización, de distribución de la riqueza, de ajuste a la normatividad ambiental, tributaria y laboral.

En el escenario 2, “El estancamiento”, el Sector deberá trabajar primero en la efectiva inserción del gobierno municipal y departamental en el desarrollo de la actividad turística regulándola, dirigiéndola, fomentándola, para luego empezar a desarrollar paquetes, con el riesgo de quedarse en debates politiqueros que los dispersaran y harán bajar la guardia en medio de la oferta de destinos nacionales emergentes como consecuencia de la recuperación de territorios colombianos, antes ocupados por la violencia.

En todos los escenarios, sin embargo se está trabajando para lo que los empresarios consideran la mejor apuesta de futuro, como es crear un sector turístico donde hay participación del Estado y hay gestión de nuevos productos para los mercados turísticos manteniendo vigente la oferta municipal. Es sin lugar a dudas el escenario del verdadero Fomento al Turismo, donde hay colaboración y complementariedad real entre Estado y Gremio, como alianza fuerte para la competitividad del Destino.

SEGUNDO ANÁLISIS DE ESCENARIOS



En ese primer caso, el conjunto de actores determinó que el municipio se encuentra en el cuadrante (-, -), que es el escenario No.1 denominado “Cliente Perdido”, el cual se caracteriza por un desarrollo turístico con baja capacitación para el servicio turístico y con un bajo trabajo en red por parte de los actores del turismo, un pensamiento que evidencia su condición de agentes y operadores de viajes y servicios turísticos especializados, un subsector que siempre reclama las cadenas productivas como metodología para lograr armar paquetes y calidad como argumento para conquistar mercados, dos elementos que hoy le otorgan a Santa Rosa más clientes perdidos, pues manifiestan insatisfacción afectando su imagen como destino.

El cuadrante opuesto (+, +) se encuentra el escenario No.4 que muestra el escenario más deseable, el más optimista donde las dos situaciones de partida se han superado demostrando la ruta de avance sectorial deseable para todos. El camino ha recorrer en esta dirección suele ser la más exigente y por ende la más difícil de lograr en el corto plazo. Por lo tanto, es necesario avanzar primero por los escenarios 2 y 3 que muestran los caminos que de alguna manera hay que atender lo antes posible. En ese caso hay dos opciones: Avanzar en el la capacitación de los actores del turismo, incluida la comunidad para luego mejorar el trabajo en red (escenario 2), o avanzar en el mejoramiento del trabajo en red para luego mejorar las acciones de capacitación.

En el escenario 2, “Cliente medianamente satisfecho” se estará trabajando para mejorar la capacitación de los prestadores de servicios, incluidos lo informadores de turismo y además la comunidad en general para desarrollo una verdadera cultura turística, necesaria para consolidar el turismo, para luego si avanzar en el trabajo en red, lo cual suena lógico pues es la capacitación el camino para que los diversos actores se reconozcan y valoren unos a otros, generando actitudes proactivas al momento de planificar acciones conjuntas, sin embargo, en el proceso se podrán presentar dificultades en las acciones encadenas para la operación turística en el municipio pues la falta de acuerdos o alianzas comerciales podría incidir en experiencias poco satisfactorias para los viajeros, afectando con ello la imagen del destino.

En el escenario 3, “cliente insatisfecho” se estará trabajando en el mejoramiento del trabajo en red, escenario poco probable de éxito si se tiene en cuenta que para ello es necesario mejorar la capacitación a los prestadores de servicios turísticos y a la comunidad en general. Esta situación, que se puede predecir estará mediada por agudos conflictos entre los actores generará múltiples problemas a la operación turística afectando definitivamente las posibilidades de satisfacer las motivaciones del viajero.

En todos los escenarios, sin embargo se está trabajando para lo que los empresarios consideran la mejor apuesta de futuro, como es la de un municipio con su gente dada a la



atención al turista, tanto la comunidad en general como el prestador de servicios empresario, sensibilizados los unos con lo otros, respetuosos entre ellos y coordinados efectivamente para atender a turistas. En el trasfondo de esta propuesta se evidencia un municipio con el turismo como una clara apuesta de turismo, con esta actividad como centro de sus proyectos de desarrollo

5. PLAN MUNICIPAL DE DESARROLLO TURISTICO SANTA ROSA DE CABAL

5.1 INTRODUCCIÓN

El desarrollo turístico del Municipio de Santa Rosa de Cabal representa un importante reto no sólo para la comunidad Santarrosana sino para todo el Departamento, ya que sin lugar a dudas y en conjunto con el municipio de Pereira, se convierte en el polo de desarrollo de la empresa turística para todo el Departamento.

El creciente ascenso del sector turístico ha posicionado al Departamento de Risaralda en una interesante oferta no sólo como cluster Triangulo de Café sino como destino emergente con importantes atractivos. Risaralda le apunta a la consolidación del departamento como destino turístico, por eso el Plan de Desarrollo “Risaralda Sentimiento de Todos” 2008 – 2011, reconoce al turismo como eje transversal de desarrollo, teniendo como principales objetivos dentro este subprograma la realización de mesas de trabajo municipales, que con una activa participación de la comunidad y de los actores involucrados, permitan la identificación y consolidación de inventarios turísticos municipales, que faciliten la estructuración de proyectos integrales de mejoramiento de infraestructura, de vías de acceso y de señalización en los atractivos turísticos que presenten mayor potencial de desarrollo.

Respondiendo a este objetivo del plan de desarrollo departamental nace la necesidad de desarrollar ejercicios de planificación participativa que permitan identificar el estado del sector y plantear retos para lograr el posicionamiento, no sólo del Departamento, sino del municipio de Santa Rosa, el cual se ofrece como importante destino con productos ya claramente definidos como son el termalismo y el agroturismo, entre otros.

Se debe aclarar que son innumerables los retos que afronta el Municipio de Santa Rosa de Cabal para convertirse en un destino turístico, sin embargo ya se inició el camino, por eso este ejercicio de planificación ha permitido hacer un alto en el camino, reconocer el trabajo hasta hora logrado, y a partir de este construir el mejor camino para convertirse en un destino que fortalecerá sus festividades y eventos, complementará su oferta termal y volcará la mirada hacia la oferta cultural y de naturaleza.

5.2 VISION

Al finalizar la actual alcaldía el municipio de Santa Rosa de Cabal contará con atractivos naturales y culturales consolidados y orientados a un turismo especializado.

5.3 OBJETIVOS

Objetivo general

Posicionar el Municipio de Santa Rosa de Cabal como destino turístico integral, que posee una oferta turística variada, atractiva y de excelentes servicios al turista, siendo una alternativa de desarrollo económico para el municipio y el departamento.

Objetivos específicos

1. Articular la gestión pública y privada del municipio con el objetivo de tomar decisiones conjuntas para el desarrollo del sector turístico.
2. Gestionar el mejoramiento de la infraestructura de apoyo para los servicios en función de los atractivos turísticos.
3. Programar en coordinación con las entidades de educación y los actores turísticos estrategias de formación que llevan a una cultura del turismo y a una del de servicios entre visitantes y visitados.
4. Fortalecer asociatividad entre el sector, articulando una cadena productiva turística, como alternativa económica para el municipio, con instancias gremiales fortalecidas.
5. Innovar en el diseño de nuevos productos turísticos para el municipio, fortaleciendo de esta manera el destino
6. Implementar estrategias de promoción y comercialización del destino turístico.
7. Generar estrategias de integración con los demás productos turísticos del Departamento.

5.4 LINEAS ESTRATEGICAS

5.4.1 INNOVACIÓN Y DESARROLLO DEL MERCADO:

La innovación y desarrollo del mercado busca fortalecer las capacidades de los actores locales y regionales para enfrentar los retos a los que desafía el sector buscando crear sinergias regionales que favorezcan la integración y el aumento de la competitividad, para el municipio.

Para el logro del posicionamiento del municipio como destino es fundamental tomar en cuenta la participación institucional del Departamento y la Alcaldía en este proceso, establecer con claridad los medios económicos y financieros con los que se cuenta y definir con cada uno de ellos los planes concretos de acuerdo a sus necesidades y proyecciones viables en el mediano plazo.

De igual manera se debe trabajar en la implementación de estándares de calidad para garantizar los procesos de la prestación de los servicios, de tal manera que se garantice una calidad certificada y uniforme al usuario (turista). Conducen a que los prestadores de servicios (empresarios) y con el apoyo del Estado, obtengan certificaciones nacionales e internacionales y sellos verdes para sus productos que les permitan insertarse competitivamente en los mercados.

La innovación en el diseño de nuevos productos es un componente indispensable en el desarrollo del sector, es presentar nuevos motivos para viajar teniendo en cuenta las potencialidades del municipio y las necesidades del visitante. El objetivo del diseño del producto es, por un lado, la creación de una oferta capaz de atraer a los segmentos de demanda especializada, y por otro, alcanzar los niveles de satisfacción exigidos por los turistas. Se articulan las medidas dirigidas a garantizar la diversificación de la oferta.

Una vez innovada la oferta es necesario comercializarla, teniendo en cuenta que el desarrollo del turismo no se logra por la simple promoción de un *recurso* sino que requiere la articulada acción entre el sector público y privada para gestionar atractivos en sitios con potencial con el fin de constituir de los simples recursos naturales o culturales unos *atractivos* aptos para ser integrados en el diseño de *productos*, estos sí incluyendo los servicios y demás requerimientos para satisfacer al turista. El desarrollo de productos turísticos especializados está basado en la oferta existente de *atractivos* y *plantas turísticas* que pueden ser:

- Agrupados y presentados de una forma que se percibe como algo nuevo o atractivo para segmentos específicos del mercado, incluidos mercados internacionales.
- Complementados con algunas atracciones nuevas, equipamientos, actividades, eventos y/o servicios dirigidos a mercados / segmentos específicos.

- Desarrollando estrategias nuevas de posicionamiento, como el diseño, gestión y comercialización de eventos turísticos, incluso, desarrollados por una organización creada para ese fin específico.

El desarrollo de productos comerciales se basará en la investigación de mercado y en conceptos y técnicas de marketing. Se integrará la oferta turística a través de la conjugación de esfuerzos y de la suma de voluntades de los sectores público, privado y social, cuyo resultado será una oferta atractiva, diversificada, de fácil acceso para el consumidor, competitiva y respetuosa del entorno, que satisfaga a los diferentes sectores y segmentos de la población.

ESTRATEGIA	LINEAS DE ACCION	ACTIVIDADES Y/O PROYECTOS
Gestión de Atractivos	Diversificación y potenciación de nuevos recursos con interés turístico	Desarrollar proyectos de dotación e infraestructura de servicios para los siguientes lugares que poseen un potencial de uso turístico <ul style="list-style-type: none"> • Chorros de Don Lolo. • PNR Las Marcadas • Las Minas del Chaquiro • PNN Laguna del Otún. • Ruta San Esteban y Santa Helena
		Promover el desarrollo de nuevas actividades turísticas en sitios que poseen la infraestructura y volares para potencializarse como atractivo turístico: <ul style="list-style-type: none"> • Seminario Menor La Apostólica – Turismo Cultural • Casa de los Fundadores – Turismo Cultural. • Iglesia la Milagrosa – Turismo Religioso.
	Desarrollar actividades complementarias a la oferta turística existente	Definición, implementación y promoción de nuevas rutas ecológicas, y paisajísticas para la práctica de turismo natural.
		Investigar, diseñar e implementar rutas temáticas con principios ambientales. <ul style="list-style-type: none"> • Ruta Cultural – Religiosa. • Ruta Termal. • Ruta Agroturismo (Instituto Agropecuario Veracruz) • Ruta gastronómica.
		Actualizar permanentemente los inventarios de los atractivos turísticos con el fin de monitorear su estado para la toma de decisiones.
	Monitoreo para la toma de decisiones	Conformar un sistema interinstitucional para el seguimiento y control de desarrollo del sector que permita conocer la dinámica del mismo para tomar acciones certeras frente al desarrollo de este importante renglón de la economía.
Generar estudios de mercado que permitan conocer la dinámica del sector a nivel nacional y de esta manera poder orientar las estrategias de marketing de una		

		manera más efectiva.
Desarrollo de Productos Turísticos Especializados	Unificar esfuerzos comerciales y logísticos hacia el desarrollo del producto de congresos, Eventos y convenciones	Fortalecimientos de Eventos existentes con proyección regional y nacional, buscando que sean vinculantes con el sector y demande los servicios ofertados: <ul style="list-style-type: none"> • Festival Nacional de Villancicos. • Válida Nacional de Bicicross y Ciclomontañismo.
		Diseñar e implementar un cronograma de eventos que permitan la rotación turística durante todo el año integrando los diferentes renglones económicos del sector.
Calidad Certificada	Diseño de mecanismos de control aplicación de las normas por parte de la entidades competentes	Definir las normas orientadoras para las diferentes tipologías de prestación de servicios.
		Conformar un ente regulador interinstitucional de seguimiento a los indicadores de gestión de la calidad de los servicios prestados por los empresarios turísticos
		Definir los requerimientos mínimos de seguridad para las actividades deportivas – recreativas que integran la oferta para turismo de aventura.
	Selección de los servicios y factores que deben iniciar un proceso de certificación homologando estándares nacionales e internacionales para la prestación del servicio	Definir los servicios turísticos y los procesos a certificar para proceder a su socialización y posterior aplicación entre los actores vinculados al sector.
Identificación de diferentes mecanismos para la certificación de los prestadores de servicios	Gestión de recursos financieros y/o convenios con empresas certificadoras para acceder a la certificación de los empresarios turísticos.	
	Implementar un programa de capacitaciones una vez definidos los servicios y procesos turísticos a certificar.	
Promoción y Divulgación del Destino.	Garantizar los recursos para la sostenibilidad de las políticas promocionales del municipio a nivel nacional e internacional.	Fomentar acciones que permitan la consecución de recursos para la promoción turística (creación de una estampilla pro turismo – Fondo Mixto de Promoción)
		Coordinar, articular e implementar estrategia de diseño y producción de material de promoción (guías, folletos, video, stand, etc) entre el sector privado y público.
	Garantiza la participación del municipio según lo planeado en eventos de carácter internacional, nacional y regional	Definir y costear un cronograma de eventos de promoción en los que participará el municipio.
		Realizar alianzas estratégicas con otros destinos – Triangulo del Café – Proexport para la promoción y divulgación del Destino.
	Definir los mecanismos a implementar para garantizar la información a los turistas	Mantener un stock de material promocional accesible al turista (guías, mapas, folletos, etc.) en los sitios que prestan servicios turísticos
		Fortalecer el Punto de Información turístico que permita brindar una mayor calidad de información a los visitantes.
Explorar diferentes estrategias de promoción como son la radio – televisión – prensa desarrollando un plan de medios que permita el reconocimiento del destino a nivel local – regional y nacional		

5.4.2 MAYOR EDUCACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN – MAYOR COMPROMISO DE TODOS.

El turismo debe ser considerado como una oportunidad para brindar formación y sensibilización a los visitantes, a los empresarios y a las comunidades locales en torno al respeto por la naturaleza y por las diversas expresiones culturales, en la medida en que se logren construir imaginarios colectivos en torno a los valores y fortalezas de los atractivos se podrá asegurar la sostenibilidad ambiental, social y cultural del producto.

Los actores deberán velar que el turista disponga de una información completa y responsable que fomente el respeto por los recursos naturales, culturales y sociales, para que reciba un trato equitativo y para garantizar, mediante unos servicios de calidad, la satisfacción del visitante.

La formación del recurso humano en las empresas turísticas se debe considerar como eje fundamental para ofertar mejores productos y servicios, lo que implica estrategias integrales de formación y capacitación para los actores; es necesario que el sector reconozca la necesidad de profesionalizarse y exigir profesionalismo. Así mismo deberán promoverse programas de interpretación ambiental y cultural para los visitantes; el fomento de la conciencia y la educación pública en torno a la protección del patrimonio natural y cultural será una de las líneas de gestión.

Por lo tanto se requiere fortalecer una cultura turística que evidencie la importancia de que la población santarrosana cuente con los conocimientos necesarios para brindar información turística a los viajeros y apoyarlos durante su estadía en el municipio, sin reemplazar a los prestadores de servicios organizados y debidamente capacitados para satisfacer las necesidades de los viajeros. Es necesario que la comunidad oriente a los viajeros hacia prestadores de servicios con estándares calidad y que ella misma esté en capacidad de promover y exigir un turismo sustentado en valores como el compromiso, el respeto, la honestidad, la responsabilidad social y el libre pensamiento para que la sociedad muestre actitudes favorables en la atención a los visitantes.

ESTRATEGIA	LÍNEAS DE ACCIÓN	ACTIVIDADES Y/O PROYECTOS
Formación de Recurso Humano	Comprometer a las instituciones educativas en el desarrollo de programas aplicados al fortalecimiento técnico de los empresarios	Diseñar en conjunto con una institución educativa superior un programa turístico a nivel de posgrado que responda a las necesidades de capacitación de los empresarios en cuanto a mercadeo, administración, y planificación turística.
		Diseñar las estrategias de capacitación e implementación de las normas técnicas sectoriales de calidad.
		Conformar un comité de calidad orientado a generar

		<p>políticas de incentivos y capacitación para la implementación de los estándares de calidad.</p> <p>Promover el diseño de programas de educación que responda a las necesidades propias del sector.</p> <p>Crear un comité asesor que permita apoyar permanentemente a los empresarios en la formulación de proyectos, y/o planes de negocios.</p>
	Vincular la oferta de los programas del SENA en el fortalecimiento del sector.	<p>Coordinar el desarrollo de un programa que motive el Bilingüismo entre los prestadores de servicios</p>
		<p>Promover entre los empresarios con apoyo del Sena la certificación por Competencias laborales, de sus empleados y la preparación en que esta sea una exigencia para la vinculación de nuevo personal.</p>
	Cultura Turística	Fomentar procesos de sensibilización turística orientada a valoración de esta actividad como sector importante en la economía local
<p>Desarrollar programas de sensibilización turística orienta a los servidores públicos, agentes de tránsito, policías y transportadores (taxistas, conductores de transporte municipal e intermunicipal) con el objetivo que puedan brindar información efectiva a cerca de los atractivos turísticos del municipio.</p>		
Comprometer a las instituciones educativas en el desarrollo de una cultura turística para el municipio		<p>Fomentar la creación de la cátedra de turismo sostenible en los colegios para promover la valoración del sector en la comunidad Santa Rosana.</p>
		<p>Promover entre la comunidad Santarrosana diferentes actividades para el conocimiento y valoración de la oferta turística del municipio.</p>
		<p>Promover entre las instituciones educativas el programa de vigías del patrimonio, y programas afines que permitan aprovechar el servicio social de los estudiantes en aras de promover una cultura turística en el municipio.</p>

5.4.3 TRABAJO COORDINADO Y ARTICULADO

La falta de políticas claras de desarrollo ha dado lugar a la existencia de distintas realidades dentro del mismo sector, lo cual genera descoordinación debido a la falta de consenso de los actores de tal manera que si se ofrece un trabajo mancomunado se podrá llegar a una resolución adecuada y equitativa de los potenciales conflictos, reconociendo las diversas formas organizativas existentes y permitiendo incorporar las expectativas de los diferentes actores locales.

Por lo tanto las acciones desarrolladas en el marco de la ejecución del presente plan deberán ser concertadas, coordinadas y puestas en marcha con la comunidad y apoyados por el estado, con acciones de planeación estratégica, políticas para el desarrollo y ejecución de actividades a corto, mediano y largo plazo entre los diferentes niveles del gobierno y los diferentes sectores públicos y privados del municipio, teniendo como principios rectores:

1. Funcionar de manera conjunta y coordinada con los programas de otros sectores de la administración pública que repercuten en el sector turístico, y con entidades privadas.
2. Velar por la protección al ambiente y de conservación de la cultura, idiosincrasia y tradiciones.
3. Fortalecer la capacidad de gestión de los empresarios mediante la consolidación de instancias de agremiación.
4. Gestionar las institucionalidades públicas municipales dedicadas al direccionamiento, fomento y promoción de las actividades sectoriales.

ESTRATEGIA	LINEAS DE ACCION	ACTIVIDADES Y/O PROYECTOS
Fomento y desarrollo de espacios de concertación e integración municipal	Fortalecimiento del comité municipal de turismo creado por la Gobernación de Risaralda	Institucionalizar y dar vida jurídica al comité de turismo como organismo direccionador de las políticas públicas municipales.
		Promover alianzas estratégicas con instituciones como Proexport, Gobernación, Fondo de Promoción turística, Turiscabal, para la formulación de proyectos que beneficien al sector.
		Creación de la Dirección de Turismo Municipal como punto

		de enlace entre el sector público y privado.
Garantizar en coordinación entre el sector público y privado la inversión del sector.	Gestionar recursos financieros para el mejoramiento de la infraestructura propia del sector.	Formular e implementar un proyecto de señalización vial para el municipio
		Asegurar el buen estado de las vías manteniendo un monitoreo constante en las mismas.
		Formulación de estrategias para la adecuación y dotación de mobiliarios en los atractivos turísticos que lo ameriten.
		Fortalecimiento del punto de información turístico a través de la dotación del mobiliario y mejor ubicación del punto de información.