

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA**

Proyecto de grado

**Diseño de Producto Turístico del Oriente de Caldas**

Natalia Alejandra Hoyos Pardo

Directora

Catalina Orjuela Martínez

Bogotá D.C, 25 de febrero de 2021

## Tabla de contenido

<b>Introducción.....</b>	<b>7</b>
<b>Metodología .....</b>	<b>10</b>
<b>Capítulo 1: Marcos de referencia.....</b>	<b>11</b>
<b>Marco teórico.....</b>	<b>11</b>
<b>Marco conceptual.....</b>	<b>16</b>
<b>Marco contextual.....</b>	<b>20</b>
<b>Capitulo2: Caracterización de los municipios del Oriente de Caldas .....</b>	<b>22</b>
<b>Ubicación geográfica y división política.....</b>	<b>22</b>
<b>Aspectos económicos.....</b>	<b>26</b>
<b>Aspectos naturales.....</b>	<b>30</b>
<b>Aspectos culturales.....</b>	<b>33</b>
<b>Capítulo 3: Planificación turística de la zona oriental para el diseño del producto.....</b>	<b>38</b>
<b>Oferta de servicios turísticos y hoteleros de la zona.....</b>	<b>38</b>
<b>Análisis de la accesibilidad y servicios básicos .....</b>	<b>55</b>
<b>Situación actual de la planificación sectorial.....</b>	<b>57</b>
<b>Análisis de la demanda actual.....</b>	<b>59</b>
<b>Capítulo 4: Diseño del producto turístico .....</b>	<b>64</b>
<b>Matriz de priorización de producto.....</b>	<b>64</b>
<b>Propuesta del producto turístico.....</b>	<b>65</b>
<b>Descripción detallada del producto turístico descubre el Oriente Caldense. ....</b>	<b>65</b>
<b>Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico .....</b>	<b>70</b>
<b>Evaluación de las condiciones actuales del producto turístico.....</b>	<b>71</b>
<b>Validación de la propuesta inicial de producto con intermediarios y consumidores.....</b>	<b>73</b>
<b>Determinación de las necesidades de intervención pública y privada.....</b>	<b>76</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>79</b>
<b>Recomendaciones y reflexiones .....</b>	<b>81</b>
<b>Referencias bibliográficas.....</b>	<b>83</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>89</b>
<b>Figuras .....</b>	<b>89</b>
<b>Gráficas.....</b>	<b>90</b>

### **Lista de figuras**

[Figura 1.](#) Sistema turístico de Molina.

[Figura 2.](#) Modelo del sistema turístico de Leiper.

[Figura 3.](#) Subregiones del departamento de Caldas.

[Figura 4.](#) Mapa del departamento de Caldas.

[Figura 5.](#) Corredores típicos en las casas caldenses.

[Figura 6.](#) Casa típica caldense.

[Figura 7.](#) Mapa de accesibilidad y conectividad dentro del departamento.

[Figura 8.](#) Mapa vial del departamento de Caldas.

[Figura 9.](#) Mapeo del producto turístico.

[Figura 10.](#) Gráfica del producto turístico.

[Figura 11.](#) Gráfica de la subruta “Alto Oriente”.

[Figura 12.](#) Gráfica de la subruta “Magdalena Caldense”.

[Figura 13.](#) Código QR gráfico del producto turístico.

### **Lista de gráficas.**

[Gráfica 1.](#) Ocupación hotelera mensual 2018 Eje Cafetero.

[Gráfica 2.](#) Número de encuestas respondidas por municipio, prestadores turísticos.

[Gráfica 3.](#) Tipos de empresa.

[Gráfica 4.](#) Tiempo de funcionamiento de la empresa.

[Gráfica 5.](#) Temporada alta.

[Gráfica 6.](#) Temporada baja.

[Gráfica 7.](#) Periodos de funcionamiento de las empresas turísticas.

[Gráfica 8.](#) Apoyo por parte de las secretarías de turismo y gobernación.

[Grafica 9.](#) Desarrollo turístico en la región.

[Grafica 10.](#) Aspectos por mejorar para desarrollar la actividad turística.

[Grafica 11.](#) Número de encuestas respondidas por parte de la comunidad local.

[Grafica 12.](#) Rango de edad comunidad local.

[Grafica 13.](#) Tiempo en la actividad turística.

[Grafica 14.](#) Conocimiento de proyectos turísticos de la zona.

[Grafica 15.](#) Desarrollo turístico en la zona Oriental.

[Grafica 16.](#) Número de turistas nacionales e internacionales en el departamento de Caldas.

[Grafica 17.](#) Respuestas perfil de turistas en los municipios del Oriente de Caldas.

[Grafica 18.](#) Rango de edad de turistas.

[Gráfica 19.](#) Motivo de viaje de los turistas.

[Grafica 20.](#) Grupo de viaje de los turistas.

[Grafica 21.](#) Número de veces en el destino.

[Grafica 22.](#) ¿Cómo se enteró del destino?

[Gráfica 23.](#) Ciudad de procedencia de los turistas.

[Gráfica 24.](#) Días planeados en el destino.

[Gráfica 25.](#) Cuanto estaría dispuesto a pagar en el destino.

### **Lista de tablas**

[Tabla 1.](#) Principales ferias y fiestas de los municipios del Oriente de Caldas.

[Tabla 2.](#) Lista de atractivos turísticos del municipio de La Dorada.

[Tabla 3.](#) Lista Servicios en el municipio de La Dorada.

[Tabla 4.](#) Lista de atractivos turísticos en el municipio de Manzanares.

[Tabla 5.](#) Lista de servicios en el municipio de Manzanares.

[Tabla 6.](#) Lista de atractivos turísticos en el municipio de Marquetalia.

[Tabla 7.](#) Lista de servicios en el municipio de Marquetalia.

[Tabla 8.](#) Lista de atractivos turísticos en el municipio de Marulanda.

[Tabla 9.](#) Lista de servicios en el municipio de Marulanda.

[Tabla 10.](#) Lista de atractivos turísticos en el municipio de Norcasia.

[Tabla 11.](#) Lista de servicios en el municipio de Norcasia.

[Tabla 12.](#) Lista de atractivos turísticos en el municipio de Pensilvania.

[Tabla 13.](#) Lista de servicios en el municipio de Pensilvania.

[Tabla 14.](#) Lista de atractivos turístico en el municipio de Samaná.

[Tabla 15.](#) Lista de servicios en el municipio de Samaná.

[Tabla 16.](#) Lista de atractivos turísticos en el municipio de Victoria.

[Tabla 17.](#) Lista de servicios en el municipio de Victoria.

[Tabla 18.](#) Lista de Agencias de viaje en el oriente de Caldas.

[Tabla 19.](#) Prestadores de servicios turísticos con RNT por categoría.

[Tabla 20.](#) Matriz de priorización de producto turístico.

[Tabla 21.](#) Formato inventario turístico Pedregal de San Ángel.

[Tabla 22.](#) Formato inventario turístico Balneario Doña Juana.

[Tabla 23.](#) Formato inventario turístico Barcaza Yuma.

[Tabla 24.](#) Formato inventario turístico Plaza Bolívar de Manzanares.

[Tabla 25.](#) Formato inventario turístico Centro Vacacional el Bosque.

[Tabla 26.](#) Formato inventario turístico Rio la Miel.

[Tabla 27.](#) Formato inventario turístico Embalse Amaní- Presa Pantagoras.

[Tabla 28.](#) Formato inventario turístico Termales el escondite.

[Tabla 29.](#) Formato inventario turístico Laguna de San Diego.

[Tabla 30.](#) Formato inventario turístico Charco las brisas.

[Tabla 31.](#) Formato inventario turístico Vereda la Habana.

[Tabla 32.](#) Formato inventario turístico Cerro Piamonte.

[Tabla 33.](#) Formato inventario turístico Cueva los Guacharos.

[Tabla 34.](#) Formato inventario turístico Cerro Guadalupe.

[Tabla 35.](#) Formato inventario turístico Cascadas el Popal.

[Tabla 36.](#) Formato inventario turístico Cerro Penagos.

[Tabla 37.](#) Formato inventario turístico Rio Guarino.

[Tabla 38.](#) Formato inventario turístico Cooperativa Ovina.

[Tabla 39.](#) Formulario cuadro resumen.

[Tabla 40.](#) Ficha del producto turístico.

[Tabla 41.](#) Validadores de la propuesta.

## **Introducción**

En Colombia el desarrollo turístico ha crecido y ha tenido efectos positivos, la Organización Mundial del Turismo OMT y demás entidades internacionales han sido testigos del desarrollo turístico que ha tenido el país, pudiendo fortalecerse en diferentes aspectos como oferta de atractivos, recursos y productos turísticos (Plan sectorial de turismo, 2018). Según como lo establece el Plan Sectorial de Turismo 2018-2022, entre los años 2011 y 2017 se incrementó la llegada de turistas internacionales en un 69%, 19% en creación de nuevos empleos relacionados con la actividad, entre muchas estadísticas que demuestran que esta es la oportunidad que tiene el país para incursionar en la actividad turística y generar destinos de calidad en conjunto con la competitividad y sostenibilidad. Por este motivo, es necesario que los destinos se planifiquen de la mejor manera bajo los parámetros que se plantean, con la creación de productos turísticos de alto valor. (Plan sectorial de Turismo, 2018).

Del mismo modo, de acuerdo con uno de los objetivos del Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 de “Fortalecer los procesos de gestión e innovación del desarrollo del turismo sostenible en los destinos del país, de manera que se incremente la competitividad de la oferta de productos, actividades y servicios de alto valor agregado en los territorios” (p.18). Se tiene como estratégica la creación de productos turísticos de alto valor, destacando así productos relacionados con la naturaleza, cultura, bienestar salud y reuniones, desarrollando y fortaleciendo estas tipologías de manera sostenible, competitiva y responsable, apoyando al sector público, privado, operadores locales, comunidad local, entre otros.

Aunque en el oriente de Caldas durante los últimos años se ha generado un desarrollo turístico, los recursos económicos no han sido suficientes para su implementación adecuada y ha afectado varias rutas diseñadas que se tienen dentro del departamento y la zona en estudio (Unión temporal turismo Chocalán, 2012). Se plantea entonces, generar una propuesta que permita evidenciar la potencialidad turística que tiene esta zona del departamento, desarrollando el turismo naturaleza y cultura como una gran oportunidad para el oriente Caldense. Cabe resaltar que, la oficina de turismo de la gobernación de Caldas presentó cinco rutas turísticas para incentivar el turismo en el departamento de Caldas, dentro de estas cinco rutas se encuentra

“Oriente y Magdalena Caldense” esta ruta comprende los municipios que se incluyen dentro de esta creación del producto turístico (Redacción Nacional, 2019).

Por otro lado, en el año 2015 la Secretaria de Desarrollo Económico, Isagén y la Corporación para el Desarrollo de Caldas creó el proyecto anteriormente nombrado “Oriente y Magdalena caldense” con el fin de determinar las potencialidades, los recursos turísticos, los bienes de interés cultural, las ofertas hoteleras y la gastronomía de la región (Gobernación de Caldas, 2015), sin embargo, este no se ha desarrollado de manera adecuada, pues, aunque hay una página web, diseño de inventarios turísticos y realización de algunas capacitaciones en ciertos municipios, al momento de visitar el destino no se ve reflejada la planeación del proyecto en mención. Se evidencia que este proyecto creado hace algunos años, no cumple con el objetivo principal de dar a conocer el destino y no conecta de manera adecuada a los actores de la cadena de valor, así que no ha sido del todo funcional para el desarrollo turístico en el oriente de Caldas. Asimismo, la información en la web se encuentra desactualizada y deshabilitada en la mayoría de los casos. Por otro lado, no se evidencia un plan de mercado y promoción juicioso, infraestructura turística, superestructura y una cohesión entre los diferentes actores de la cadena de valor, en donde se haya evidenciado la potencialidad del destino.

En el diseño de un producto turístico se considera esencial, la integración de los encargados de generar turismo en el destino como, por ejemplo, el sector público, agentes operadores, incluso la comunidad local si se desea que el turismo sea inclusivo y beneficioso para todos. (Fernandez.V, 2006). Es por esto por lo que la creación de un producto turístico puede permitir desarrollar, promocionar y potencializar el desarrollo turístico de esta parte de la región. Por este motivo, el presente proyecto de grado tiene como fin proponer el diseño de producto turístico desarrollado en el Oriente de Caldas, enfocado en el turismo de naturaleza incluyendo el subproducto de aventura. De este modo, se pretende contribuir con la promoción de esta región oriental la cual turísticamente hablando se está dando a conocer desde hace poco tiempo.

Este diseño de producto surge al momento de evidenciar la potencialidad que tiene esta subregión del departamento en temas de naturaleza y aventura y al mismo tiempo, para diversificar la oferta del occidente del departamento enfocado hacia el Paisaje Cultural Cafetero. El oriente posee varios atractivos como, la cuenca baja del Rio La Miel, ubicada en el municipio de La Dorada, la Reserva Montaña de Bellavista, ubicada en el municipio de Victoria, especial



para realizar aviturismo, la ovinocultura en Marulanda y el Embalse Amaní ubicado en el municipio de Samaná, este último atractivo tiene un gran reconocimiento en la zona pues su actividad principal es la observación y contemplación espejo de agua del embalse (Oriente y Magdalena Caldense, 2015). Asimismo, basado en el Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 se logró analizar que puede ser una gran oportunidad, ya que Colombia es uno de los 17 países megadiversos del planeta y viene consolidando una oferta sólida en torno a esta tipología, (Plan Sectorial de Turismo, 2018) por lo cual se considera pertinente para el área de estudio y el campo profesional.

La problemática identificada surge de cómo aprovechar los recursos naturales y culturales en la región del oriente del departamento de Caldas para diseñar un producto turístico, que fomente el turismo y contribuya a su desarrollo en el departamento. En este orden, el objetivo de este trabajo de grado es proponer un producto turístico para la Región del Oriente del departamento de Caldas, que fomente el turismo y contribuya al desarrollo turístico del departamento.

Para el logro de este objetivo se plantean tres objetivos específicos, primero es importante analizar los aspectos geográficos, económicos, culturales, ambientales y turísticos de la región del oriente caldense que dé contexto al producto turístico. Asimismo, analizar la oferta y demanda turística actual y potencial de la región del oriente caldense y su accesibilidad y finalmente, estructurar el producto turístico para la zona del oriente del departamento basado en los análisis de la zona, el proyecto oriente y Magdalena caldense y el concepto de producto.

El presente documento, está estructurado bajo 4 capítulos: marcos de referencia, la caracterización general de los ocho municipios en estudio, luego la situación actual de la planificación turística en la zona del Oriente de caldas, analizando oferta, demanda y condiciones existentes. Por último el diseño del producto turístico, allí se incluyen diferentes apartados haciendo referencia a la propuesta del diseño, el mapeo general, la evaluación de las condiciones para el diseño del producto. Finalmente, se realizó la validación de la propuesta con los intermediarios y consumidores.

## Metodología

El enfoque utilizado en el desarrollo del proyecto de grado es cualitativo, ya que este se realiza principalmente mediante la obtención de información de diferentes fuentes e instrumentos. Así como lo dice Víctor Miguel Niño (2011) “la investigación cualitativa recolecta y analiza la información en todas las maneras posibles exceptuando la numérica, e implica un proceso interactivo entre el investigador y los sujetos a investigar” (p.30). en este caso, los prestadores de servicios turísticos, las alcaldías de los municipios y la comunidad local.

Adicionalmente, se usa una investigación descriptiva la cual sirve para especificar las características y los rasgos más destacados del hecho a evaluar. Esto con el fin de contar con información de manera más detallada para el primer capítulo del proyecto de investigación. Por último, se implementa una investigación propositiva en donde se usan algunas técnicas y procedimientos para poder realizar un diagnóstico y resolver los problemas planteados. Esta investigación tiene como objetivo generar algún conocimiento, desarrollo y fortalecimiento de la problemática de estudio (Sampieri R, Fernández C y Callado P, 2010).

Para la creación del producto turístico se toma como referencia el Manual para la Planificación de Productos Turísticos de Perú. En el tercer capítulo de este manual se habla de la creación de un producto turístico, en donde se tienen en cuenta algunos factores clave para el desarrollo de este producto turístico y se considera que es la metodología apropiada para la realización del presente diseño de producto. Los pasos son: la descripción detallada del producto turístico, la definición y el mapeo de los elementos que lo conforman, la evaluación de las condiciones actuales del producto turístico, validación de la propuesta inicial con los intermediarios y consumidores, determinación de las necesidades de la intervención pública y privada y por último el gráfico del producto turístico. (Mincetur, 2014). La validación se realizó con el apoyo de los siguientes actores:

- Diego Franco - Secretario de turismo de Norcasia, Caldas
- Sebastián Medina - Asesor de presupuesto e implementación del Plan de Desarrollo y Plan de Turismo del municipio de Manzanares, Caldas

- Jhon Duque – Propietario Eco-Hotel Los Mikos de Norcasia, Caldas
- Efraín Suárez- Guía y propietario de Amaní Travel
- María Luisa Galán- Especialista en planificación turística
- Jorge Bonilla- Coordinador Touristology y consultor.

Cabe resaltar, que el cuarto capítulo de este manual establece la fase de implementación del producto turístico en el destino, sin embargo, dado que este trabajo es un proyecto de grado, el alcance de este diseño de producto turístico solo llegará a la fase de validación.

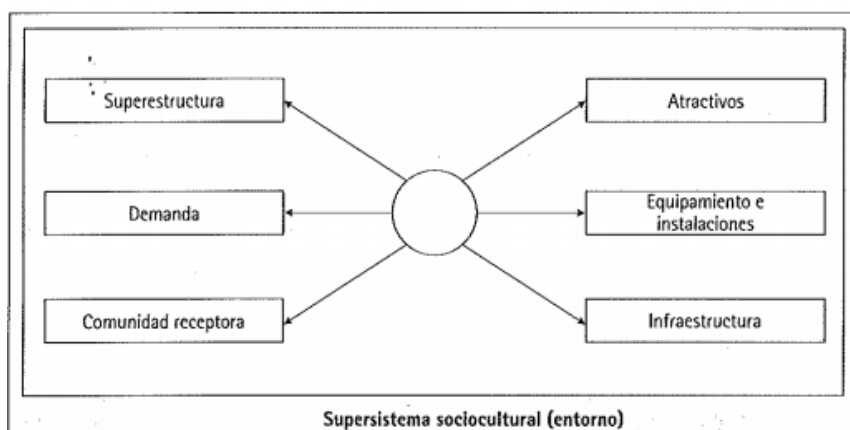
## **Capítulo 1: Marcos de referencia**

### **Marco teórico**

El desarrollo de los destinos con relación a la actividad turística en los últimos años ha sido de gran relevancia, se ha convertido en un factor clave para generar reconocimiento, competitividad y ha sido un motor para el crecimiento económico (Nanoya, 2014). Ahora bien, para el entendimiento del presente proyecto de grado, es necesario identificar y analizar algunas teorías que ayudarán a realizar y entender el trabajo de mejor manera, ya que estas servirán de guía para la investigación.

En primera medida es necesario hablar del sistema turístico de Cuervo, uno de los primeros autores en generar un análisis con relación al turismo con base en la teoría general de sistemas. Asimismo, Cuervo (1967) citado por Panosso y Lohmann, (2012), genera una definición del turismo en donde dice que “El turismo es un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos” (p.16). Cuervo describe el sistema turístico como uno de comunicación, en donde se debe transmitir información. Sin embargo, esto puede ser un tanto negativo ya que puede afectar la relación y armonía de las personas y positivo para generar lazos de paz en el mundo. De igual manera, para entender el sistema y el turismo visto desde esta teoría, se debe entender que el turismo está compuesto por un conjunto de subconjuntos tales como medios de comunicación, agencias de viajes, guías de turismo, hospedaje, establecimientos gastronómicos y artesanos (Panosso y Lohmann, 2012).

Asimismo, se encuentra el sistema turístico de Molina, este surgió en el año 1997, en esta teoría el turismo está formado por un conjunto de subsistemas que se relacionan para lograr un objetivo en común. Estos subsistemas se dividen en 6 elementos fundamentales para conformar el sistema. La superestructura en donde se encuentran el sector público, el sector privado, las leyes y programas para el turismo. La demanda en donde se encuentran los turistas nacionales e internacionales. La infraestructura en donde se encuentran aquellos elementos básicos para que un destino pueda funcionar, tales como las carreteras, los aeropuertos, terminales de transporte y los servicios de agua, energía, telefonía, entre otros. Los atractivos, los cuales pueden ser culturales y naturales. Las instalaciones tales como los hoteles, restaurantes, agencias de viaje y lugares de diversión. Por último, se encuentra la comunidad receptora, es decir, la comunidad local que tiene una relación con la actividad turística (Molina. S, 1991. Citado por Panosso y Lohmann, 2012) [ver figura 1.](#)



*Figura 1.* Sistema turístico de Molina. Fuente Panosso y Lohmann.

Adicionalmente, se encuentra la teoría de Leiper donde también describe un sistema turístico. Este se encuentra dividido en cinco elementos, la región de origen del viajante, la región de tránsito la cual comunica el origen con el destino, la región del destino turístico, el turista y la industria del turismo. (Leiper.N, 1990. Citado por Panosso y Lohmann, 2012) Según Leiper, estos elementos tienen influencia bajo factores externos y de igual manera este sistema impacta sobre distintos ambientes como el humano, el sociocultural, el tecnológico y el político. Este sistema se considera flexible ya que permite incorporar diferentes formas del turismo e incluir los elementos básicos de esta teoría (Panosso y Lohmann,2012). [ver figura 2.](#)

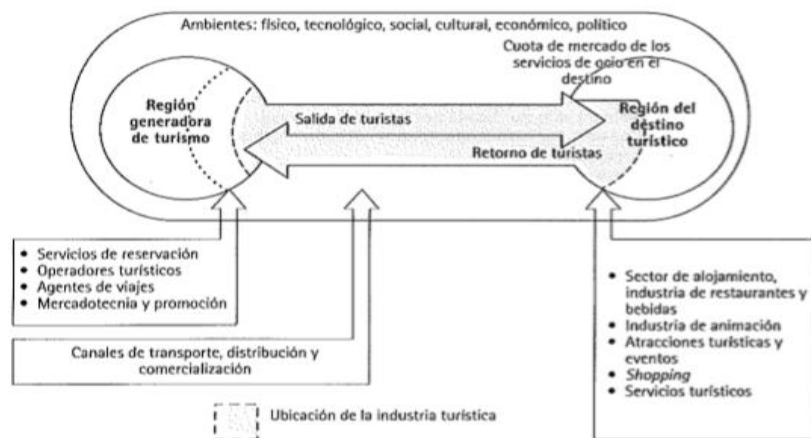


Figura 2. Modelo del sistema turístico de Leiper. Fuente Panosso y Lohmann. Tomado de: Teoría del turismo, conceptos, modelos y sistemas.

Cabe resaltar que, aunque las tres teorías anteriores se basaron en sistemas turísticos, tiene componentes y explicaciones completamente diferentes, las cuales hacen ver al turismo desde perspectivas dinámicas y diferentes. Para el desarrollo de este proyecto, se analizó que la más cercana a la realidad del territorio es la teoría de Molina, (1991). Esta teoría se basa en los seis aspectos fundamentales del desarrollo turístico, Así que para que la planificación turística y el diseño del producto turístico se desarrollen de manera adecuada es necesario que diferentes áreas estén cohesionadas. Por otro lado, se encuentra la teoría del espacio turístico de Bullón (2001) la cual es importante referenciarlo en este trabajo ya que en la presente teoría el espacio turístico se define como:

“El espacio turístico es consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos que, no hay que olvidar, son la materia prima del turismo. Este elemento del patrimonio turístico, más las empresas e infraestructura turística son suficientes para definir el aspecto turístico de cualquier país” (p.65).

Es importante señalar que, en esta teoría las regiones turísticas no existen, así que en reemplazo de esta idea se toma el concepto de espacio turístico. Esta teoría se basa principalmente en la observación de la distribución territorial de los atractivos turísticos, la infraestructura y la planta turística. Esto se considera necesario para poder definir el espacio turístico (Boullón, 2001). Las áreas turísticas se pueden dividir en zonas, estas funcionan como subsistema y se caracteriza por tener infraestructura y comunicación. Los centros turísticos son

aquellos conglomerados urbanos donde se encuentran la mayoría de los atractivos. A su vez este se divide en diferentes componentes como lo son los complejos turísticos, las unidades turísticas, los núcleos, los corredores de traslado y de estancia turísticos. (Boullón, 2001).

Con relación a otras teorías importantes para el desarrollo de este producto turístico, es necesario identificar los tipos de turistas que visitaran el destino y saber las necesidades que desean satisfacer. Por este motivo se considera apropiado usar las tres categorías de turistas de Stanley. C, citado por Quesada (2010) Existen tres tipos de turistas los cuales son clasificados según las motivaciones particulares y las preferencias sobre cada tipo de actividad turísticas. Estas categorías son los psicocéntricos, alocéntricos y mediocéntricos.

**Los turistas psicocéntricos:** son personas que no están interesados o que no les gusta la aventura, se preocupa por problemas pequeños, realizan pocas actividades dentro del destino, y buscan casi siempre el confort. Este tipo de turista normalmente buscan los destinos conocidos y los que ya se encuentran desarrollados, siempre tiene su viaje previamente organizado. Cabe resaltar que en esta tipología los turistas no realizan con frecuencia la actividad turística (Quesada,2010).

**Los turistas alocéntricos:** son personas curiosas que están dispuestas a experimentar cosas nuevas en los destinos, se interesan en buscar un turismo comunitario, donde puedan tener contacto con la cultura local y viajan frecuentemente de manera más informal, se caracterizan por viajar con mayor periodicidad que los psicocéntricos, esto ocurre en general dado que tienen mejor nivel de ingresos. (Quesada,2010).

**los turistas mediocéntricos:** son los turistas que son producto de la combinación entre las dos anteriores, es decir, les gustan las actividades de aventura, pero también pueden quedarse en un lugar tranquilo y de confort. (Quesada, 2010).

Por este motivo, los tipos de turistas se podrían clasificar por diferentes elementos, según como lo explica Stanley los turistas psicocéntricos, se encuentran principalmente realizando actividades involucradas con el turismo de masas, puede ser en las playas o centros vacacionales. Por el contrario, los alocéntricos pueden irse por actividades principalmente de turismo de negocios, de salud, de cultura y naturaleza, esto también se genera por el mayor poder adquisitivo que tiene frente a la otra tipología y la frecuencia en sus viajes.

De igual manera, es necesario aplicar teorías de turismo sostenible ya que la región, al poseer principalmente actividades relacionada con el turismo de naturaleza y cultural, hace indispensable el estudio y conocimiento de este, como lo dice Meyer (2002).

“el turismo sostenible es el proceso que permite que se produzcan el desarrollo sin deteriorar o agotar los recursos que lo hacen posible. Este objetivo se logra, generalmente, gestionando los recursos de forma que se puedan renovar al mismo ritmo que se emplean, o pasando del uso de un recurso que se genera lentamente a otro que lo hace a un ritmo más rápido. De esta forma los recursos podrán seguir manteniendo a las generaciones presentes y futuras”. (p.11).

Según lo anterior, se encuentra necesario incluir el desarrollo sostenible en la región del oriente de Caldas, ya que las actividades que se pretenden desarrollar allí son especialmente naturales y culturales así que los recursos se pueden agotar fácilmente. Por este motivo, un modelo de desarrollo sostenible hace que el destino pueda explotar sus recursos sin agotarlos o deteriorarlos por completo. Para llevar a cabo esta idea se consideran los principios de sostenibilidad establecidos en la NTS-TS 001-1 de destino o área turística (ICONTEC, 2006).

Con relación a la identidad cultural de un territorio, esta se crea en un grupo social ubicado en un territorio, allí se generan las costumbres, tradiciones, creencias, rasgos culturales que van reconociendo una población por la identidad que va formando. La importancia de la cultura es que va siempre ligada al pasado, pues fue allí fue donde todas las tradiciones se crearon, y en el presente se siguen manteniendo (Molano, 2007). Como lo dice la (UNESCO,2005) citado por Olga Molano en su documento: El patrimonio cultural refleja la vida de la comunidad, su historia e identidad. Su preservación ayuda a reconstruir comunidades desmembradas, a restablecer su identidad, a crear un vínculo con su pasado y a crear un vínculo entre el pasado, el presente y el futuro” (p.73).

En el desarrollo territorial, la identidad cultural se ve involucrada en gran medida, ya que al momento de crear alguna situación de la historia del territorio o mostrando las creencias y tradiciones culturales como el idioma, los gustos, la música, las tradiciones gastronómicas, los estilos de vida, entre otros (Molano, 2007), el destino se puede convertir en un lugar interesante y esto hace que se pueda llegar a generar un desarrollo para la comunidad.

En efecto, al momento de pensar en la creación de este producto turístico se tuvo en cuenta que, dadas las condiciones del territorio, es de gran importancia no dejar a un lado el turismo cultural, ya que tradiciones las tradiciones del territorio hacen que el Oriente de Caldas único. Por este motivo, se considera que esta tipología puede llegar a ser un instrumento clave el desarrollo local, ya que es visto desde una perspectiva positiva, genera interés en los habitantes pues se realza su gastronomía, sus tradiciones culturales, sus legados ancestrales, entre otros aspectos. Adicionalmente, rompe con la estacionalidad de los destinos y fortalece el desarrollo de política publicas relacionadas. (Tosseli, 2006)

Por este motivo, la política de turismo cultural creada por el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el año 2007 es de gran ayuda para el desarrollo de este, ya que el objetivo es el desarrollo de turismo cultural generando una sostenibilidad social y económica, apropiando el patrimonio cultural con la participación de la comunidad local. (Mincit, Mincultura,2007)

### **Marco conceptual**

Para el entendimiento de este trabajo, en primer lugar, es importante definir el turismo, que según la Organización Mundial del Turismo (OMT) “es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios o profesional actividades que implican un gasto turístico”. Asimismo, este término pretende caracterizar aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales creados por el desplazamiento de las personas.

Existen diferentes maneras de conceptualizar el turismo, ya que esta se puede considerar como un momento de ocio donde se genera un desplazamiento diferente al lugar donde habita y se realiza con el fin de tener un momento de descanso y placer. Sin embargo, existe otra manera de ver el turismo ya que es generador de empleo, progreso en las comunidades locales, formalización de políticas, entre muchos otros aspectos (OMT, s.f.).

También la OMT (2007), citado por Vignati, (2009) ha establecido que un destino turístico representa lo básico para poder analizar el turismo. Por este motivo, este se debe reconocer bajo tres perspectivas para entenderlo de mejor manera: “la geográfica (una zona fácilmente



reconocible con límites geográficos o administrativos que los turistas visitan y en la que permanecen durante su viaje), la económica (el lugar en el que permanecen más tiempo, en el que gastan una suma pertinente de dinero y en el que los ingresos por turismo son considerables), y la psicográfica (la que constituye el principal motivo del viaje)”. Para que el turismo y los destinos turísticos funcionen de la mejor manera es necesario, que se desarrollen productos turísticos ya que esto facilitará y organizará de mejor manera el desarrollo turístico dentro de un territorio turismo dentro de un destino. Y así permitirá a la comunidad local, prestadores turísticos, y a los entes gubernamentales actuar de manera eficiente (Vignati, 2009).

Sin embargo, Promperú propone otra manera de analizar y ver los elementos de un destino turístico. Este es un espacio geográfico, el cual tiene algunos factores importantes, tales como: (Mincetur, 2014)

- **Los atractivos turísticos:** estos son los encargados de motivar el viaje del turista. (Mincetur, 2014)
- **Accesibilidad:** Allí se consideran importantes los servicios básicos de infraestructura para que el turista pueda tener una buena experiencia en el destino (Mincetur, 2014)
- **El respaldo de la comunidad local:** ellos son los encargados de desarrollar aspectos importantes para la visita, asimismo, al ser ellos conocedores y propietarios del destino tiene una alta injerencia en él. (Mincetur, 2014)
- **Marca:** la marca del destino es de gran importancia ya que se debe promocionar y dar a conocer el lugar para que turismo pueda desarrollarse de buena manera (Mincetur, 2014).

Asimismo, Promperú define el destino turístico como:

“El destino turístico constituye una unidad de negocio cuya gestión debe enfocarse en ciertos criterios de competitividad, a fin de generar beneficios económicos y sociales” (Mincetur, 2014).

Para Boullón (2003), el producto turístico es algo complejo y está conformado por toda la oferta turística integrada, a su vez, por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos. En otras palabras, el producto turístico son todos los bienes y servicios disponibles para el turista por un precio y en un período dado.

Ya que dentro de un producto turístico se encuentran diferentes elementos como los recursos y los atractivos turísticos, es necesario definir estos conceptos para un mejor

entendimiento de los mencionados. Por un lado, se encuentra el recurso turístico, el cual se puede entender como los bienes y los servicios que hacen posible que la actividad turística se realice (Zimmermann, 1933). La OMT también define recurso turístico como los elementos que en combinación, generan interés y deseo por visitar algún destino. Asimismo, el manual para la planificación de productos turísticos de PromPerú lo define como los factores físicos y culturales que pueden ser potencialmente explotados por el turismo. Adicionalmente, está el recurso turístico valorado y dentro de este se encuentran las instalaciones turísticas, las actividades turísticas complementarias y la imagen y valor simbólico (Mincetur, 2014).

Los atractivos turísticos se definen como las representaciones y los recursos turísticos, los cuales son creados o pueden ser convertidos para que facilite y se dé bajo la mejor manera posible la experiencia turística. Esto se genera a través de la participación, la contemplación y la interpretación (Navarro, 2015). Es por este motivo que Diego Navarro (2015) clasifica al atractivo turístico bajo cinco elementos con relación al nivel de desarrollo de este:

- Atractivo desarrollado
- Atractivo semidesarrollado
- Atractivo Pseudodesarrollado
- Atractivo Subdesarrollado
- Atractivo Sobredesarrollado

Por otro lado, el manual para la planificación de productos turísticos de PromPerú define el atractivo turístico como el componente siguiente del recurso turístico, que, al incorporarse instalaciones, equipamientos y servicios, estos agregan valor y pueden llegar a convertirse en un atractivo. Dentro de este, se encuentra la planta turística la infraestructura y la imagen o marca del destino (Mincetur, 2014). Del mismo modo, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo define al atractivo turístico como los factores físicos y culturales que reúnen las condiciones para ser integrados a los productos turísticos. (Mincit, 2010)

De igual manera, este diseño de producto turístico se basa principalmente en el turismo natural y cultural. Por este motivo, se hace necesario conceptualizar estos términos para tener claridad al momento de aplicarlos. Según el Diagnóstico Turismo de Naturaleza en Colombia, desarrollado por el programa de transformación productiva, es aquel que tiene como motivación

la realización de diferentes actividades de esparcimiento en la naturaleza, sin generar impactos negativos en ella (Tourism leisure & sports, 2012). También se encuentra dentro de la política de turismo de naturaleza desarrollada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo la de definición de esta tipología de turismo como:

“cuya oferta de productos y servicios se desarrolla en torno a un atractivo natural que se rige por principios de sostenibilidad” (Mincit, 2012).

La organización mundial de turismo define al turismo de naturaleza como:

“El Turismo de naturaleza es todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales” (OMT, 2002).

Por otro lado, el turismo cultural según la política de turismo cultural se define como:

“Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos espirituales y materiales intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino” (Mincit, 2007).

Ahora bien, con relación a la estructura del turismo, esta es necesaria para la buena gestión y funcionamiento de la actividad. Meyer (2002) describe algunos entes de gran importancia, como lo es el sector público, ya que este es el responsable de la planificación y la dotación de los servicios públicos, asimismo, es el que se encarga de orientar a través de estrategias y políticas de desarrollo. Por otro lado, se encuentra el sector privado, en donde se encuentran las empresas prestadoras de servicios turísticos, y otras empresas no relacionadas con la actividad.

El entorno natural, es un uno de los aspectos de mayor importancia y más para este caso de estudio, ya que aquí se encuentran los atractivos naturales y culturales de la región. Por último, se encuentran la comunidad local, esta es la fuerza social por la que se apoya la actividad de turismo (Meyer, 2002).

Por último, La organización mundial del turismo OMT, señala en su documento apuntes de metodología de la investigación en turismo, las diferentes formas y categorías básicas del turismo. Allí está el turismo doméstico o interno: el cuales es realizado por los residentes de una

región, dentro del mismo. (OMT, 2001) Este último termino es de gran ayuda para el presente trabajo de grado, ya que ayuda a la comprensión de la posible demanda en el destino.

### **Marco contextual**

El departamento de Caldas fue fundado en el año 1095, comprendió los municipios que actualmente ocupan Risaralda y Quindío, esto se le conoce actualmente como el viejo Caldas (Gobierno de Caldas, 2014). Los primeros municipios fundados fueron Manizales, Aguadas, Pacora, Salamina, Aránzazu, Filadelfia, Neira, Riosucio. Luego se fundaron los municipios del actual oriente caldense, Manzanares, Marulanda, Pensilvania, Marquetalia y Victoria según el decreto 763 del 1907 (Gobierno de Caldas, 2014). Se dice que el departamento de Caldas fue una construcción de granjeros antioqueños junto con sus familias, con escasos recursos económicos y en busca de nuevas tierras. Esto dio origen a una sociedad de clase media (Rodríguez, s.f.). Parsons, citado por Rodríguez dice que: “En Caldas se produjo este caso rarísimo de una sociedad democrática de pequeños propietarios en un continente dominado por un latifundio tradicional”(p.4).

Cuando la ciudad de Manizales se fundó en el año 1849, el conocido y llamado poblado de los caminos de arriería vive 5 periodos fundamentales en donde se definió tanto su economía como su estilo de vida y asentamientos que hoy existen, conocido en las diferentes regiones del departamento (Rodríguez, s.f.). El primer periodo se presentó entre los años 1860 a 1900 momento de guerras civiles y la guerra de los mil días (Rodríguez. s.f.). Luego, el departamento de Caldas empezó a crecer gracias a los grandes beneficios económicos que dejaba el café, allí se crearon los principales teleféricos del departamento especiales para transportar el producto.

El café se cultivó por primera vez en entre 1865 y 1870, se sembraron únicamente 4 plantaciones y se creó el primer cafetal del departamento (Rodríguez, s.f). Cabe resaltar que en la época estas obras fueron de gran admiración para el Caldas. Asimismo, continuó la creciente económica, por lo cual se empiezan a crear los caminos rurales por las veredas por donde transportaban los conocidos “jipaos” (Rodríguez. s.f.). Sin embargo, en los años 70 se presentó un deterioro en su mayor actividad económica, lo que trajo crisis en el departamento (Rodríguez. s.f).

La economía de la región se basó desde sus principios en la caficultura y las labores afines alrededor de esta actividad, actualmente, las cosechas de café siguen siendo de gran importancia no solo por la actividad económica sino por las tradiciones que se crearon a partir de ella. Asimismo, hay muchas otras actividades como la prestación de servicios, en comercio, comunicaciones, turismo. Luego se encuentran las actividades agropecuarias, tales como el cultivo de café, cacao y maíz; la actividad ganadera se encuentra principalmente en el oriente caldense debido a su climatología (Gobierno de Caldas, 2017).

Este departamento se encuentra ubicado en el Centro Occidente de la región andina, comprende 27 municipios organizado en 6 subregiones las cuales son: **Alto Occidente**, compuesto por los municipios de Filadelfia, La Merced, Marmato, Riosucio y Supía. **Bajo Occidente**, compuesto por los municipios de Anserma, Belalcázar, Risaralda, San José y Viterbo. **Centro Sur**, compuesto por los municipios de Chinchiná, Manizales, Neira, Palestina y Villamaría. **Norte Caldense**, compuesto por los municipios de Aguadas, Aránzazu, Pácora y Salamina. **Magdalena Caldense**, compuesto por los municipios de La Dorada, Norcasia, Samaná y Victoria. y **Alto Oriente**, compuesto por los municipios de Manizales, Marquetalia, Marulanda y Pensilvania. [ver figura 3](#) y 34 corregimientos (Gobernación de Caldas, 2017).

Cuenta con una superficie de 7.888 km<sup>2</sup> y representa el 0,69% de la República de Colombia, limita al norte con el departamento de Antioquia, al este con el departamento de Cundinamarca, al sur con el Tolima y al oeste con Risaralda (Gobernación de Caldas, 2014). El departamento posee una gran riqueza de recursos naturales y culturales, estos tienen un alto nivel de conservación debido a los problemas de conflicto armado de la zona años atrás.

El turismo, actualmente, es un sector clave para el desarrollo departamental, ya que esto genera empleos directos e indirectos (Vélez, Velásquez, Castellanos y Trujillo, 2002), las actividades tradicionales del día a día se empiezan a convertir en atractivos para los turistas, por ejemplo, las moliendas de panela, los cultivos de café, los viajes en jipaos, la visita a las casas tradicionales cafeteras, entre otras actividades.

De igual manera, el departamento es líder en la oferta de observación de aves ya que cuenta con más de 950 especies, también hay una gran cantidad de reservas naturales que caracterizan al destino, algunas de ellas son el Parque Nacional Natural los Nevados, el cruce de los tres ríos la

charca del Guaranicito, el Embalse Amaní, la Reserva Natural Bellavista, entre otros (Unión temporal turismo Chocalán, 2012).

## Capítulo 2: Caracterización de los municipios del Oriente de Caldas

### Ubicación geográfica y división política

Tal como se muestra en la [figura 4](#) se encuentra el mapa del departamento de Caldas y en específico la ubicación municipal de los ocho municipios en estudio para el diseño del producto turístico. En este punto, se realizará una descripción de los municipios y así tener una caracterización de estos.



[Figura 4](#). Mapa del departamento de Caldas. Fuente. Secretaría de Planeación Departamental. Elaboración propia. 2021.

Información general				
	Superficie	Altura	Temperatura promedio	Población
La Dorada	574 km <sup>2</sup>	178 m.s.n.m	34°C	70,802
Manzanares	195 km <sup>2</sup>	1871 m.s.n.m.	19°C	16,532
Marquetalia	94 km <sup>2</sup>	1600 m.s.n.m	29°C	12,146

Marulanda	378.6 km <sup>2</sup>	2825 m.s.n.m	14°C	2,081
Norcasia	211.24 km <sup>2</sup>	700 m.s.n.m	29°C	5,949
Pensilvania	530 km <sup>2</sup>	2100 m.s.n.m	20°C	17,342
Samaná	761.02 km <sup>2</sup>	1460 m.s.n.m	28°C	17,466
Victoria	507 km <sup>2</sup>	750 m.s.n.m	33°C	8,172

## **La Dorada**

La Dorada se localiza en la zona del Magdalena Caldense, limita al oriente con los municipios de Guaduas y Puerto Salgar, pertenecientes al departamento de Cundinamarca y Puerto Boyacá en el departamento de Boyacá; al occidente con el municipio de Norcasia, al sur con el municipio de Honda, perteneciente al departamento del Tolima y al sur con los municipios de Sonsón y Puerto Triunfo pertenecientes al departamento de Antioquia. (Corporación para el desarrollo de Caldas, 2016). El municipio se encuentra a 178 metros sobre el nivel del mar con una temperatura que varía entre los 28 y 34 grados centígrados. Asimismo, ocupa 574 km<sup>2</sup> lo cual corresponde al 6.67% del departamento de Caldas. (CPD Caldas, 2016)

Cuenta con una población aproximada de 70,802 habitantes, siendo el segundo municipio más importante del departamento (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2018). El 90% de la población se centra en el área urbana, la cual está dividida en 37 barrios y el 10% restantes en las zonas rurales, divididas en 17 veredas (Irmac, s.f.).

## **Manzanares**

Manzanares está ubicado al oriente del departamento de Caldas, en la subregión conocida como alto oriente. Limita al norte con el municipio de Pensilvania, al oriente con el municipio de Marquetalia, al sur con el municipio de Fresno, perteneciente al departamento del Tolima y al occidente con el municipio de Marulanda, cuenta con una extensión aproximada de 195 km<sup>2</sup> y ocupa el 2,5% del territorio del departamento. El municipio de Manzanares se encuentra a una altura de 1871 metro sobre nivel del mar (Irmac, s.f.).

Cuenta con una población de 16.532 habitantes según el registro del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en el año 2018. Asimismo, este se encuentra dividido en la zona urbana donde se encuentra el 42,4% de la población, esta se encuentra dividida en 19 barrios que tiene el municipio y en las zonas rurales el 57,6% la cual está distribuida en 3

corregimientos conocidos como los Planes, las Margaritas y Agua bonita y 15 centros-veredas (Alcaldía Municipal de Manzares, 2016). Cabe resaltar que este municipio tiene la particularidad de tener mayor población en las zonas rurales por las fincas cafeteras de la zona y las moliendas de panela.

### **Marquetalia**

Marquetalia está ubicado de igual manera en el alto oriente del departamento, este municipio se encuentra ubicado en la parte más baja del departamento. Limita al norte con el municipio de Samaná y Pensilvania, al sur con el municipio de Fresno y Mariquita pertenecientes al departamento del Tolima, al oriente con el municipio de Victoria y al occidente con el municipio de Manzares (Irmac, s.f.). Cuenta con una extensión 94 km<sup>2</sup> y ocupa el 1,527% del territorio del departamento. Este se encuentra a una altura de 1600 metros sobre el nivel de mar y una temperatura promedio de 20° C. (Irmac, s.f.)

El municipio cuenta con una población de 12.146 habitantes según el censo del DANE en el año 2018, divididos en la extensión urbana la cual está compuesta por 16 barrios y en la cual habita el 42% de la población, y la zona rural compuesta por 47 veredas y se encuentra el 58% de la población (Alcaldía Municipal de Marquetalia, 2016).

### **Marulanda**

Marulanda está ubicado en la subregión del alto oriente, limita al norte con el municipio de Salamina y Pensilvania, al sur con el municipio de Herveo en el departamento del Tolima, al oriente con el municipio de Manzares y al occidente con el municipio de Neira y con la capital del departamento, Manizales (Alcaldía Municipal de Marulanda, 2016). Tiene una extensión de 378.57 km<sup>2</sup>, los cuales se dividen en el 1,4 % del territorio en el área urbana y 377.17% en el área rural. Marulanda representa el 0,36% de la extensión del municipio siendo el más pequeño del departamento de Caldas. Su temperatura promedio es de 14°C (Alcaldía Municipal de Marulanda, 2016).

Marulanda cuenta con una población de 2081 habitantes según el censo del DANE en el año 2018, este municipio tiene la particularidad de tener más extensión territorial hacia el área rural que la urbana, es por este motivo que existe la cabecera municipal de Marulanda y el Corregimiento de Monte bonito. En el área urbana se concentra el 36% de la población, dividida en



3 barrios y en el área rural en donde está el 64% de la población, se encuentra el corregimiento de Monte bonito, ubicado al sur del municipio donde habitan aproximadamente 1330 habitantes y tiene jurisdicción sobre 7 de las 14 veredas que existen. (Alcaldía Municipal de Marulanda, 2016).

### **Norcasia**

Norcasia está ubicado en la subregión del Magdalena Caldense, limita al norte con el municipio de Sonsón ubicado en el departamento de Antioquia, al sur con los municipios de Victoria y Samaná al occidente con el municipio de Samaná y al oriente con el municipio de La Dorada (Irmac. S.f.). Tiene una extensión de 211,24 km<sup>2</sup> y ocupa el 0,71% del territorio de Caldas, se encuentra a 700 metros sobre el nivel del mar y tiene una temperatura promedio de 25°C (Irmac. S.f.).

El municipio cuenta con una población de 5949 (DANE, 2018) esta a su vez está dividida en la parte urbana en donde se encuentra el 67% de la población y el área rural donde se encuentra el 33% de la población dividida en 17 veredas (Irmac. S.f.).

### **Pensilvania**

Pensilvania se encuentra ubicado en la subregión del alto oriente, limita al oriente con el municipio de Samaná, al sur con el municipio de manzanares, Marquetalia y Marulanda, al occidente con el municipio de Marulanda y Salamina y al norte con los municipios de Sonsón y Nariño ubicados en el departamento de Antioquia. Tiene una extensión de 530 km<sup>2</sup> y ocupa el 2,72% del territorio del departamento, este se encuentra a una altura de 2,100 metros sobre nivel del mar y su temperatura promedio es de 19°C (Alcaldía Municipal de Pensilvania, 2008).

El municipio cuenta con una población de 17.342 habitantes según el censo realizado en el año 2018. En el área urbana habita el 31% de la población y en la zona rural el 69% de la población, especialmente en los 4 corregimientos, la Arboleda, Bolivia, Pueblo Nuevo y San Daniel. Asimismo cuenta con 104 veredas (Irmac. S.f.).

### **Samaná**

Samaná se encuentra ubicado al nororiental del departamento, limita al oriente con el municipio de Victoria y Norcasia, al occidente del municipio de Pensilvania y con el

departamento de Antioquia, al norte de igual manera con el departamento de Antioquia y al sur con los municipios de Marquetalia y Victoria (Alcaldía municipal de Samaná, 2016). Tiene una extensión de 761,02 km<sup>2</sup> y ocupa el 2,64% del territorio del departamento. El municipio se encuentra a una altura de 1460 metros sobre el nivel del mar y su temperatura promedio es de 20°C. (Alcaldía municipal de Samaná, 2016).

Cuenta con una población de 17466 según el censo del DANE en el año 2018. El 80% de la población se encuentra en el área rural dividida en 4 corregimientos, Florencia el cual tiene 45 veredas, San Diego el cual tiene 32 veredas, Berlín el cual tiene 14 veredas y Encimada el cual tiene 11 veredas. De igual manera, el 20 % restante se encuentra en el área urbana dividida en 15 barrios. (Alcaldía municipal de Samaná, 2016).

### **Victoria**

Victoria se encuentra en la subregión Magdalena medio Caldense, esta limita al norte con los municipios de Norcasia y La Dorada, al sur con los municipios de Honda y Mariquita pertenecientes al departamento del Tolima, al occidente con los municipios de Samaná y Marquetalia y al oriente con el municipio de La Dorada (Alcaldía municipal de Victoria, 2016). Cuenta con una extensión de 507 km<sup>2</sup> y ocupa el 0,94% del territorio del departamento, a una altura de 750 metros sobre nivel del mar con una temperatura promedio de 34°C (Alcaldía municipal de Victoria, 2016).

El municipio cuenta con una población de 8.172 habitantes según el censo realizado por el DANE en el año 2018. El 43% de la población habita en el área rural, compuesta por el corregimiento de Pradera, la inspección especial de Isaza y 27 veredas más y el 57% restante ubicado en el área rural está dividido en 10 barrios (Irmac. s.f.).

### **Aspectos económicos**

#### **La Dorada**

El municipio de La Dorada al estar ubicado en la zona del Magdalena se caracteriza por centrar sus actividades económicas en la producción de carnes y lácteos. Tradicionalmente esta zona de la región es especializada en la cría y el levante de bovinos tales como el cebú y el pardo suizo. (Irmac, s.f.) Sin embargo, en los últimos años en esta zona incluyendo al municipio de

Puerto Boyacá ubicado en el departamento de Boyacá, se ha ido implementando la cría de búfalos. Asimismo, la agricultura, la minería de oro y la pesca son otras actividades importantes en el desarrollo económico de este municipio. (Irmac, s.f.) Cabe resaltar, que la pesca ha sido una gran ayuda para los habitantes de la zona con relación a la mejora de su economía, pues está actualmente presenta gran oferta de pescado principalmente en los ríos Magdalena, La Miel, Doña Juana y Purnio (Irmac, s.f.).

Sin embargo, las actividades económicas enfocadas en el comercio han venido creciendo en gran medida en La Dorada, de igual manera el desarrollo empresarial también ha sido importante en la región, especialmente con los servicios de alojamiento y turismo, restaurantes y comercio. (Cámara de Comercio de La Dorada, Caldas, 2016)

### **Manzanares**

La economía de Manzanares se basa casi en su totalidad en las actividades agrícolas, tales como los cultivos de café, plátano, caña, maíz, entre otros. Asimismo, el cultivo de café es el que predomina en la zona con un 80% de producción. Se considera que al año se pueden producir cerca de 3,756 toneladas de este producto (Irmac, s.f.). La caña de azúcar es un producto que también prevalece en las producciones agrícolas, esto porque en la zona existen varias moliendas en donde se produce panela, específicamente 670 hectáreas establecidas para este cultivo (Irmac, s.f.). La actividad económica relacionada con la cría de bovinos y la porcicultura también es importante para el municipio (Irmac, s.f.).

De igual manera, el maíz y frijol son cultivados en algunas zonas del municipio en los campos donde se cultiva café, por este motivo la producción es escasa, se hace por tradición cultural y especialmente para el autoconsumo. (Irmac. s.f.)

### **Marquetalia**

Marquetalia se caracteriza por centrar sus actividades económicas en la ganadería y la agricultura, en cultivos como el café, el cual es el más importante. De igual manera, el plátano y la yuca, la caña de azúcar, el cacao, el caucho hacen parte de la economía agrícola del municipio. (Alcaldía municipal de Marquetalia, 2016) Como se dijo anteriormente, el café es el producto más importante para la producción y lo que genera dependencia, ya que este tipo de cultivo ocupa el 60% del área total dada para la agricultura específicamente 3197 hectáreas establecidas para el

cultivo de este producto, seguida por el cultivo de aguacate con una participación del 12%, con 680 hectáreas establecidas, en el municipio se cultivan principalmente aguacates Lorena, Santana y Semil 40. (Alcaldía municipal de la Marquetalia, 2016) Por otro lado, Existe una pequeña producción de ganado la cual se realiza de manera semi intensiva, haciendo énfasis en la recolección de leche y levante de crías bovinas (Alcaldía municipal de la Marquetalia, 2016). En el municipio se han podido crear algunas alianzas de acuerdo con la producción, con el fin de obtener mayores beneficios para cada sector. Algunas de esas asociaciones son:

- Agro riente, encargado de comercializar alimentos como el plátano, la yuca, el cacao, la panela la apicultura y la piscicultura. (Alcaldía municipal de la Marquetalia, 2016)
- Apatex, encargado de comercializar y exportar la producción de aguacates. (Alcaldía municipal de la Marquetalia, 2016)
- Asopropam, encargado de la producción y comercialización de panela. (Alcaldía municipal de la Marquetalia, 2016)

### **Marulanda**

El municipio de Marulanda centra sus principales actividades económicas en la producción de actividades agropecuarias, en donde se producen principalmente, papa, maíz, frijol y mora. De igual manera, este municipio se caracteriza por la cría de ovejas, pues sus tradiciones culturales giran alrededor de este animal, se realiza hace más de 70 años y ha sido dirigida por la cooperativa ovina de Marulanda (Gobernación de Caldas, 2014).

El municipio cuenta con varios rebaños con más de 3 mil ovejas distribuidas en las diferentes veredas. Con esta materia prima los trabajadores lo usan para realizar ruanas, cobijas y artesanías que son comercializadas dentro del casco urbano (Gobernación de Caldas, 2014). De igual manera, también existen actividades de ganadería, usadas principalmente para la extracción de leche, así se obtienen productos típicos de la zona como quesos y dulces tradicionales (Irmac, s.f.).

### **Norcasia**

Norcasia tiene como principales actividades económicas la agricultura y ganadería. El municipio tiene cultivos de manera permanente en productos como el aguacate, la caña de azúcar y el cacao (Gobernación de Caldas, 2014). Otros productos que se cultivan pero esporádicamente

son el plátano, el zapote, el frijol y la yuca. A diferencia de los otros municipios del oriente de Caldas, Norcasia no tiene como producto principal el café, esto se debe a la temperatura y las condiciones climáticas de la zona (Gobernación de Caldas, 2014). Por este motivo, el aguacate es el principal producto que se produce en Norcasia, teniendo cosechas en abril, mayo, octubre y noviembre (Gobernación de Caldas, 2014). Por otro lado, ya que el municipio se encuentra cerca de la región del Magdalena medio, este realiza actividades ganaderas, donde predominan las razas cebú y ganado criollo (Alcaldía municipal de Norcasia, s.f.)

### **Pensilvania**

La principal actividad económica de este municipio se basa en el cultivo y recolección de café, se siembran alrededores de 5803 hectáreas de este producto. Igualmente, la cosecha de cañas de azúcar, papa y árboles frutales como feijoa, lulo, tomate de árbol y mora. En pensilvania no es común la ganadería ya que el suelo y las temperaturas no permiten la realización de esta actividad económica (Irmac, s.f.).

Dentro de la región del oriente caldense, Pensilvania se caracteriza por la siembra de árboles, para la creación de bosques, los cuales son usados para la fabricación de papel. Esta actividad económica se considera la que más ingresos deja para el municipio (Gobernación de Caldas, 2014). Dentro de los últimos años, el municipio se ha caracterizado por tener un desarrollo en la piscicultura, esto debido a la gran cantidad de fuentes hídricas en la zona. (Gobernación de Caldas, 2014).

### **Samaná**

Samaná de igual manera basa su economía en actividades agropecuarias, principalmente en la caficultura y sembrados. Asimismo, este municipio usa la ganadería al ser parte de la región del Magdalena Caldense (Gobernación de caldas, 2014).

La actividad panelera es fundamental en el desarrollo de la economía de Samaná, al igual que la cafetera, estas actividades se han realizado de manera tradicional, con poca o nula tecnología ya que se realiza bajo mano de obra familiar. El cultivo de cacao también es importante para la zona, ya que representa el 44% de la actividad agrícola (Gobernación de Caldas, 2014) Se pretende llegar a realizar cultivos de caucho natural, ya que las crisis cafeteras han hecho que los campesinos se vean obligados a cambiar sus actividades económicas.

## **Victoria**

Así como la mayoría de los municipios de la región, su economía se basa en la agricultura de café, cacao, caña, aguacate, maíz, entre otros. En los últimos años se ha ido incorporando el cultivo de caucho y este ha tenido éxito ya que las características climáticas hacen que la producción sea beneficiosa, generando ingresos para los cultivadores. Sin embargo, el 80% del municipio se dedica al a ganadería, aproximadamente 57000 cabezas de ganado cebú. De igual manera, el 4% de la ganadera es destinado a la producción lechera (Gobernación de caldas, 2014). Asimismo, dentro del municipio las actividades pecuarias como la avicultura, la piscicultura y la porcícola, se producen para el consumo dentro del municipio principalmente. (Gobernación de caldas, 2014)

## **Aspectos naturales**

### **La Dorada**

Con relación a los aspectos naturales del municipio, este se caracteriza por su hidrografía, sus principales recursos hídricos son los ríos Magdalena, La Miel y Guarinocito, estos se usan tanto para la pesca como para el consumo del municipio, la creación de energía y la navegación. Por otro lado, el municipio cuenta con 27 humedales y 7 cerros, los cuales están en proceso de protección y conservación.

Cabe resaltar que la mayoría de fauna de Caldas se encuentra en el oriente del departamento según plan de acción institucional de CorpoCaldas. Allí se encuentran cerca del 50% de especies aviarias del país, también hay una gran cantidad de anfibios especialmente en este municipio por estar cerca al río Magdalena (Alcaldía municipal de La Dorada, 2016). Sin embargo, el municipio sufre de una gran cantidad de acciones de caza ilegal en animales como guaguas, micos titi, chigüiros y tortugas (Alcaldía municipal de La Dorada, 2016).

### **Manzanares**

Ya que la climatología del municipio es variada, se tiene dos pisos térmicos, el medio y el frío. En el piso térmico medio las temperaturas oscilan entre los 18 y 24°C con suelos húmedos y pre húmedos. Estas tierras son aptas para los bosques artificiales y especiales para los cultivos anteriormente mencionados en el aspecto económico (Alcaldía municipal de Manzanares, 2016).

En el piso térmico frío las temperaturas oscilan entre los 12 y 18°C, aquí se encuentran principalmente los bosques protectores del ecosistema y la ganadería extensiva del municipio.

Por otro lado, el municipio se caracteriza por una zona de baja pendiente con laderas cortas, así mismo tiene áreas montañosas con pendientes altas. Cuenta con diferentes fuentes hidrográficas como el río La Miel, Santo Domingo, Guarino y San Juan, el cual nace en el cerro de Guadalupe de este municipio (Alcaldía municipal de la Manzanara, 2016).

### **Marquetalia**

Marquetalia se caracteriza por tener un terreno montañoso y quebrado, aunque posee la mayoría de los pisos térmicos, se caracteriza por tener un clima templado y cálido en algunas temporadas del año. Los cultivos son agrícolas, seguido de bosques y pastos. Las principales fuentes hídricas al igual que la mayoría de los municipios del oriente de Caldas son el río Guarino, el río La Miel y el río San Juan. El río San Juan es el principal abastecedor de agua para Marquetalia y otros municipios (Alcaldía Municipal de Marquetalia, 2016).

Se caracteriza por tener diversas especies de flora tales como cedros, guayacán, nogal, carbonero entre otros árboles. Estos son de gran importancia ya que sirven para dar sombra a los cultivos de café y así se evita el daño y deterioro de estos. La fauna del municipio se caracteriza especialmente por aves, se considera que existe alrededor de 87 especies de aves dentro de Marquetalia, entre ellos tucanes. (Alcaldía Municipal de Marquetalia, 2016)

### **Marulanda**

Marulanda se caracteriza por tener la mayor parte del tiempo clima frío, posee zonas húmedas y pre húmedas, cuenta con fuentes hidrográficas compuesta por tres ríos los que van por todo el oriente del departamento y 55 quebradas. El río Guarino nace en el municipio de Marulanda. (Irmac, s.f.)

Con relación a la fauna, Marulanda cuenta con gran variedad de animales mamíferos ubicados en los bosques como venados, osos de anteojos y pumas. Los anfibios en la zona son pocos ya que estos se ubican especialmente en la subregión de Magdalena Caldense. Sin embargo, existe una gran cantidad de aves, 187 especies específicamente. Cabe resaltar que la mayoría del departamento está bajo el bosque de la reserva forestal en donde hay un gran sector biológico y con diferentes tipos de ecosistemas (Alcaldía municipal de Marulanda, 2016).

## **Norcasia**

Norcasia cuenta con una temperatura promedio de 25°C, ya que se encuentra en diferentes pisos térmicos cálidos. Los mayores tiempos de lluvia son en los meses de mayo y junio.

(Alcaldía municipal de Norcasia, s.f.).

El municipio de Norcasia se caracteriza por ser uno de los territorios más montañosos de la región del Oriente de Caldas, por este motivo, su climatología es variada. Así como la mayoría de estos municipios, Norcasia tiene grandes cuencas hidrográficas, tales como ríos y quebradas importantes para el departamento como lo son el río Jagual, Santa Bárbara, Montebello, las Pavas, la Norcasia, entre otros. De igual manera este municipio hace parte de la cuenca del río la Miel (Alcaldía municipal de Norcasia, s.f.).

## **Pensilvania**

Pensilvania cuenta con el piso térmico medio y frío, por este motivo, la temperatura promedio es de 17°C. Las principales cuencas hidrográficas son el río Pensilvania el cual tiene altas corrientes, el río La Miel es la principal fuente hídrica del municipio, el río Tenerife, el río Salado y el río Samaná (Alcaldía municipal de Pensilvania, 2016). Asimismo, el municipio cuenta con 3 quebradas de gran importancia (Alcaldía municipal de Pensilvania, 2016). El municipio se caracteriza por tener dos tipos de bosque, el bosque pluvial en donde el clima es húmedo tiene lluvias frecuentes y se forma el conocido ecosistema de bosque de niebla. y está el bosque muy húmedo montano bajo el cual tiene temperaturas muy bajas. (Alcaldía municipal de Pensilvania, 2016).

Con relación a la fauna y flora del municipio, este tiene diferentes clases de aves, anfibios y mamíferos como el oso hormiguero, el mico titi, venados, tigrillos, entre otros. Pensilvania se caracteriza por tener una gran variedad de orquídeas y helechos. (Alcaldía municipal de Pensilvania, 2016).

## **Samaná**

En Samaná se encuentran diferentes bosques, uno de ellos es el de Florencia el cual se caracteriza por ser bastante húmedo. Cabe resaltar que es una de las reservas naturales que tiene el departamento (Irmac, s.f.). Este bosque tiene más de 40 especies de anfibios y mamíferos y más de 170 especies de plantas. Así mismo, en el bosque de Florencia nacen las principales



fuentes hidrográficas del municipio como lo son el río Tenerife, San Antonio y Moro (Alcaldía municipal de Samaná, 2016).

## **Victoria**

Al igual que la mayoría de los municipios del Oriente de Caldas, Victoria tiene 5 cuencas hidrográficas de alta importancia para el municipio ya que van hacia la desembocadura del río grande de la Magdalena. Estas son el río La Miel, el río Guarino, el río Doña Juana, el río Purmio y la quebrada Guadales (Alcaldía Municipal de Victoria, 2011). Asimismo, dentro existen 35 quebradas las cuales sobresalen en las épocas de invierno.

En Victoria existen tres tipos de bosque, el pluvial y el húmedo y el seco tropicales. La flora en general en el departamento ha sido poco intervenida, por este motivo, existe una gran conservación de diferentes formaciones vegetales. De igual manera, allí alberga una gran cantidad de fauna, cerca de 65 especies diferentes. El mico titi gris es uno de los más representativos no solo del municipio sino del departamento entero. Existen cerca de 88 especies de reptiles y diferentes tipos de aves, lo cual es característico del Oriente Caldense (Alcaldía Municipal de Victoria, 2011).

Se puede evidenciar que los ocho municipios del oriente de Caldas poseen una gran cantidad de fuentes hídricas, climatología variada, y variedad de fauna, en especial las aves. Es importante mencionar que, varias zonas como veredas, corregimientos tienen bosques y espacios naturales que no han sido intervenidos por las personas, asimismo, la comunidad se ha encargado de mantener el ecosistema de la región en buenas condiciones, pues conocen la gran cantidad de flora y fauna endémica y fascinante que hay allí.

## **Aspectos culturales**

Dentro de las manifestaciones culturales de una región se puede apreciar, las tradiciones, el folclore, las creencias religiosas, los hábitos, la danza, las artesanías, la arquitectura, los patrimonios del territorio, entre otros aspectos que hacen que cada región sea diferenciada por su cultura tradicional (OMPI, s.f.). Para el presente caso de estudio, los municipios al estar tan cercanos, sus aspectos culturales son muy similares por este motivo se hará una descripción general de este aspecto.

En Caldas, así como en la mayoría de los departamentos de Colombia, los mitos y leyendas son de gran importancia, pues la creencia en ellos es muy fuerte. Algunas de las más famosas son el Mohán, la Madre monte, la Madre de Agua, la Patasola, el Patetarro y el Hojarasquin del monte (Unión temporal de estudios ambientales y planificación territorial Rio Guarino, s.f.).

Por otro lado, están los eventos y festividades, el cual reflejan las tradiciones identidad autóctonos de la región. En el oriente de Caldas cada uno de los 8 municipios tiene su principal feria, la cual se realiza cada 2 años en su mayoría. Allí se realizan comparsas, muestras gastronómicas, las principales tradiciones culturales de cada municipio. Estos espacios son importantes para los habitantes ya que es un momento de esparcimiento y encuentro con personas que ya no viven los municipios. A continuación, se muestra una tabla con las fiestas más importantes de la zona.

Principales fiestas del Oriente de Caldas	
La Dorada	Carnaval del río y del sol
Manzanares	Fiestas de la cordialidad
Marquetalia	Fiestas de la cordillera
Marulanda	Fiestas de la lana
Norcasia	Fiestas del aguacate
Pensilvania	Fiestas del hacha
Samaná	Fiestas de palenques
Victoria	Fiestas del Victoriano

*Tabla 1.* Principales ferias y fiesta de los municipios del oriente de Caldas. Elaboración propia.

2020

Ahora bien, la gastronomía caldense se caracteriza por tener una similitud con la antioqueña, esto se debe a la colonización de este departamento. Los platos de la región son en su mayoría preparados con los productos característicos de cada municipio (Unión temporal de estudios ambientales y planificación territorial Rio Guarino, s.f.).

Tal como se menciona en el libro de cocinas tradicionales de Colombia, creado por el Ministerio de Cultura, en la región del eje cafetero, el día empieza con “tragos” esto hace referencia a un pocillo de aguapanela o café el cual se toma antes del desayuno. El desayuno típico caldense se compone de chocolate, el cual se prepara en aguapanela y chocolate amargo,

arepa muy delgadita para servir con queso campesino, es común que en los desayunos se coma morcilla o chorizo (Ministerio de Cultura, 2012).

En el almuerzo es típico, comer “frisoles”, tal como se pronuncia en el departamento, carne de cerdo o de res depende de la zona del departamento tajadas de plátano o papa con hogao. Las sopas como los sancochos, mondongos, mazamoras, entre otros también son muy comunes (Mincultura, 2012). Algo muy típico de la región es tomar el algo en las horas de la tarde, esto se puede llegar a conocer en otras regiones del país como las onces. Allí se come mazamorra o chocolate con arepa.

Es importante resaltar que en fechas especiales, en la mayoría de los hogares caldense es tradición matar marranos, las mujeres de las casas se encargan de realizar todo tipo de platos a base de este animal, tal como morcillas, chorizos, costillas, lomos de cerdo, chunchullos, entre otros. Algunos de los alimentos típicos de la región caldense son: (Mincultura, 2012)

- Hogao
- Queso de hoja
- Sopa de orejas
- Sancochos
- Sopa de guineo
- plato montañero
- arepas de chócolo
- kumis casero
- buñuelos
- pandequesos
- Gelatina de pata negra
- Sopa de bolo
- Migas de arepa

Con relación a la música y danza tradicional en el departamento se destacan los bailes como en pasillo, este es una mezcla entre dos ritmos el torbellino baile de indígenas y el vals europeo (Sistema Nacional de Información Cultural, s.f.). Este ritmo es típico en la región andina del país. Sin embargo, cada departamento adapta este ritmo a sus propias modalidades, en el caso

de este departamento el más conocido es el pasillo fiestero y arriao. (Sinic, s.f.). Este ritmo se interpreta con tiples, guitarras, bandolas y requintos (Rodríguez, 2016).

De igual manera, el bambuco es considerado el baile más importante y conocido dentro de la región Andina considerado el baile típico campesino del País siendo un ritmo fiestero. Es interpretado principalmente a dueto de dos voces, se usan los mismos instrumentos del pasillo incluyendo la flauta y la pandereta (Sinic, s.f.).

Los ritmos musicales en el departamento de Caldas y en el eje cafetero son muy similares a los del departamento de Antioquia, tal como la música guasca. este nombre hace alusión a la música campesina o popularmente llamada montañera, dentro de este ritmo se encuentran melodías de rancheras, corridos, pasillos tangos y boleros. El termino guasca proviene de los campesinos ya que usaban los tallos del plátano para sacar fibras que ellos llamaban guascas y que tantos los campesinos como los arrieros usaban para amarrar diferentes cosas como leña, sostener los objetos de las mulas o incluso hacer esteras (López,1985).

En este género musical se usa principalmente instrumentos como guitarras, trompetas y violines (Noriega, 2013). Ahora bien, el termino carrilera proviene del departamento de Antioquia en las carrileras del tren que iba desde Medellín al municipio de Puerto Berrio donde abundaban las fondas e iban los campesinos a tomar licor (López, 1985). Sin embargo, este ritmo musical proviene de México modificado por los campesinos de la región Andina (López, 1985). Por otro lado, la arquitectura en el oriente de caldas es muy similar a la típica arquitectura del eje cafetero y Antioquia, los diseños son coloridos y con zócalos en sus paredes, portones y ventanas grandes en madera, diseñadas en bahareque (Tamayo, 2020) Al interior de la mayoría de las casas típicas caldenses, se destacan los corredores amplios alrededor de la casa y un gran patio en la mitad de esta. Asimismo, los balcones son un aspecto importante en cada casa pues en su mayoría abren de piso a techo y dan un toque especial a las viviendas. (Tamayo, 2020). ver figuras [5](#) y [6](#)



*Figura 5.* Corredores típicos en las casas caldenses. Imagen propia. Casa de Fabio Valencia Cardona Carrera 3 con calle 4 esquina, Manzanares, Caldas



*Figura 6.* Casa típica caldense. Vivienda de Fabio Valencia Cardona. Carrera 3 con calle 4 esquina, Manzanares, Caldas.

Sin embargo, como lo dice Tamayo (2020) en el documento “*Manzanares, Anfitrión del Oriente de Caldas*” la mayoría de estos municipios han ido perdiendo esa fantástica arquitectura colonial, en algunos casos no se mantiene la conservación de estas viviendas y poco a poco

empiezan a desaparecer, por otro lado, llegan nuevos estilos modernos de las ciudades grandes que empiezan a entorpecer el concepto campesino colonial. Sin embargo, es preciso señalar que en los municipios de Marulanda y Pensilvania, los entes gubernamentales han hecho un gran esfuerzo por mantener este patrimonio arquitectónico y cultural que ha dejado la historia y que sin duda alguna vale la pena mantener.

Sin duda alguna, el oriente de Caldas posee una cantidad considerable de atractivos culturales tangibles e intangibles las cuales hacen que esta zona sea tan particular. La cultura paisa y cafetera aún se encuentra muy marcada en la mayoría de los municipios en estudio, lo que permite que los turistas puedan tener una gran experiencia al interactuar con la comunidad. Por otro lado, la gastronomía será un factor clave al momento de visitar la zona y diseñar el producto ya que la comida puede llegar a ser un factor para que los turistas decidan visitar más de un municipio del oriente Caldense.

### **Capítulo 3: Planificación turística de la zona oriental para el diseño del producto**

#### **Oferta de servicios turísticos y hoteleros de la zona**

En el departamento de Caldas, el desarrollo turístico, ha ido evolucionando gracias a un gran esfuerzo de las instituciones públicas y privadas las cuales se han encargado de estimular, desarrollar y planificar la actividad de manera formal (Banco de la Republica, s.f.). Actualmente, basan su actividad turística en cuatro tipologías, el turismo de naturaleza, el turismo de aventura, turismo de reuniones y el turismo cultural (Citur, s.f.). Sin embargo, el oriente Caldense se enfoca principalmente en el turismo de cultura y de naturaleza.

Aunque son pocas las actividades de turismo de aventura en el oriente del Caldas, el municipio de Norcasia se caracteriza por basar la mayoría de las actividades turísticas en esta tipología. Por ejemplo, balsaje, deportes extremos, excursiones al Rio la Miel, entre otros (Natural Journeys Colombia, s.f.) La mayoría de los municipios de la zona del Magdalena se destacan por tener diferentes recursos y atractivos naturales que facilitan actividades en torno a este tipo de turismo. Cabe resaltar que, el oriente de Caldas al ser zona prácticamente rural, no se cuenta con espacios adecuados para el turismo de negocios, como salones de eventos, centros de convenciones u otros espacios, puesto que este no es el enfoque del destino.

El oriente del departamento cuenta con diferentes tipos de servicios turísticos y hoteleros en los distintos municipios. Para el análisis y revisión de la oferta en la zona del departamento, se realizó lista de atractivos y servicios cada uno de los municipios. Esto se logró a partir de la recolección de información de fuentes secundarias, tales como las listas de atractivos realizados por el proyecto Oriente y Magdalena Caldense, de la Gobernación de Caldas, y del Plan de desarrollo turísticos de Caldas. Posteriormente, en la visita de campo, se completó y confirmó dicha información.

La tabla 2 y 3 presenta la lista de atractivos y servicios turísticos del municipio de La Dorada Caldas.

Municipio de La Dorada			
Lista de atractivos turísticos			
Patrimonio cultural material inmueble	Festividades y eventos	Gastronomía	Sitios naturales
Catedral Nuestra Señora del Carmen	Aniversario del municipio	Churrasquito de Búfalo	Cascada candilejas
Central de abastos Consejo Municipal	Carnaval del rio y el sol	Fiambre	Cerro Golilludo
La locomotora de La Dorada	Celebración de la virgen del Carmen	Mojarra frita	Playa de Bucamba
Monumento a La Dorada Monumento a la ganadería	Exposiciones equinas grado B	Sancocho de pescado	Rio Magdalena sector Caldas
Museo Histórico y Cultural de La Dorada	Feria ganadera Dorexpo	Viudo de pescado tapado	Vereda la Habana

Parque Jorge Eliecer Gaitán	Manga de Vaquería		Rio Pontona
Parque lineal la 10	Subasta ganadera Dorexpo		
Parque Puerto Amor Parque Santander			
Parque Simón Bolívar Plaza de ferias y eventos de la Dorada			
Proyecto Malecón turístico de la Dorada Puente Sobre el Rio Magdalena			
Catedral Nuestra Señora del Carmen			
Central de abastos Consejo Municipal			
La locomotora de la Dorada			

*Tabla 2.* Lista de atractivos turísticos del municipio de La Dorada Caldas. Elaboración propia.

Municipio de la Dorada			
Servicios			
Hoteles	RNT	Restaurantes	Entretenimiento
Hotel Balcones de San Diego	23369Activo	Carbón de leña	Acuario turístico del Rio Magdalena
Hotel Bella Isa	17317Activo	Restaurante bar BQ	Barcaza Yuma



El Cortijo Hotel Boutique	–	Restaurante el sitio- fonda	Centro recreacional el cortijo
Hotel Dorada Plaza	9333Activo	Restaurante el tío	Recorrido en lancha Rio Magdalena
Hotel Mall Santana del Rio	35399Activo	Restaurante la bufalera	
Hotel Malecón Dorado	–	Restaurante la Lomería Steak House	
Hotel Ruta Dorada	–	Restaurante ruta 66	
Hotel Bolívar Plaza	–	Restaurante carbón de leña	
Hotel Casa Luna	–		
Cabañas ecoturísticas Sol y Miel	–		
Hotel El Mesón	–		

Tabla 3. lista de servicios en el municipio de La Dorada, Caldas. Elaboración propia. 2020.

La tabla 4 y 5 presenta la lista de atractivos y servicios turísticos de Manzanares, Caldas.

Municipio de Manzanares			
Lista de atractivos turísticos			
Patrimonio Cultural Material Inmueble	Festividades y eventos	Gastronomía	Sitios naturales
Parroquia San Antonia de Padua	Encuentro Nacional de arrieros	Café Altagracia	Cascada de Santa Barbara
Plaza de Bolívar de Manzanares	Fiesta de reyes magos	Aguardiente Amarillo de Manzanares	Ríos Guarino
Busto de Simón Bolívar	Fiestas de la cordialidad	Bandeja paisa	Rio San Juan
Centro cultural y de la juventud Néstor Villegas Duque	Día del Manzanareño	Plato montañero	Charco las Brisas
Antigua casa de la cultura	Fiesta la inmaculada concepción	Morcilla	Ecoparque los Pantagoras
Puente colgante		Kumis casero	El Cerro
Monumento máquina de bloques			

Zacatín aguardiente amarillo			
Casa puente			
Alto de la estrella			
Cerro de Guadalupe			
El Zacatín			
Caminatas por los caminos de arriería			

*Tabla 4.* Lista de atractivos turísticos en el municipio de Manzanares, Caldas. Elaboración propia. 2020.

Municipio de Manzanares			
Servicios			
Hoteles	RNT	Restaurantes /bares	Entretenimiento
Hotel del Café	–	Asadero Super Pollo	Asociación de mujeres artesanas de Manzanares Ammuciman
Hotel Exclusivo	36281 Activo	Asadero y restaurante Deli pollo	Trapiches
Hotel María Claudia	–	Café Bolívar	Finca Brisas del Sol
Hotel Paseo Real	58766 Cancelado	Café El Cónsul	Finca Altagracia
Hotel Scorpion Plaza	43665 Activo	Café la Tertulia	
		Café/ bar El Pilsen	
		Cafetería las Delicias	
		Cafetería Monics	
		Chorizos donde Jesso	
		El Gran Bar	
		Heladería y cafetería Monics	
		Pastelería Pan y Café	
		Recreo salón familiar	
		Restaurante Rancho Alegre	
		Restaurante Sabor y Café	
		San Luis Picnic	
		Suerte y Tradición	
		Venta de gelatina negra de pata	

Tabla 5. Lista de servicios en el municipio de Manzanares, Caldas. Elaboración propia. 2020.

La tabla 6 y 7 presentan la lista de atractivos y servicios turísticos en el municipio de Marquetalia, Caldas.

Municipio de Marquetalia			
Lista de atractivos turísticos			
Patrimonio Cultural Material Inmueble	Festividades y eventos	Gastronomía	Sitios naturales
Arquitectura colonial- popular	Exposiciones equinas grado B	Cazuela de frijoles	Alto de la Cruz
Casa de la cultura	Fiestas de Aniversario	Fiambre Montañero	Bosque- Laguna Unión Esperanza
Central de Mieles	Fiestas de la cordillera	Plato montañero	Cañón del Guarinó
Esfinge Cacica Marquetona		Vino de mora	Cerro de las Cometas
Granja experimental Santa Elena		Vino de naranja	Cerro de Morro gacho
Iglesia Santa Cruz de las Aguas			Cerro Penagos
Palacio Municipal			Lago unión Esperanza
Parque Antonia María Hincapié			Reserva Forestal Central
Piedras de Caracolí			Rio Guarino
Plaza principal del municipio			Rio la Miel
Puente Penagos			Rio San Juan
Templo Nuestra Señora de los dolores			
Trapiche Pedregal de San Ángel			

Tabla 6. Lista de atractivos turísticos en el municipio de Marquetalia, Caldas. Elaboración propia. 2020.

Municipio de Marquetalia			
Servicios			
Hoteles	RNT	Restaurantes /bares	Entretenimiento
Estadero la Sonora	–	Café Cosmopolitan	Arte Guasca
Hotel Jf	–	El Bodegón del Café	Asotransman
Hotel La cordillera	–	Piqueteadero Alegrías	Balneario Villa María
Hotel Plaza	–	Estadero Pueblito Paisa	Centro Vacacional la Playa
Hotel Posada del Oriente	–	La Sultana	Madres artesanas Arte Guasca
		Piqueteadero Alegrías	Museo Mundo Gema y Joyería
		Restaurante Gran Prix	Parque Cacica Marquetona
		Restaurante Kagimara	
		Restaurante los maderos	
		Restaurante Pantagoras	

Tabla 7. Lista de servicios en el municipio de Marquetalia, Caldas. Elaboración propia. 2020.

La tabla 8 y 9 presentan la lista de atractivos y servicios turísticos en el municipio de Marulanda, Caldas.

Municipio de Marulanda			
Lista de atractivos turísticos			
Patrimonio Cultural Material Inmueble	Festividades y eventos	Gastronomía	Sitios naturales
Alto de la cruz	Cabalgata femenina	Arequipe de mora	Bosques palma de cera
Capilla Sagrado Corazón de Jesús	Día del campesino	Cazuela de frijoles	Cerro de las tres Marías
Casa de Julio Molina	Encuentro de colonias	Fiambre de Marulanda	Cuenca del rio Guarino
Casa de la cultura	Feria ganadera	Kumis casero	Cueva de Bermúdez
Casa museo Fabian Arredondo	Festival municipal de la lana, la papa, la leche y la arriería	Mazamorra	Rio hondo
Fincas ganaderas (ovinas)	Fiestas patronales de la virgen de las Mercedes	Productos lácteos	Vereda el paramo

Iglesia Nuestra Señora de las Mercedes		Rollo de cordero al trapo	
Palacio municipal		Trucha a la plancha	
Parque principal			
Plazoleta "Ángel María Melguizo"			
Finca la Esperanza			
Rebaños de Ovejas			

*Tabla 8.* Lista de atractivos turísticos en el municipio de Marulanda, Caldas. Elaboración propia.2020.

Municipio de Marulanda			
Servicios			
Hoteles	RNT	Restaurantes /bares	Entretenimiento
Cabañas alto de la virgen	–	Bar Caribe	Artesanías JAR
Cooperativa ovina	–	Cafetería corrales	Tienda artesanal cooperativa ovina
Hotel familiar Escobar	–	Panelita la negra	Truchera Guarino
Hotel la casa de mis tías	–	Restaurante donde Cnelia	
Cabañas alto de la virgen	–	Restaurante Flores	

*Tabla 9.* lista de servicios en el municipio de Marulanda, Caldas. Elaboración propia. 2020.

Las tablas 10 y 11 presentan la lista de atractivos y servicios turísticos del municipio de Norcasia, Caldas.

Municipio de Norcasia			
Lista de atractivos turísticos			
Patrimonio Cultural Material Inmueble	Festividades y eventos	Gastronomía	Sitios naturales
Cultura indígena Pantagora	Embalse de Amaní		Cavernas de Mármol (los guacharos)
Embalse de Amaní	Fiestas de aguacate		Cueva de Santa María
Parque de Bolívar	Fiestas del campesino		Cueva la Fragua
Presa Pantagoras	Fiestas patronales		El hueco

Templo Nuestra Señora de Carmen	Ruinas de la Victoria Antigua		La garrucha
			Mirador Moscovita
			Quebrada las pavas
			Rio Manso
			Rio Moro
			Ruinas de la Victoria Antigua

*Tabla 10.* Lista de atractivos turísticos en el municipio de Norcasia, Caldas. Elaboración propia. 2020.

Municipio de Norcasia			
Servicios			
Hoteles	RNT	Restaurantes /bares	Entretenimiento
Cabañas Campo Alegre	33664Activo	Amatero Parrilla Bar	Balneario las Pavas
Eco Hotel Los Mikos	68154Activo	Comedor el Aguacate	Embarcación campo alegre
Eco Hotel Turpaz	–	Deliburger	Ecohotel los Mikos
Eco Hotel Villa Suiza	–	Restaurante Delicias de Blanquita	
Hotel Colonial	–	Restaurante Rincón Paisa	
Hotel Danubio	–	Restaurante Norcasia Plaza	
Hotel Familiar Norcasia	40440Activo		
Hotel la Posada del Rincón Paisa	–		
Hotel Norcasia Park	36914Activo		

*Tabla 11.* Lista de servicios en el municipio de Norcasia, Caldas. Elaboración propia. 2020.

La tabla 12 y 13 presentan la lista de atractivos y servicios turísticos del municipio de Pensilvania, Caldas

Municipio de Norcasia
Lista de atractivos turísticos

Patrimonio Cultural Material Inmueble	Festividades y eventos	Gastronomía	Sitios naturales
Cementerio Municipal	Exposiciones equinas grado B	Bandeja paisa	Cascadas del bosque
Cuchilla de Morongo	Fiestas de la guadua	Chorizos	Cascadas el Popal
Monasterio de la Visitación	Fiestas del hacha	kumis casero	Cerro de Banden Powell
Monumento al hacha		Mondongo	Cerro Morrón
Museo Histórico		Morcillas	Cerro Piamonte
Parque Bolívar			Cuevas en el Cerro
Pueblo nuevo			Quebrada Negra
Puente de la arriería			
Puerto Suarez			
Templo de Nuestra Señora de los Dolores			

*Tabla 12.* Lista de atractivos turísticos en el municipio de Pensilvania, Caldas. Elaboración propia. 2020.

Municipio de Pensilvania			
Servicios			
Hoteles	RNT	Restaurantes /bares	Entretenimiento
Finca Hotel el Edén	–	Centro recreativo los guaduales	Athos restaurante
Finca Hotel Los Alpes	–	Centro vacacional el bosque	Estadero Bar el Patio
Hotel Campestre Pueblo Nuevo	24956Activo	Paz y flora tienda de artesanos	Finca restaurante el Encanto
Hotel Colina Plaza	82610Activo	Truchera la Cenaída	La tablita
Hotel Parque Central	–		Pastelería Tahona
Hotel Piamonte	29197Cancelado		Pensilac
Centro vacacional el Bosque	2144Activo		Puerto Buñuelo
			Restaurante Capri
			Restaurante la Casona

*Tabla 13.* Lista de servicios en el municipio de Pensilvania, Caldas. Elaboración propia.2020.

La tabla 14 y 15 presenta la lista de atractivos y servicios turísticos en el municipio de Samaná, Caldas.

Municipio de Samaná			
Lista de atractivos turísticos			
Patrimonio Cultural Material Inmueble	Festividades y eventos	Gastronomía	Sitios naturales
Centro cultural agua y miel	Concurso del cuento	Caspiroleta	El volcán escondido
Corredores de conservación	Ferias ganaderas	Fiambre	Hoya del rio la Miel
Museo padre Daniel María López	Festival de los palenques	Gelatina de pata negra	Hoya del rio Samaná
Templo de San Agustín	Festival turismo Amaní	Melcochas	Laguna de San Diego
Templo de San Diego	Fiestas del civismo		Parque Natural Nacional Selva de Florencia
Templo del Divino Niño	Semana de la cultura		Rio Manso
Templo Nuestra Señora de la Asunción			Rio Tenerife

Tabla 14. Lista de atractivos turísticos en el municipio de Samaná, Caldas. Elaboración propia. 2020.

Municipio de Samaná			
Servicios			
Hoteles	RNT	Restaurantes /bares	Entretenimiento
Cabaña de Alberto	–	Asadero de Arepas	Aguas termales
Cabaña el Paraíso	–	Cafetería Memo de San Diego	Club se observación de aves
Finca el bosque	–	Cafetería tres esquinas	Piscina el Refugio
Finca los Cedros	–	La fonda Paisa	
Hotel Colombia	–	Restaurante Delicias Luz	
Hotel Recinto Pantagoras	–	Restaurante leños y carbón	Pensilac
		Restaurante el Buen Gusto	Puerto Buñuelo
		Restaurante Samaneño	Restaurante Capri
		Restaurante el Buen Sazón	Restaurante la Casona



Tabla 15. Lista de servicios en el municipio de Samaná, Caldas. Elaboración propia. 2020.

Las tablas 16 y 17 presentan la lista de atractivos y servicios turísticos en el municipio de Victoria, Caldas.

Municipio de Victoria			
Lista de atractivos turísticos			
Patrimonio Cultural Material Inmueble	Festividades y eventos	Gastronomía	Sitios naturales
Casa de la cultura José Arias Rodríguez	Exposiciones equinas grado B	Bocachico	Cuevas de caño seco
Ceiba del Parque Principal	Ferias ganaderas	Cazuela de frijoles	Rio Doña Juana
Cuchilla Bellavista	Fiestas del victoriano	Dulce de frutas	Rio Guarinó
Escalanitas de Hoyo Frio		Kumis casero	
Granja Liverpool		Pescado patalo	Rio Pontoná
La calle de piedra			
Museo Hacienda Hamburgo			
Obelisco Uribe			
Parque Rafael Uribe			
Plaza de Ferias			
Templo de Nuestra Señora del Carmen			

Tabla 16. Lista de atractivos turísticos en el municipio de Victoria, Caldas. Elaboración propia. 2020.

Municipio de Victoria			
Servicios			
Hoteles	RNT	Restaurantes /bares	Entretenimiento
Hotel central	50963Activo	Asadero los guaduales	Centro recreacional el Paraíso
Hotel la Juana	34301 Suspendido	Restaurante delicias victoria	Centro recreacional Villa Guadalupe
Hotel María Paula	–	Restaurante las villas	

Hotel Victoria Plaza	–		
Real		Restaurante rancho valú	
Rancho tornado	–	Restaurante central	

*Tabla 17.* Lista de servicios en el municipio de Victoria, Caldas. Elaboración Propia. 2020.

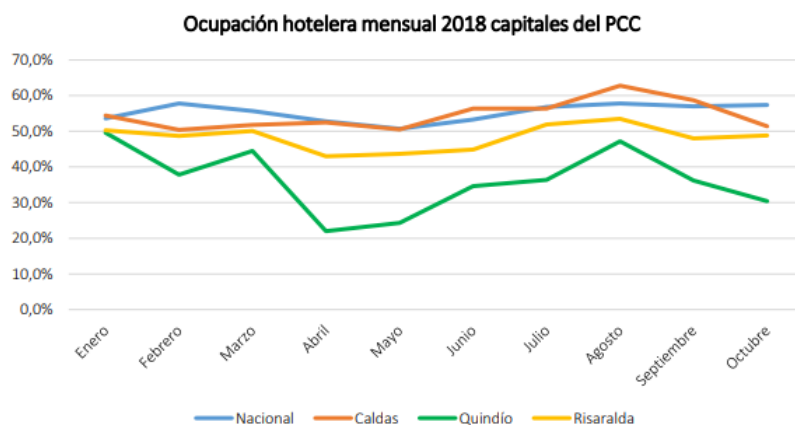
A partir de esta recolección de información sobre los principales atractivos y servicios turísticos, se puede evidenciar que con respecto a los hoteles, la mayoría de estos no cuentan con RNT. Se puede ver que esta situación es común en los municipios en donde la actividad turística no se ha desarrollado del todo, la mayoría de estos hoteles, son pequeños hostales u hoteles de familia. Sin embargo, aunque los municipios que tienen mayor afluencia de turistas cuentan con diferentes hoteles con RNT, no llegan a ser ni la mitad de estos. Esto demuestra el grado de informalidad en la prestación del servicio turístico, reflejado en un nivel bajo de calidad en los servicios y la infraestructura.

Por otro lado, la [tabla 18](#) presenta las agencias de viaje existentes en la zona del oriente de Caldas. estas agencias se encontraron únicamente en los municipios donde la actividad turística se encuentra más desarrollada como Norcasia, La Dorada y Victoria. Todas estas agencias son operadoras de turismo. Los principales planes que ofrecen son de aventura de pasadía o planes de aventura el cual incluye alojamiento de 2 noches 3 días. (Londoño, F. Comunicación personal, 2019). Las actividades que se realizan por medio de las agencias de viaje son paseos en lancha por el embalse Amaní, la Presa Pantagoras, Deportes extremos en el Río la Miel en Norcasia y por el Río Magdalena en La Dorada. Así mismo, realizan actividades de rafting, senderismo, careteo, cabalgatas, pesca, entre otras actividades. (Amaní travel, 2020)

Nombre	Municipio	Dirección	Telefono	RNT	Tipo de agencia
Ruta Dorada	La Dorada	Carrera 5 # 8- 44	311 584 5637	60807	Operadores turismo de naturaleza y aventura
Turismo profesional Ximena Gomez	La Dorada	Cra 1 # 14 66	3218542535	35907	Operadores de turismo
Amani Travel	Norcasia	Cl. 14 # 4- 25	311 6385231	73232	Operadores de turismo
Ecoturismo La Ceiba	Victoria	Calle 12 Cra 6	3137257935	–	Operadores de turismo
Amani tours	Norcasia	Calle 10 # 5-31	3127089655	–	Operadores de turismo
Ecoturismo Ceiba's Travel	Victoria	Cra 5 # 11-64	3192157676	–	Operadores de turismo (ecoturismo)
Norcasia Travel	Norcasia	Cra 8 # 9-48	3127089655	56344	Operados de turismo naturaleza

Tabla 18. Lista de agencias de viaje en el oriente de Caldas. Elaboración propia. 2020.

Con relación a la ocupación hotelera en el departamento de Caldas en el año 2018, se obtuvo un 46% de ocupación, sus picos más altos pueden verse reflejados en los meses de agosto y junio. Durante ese año Caldas supero a los otros departamentos que conforman el PCC, tal como se muestra en la siguiente gráfica.



Gráfica 1. Ocupación hotelera mensual 2018 Eje Cafetero. Fuente. Situr PCC. 2018.

En el año 2018, el departamento de Caldas contaba con 369 establecimientos de alojamiento con base en el registro mercantil. En su mayoría este tipo de alojamiento turísticos son fincas cafeterías turísticas, hostales pequeños y campamentos (Situr, 2019) Asimismo, con relación a los prestadores de servicios de gastronomía el departamento de Caldas obtuvo un porcentaje medio dentro de los 3 departamentos que conforman el Paisaje Cultural Cafetero con una participación del 31,3% con 2776 establecimientos registrado y que tiene registro mercantil para operar. (Situr, 2019)

Por otro lado, los diferentes establecimientos de servicios turísticos en el departamento han ido obteniendo y renovando el Registro Nacional de Turismo, (Situr PCC, 2019). Cabe resaltar que este reporte es positivo para el departamento dado que se empieza a notar la formalización turismo dentro de la región creando así más competitividad turística. La siguiente tabla muestra el aumento de obtención de RNT de por categorización de establecimientos.

Departamento	Caldas	
	2017	2018
Establecimiento		
Agencias de viaje	133	163
Establecimientos de alojamiento	291	385
Establecimientos de gastronomía	16	23
Esparcimiento	83	84
Empresas de transporte terrestre	6	11

Tabla 19. Prestadores de servicios turísticos con RNT por categoría. Fuente Situr PCC. 2018.

Durante el trabajo de campo, se realizó una encuesta a los prestadores turísticos con el fin de conocer el comportamiento de la actividad turística en la región, según la experiencia y conocimiento. Es importante resaltar que en el oriente del departamento no existe la misma cantidad de prestadores que en la región del occidente del departamento. Asimismo, no todos los municipios de la zona cuentan con secretarías de turismo, en la mayoría de los casos la actividad turística se supervisa desde las secretarías de planeación. Es importante recalcar que de esta manera no se le da la misma importancia a la actividad, por el contrario los municipios que cuentan con secretaría de turismo como Norcasia, que ha logrado desarrollar actividades de gestión turística”

Estas encuestas se realizaron a 120 personas, en la [gráfica 2](#) se evidencia la cantidad de respuestas en cada uno de los municipios. Es importante mencionar que en este caso la mayoría de las respuestas se obtuvo en La Dorada, Norcasia y Victoria.

En primer lugar, [la gráfica 3](#) presenta la distribución porcentual por los tipos de prestadores turísticos que hay en la región. El 43% son restaurantes seguido de un 21% perteneciente a alojamiento. Hay que mencionar que solo el 8% son agencias de viaje ya que únicamente en los municipios de La Dorada, Norcasia y Victoria existen. Ahora bien, todas las agencias de viaje son operadoras y de viajes y turismo ya que ofrecen diferentes tipos de paquetes nacionales, internacionales y locales, sin embargo, los Planes locales son los más adquiridos por los viajeros.

El producto ofrecido por estas agencias de viajes es de naturaleza y aventura, sus principales paquetes van desde pasadía con un precio promedio de \$50.000 hasta paquetes de 3 días por un valor promedio de \$380.000 por persona (Suarez. E, Comunicación personal, 2019). Esto incluye hospedaje, transporte interno y algunas actividades turísticas.

Con relación al tiempo de funcionamiento de las empresas, tal como se muestra en [la gráfica 4](#) la mayoría de estas han venido funcionando de hace 3 y 4 años aproximadamente. El 17% de los encuestados tienen las empresas desde hace 7 años o más. Por este motivo, esta gráfica nos da a entender que la actividad turística en esta zona del departamento es completamente nueva y hasta ahora se percibe que, empieza a haber un pequeño desarrollo turístico.

Las [gráficas 5 y 6](#) presentan las temporadas altas y bajas en el Oriente de Caldas según los prestadores turísticos. Por lo general, los viajeros visitan al destino en las temporadas de vacaciones y en algunos casos en los festivos. Diciembre, enero, junio y julio son las temporadas de mayor afluencia de turistas. Por el contrario, marzo, abril, mayo, septiembre y octubre son las temporadas bajas para todo el Oriente de Caldas. Ahora bien, en cuanto a los periodos de trabajo de estas empresas, la mayoría funciona durante todo el año, exactamente el 92% de los encuestados. Sin embargo, el 4% de los prestadores trabaja en temporadas únicamente; este caso es concretamente para los empleos informales que se generan el turismo, es decir, aquellos trabajos que no tienen una representación legal ni mercantil o que simplemente venden artículos, comida, recuerdos, que puede llegar a comprar un turista. [Ver gráfica 7](#)

Por otra parte, el apoyo por parte de las secretarías de turismo y la Gobernación del departamento ha ido aumentando de manera progresiva. [La gráfica 8](#) muestra que el 59% de los prestadores no ha recibido ningún apoyo o alguna vinculación algún programa de turismo. Sin embargo, el 41% de los encuestados manifiestan a partir de la creación del proyecto de planificación turística Oriente y Magdalena caldense las capacitaciones han ido aumentando en los municipios, tanto para los prestadores turísticos como para la comunidad y para las alcaldías locales.

Con respecto al desarrollo turístico del Oriente de Caldas, los prestadores turísticos manifiestan que sí se ha ido generado un desarrollo turístico en la zona y que ahora la mayoría de

los municipios son visitados por más turistas. [La grafica 9](#) muestra que el 67% de los encuestados afirman que esta actividad se está desarrollando y de manera satisfactoria. Sin embargo, el 33% manifiestan que aún falta mucho para que la zona pueda llegar a ser un destino turístico desarrollado.

En cuanto a los aspectos por mejorar dentro de la zona para poder desarrollar de mejor manera la actividad turística, el 37% de los prestadores manifestaron que la infraestructura turística es débil, igual que la promoción turística del Oriente de Caldas reflejado en un 38% de los encuestados como se puede observar en la [gráfica 10](#).

### **Comunidad local**

La comunidad local es un factor clave para el desarrollo del turismo en un destino, Tal como lo dice la OMT (1999) Citado por Conti, Cravero (2010) “Los procesos de desarrollo turístico, al igual que otras actividades productivas como la agricultura, la ganadería, la pesca o la transformación agroalimentaria, han de hundir sus raíces en la propia sociedad local si es que se concibe al turismo como una actividad socialmente integrada y culturalmente beneficiosa. El turismo no ha de suponer la implantación de nuevas relaciones sociales, nuevos valores culturales o nuevas costumbres ajenas a la comunidad”

Es por esto que para este proyecto fue necesario contar con ellos y poder escuchar su opinión frente esta nueva actividad económica que ha ido surgiendo en el territorio. Esta encuesta se realizó a 281 habitantes del Oriente de Caldas. Para este caso la cantidad de respuestas en cada municipio fue más equilibrada pudiendo tener una opinión más amplia de todo el Oriente de Caldas tal como se puede apreciar en la [gráfica 11](#).

En primera medida se tuvo en cuenta el rango de edad dentro del Oriente de Caldas, la [gráfica 12](#). muestra que el grupo más grande de encuestados en rango de edad dentro de esta subregión es entre 31 y 41 años con un 29% seguido de 28% en un rango entre 18 y 30 años.

Ahora bien, [La grafica 13](#) muestra el tiempo que ha ido desempeñando labores en el sector turístico y hotelero, el 62% ha trabajado durante 3-4 años. Esto confirma que esta actividad es prácticamente nueva en Oriente de Caldas tal como fue comentado por los prestadores turísticos en las encuestas.

Por otro lado, al momento de preguntar a la comunidad local el conocimiento de algún proyecto turístico en sus municipios, la mayoría de estas respuestas fueron negativas, específicamente el 59%; estas personas en su mayoría fueron aquellas que trabajan en tiendas de ropa, supermercados, incluso las personas de las veredas cercanas. Por otro lado, el 41 % tiene conocimiento del proyecto de Oriente y Magdalena Caldense, cabe resaltar que los que tienen conocimiento de este proyecto en su mayoría son las personas relacionadas de alguna manera en la actividad turística y en las alcaldías de los municipios. [Ver gráfica 14.](#)

Finalmente, se concluye que la comunidad en general está de acuerdo con que se genere un desarrollo turístico en el Oriente del Departamento, ya que puede llegar a ser un nuevo ingreso para muchas familias de las cabeceras municipales y de las áreas rurales en donde su sustento en la actualidad no es suficiente. Así mismo, manifestaban que puede llegar a ser una buena opción para que esta zona de Caldas sea más conocida y apreciada por las personas. [La gráfica 15](#) muestra que el 64% de la población se encuentra a favor del desarrollo turístico, mientras el 36% no lo están.

### **Análisis de la accesibilidad y servicios básicos**

La movilidad es un factor clave tanto para el desarrollo de un territorio como para el desarrollo turístico del mismo, ya que el desplazamiento de personas a otros destinos es en sí la esencia del turismo. Para el caso de estudio, el departamento de Caldas cuenta con diferentes medios de accesibilidad. En la [figura 7](#) se muestra el mapa de accesibilidad y conectividad dentro del departamento (Unión temporal turismo Chocalán, 2012). Cabe resaltar que en esta parte se hace énfasis en el total del territorio caldense dado que, para acceder al oriente del departamento se pueden tener diferentes medios de acceso.

Con relación a la capacidad de infraestructura aeroportuaria, se encuentra el aeropuerto la Nubia en la ciudad de Manizales, cuenta con código IATA **MZL**, tiene capacidad de 542 personas diarias. Sin embargo, este depende de la torre de control del aeropuerto de Matecaña en la ciudad de Pereira (Unión temporal turismo Chocalán, 2012). Aunque este es el único aeropuerto con el que cuenta el departamento la capacidad de este no es lo suficientemente grande para la extensión del territorio. De igual manera, debido a la cercanía con el nevado del Ruiz, el aeropuerto tiene constantes cierres (Unión temporal turismo Chocalán, 2012). Existen

diferentes aerolíneas que operan desde el aeropuerto la Nubia, estas son: Avianca, el cual viaja Manizales, Bogotá y viceversa con 8 vuelos diarios. De igual manera, está la aerolínea LATAM con el mismo trayecto de Avianca pero con 2 vuelos diarios. La aerolínea ADA vuela únicamente de Manizales a Medellín y viceversa con 2 vuelos diarios Unión temporal turismo Chocalán, 2012), Actualmente, Easfly también se encuentra en operación con 4 vuelos diarios (Easyfly, s.f). Para poder llegar al oriente del departamento desde el aeropuerto la Nubia, se debe continuar el recorrido por vía terrestre, aproximadamente por 2 horas y 50 minutos hasta llegar al primer municipio del oriente, Manzanares.

Con relación a la conectividad terrestre, esta tiene diferentes vías de acceso, ya que son las más concurridas por los visitantes. Según el Instituto Nacional de Vías, Caldas cuenta con 116,65 kilómetros de red pavimentada en óptimas condiciones, 68,30 kilómetros en condiciones regulares y 14,02 kilómetros en mal estado. (Unión temporal turismo Chocalán, 2012). En general el departamento cuenta con vías de carácter primario, las cuales comunican al municipio con el resto del país. De igual manera, los municipios se conectan por medio de vías secundarias y por últimos las cabeceras municipales se conectan con las veredas por vías terciarias (Gobernación de Caldas, 2017). Es importante resaltar que el oriente de Caldas tiene una malla vial un poco débil entre municipios dado que la zona reconocida como eje cafetero es la zona norte de Caldas y a esta se le invierte más dinero (Gobernación de Caldas, 2017). [\*ver figura 8\*](#) Ahora bien, con relación a los servicios básicos, las zonas urbanas y cabeceras municipales tienen una cobertura alta y en condiciones apropiadas en los servicios de agua y energía. Con relación al servicio de alcantarillado y acueducto, este es óptimo en las cabeceras municipales y zonas urbanas, manejando los sistemas de tratamientos de aguas adecuados para que la población pueda acceder al consumo (Unión temporal turismo Chocalán, 2012).

Es importante mencionar que el municipio de Norcasia cuenta con un sistema de filtración multi etapas el cual potabiliza todo el acueducto para su área urbana únicamente. (Unión temporal turismo Chocalán, 2012) Sin embargo, en las zonas rurales solo se tiene el servicio de abastecimiento de agua, pero sin ningún tipo de tratamiento para convertir esta en agua potable. De igual manera, no se tiene un control de este servicio por lo que los habitantes de esta zona no tienen un control del gasto de agua (Unión temporal turismo Chocalán, 2012).



El sistema de energía en todo el departamento se encuentra en buenas condiciones, existe este servicio en todos los municipios y en casi todas las áreas rurales. Dentro de la región del Oriente se encuentran dos importantes fuentes de energía tanto para el departamento como para otros departamentos del país (Unión temporal turismo Chocalán, 2012). La central hidroeléctrica de la Miel está ubicada en el municipio de Norcasia y se abastece de los ríos Guarino, Manso, La Miel, Samaná, entre otros. De igual manera se encuentra la presa Pantagoras, esta es considerada una de las presas más altas que hay en el mundo, está ubicada en el río La Miel y forma el embalse Amaní (Unión temporal turismo Chocalán, 2012).

### **Situación actual de la planificación sectorial**

La Secretaría de Turismo del departamento la cual hace parte de Gobernación de Caldas y el Paisaje Cultural Cafetero han ido consolidando el turismo como un factor clave para el desarrollo económico del departamento (Gobernación de Caldas, 2015). Por este motivo, han creado en los últimos años diferentes rutas turísticas por todo el departamento, como la ruta amaranta, la ruta de la arriería, la ruta de las aves, la ruta de cóndor y la ruta oriente (Paisaje Cultural Cafetero, 2017). En el año 2015 La Secretaría de Desarrollo Económico, Isagén y la Corporación para el Desarrollo de Caldas desarrolló y presentó el proyecto de “Planificación Turística del Oriente y Magdalena Caldense” (Gobernación de Caldas, 2015). Con este proyecto los 8 municipios de Caldas debían crear un Plan estratégico de turismo, sin embargo, solo se encuentran disponibles 3 planes de los 8 que deberían existir. Los planes estratégicos que ya se encuentran disponibles para el público son de los municipios de La Dorada el cual se encuentra en Internet y el de los municipios de Manzanares y Marquetalia los cuales fueron facilitados por las alcaldías locales. Con estos planes se pretendía que cada municipio avanzara localmente en materia turística, contribuyendo al mejoramiento de atractivos y servicios turísticos a partir de cinco ejes estratégicos (Alcaldía municipal de Manzanares, 2018):

- el aprovechamiento de los recursos turísticos y el ordenamiento,
- la conservación de los recursos y su recuperación,
- la habilitación y la creación de infraestructuras generales
- la mejora de la calidad del destino, del producto y de sus imágenes

- el aumento de la demanda y su diversificación

Asimismo, existe una página web en donde se encuentra información oportuna de cada uno de los municipios. Bajo este proyecto se crearon algunas rutas. La primera ruta es la “ruta de pueblos mágicos del oriente y magdalena Caldense, una experiencia inolvidable por descubrir” en esta ruta se pretendía ir por 5 municipios, Marulanda, Manzanares, Marquetalia, Victoria y La Dorada. En cada uno de estos municipios se podían realizar actividades típicas del territorio, como cabalgatas, recolección de café y aviturismo (Visitcaldas, s.f.). La ruta 2 es la “Ruta del Embalse y el volcán Escondido del Oriente y Magdalena Caldense una experiencia inolvidable por descubrir” en donde participan los municipios de La Dorada y Norcasia, allí la ruta se desarrolla por el embalse Amaní, la laguna de San Diego y el volcán escondido (Visitcaldas, s.f.). La ruta 3 es conocida como la “Ruta embalse Amaní y La Laguna de San Diego una experiencia inolvidable por descubrir” en los municipios de La Dorada, Norcasia, y el corregimiento de San Diego (Visitcaldas, s.f.). La ruta 4 es conocida como “el Circuito turístico de la perla del oriente una experiencia inolvidable por descubrir” en los municipios de Pensilvania, Norcasia, La Dorada y 2 corregimientos, esta ruta tiene la particularidad de tener una parte de turismo religioso y ecoturismo (Visitcaldas, s.f.).

De esta iniciativa se puede analizar que, aunque se encuentran las rutas en la página web [www.visitcaldas.com](http://www.visitcaldas.com), estas en la realidad no se están desarrollando. En el trabajo de campo se pudo observar que las agencias de viaje que existen en la zona utilizan más que todo, las rutas de los municipios de Norcasia, Samaná y La Dorada. Sin embargo, las rutas que están asignadas para esta parte del oriente de Caldas no se usan bajo los nombres que les asignó en el proyecto, ni de la manera que se tiene estipulada. Es importante mencionar que, algunas funciones de esta página web también están deshabilitadas y la información está incompleta y cabe resaltar que esta página fue creada por la secretaria de desarrollo, empleo e innovación de la Gobernación de Caldas. (Gobernación de Caldas, s.f)

El plan de desarrollo turístico de Caldas realizado en el año 2012 creó una matriz de identificación y valoración de diferentes atractivos turísticos en el departamento, esto con el fin de darles un valor de priorización para así poder establecer las zonas de mayor influencia turística. Sin embargo, dentro de esta matriz los atractivos en su totalidad están ubicados la zona occidental del departamento en donde se encuentra el Paisaje Cultural Cafetero. En otro

apartado del plan se conoció que algunos atractivos de la zona de estudio podían llegar a ser evaluados en un mediano o largo plazo (Unión temporal turismo Chocalán, 2012).

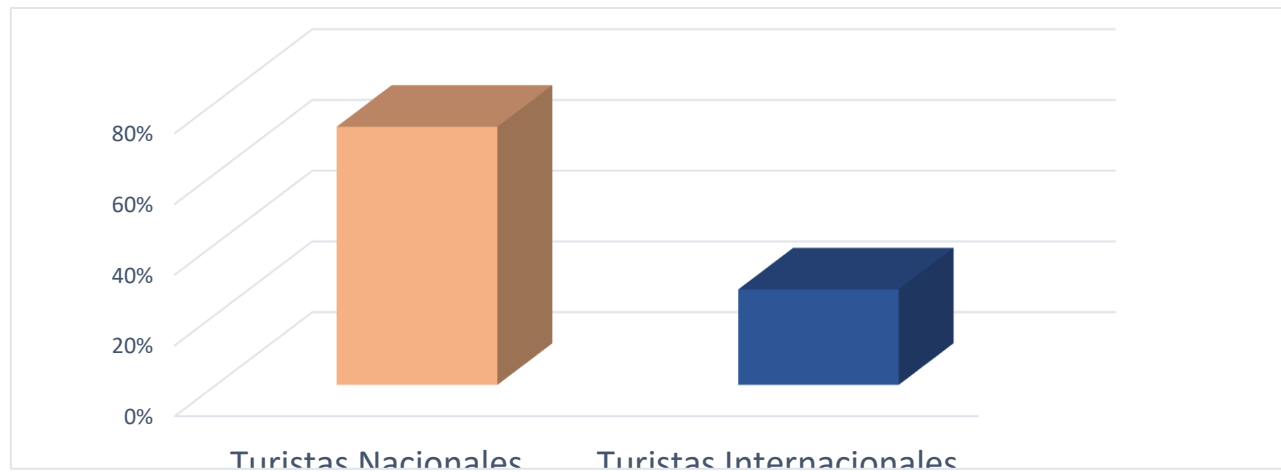
Estos atractivos eran el cruce de los 3 ríos, ubicado en el municipio de La Dorada, en donde se realizan actividades turísticas como balsaje, avistamiento de aves, pesca, vaquería y algunas actividades de aventura. Otro atractivo nombrado es la charca Guarino donde se ofrece servicio de alojamiento y actividades enfocadas en el turismo de naturaleza. El Embalse de Amaní fue reconocido como un atractivo turístico potencial al igual que la Reserva Natural Bellavista (Unión temporal turismo Chocalán, 2012).

Finalmente se puede decir que aunque la planificación turística dentro del departamento de Caldas ha tenido buenos resultados en los municipios que conforman el Paisaje Cultural Cafetero, es importante que la Gobernación del departamento, la Secretaria de Turismo de Caldas y las Secretarías de Turismo de los municipios del oriente, reorganicen su situación frente a las actividades turísticas para así poder explotar y mostrar a la comunidad los diferentes recursos, atractivos y potencialidades turísticas que existen allí. Asimismo, que se tengan en cuenta los proyectos realizados por diferentes entidades previamente para que puedan sacarles provecho a estas investigaciones anteriores y usar los diferentes proyectos que, como se mencionó anteriormente no se utilizan de manera adecuada y no se reflejan en el desarrollo turístico del oriente Caldense.

### **Análisis de la demanda actual**

Con el propósito de identificar el mercado turístico, es de gran importancia conocer la demanda actual y así, poder entender a profundidad el tipo de personas que desean conocer el destino. Todo esto tenga como resultado determinar el segmento de mercado real para realizar el diseño del producto turístico acorde a la necesidad del turista. Según el plan de desarrollo turístico de Caldas, en el departamento se recibe visitas en su mayoría de turistas nacionales en un 73%, y el 27% restante son de turistas extranjeros que en su mayoría proviene de Europa, tal como se puede apreciar en la [gráfica 16](#) (Unión temporal turismo Chocalán, 2012). Cabe resaltar que en su mayoría los turistas extranjeros visitan la zona occidental del departamento en los municipios de Salamina, Aguadas, Villamaría, entre otros. Ahora bien, según SITUR del Paisaje

Cultural Cafetero, se determina que los turistas nacionales provienen en su mayoría de Cundinamarca, Valle del Cauca, Antioquia y Risaralda. (Situr PCC, s.f.)



*Grafica 16.* Número de turistas nacionales e internacionales. Elaboración propia. tomado de Plan de desarrollo turístico de Caldas. 2012.

Asimismo, el análisis de grupos de edad muestra que las personas entre los 26 y 35 años son los que más visitan el departamento, seguido de las personas entre 36 y 50 años (Unión temporal turismo Chocalán, 2012). Cabe resaltar que tan solo el 4% de las personas tienen más de 66 años, este pequeño porcentaje se da por el tipo de turismo de aventura y naturaleza que se realiza en el departamento.

Según el Plan de Desarrollo Turístico de Caldas es común que el grupo de viaje de los turistas sea en compañía de grupos familiares, o visitas a familiares que viven en la región. Cabe resaltar que los viajes con amigos no son comunes, pues dados los atractivos culturales, es de preferencia realizar este viaje en familia. (Unión temporal turismo Chocalán, 2012) el motivo de viaje al departamento varía de manera significativa en cada subregión anteriormente nombrada. Por ejemplo, la capital de departamento, Manizales se percibe mayoritariamente turismo de negocios. el Oriente Caldense recibe principalmente turistas para realizar actividades de turismo convencional, cultural y de naturaleza. Sin embargo, el motivo de la gran mayoría es la visita a familiares y amigos. (Unión temporal turismo Chocalán, 2012)

Los canales de comunicación por los cuales los turistas se enteran de los servicios y productos turísticos de Caldas en su mayoría son por referencia de amigos y familiares mediante

el voz a voz. Seguido a ello, el internet es la segunda fuente para reconocer y visitar Caldas (Unión temporal turismo Chocalán, 2012). Un aspecto para destacar según el Situr, es que los visitantes del departamento manifiestan que no conocen de manera clara la oferta turística del departamento (Situr PCC, 2017).

Con relación al alojamiento, este arroja unos resultados óptimos dado que el 57% de los turistas dicen que este ha sido bueno y un 37% ha sido excelente (Unión temporal turismo Chocalán, 2012). La gastronomía fue uno de los aspectos con mayor apreciación positiva, pues el 44.9% de los turistas han calificado esta como excelente.

Sin embargo, existen algunos aspectos que a la luz de los turistas no se encuentran desarrollados y por ende el servicio no es el mejor. Este es el caso de las agencias de viaje y la guianza turística. Se evidencia que el 24% de los encuestados no se encontraban a gusto con alguna agencia de viaje contratada y el 28% de turistas manifestaron un mal servicio en la guianza turística (Unión temporal turismo Chocalán, 2012).

Ahora bien, con el fin de complementar las estadísticas presentadas por el Situr del Paisaje Cultural Cafetero y el Plan de Desarrollo Turístico de Caldas, se realizaron dos trabajos de campo en el año 2019 para así poder comparar la información previamente investigada y adicionalmente poder encontrar un perfil de turista real y actualizado de la región del Oriente Caldense. Durante el trabajo se realizaron encuestas a los visitantes para poder tener un conocimiento más detallado, entender la demanda del destino y el tipo de oferta que puede llegar a ser conveniente en el diseño del producto turístico.

La encuesta se realizó a 281 personas en los 8 municipios. En la [gráfica 17](#) se observa la cantidad de respuestas contestadas en cada uno de ellos. Cabe resaltar, que la mayoría de las respuestas se obtuvo en los municipios de la Dorada y Norcasia. El Municipio de Marulanda fue en donde se obtuvo la menor cantidad de encuestas de turistas. Así mismo, el tipo de muestreo fue no probabilístico, dado que no fue posible obtener los datos exactos de los números de turistas, los prestadores turísticos, atractivos turísticos, entre otros datos.

Las encuestas se tomaron en los lugares de mayor afluencia de turistas en los diferentes municipios tales como las plazas principales, restaurantes, bares, entre otros. Los siguientes son los resultados obtenidos durante el sondeo realizado.

[La gráfica 18](#) muestra el rango de edad de los visitantes al destino. El 36% de los encuestados tienen entre 25 y 34 años, seguido del 29% con un rango entre 18 y 24 años. Es preciso afirmar que las personas jóvenes son la mayoría de los visitantes al destino y esto se debe a las actividades que allí se realizan, tales como actividades de aventura y naturaleza. Por otro lado, es importante indicar que en los municipios las actividades nocturnas son muy concurridas, adicionalmente las ferias y fiestas, las cuales son muy comunes en la región caldense, atraen bastante afluencia de personas.

Por otro lado, [la gráfica 19](#) presenta el motivo de viaje de los turistas al destino. El 37% de las personas encuestadas viajan al Oriente de Caldas para visitar a sus familiares, este resultado se debe a que muchos de los habitantes de estos municipios luego de un tiempo se van a vivir a las ciudades capitales para estudiar o trabajar, y en las temporadas de vacaciones viajan de regreso de los municipios por un tiempo determinado. Por otro lado, el 36% de los encuestados que viajan lo hacen en busca de descanso y contacto con la naturaleza. Es preciso señalar que en el trabajo de campo se pudo constatar que los negocios no son un motivo frecuente para visitar la zona oriental del departamento; En [la gráfica 19](#) se observa que tan solo el 2% de las personas encuestadas se encontraban de negocios en el municipio de la Dorada, el tipo de negocio por el que viajaban eran por temas ganaderos y de agricultura.

Así mismo, con relación al grupo de viaje de los turistas, estos vienen en compañía de su familia principalmente, reflejando el 39% de los encuestados tal como se evidencia en [la gráfica 20](#), de igual manera, la gráfica refleja que el 29% de los encuestados viaja con amigos o familiares, pero sin niños. Esto se debe al tipo de actividades turísticas que hay en el destino. Cabe resaltar que, según las encuestas tomadas y la investigación en fuentes secundarias, no es común que la gente viaje sola. En la misma gráfica se evidencia que tan solo el 4% viaja solo por el eje cafetero y la región del Oriente de Caldas.

Adicionalmente, a través de las encuestas realizadas se pudo constatar que las personas que han visitado algunos de los municipios Orientales de Caldas lo han hecho más de una vez; En [la gráfica 21](#) se muestra que el 50% de los encuestados han visitado dos veces. Así mismo, el 32% de los turistas responde que es su primera visita al destino. Es importante destacar que son pocos los turistas que han visitado la zona Oriental más de 3 veces, tan solo el 18%. Esto puede ocurrir por el poco desarrollo y la poca promoción turística que hay actualmente.

Uno de los encuestados manifestó que después de la tercera visita al destino no hay razón alguna para regresar. Es por esto que se considera necesario implementar un mecanismo que captive a los visitantes para una próxima visita, puede ser desde algo material como algún atractivo que genere una fuerte motivación y recordación para el turista o algo inmaterial enfocado en la cultura cafetera, la gastronomía o las ferias y fiestas.

El medio por el cual el turista se entera de un destino es un aspecto muy importante para tener en cuenta, ya que así se sabe el medio por el cual se puede promocionar el destino y la manera en que se puede hacer y orientas estrategias para el posicionamiento del destino. Según el trabajo de campo realizado, el 71% de los encuestados se enteraron de la actividad turística en el oriente de Caldas por medio del voz a voz de amigos y familiares tal como se evidencia en la [gráfica 22](#), este alto porcentaje se debe a que las personas que actualmente viven en la ciudades y antes residían en los municipios, deciden llevar a sus amigos a pasar vacaciones allí, y así se empieza a generar una cadena. Así mismo el 14% de los encuestados se enteró por medio de alguna agencia de viajes por donde planearon su viaje. Este caso se evidenció principalmente en el municipio de la Dorada ya que allí es donde se encuentran la mayoría de las agencias de viaje de todo el oriente de Caldas.

Con relación al lugar de procedencia de los turistas, se muestra en la [gráfica 23](#) que la mayoría de las personas provienen de la ciudad de Manizales, reflejado en un 39% seguido de Medellín con un 29% y Bogotá con un 17%. Con este resultado se puede resumir que en su mayoría los visitantes provienen del mismo departamento, esto se puede dar dada la cercanía de la capital de Caldas a los municipios Orientales. De igual manera, esto se debe a que la mayoría de los jóvenes de estos municipios, se van a estudiar las carreras profesionales a Manizales.

Igualmente, la [gráfica 24](#) muestra los días que tienen los turistas planeados en el destino. El 68% de los turistas tienen planeada una estadía de 3 días y el 25% tienen 5 días estipulados para estar en el destino. Teniendo en cuenta las actividades, las rutas y los atractivos que hay en la zona, estos días son los apropiados para estar en la región.

Finalmente, la [gráfica 25](#) refleja el gasto promedio que tiene un turista en un viaje hacia el Oriente de Caldas. Así pues, el 43% está dispuesto a pagar entre \$1.000.000 a \$2.000.000 millones de pesos. Cabe resaltar que este dinero es proporcional a los días que planean quedarse

los turistas. Así mismo, al ser municipios pequeños los gastos no son tan altos en comparación a otro tipo de destinos.

#### **Capítulo 4: Diseño del producto turístico**

En este capítulo se concreta el diseño del producto turístico en el cual se recoge el proceso de análisis desarrollado e inicia con la selección del mejor escenario que resulta de la matriz de priorización.

##### **Matriz de priorización de producto**

En el segundo capítulo del manual de planificación de productos turísticos creado por Promperú, se encuentra la matriz de priorización de un producto turístico. (Promperú, 2014) Esta matriz se trae a colación en este proyecto de grado ya que así se puede conocer de manera detallada el mejor escenario y el más adecuado para propuesta del producto turístico para la región del Oriente de Caldas.

Para el presente caso de estudio, se tuvieron en cuenta dos tipos de productos turísticos, el producto turístico de naturaleza, dados los atractivos y servicios turísticos ofrecidos para este segmento y el producto turístico de cultura, dadas las tradiciones y formas de vida que existen en la zona. Al aplicar la matriz de priorización [tabla 20](#) de los posibles productos los resultados, estos arrojaron que la creación de un producto turístico de naturaleza puede llegar a ser más viable que uno de cultura; sin embargo, los valores no se encuentran muy alejados entre sí, por lo que se da por entendido que los dos tipos de producto son un gran reto para la zona.

El producto turístico de naturaleza arrojó un puntaje de 8 puntos, en donde se puede concluir que es de complejidad media, este resultado se obtuvo principalmente por el tiempo requerido que se puede llegar a tener para este tipo de producto. Por otro lado, el producto turístico cultural arrojó un puntaje de 5, es decir un nivel de complejidad alto, este resultado se obtuvo probablemente por el nivel de inversión y las condiciones que se tiene en la zona para la gestión de este tipo de producto.

Ahora bien, el resultado arrojado en la matriz tiene relación con lo que establece el plan de desarrollo turístico de Caldas, ya que en este plan se definen los diferentes tipos de vocaciones



turísticas del departamento. En primer lugar, se encuentra el turismo de naturaleza en donde se encuentran las actividades de aviturismo el cual el departamento es líder. De igual manera, la mayoría de los atractivos tanto de la zona oriental como de todo el departamento se caracterizan por ser de naturaleza (Unión temporal turismo Chocalán, 2012).

En segundo lugar, se encuentra el turismo cultural, rural e histórico, este se caracteriza en la región por el aprendizaje de la cultura, las tradiciones y las creencias que se muestran a los turistas. La tradición cafetera y paisa es un aspecto muy fuerte y el cual llama la atención de la mayoría de los visitantes al departamento (Unión temporal turismo Chocalán, 2012).

### **Propuesta del producto turístico**

Ahora bien, entrando en la propuesta del diseño del producto turístico se tienen en cuenta los pasos para el diseño del Manual para la Planificación de Productos Turísticos creado por Ministerio de Comercio y Turismo de Perú en compañía de PromPerú.

### **Descripción detallada del producto turístico descubre el Oriente Caldense.**

Aunque el turismo de naturaleza no es una tipología nueva en Colombia, durante los últimos años ha ido teniendo un desarrollo óptimo, consolidándose y formalizándose en los diferentes sectores tales como los distintos niveles territoriales de la gestión pública, el sector privado, los operadores turísticos y la comunidad local, la cual llega a ser una pieza clave en este tipo de turismo (Mincit, 2012). El turismo de naturaleza se considera como aquella tipología que se sale de la referencia tradicional de turismo como lo es el de sol y playa y busca que el turista tenga un contacto con los recursos naturales tendiendo algún contacto con los habitantes de dicha región. (Mincit, s.f) Un aspecto a resaltar de esta tipología es que crea conciencia al viajero y a los habitantes de preservar aún más la fauna y flora llegando a crear destinos sostenibles. (Colombia.travel, s.f) Dentro del turismo de naturaleza existe una serie de subproductos por desencadenar, tales como el ecoturismo, el turismo de aventura, el agroturismo, turismo comunitario, entre otros. Adicionalmente, gracias a esta tipología en el destino se empiezan a crear otros productos complementarios como lo son el turismo cultural, el turismo de bienestar y el turismo científico. (Mincit, 2012)

Ahora bien, dadas las características, y de acuerdo con el análisis de la tabla de priorización hecho previamente, se considera viable crear una ruta turística que permita la integración de los municipios del oriente de Caldas basada en un turismo de naturaleza, incluyendo el subproducto de aventura. Cabe resaltar que, aunque el producto solo tiene una ruta, esta se puede dividir en dos dada la magnitud y distancias entre los municipios. La ruta se divide entre las subregiones Oriente y Magdalena caldense.

El propósito principal de este producto de naturaleza es brindar una experiencia diferente en cada una de los municipios de la región, teniendo en cuenta los planes convencionales con relación a la actividad cafetera y su cultura paisa y las diferentes actividades de naturaleza y aventura que se pueden realizar visitando el Oriente del departamento de Caldas, un lugar donde se mezcla la región cafetera y ganadera.

Dentro de esta ruta están incluidos los 8 municipios del Oriente de Caldas ya que cada uno tiene un elemento diferente que hace especial la ruta. Asimismo, este producto tiene la particularidad de unir dos regiones de Caldas, la región del Alto Oriente y la región del Magdalena Caldense. Este nuevo producto turístico busca que el turista tenga una desconexión de la vida cotidiana, del estrés de las grandes ciudades y las labores del día a día, para que pueda tener contacto con la naturaleza, la vida del campo, los paisajes, la geografía e hidrografía del lugar, conocer y tener alguna experiencia con algunas tradiciones culturales y gastronómicas de la comunidad.

Adicionalmente, se escogen algunos establecimientos de comercio, gastronómicos, turísticos, atractivos y prestadores de servicios turísticos en cada municipio para poder consolidar el producto. Asimismo, dado que la infraestructura es clave para la llegada de visitantes se evalúan y tienen en cuenta los lugares apropiados para que el turista pueda realizar la ruta sin complicaciones. Cabe resaltar que, los establecimientos y los prestadores de servicios turísticos son operados por personas locales interesadas en la actividad turística. Esto podrá beneficiar el producto dado que la comunidad se verá involucrada y aumentará el interés por la misma. Por otro lado, en principio este producto irá enfocado a turistas domésticos y regionales decir, personas que visitan la zona oriental con el fin de visitar a sus familias y quieren realizar turismo durante esos días de estadía. Según el análisis previo de la demanda estas personas vienen del

mismo departamento de Caldas, el Magdalena Medio, Eje Cafetero y ciudades principales especialmente del interior del país.

Este producto turístico tendrá como nombre ***“Descubre el Oriente Caldense”*** Este nombre se creó teniendo en cuenta que la gran mayoría de personas conocen principalmente los atractivos y actividades que se realizan en el occidente del departamento, en donde se encuentra el Paisaje Cultural Cafetero, por lo tanto, se pretende invitar a conocer y descubrir Oriente de Caldas. Lo que se espera con este nombre es que el turista despierte el interés por esta zona y se motive a visitarla, conociendo sus atractivos de naturaleza y las actividades de aventura que se pueden realizar.

Como se mencionó anteriormente, aunque es una ruta la que se propone, esta se puede dividir en dos ya sea solo visitar la subzona del oriente que comprende los municipios de Manzanares, Marulanda, Pensilvania y Marquetalia o la del Magdalena que comprende los municipios de Samaná, Norcasia, Victoria y La Dorada, dada la distancia que hay entre los municipios y atractivos en el Oriente de Caldas, esta ruta es una guía para que las personas puedan visitar los atractivos más importantes de cada municipio, complementándolo con los establecimientos de hospedaje, gastronómicos y de entretenimiento. El propósito de esta propuesta es potencializar los atractivos y las actividades que se realizan en el oriente con el fin de mejorar el crecimiento turístico local.

### **Segmento alto oriente Caldense**

La ruta alto oriente incluye a los municipios de Manzanares, Marulanda, Pensilvania y Marquetalia. Este segmento se caracteriza por tener atractivos de naturaleza y culturales enfocados en la cultura paisa, se puede admirar la arquitectura, la gastronomía, los paisajes cafeteros y un sin número de cosas por admirar. En el municipio de Manzanares el turista podrá realizar senderismo hasta el cerro de Guadalupe en la hora de la mañana, para poder admirar la Nevado del Ruiz y los paisajes cafeteros. Visitar el Charco Las Brisas, tomar un baño en aguas naturales, apropiadas para el descanso y la relajación. En este punto, se recomienda visitar el restaurante Donde Jesso o Picnic San Luis, típicos de la región. Asimismo, visitar la Plaza Bolívar de Manzanares lugar icónico del municipio, allí se encuentran los diferentes

establecimientos nocturnos, especialmente las tradicionales fondas o cantinas paisas, donde se podrá descubrir más de la cultura y ambiente caldense.

Llegando al municipio de Marulanda se puede apreciar la Palma de Cera, árbol nacional de Colombia y la cual es común allí. Estando en el municipio la cooperativa ovina será la encargada de realizar un día de inmersión completo en el campo, puesto que se vivirá la experiencia de la ovinocultura. La cooperativa realiza actividades de manejo de ovinos y vacunos, proceso de obtención de la lana. Asimismo, la Cooperativa ofrece servicio de hospedaje para que la experiencia llegue a ser más enriquecedora.

En Pensilvania, se pueden visitar las Cascadas el Popal, lugar perfecto para realizar senderismo y luego disfrutar de las cascadas. Asimismo, disfrutar de la gastronomía del municipio, especialmente de Puerto Buñuelo, lugar imperdible para cualquier visitante. En el Centro Vacacional el Bosque, se realizan actividades de pesca, cabalgatas y un pequeño recorrido por un sendero ecológico. Si el visitante desea hospedarse allí lo podrá hacer. Pensilvania se caracteriza por tener una de las exposiciones equinas más famosas de Caldas, así que si es turista es un amante de los caballos, el municipio es perfecto para conocer y disfrutar de este importante evento.

Por último, el municipio de Marquetalia es el lugar ideal para conocer de primera mano el proceso de realización de panela, allí se encuentra el Trapiche Pedregal de San Ángel, donde se vive la experiencia panelera de primera mano, se muestra todo el proceso para la elaboración de panela, y se realiza un recorrido por el trapiche explicando a los visitantes la función de cada máquina, asimismo se podrá degustar productos derivados de la caña de azúcar. El visitante puede hacerse participe dentro de la molienda.

### **Segmento Magdalena Caldense.**

Ahora bien, en este segmento se incluyen los municipios de Victoria, La Dorada, Norcasia y Samaná, en estos municipios se puede vivir una experiencia de naturaleza incluyendo el subproducto de aventura y bienestar. El municipio de Victoria se destaca por el aviturismo, se pueden realizar caminatas acompañados de guías locales especializados en esta actividad, conociendo el sin número de aves endémicas de la zona. En Victoria las actividades acuáticas son las protagonistas, se puede visitar el Balneario de Doña Juana donde se realizan actividades de

pesca, disfrutar del río Doña Juana y sus aguas cristalinas. Asimismo, cuenta con fogones para realizar asados, zona de camping y recreación

La Dorada, es el municipio con mayor desarrollo turístico del Oriente de Caldas, las actividades allí se centran especialmente en el Río Magdalena, como por ejemplo realizar el tour la Barcaza Yuma, este dura aproximadamente una hora por el río Magdalena, en donde se puede apreciar el paisaje del municipio, este cuenta con música en vivo, barra para tomar cocteles y pasar un rato agradable en el Río. Por otro lado, en la vereda La Habana, se encuentra una asociación de turismo rural comunitario, este es perfecto para las personas que quieren adentrarse en la experiencia con los locales, se realizan actividades como aviturismo, cabalgatas, careteo, pesca deportiva, paseos en lancha, entre otros.

Norcasia es uno de los destinos más visitados del Magdalena Caldense, los principales atractivos son el Río La Miel en donde se realizan actividades de aventura tubing, body rafting, riversurf, recorridos en lancha, saltos en cascadas, entre otras actividades. El Embalse de Amaní y la Presa Pantagoras, donde se realizan recorridos en lancha por esta por esta imponente construcción. Un lugar imperdible en Norcasia es visitar el Eco hotel los Mikos, este queda ubicado entre las montañas con vista hacia el Embalse de Amaní, se encuentra ubicado a 20 minutos en lancha desde Norcasia, es un lugar único en el departamento. El Eco hotel, cuenta con diferentes planes, como pasadías, planes de aventura, estadía en Glampings, Cabañas, actividades en Kayak, entre otras actividades imperdibles.

Finalmente, se encuentra el municipio de Samaná, con atractivos de bienestar y descanso para hacer de la visita al oriente de Caldas, algo único. Conociendo los Termales El Escondite, donde su principal atractivo son las piscinas de aguas termales y de lodo, se realizan caminatas ecológicas y deportes extremos como torrentismo. Asimismo, se puede visitar la laguna de San Diego la cual es una propuesta de turismo comunitario liderada por el comité turístico de San Diego. Allí se puede realizar diferentes actividades tales como senderismo, cabalgatas, pesca deportiva, Aviturismo, cascadismo, agroturismo enfocado en la cosecha de café.

## Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico

Al momento de seleccionar los elementos que conformarán el producto turístico, se realizó el mapeo de los atractivos y prestadores de servicios turísticos. Esto con el fin de aterrizar la propuesta y responder a los requerimientos de la demanda. [Ver figura 9](#) para poder tener el producto turístico deseado fue necesario realizar una priorización de atractivos, esto con base en la representatividad, el reconocimiento, la accesibilidad y la distancia entre cada atractivos y municipio.

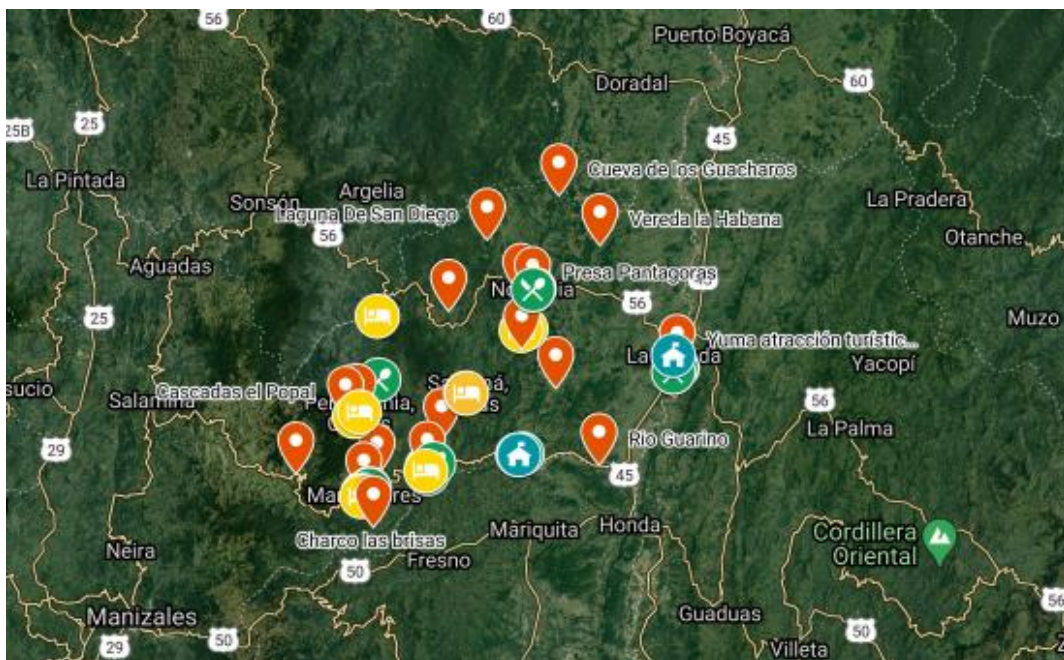


Figura 9. mapeo de los elementos del producto turístico. Elaboración propia. 2020.

\*Nota, para ver el mapa dentro de la aplicación Mymaps, ingresar por medio del siguiente enlace

[https://www.google.com/maps/d/edit?mid=1\\_ujvlyueMMXXIRxZ9h5oXWJxHRrH8rFo4&usp=sharing](https://www.google.com/maps/d/edit?mid=1_ujvlyueMMXXIRxZ9h5oXWJxHRrH8rFo4&usp=sharing)

Para el diseño de la propuesta del producto turístico se priorizaron 19 atractivos, 16 hoteles, 7 eco hoteles, 17 restaurantes y 4 agencias de viaje. Para poder fijar estos elementos que ahora hacen parte de este producto turístico, se tuvieron en cuenta diferentes variables como la accesibilidad, el estado de conservación, la autenticidad y el grado de importancia en la zona. Algunos de estos atractivos escogidos fueron por el reconocimiento que tiene dentro de cada

municipio tanto por los habitantes de la zona como por los turistas a los cuales se les realizo entrevistas.

Así mismo, muchos de estos atractivos fueron los que nos recomendaron y las personas que actualmente trabajan en agencias de viaje especialmente de Norcasia. Cabe resaltar que, aunque algunos de estos quedan lejos de los cascos urbanos, las actividades que se pueden realizar allí son acordes al producto que se pretende diseñar. De igual manera, la región del oriente al ser una zona mayormente rural, los recorridos son más largos. Por otro lado, se tuvo en cuenta la singularidad de este, notando elementos diferenciales y características únicas de alguno de estos atractivos. Finalmente, el estado de conservación tanto de los sitios naturales como de los patrimonios culturales inmuebles fueron tenidos en cuenta.

Al momento de tener los atractivos mapeados, se procedió a realizar la ficha de inventarios turísticos del Ministerio de Comercio, industria y turismo, esto con el fin de tener una valoración cualitativa y cuantitativa de los atractivos. A partir de esto se puede identificar cuáles pueden llegar a usarse de manera inmediata o cuales necesitan intervención para mejorar. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2010) Ahora bien, para el presente diseño de producto se realizaron dos tipos de fichas de inventario, 8 de patrimonio cultural material inmueble y 12 de sitios naturales. las [tablas 21 a la 38](#), muestran las fichas mencionadas, adicionalmente en la [tabla 39](#) se encuentra la tabla resumen con los puntajes arrojados de cada ficha. Para poder corroborar y complementar toda información se procedió a realizar el anexo numero 2 (ficha del producto turístico) como establece el Manual para la Planificación de Productos Turísticos, 2014. ver [tabla 40](#)

### **Evaluación de las condiciones actuales del producto turístico**

Dado que el producto aún no está consolidado es necesario evaluar las condiciones con el fin de identificar posibles necesidades y mejoras. (Promperú, 2014) Por medio de este paso se permite aterrizar los componentes que tiene la presente propuesta. En primera medida es necesario mencionar que la actividad turística en el oriente de Caldas es relativamente nueva, por este motivo, hay poca vocación turística en el territorio, los prestadores turísticos son pocos y de acuerdo con la previa investigación se logró constatar que no todos tienen Registro Nacional de Turismo. Así mismo, algunos de los establecimientos de alojamiento no se encuentran

formalizados. De igual manera, son pocas las agencias de turismo a nivel departamental que ofrecen paquetes, experiencias o viajes hacia el oriente de Caldas.

Al momento de realizar las entrevistas los prestadores de servicios turísticos manifestaban que en el oriente del departamento hay muy pocos guías con la tarjeta profesional. Leidy Ibáñez, trabajadora de la agencia Ceiba's travel, comentaba que poder tener guías certificados es muy difícil ya que los requisitos para la obtención de la tarjeta son difíciles de adquirir, por ende, se realizan talleres y capacitaciones que realiza la Corporación Para El Desarrollo De Caldas para poder dar una certificación como guía local (Ibáñez. L Comunicación personal, 2019).

Por otro lado, aunque se cuenta con una unidad de turismo a nivel departamental, se pudo evidenciar que los municipios de la zona desde hace poco están en el desarrollo de la creación de secretarías de turismo a nivel municipal, así que los planes, estrategias y capacitaciones para incluir el turismo como una actividad económica en los territorios son mínimos, generando poca orientación y estudios de la zona del oriente de Caldas en este tema. Cabe destacar que esto dificulta los proyectos que puedan llegar a planearse ya que en muchos de los municipios no hay bases sólidas en el tema. En este punto es importante mencionar que solo cuatro municipios cuentan con un Plan de Desarrollo turístico actualizado.

Ahora bien, se debe tener en cuenta que la infraestructura, señalización e información turística en el oriente caldense es débil puesto que actualmente hay poca señalización en las vías y en los atractivos turísticos. Con respecto a este último tema, muchos atractivos de la región se encuentran en abandono y malas condiciones, especialmente en los municipios de Marulanda, Manzanares, Marquetalia y Samaná. Asimismo, la mayoría de estos atractivos no cuenta con servicios básicos como baños, ni están adaptados para la visita de personas con algún tipo de discapacidad. (Ibáñez. L Comunicación personas, 2019) A partir de la observación durante el trabajo de campo, en la mayoría de los atractivos de los diferentes municipios no se tiene definida la capacidad de carga. Sin embargo, en los planes de turismo encontrados se tiene como proyecto determinar e implementar la capacidad de carga física, real y efectiva de los sitios naturales del municipio y formular planes de manejo para los atractivos. (Alcaldía municipal de La Dorada, 2016)



## **Validación de la propuesta inicial de producto con intermediarios y consumidores**

Con el propósito de poder obtener una retroalimentación sobre el producto turístico propuesto, se diseñó una guía con el fin complementar la información con la opinión de diferentes personas involucradas en la propuesta y expertos en planificación turística. La guía contenía una pequeña definición del producto turístico propuesto, el público objetivo, el mapeo de los elementos que contienen el producto, la ficha del producto tomada de Promperú y una pequeña encuesta semiestructurada, la cual contenía una tabla con una serie de criterios diferentes para cada tipo de grupo y tres preguntas abiertas. Esta encuesta fue realizada a seis personas.

Diego Franco, Secretario de Turismo de Victoria Caldas, considera que los atractivos turísticos son adecuados para el diseño del producto, asimismo manifestó que este va en sintonía con la motivación de los turistas que visitan la zona y va en concordancia tanto con el Plan de Desarrollo de Victoria como con el Plan de Turismo. Asimismo, cree que lo que más sobresale de esta propuesta es la inclusión y la articulación regional que se está haciendo. Por otro lado, comenta que cada uno de los atractivos y las actividades planteadas tiene la accesibilidad necesaria y adecuada. (Franco. D, comunicación personal, 2020)

Sin embargo, dio a conocer que no lo considera como un producto diferenciador en comparación a otros productos que se están realizando en la zona, puesto que presentan actividades similares de naturaleza y aventura, así que propone incluir el aviturismo, ya que esta actividad se está posicionado de manera significativa en todo el departamento de Caldas. También comenta que especialmente en Victoria y Marquetalia hay un gran potencial de turismo arqueológico el cual no está desarrollado, pero sería interesante poder llegar a generar un producto con este tema en algún momento. (Franco. D, comunicación personal, 2020)

Por su parte, María Luisa Galán Otero, especialista en planificación turística y capital natural, también indico que este es un elemento competitivo y diferenciador con otros productos del destino, hay una buena sistematización de la información desde la oferta, considerando oportunos los atractivos. De igual manera, considera que lo que sobresale de la propuesta es alternar aventura en la naturaleza en un gran número de atractivos, en una cultura tan rica y volcada al visitante como lo es la caldense. (Galán. M, comunicación personal, 2020)

Sin embargo, hizo falta información en la guía sobre las actividades que se realizarán. Un obstáculo que percibe es que ve la cultura caldense muy rica y que se podrían articular estratégicamente elementos de la cultura para diversificar el producto, pero no lo está. (Galán. M, comunicación personal, 2020)

Por otro lado, Jorge Bonilla, Coordinador de Touristology e investigador del Centro de Pensamiento Turístico de Colombia, opina que el producto turístico presentado es considerado un elemento diferenciador para el Oriente de Caldas. Asimismo, cree que los atractivos son adecuados. Comenta que, si estos fueron elegidos de manera objetiva teniendo criterios de calidad y significado y fácil acceso a ellos, son viables para la propuesta. (Bonilla. J, comunicación personal, 2020)

Para Jorge, lo que más sobresale de esta propuesta, es la zona escogida para el desarrollo del producto turístico, ya que no está en el top of mind del mercado, por lo que puede ser un elemento que reste o puede ser visto como una oportunidad generando el producto con mínimos estándares de calidad y una inserción en el mercado de manera eficiente y eficaz. (Bonilla. J, comunicación personal, 2020)

Finalmente, considera que para poder mejorar la propuesta se debe evidenciar que hay suficiente capacidad para atraer a los turistas, que los servicios de acogida que hay garanticen la experiencia y que los accesos a los atractivos escogidos sean óptimos y por último se debe garantizar que exista la demanda para la validación del producto (Bonilla. J, comunicación personal, 2020).

Adicionalmente, Sebastián Medina, asesor de presupuesto e implementación del Plan de Desarrollo y Plan de Turismo del municipio de Manzanares, e integrante de la secretaria de Planeación, destaca que los atractivos son convenientes para el diseño del producto, asimismo, ve que se encuentra en sintonía con la motivación de viaje de los turistas que visitan esa zona. Por otro lado, cree que la propuesta es diferenciadora y competitiva especialmente para Manzanares, ya que en el municipio hay pocas iniciativas turísticas. Del mismo modo, afirma que esta propuesta va encaminada al Plan de Desarrollo Municipal que se lanzó hace poco, beneficiando al municipio y los alrededores. (Medina. S, comunicación personal, 2020)

Ahora bien, al momento de plantear el mayor obstáculo para el diseño, Sebastián considera que está centrado en la publicidad que se les dé a los atractivos turísticos y al producto, ya que más allá del potencial que puedan tener el problema radica en la dificultad de dar a conocer el Oriente de Caldas. Asimismo, considera que ahora es difícil la promoción de la zona del Oriente de Caldas por la Pandemia del Covid-19, ya que es difícil dar confianza a los visitantes. (Medina. S, comunicación personal, 2020).

Lo que sobresale de esta propuesta, según el entrevistado son los lugares propuestos, ya que muchas personas, inclusive las que viven en esta región los desconocen y sería muy bueno empezar a dinamizar estas experiencias, igualmente, considera que el rango de edad para el público objetivo debería ser más amplio, entre 25 y 50 años. Finalmente, ve muy interesante poder realizar una estrategia de socialización con personas de la región que se desempeñan en la parte turística para aprovechar al máximo su potencialidad. (Medina. S, comunicación personal, 2020)

Igualmente, Jhon Duque dueño de Ekohotel Los Micos ubicado en Norcasia, considera que los atractivos escogidos fueron acertados para enriquecer la experiencia del turista, asimismo, según su experiencia percibe que esto va en sintonía con la motivación de las personas que actualmente visitan en Oriente de Caldas. (Duque. J, comunicación personal, 2020)

Por otro lado, dio a conocer que actualmente la región cuenta con los recursos humanos para poder aplicar el diseño, y este se adecua a la oferta que el Eco hotel ofrece. Lo que sobresale para la entrevista de esta propuesta es la presentación de esta nueva ruta, la cual es poco conocida, la posibilidad de explorar nuevos territorios ricos en naturaleza y cultura le parece interesante. Para Jhon, el mayor obstáculo de la propuesta es la falta de conocimiento a nivel nacional de los ocho municipios, asimismo el reto más grande de este diseño es dar a conocer las vías de acceso y aclarar las distancias que hay entre destinos. (Duque. J, comunicación personal, 2020)

Finalmente para completar la validación de esta propuesta también se pudo contar con Efraín Suarez, dueño de Amaní Travel, agencias de viajes operadora en Norcasia, donde dio a conocer los recursos y atractivos que se integran el diseño enriquecen la experiencia que va a tener el turista. Asimismo, percibe que se encuentra alineado a la motivación que tiene el perfil

del turista que viaja a la zona y se adecua a la oferta dado que muchos de los atractivos estipulados para la ruta él ya lo maneja, por eso en algunos aspectos no ve la propuesta como un elemento diferenciador (Suarez. E, comunicación personal, 2020). Es importante mencionar que en [la tabla 41](#) se evidencia la validación realizada con todos los actores que respondieron a la misma.

### **Determinación de las necesidades de intervención pública y privada**

Una vez se evaluaron las condiciones actuales del producto se tuvo que analizar las necesidades que tiene el destino y las cuales necesitan una intervención adecuada. Para esto se tuvo en cuenta los recursos, atractivos, infraestructura, entre los otros elementos claves para el desarrollo. Por medio de este paso se realizan recomendaciones en cada lugar para que el producto turístico quede en las condiciones esperadas. Los factores para tener en cuenta son aquellos que van enfocados en la demanda y el segmento de mercado al que va enfocado el producto.

Con relación a la infraestructura vial, el oriente de Caldas tiene dos vías de acceso, por el municipio de Manzanares y por el municipio de La Dorada, razón por la cual se sustenta que el producto sea segmentado en dos. Aunque en su mayoría las vías están pavimentadas, en algunas zonas aún hay trochas y calles destapadas las cuales son difíciles de cruzar, esto se debe a las constantes fallas geológicas que hay en la zona. Para poder acceder a la mayoría de los atractivos que conformarán el producto, es necesario ir por caminos sin pavimentar ya que son en áreas rurales. Sin embargo, algunos prestadores turísticos cuentan con servicio de transporte en camionetas 4X4 para una mayor facilidad para el acceso. Es importante tener en cuenta que la carretera hacia el Magdalena Caldense ha mejorado de manera considerable, esto se debe a la construcción de la ruta del Sol la cual es vía 4G, esto ha aportado de manera significativa al transporte de pasajeros.

Por otro lado, los servicios públicos básicos en su mayoría no presentan fallas, ya que en los municipios y veredas se tiene energía y agua sin problema alguno. Sin embargo, no hay sistema de alcantarillado en las zonas rurales. Con relación a la limpieza y mantenimiento de las áreas públicas en cada municipio, estos se encuentran en buenas condiciones, no hay problemas de basuras y la limpieza en general es óptima



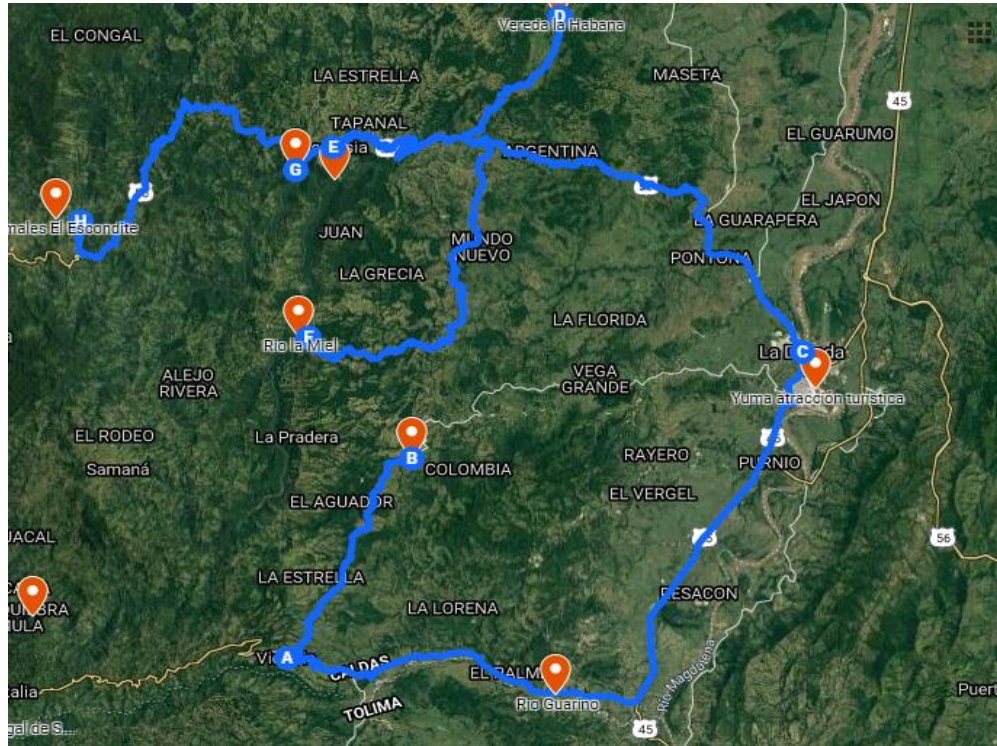


Figura 11. Subruta Alto Oriente. Elaboración propia. 2020.

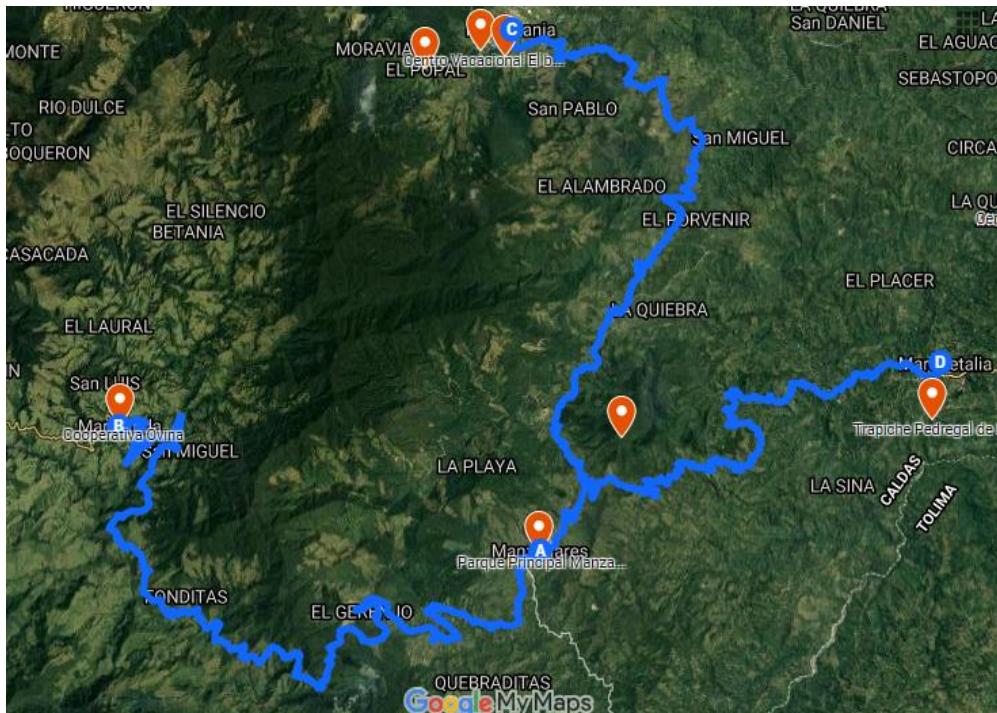


Figura 12. Subruta Magdalena Caldense. Elaboración propia. 2020.



Figura 13. Código QR grafico del Producto Turístico. Elaboración propia. 2020.

Concluyendo este capítulo, esta propuesta de producto turístico se diseñó con el fin de dar a conocer el oriente de Caldas como un destino turístico de naturaleza, incentivando la visita hacia este destino de Caldas y mostrando la otra faceta del departamento. De esta manera es posible fomentar el turismo en la zona y contribuir al desarrollo turístico ya que se pueden llegar a atraer nuevos consumidores al departamento por la oferta que se están brindando en un escenario poco explotado, se empieza a generar un grado de formalidad mayor en las empresas turísticas. Asimismo se empieza a generar interés en la comunidad local, al punto de que esta misma se tomen el trabajo de conversar mejor los patrimonios materiales e inmateriales de la zona.

## **Conclusiones**

Teniendo en cuenta que el objetivo de este trabajo de grado es proponer un producto turístico para la Región del Oriente el departamento de Caldas, que fomente el turismo y contribuya al desarrollo turístico del departamento, se presentan las conclusiones, recomendaciones y reflexiones de este trabajo de grado. Asimismo, se indican algunas recomendaciones que pueden llegar a tenerse en cuenta las organizaciones que gestionan los destinos, prestadores de servicios turísticos y la comunidad de los ocho municipios que comprende la zona de estudio.

El análisis de contexto, de oferta y demanda por medio de fuentes secundarias y posteriormente el trabajo de campo, permitió constatar aspectos del territorio y diseñar un producto de turismo de naturaleza, para esto se creó una ruta turística llamada Descubre el Oriente Caldense, la cual, dadas las condiciones y la extensión de la zona oriental, tiene la facilidad de dividirse entre los segmentos propuestos o realizarse completamente. Ahora bien, a partir del diseño de este producto se pudo concluir que:

El turismo de naturaleza es un producto que ha ido desarrollándose y formalizando en Colombia, así que en el Oriente de Caldas se vio la potencialidad de generar producto a partir de esta tipología, dadas las condiciones de la zona, la riqueza natural que existe allí, ya que cada vez son más los turistas que se interesan por visitar destinos que contemplen en su oferta el turismo de naturaleza.

Asimismo, aunque del Oriente de Caldas son pocos los atractivos turísticos que se conocen, a partir de este proyecto de grado se pudo evidenciar que actualmente hay una gran variedad de actividades posibles de practicar y prestadores de servicios turísticos que trabajan en pro del desarrollo turístico de la región. Sin embargo, en la mayoría del territorio es inadecuada la infraestructura, la accesibilidad a algunos atractivos y la señalización turística en las zonas rurales.

A partir de la investigación se pudo evidenciar el gran interés que tienen las entidades territoriales y los prestadores de servicios turísticos y algunas personas de la comunidad local de esta zona por el desarrollo turístico, ya que lo ven como una oportunidad de crecimiento económico, conservación de la naturaleza y desarrollo del territorio, es por esto que consideran que un diseño de producto podría beneficiar en las labores que vienen realizando con respecto a esta actividad. Por otro lado, con referencia a este diseño de producto realizado se evidencia el gran interés en dar a conocer el oriente de Caldas como un destino turístico potencial fuerte en el segmento de naturaleza y aventura, dando a conocerlo como una alternativa más de turismo y no únicamente el tema del Paisaje Cultural Cafetero. Asimismo, esta propuesta evidencia una alternativa de desarrollo económico para los ocho municipios orientales mejorando la calidad de vida de los habitantes y la infraestructura en esta zona.

La demanda que llega al destino, en su mayoría son grupos de familias con el propósito de visitar a los familiares que viven en esta zona del departamento. Allí deciden pasar unos días de descanso y poder realizar diferentes actividades turísticas, la mayor cantidad de estos turistas vienen de ciudad cercanas como Manizales, Pereira Armenia, Medellín y Bogotá.

El producto Descubre el Oriente Caldense, es una ruta que por la cantidad de atractivos se puede dividir en dos, el Alto Oriente y el Magdalena Caldense resaltando en esta última el



componente de aventura en sus principales atractivos, como se ve en la [tabla 40](#). De acuerdo con los validadores el producto es aceptado y contiene los elementos claves para un producto de esta tipología.

### **Recomendaciones y reflexiones**

Para finalizar, se recomienda a los ocho municipios del Oriente de Caldas, crear vínculos sólidos entre ellos, trabajar en conjunto en pro del desarrollo turístico, con el fin de generar competitividad para el territorio. Asimismo, se recomienda a los entes gubernamentales de los municipios en estudio y a nivel departamental, incluir al Oriente de Caldas en los planes en pro del desarrollo turístico departamental, ya que se considera que la gran parte de los recursos van encaminados hacia los municipios que conforman el Paisaje Cultural Cafetero. Los municipios deben mejorar su infraestructura, conectividad, señalización y mejoramiento de las áreas públicas, especialmente en las zonas rurales, esto con el fin de mejorar la calidad de vida de los habitantes y la experiencia de los turistas que lo visiten. Por otro lado, se recomienda que todos los municipios puedan crear los planes de desarrollo turístico, inventarios turísticos y análisis de capacidad de carga con el fin de organizar y planificar de mejor manera el turismo en cada uno de estos ellos.

En este punto, es importante mencionar que la pandemia por el Covid-19, ha paralizado en gran medida la actividad turística en el mundo entero. El turismo mundial registró su peor año en 2020, las llegadas internacionales cayeron el 74% y ha puesto en situación crítica entre 100 y 120 millones de empleos turísticos directos. Por otro lado, los países ponen cada vez más restricciones de entrada, incluso el cierre completo de los países. (OMT, 2021). Por este motivo se deben precisar las afectaciones que puede llegar a tener este producto turístico. Sin lugar a duda son en primera medida las repercusiones económicas, ya que aunque la zona del oriente de Caldas no vive netamente del turismo, varios de estos municipios si lo consideran actualmente como una de sus actividades económicas principales. Esto no solo afecta a los dueños de hoteles, agencias operadores de viaje, restaurantes, entre otros, sino a los miles de empleos indirectos que hay detrás del turismo.

Por otro lado, considero indispensable destacar que la misión de la actividad turística es la interacción entre personas y el conocimiento de culturas y la pandemia hizo que esta posibilidad se limitara. Aunque la tecnología puede servir en algunos casos, para promocionar el destino y generar expectativa, nunca será igual que visitarlo personalmente. Sin embargo, este producto turístico al ser de naturaleza tiene grandes posibilidades para desarrollarse actualmente y posicionarse en el futuro. Según Procolombia, los viajes buscarán espacios sin aglomeraciones en donde haya un mayor contacto con la naturaleza, las actividades relacionadas con el ecoturismo, el turismo de bienestar, el turismo de naturaleza serán los pioneros en la reactivación turística. (Procolombia, 2020). Por este motivo, el departamento y en especial la zona del oriente al tener la oferta y la capacidad suficiente para poder realizar turismo de naturaleza, debe afianzar todos los protocolos de bioseguridad y demás aspectos necesarios para generar confianza en el turista.

Finalmente, considero importante mencionar la gran experiencia que tuve al realizar este diseño de producto turístico como proyecto de grado. Desde el comienzo con el anteproyecto fue un proceso de constantes aprendizajes, por un lado con la región, conociendo a fondo la cultura, los lugares increíbles y pocos conocidos, el comportamiento de las personas, las dificultades que ha tenido que vivir la región y la realidad de un territorio. Por otra parte, aprender cómo es la realización de los productos turístico en el país y el funcionamiento de todos los entes que hace posible los productos, planes de desarrollo, planes estratégicos, entre otros. Poder conocer a fondo los manuales, metodologías, documentos, tablas de inventarios, matrices ha sido de gran aprendizaje para el futuro profesional que se aproxima.

## Referencias bibliográficas

- Alcaldía Municipal de Manzanares. (2016). *Plan de desarrollo de Manzanares, Caldas*. Recuperado de [https://manzanarescaldas.micolombiadigital.gov.co/sites/manzanarescaldas/content/files/000003/113\\_plandesarrollo20162019.pdf](https://manzanarescaldas.micolombiadigital.gov.co/sites/manzanarescaldas/content/files/000003/113_plandesarrollo20162019.pdf)
- Alcaldía Municipal de Marquetalia. (2016). *Plan municipal de desarrollo de Marquetalia, Caldas*. Recuperado de. [https://marquetaliacaldas.micolombiadigital.gov.co/sites/marquetaliacaldas/content/files/000368/18389\\_plan-de-desarrollo-20162019.pdf](https://marquetaliacaldas.micolombiadigital.gov.co/sites/marquetaliacaldas/content/files/000368/18389_plan-de-desarrollo-20162019.pdf)
- Alcaldía Municipal de Marulanda. (2016). *Plan de desarrollo Marulanda por la unidad y el desarrollo*. Recuperado de. [https://marulandacaldas.micolombiadigital.gov.co/sites/marulandacaldas/content/files/000021/1009\\_plan-de-desarrollo-marulanda-por-la-unidad-y-el-desarrollo-1.pdf](https://marulandacaldas.micolombiadigital.gov.co/sites/marulandacaldas/content/files/000021/1009_plan-de-desarrollo-marulanda-por-la-unidad-y-el-desarrollo-1.pdf)
- Alcaldía municipal de Pensilvania. (2008). *Plan de desarrollo municipal 2008-2011*. Recuperado de. [http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pensilvania%20-caldas%20-%20plan%20de%20desarrollo%20-%202008%20-%202011%20\(pag%20106%20-%203.839%20kb\).pdf](http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pensilvania%20-caldas%20-%20plan%20de%20desarrollo%20-%202008%20-%202011%20(pag%20106%20-%203.839%20kb).pdf)
- Alcaldía municipal de Pensilvania. (2016). *Plan de desarrollo municipal 2016-2019*. Recuperado de. [https://pensilvaniacaldas.micolombiadigital.gov.co/sites/pensilvaniacaldas/content/files/000004/200\\_acuerdo-no-16300416-plan-de-desarrollo-municipal-2016---2019.pdf](https://pensilvaniacaldas.micolombiadigital.gov.co/sites/pensilvaniacaldas/content/files/000004/200_acuerdo-no-16300416-plan-de-desarrollo-municipal-2016---2019.pdf)
- Alcaldía municipal de Samaná. (2016). *Plan municipal de desarrollo, tú decides Samaná gana*. Recuperado de. [http://samanacaldas.micolombiadigital.gov.co/sites/samanacaldas/content/files/000027/1322\\_acuerdo-09-del-19-may-2016-plan-desarrollo-1-1.pdf](http://samanacaldas.micolombiadigital.gov.co/sites/samanacaldas/content/files/000027/1322_acuerdo-09-del-19-may-2016-plan-desarrollo-1-1.pdf)
- Alcaldía municipal de Victoria. (2016). *Plan de desarrollo municipal, Victoria compromiso de todos*. Recuperado de [https://victoriacaldas.micolombiadigital.gov.co/sites/victoriacaldas/content/files/000186/9253\\_pdm-2016.pdf](https://victoriacaldas.micolombiadigital.gov.co/sites/victoriacaldas/content/files/000186/9253_pdm-2016.pdf)
- Amaní travel. (2020). *Actividades*. Recuperado de. <https://www.amanitravel.com.co/destino-ecoturistico/actividades/>
- Banco de la República. (s.f) *Ensayos sobre economía regional, turismo en el eje cafetero*. Manizales, Caldas.
- Bonilla, J. (2020). Comunicación personal

Boullón, R. (2001). *Planificación del espacio Turístico*. 3ra.ed. Editorial Trillas. México

Cámara de Comercio de La Dorada, Puerto Boyacá, Puerto Salgar y Oriente de Caldas. (2016) *Estudio económico de La Dorada, Puerto Boyacá, Puerto Salgar y Oriente de Caldas*. Recuperado de. <https://www.camaradorada.org.co/wp-content/uploads/2017/01/Estudio-econ%C3%B3mico-2016.pdf>

Citur. (s.f). mapa competitivo- indicadores. Bogotá. Recuperado de. <http://www.citur.gov.co/estadisticas/departamental/mapacompetitivo/17>

Colombia.travel. (s.f.) Turismo de naturaleza y ecoturismo ¿Cuál es la diferencia? Recuperado de <https://colombia.travel/es/blog/turismo-de-naturaleza-y-ecoturismo-cual-es-la-diferencia>

Conti, F. Cravero, S. (2010) *Patrimonio, comunidad local y turismo: la necesidad de*

Corporación para el desarrollo de caldas. (2016). *Plan de turismo del municipio de La Dorada, Caldas*. Manizales.

Cuervo, R. (1967). *El turismo como medio de comunicación humana*. Departamento de turismo del Gobierno de México. México D.F.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE. (2018) *Censo Nacional de Población y Vivienda - CNPV 2018*. Bogotá. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>

Duque, J. (2020). Comunicación personal

Duque, J. (2019). Comunicación personal

Fernández. (2006). *Diseño del producto turístico - un enfoque y una propuesta metodológica – MINCIT*. Recuperado de: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=20100&name=DISENO-PRODUCTO-TURISTICO-2006.pdf&prefijo=file>

Franco, D. (2020). comunicación personal

Galán, M. (2020). comunicación personal

Gobernación de Caldas, (2014). *Infomunicipios, información de Norcasia*. Manizales. Recuperado de <https://caldas.gov.co/media/pdf/2014/infomunicipios/INFORMACION%20DE%20NORCASIA.pdf>

Gobernación de Caldas. (2014). *Infomunicipios, información de Marulanda*. Manizales. Recuperado de <https://caldas.gov.co/media/pdf/2014/infomunicipios/INFORMACION%20DE%20MARULANDA.pdf>

Gobernación de Caldas. (2017) *Vías de comunicación*. Manizales. Recuperado de <https://caldas.gov.co/index.php/portfolio-2/informacion-general/vias-de-comunicacion>

Gobernación de Caldas. (2017). *Territorios*. Recuperado de <https://caldas.gov.co/index.php/portfolio-2/informacion-general/territorios>

Gobernación de Caldas. (2014). *Información de Pensilvania*. Manizales. Recuperado de. <https://caldas.gov.co/media/pdf/2014/infomunicipios/INFORMACION%20DE%20PENSILVANIA.pdf>

Gobernación de Caldas. (2014). *Información de Samaná*. Manizales. Recuperado de. <https://caldas.gov.co/media/pdf/2014/infomunicipios/INFORMACION%20DE%20SAMANA.pdf>

Gobernación de Caldas. (2014). *Información de Victoria*. Manizales. Recuperado de. <https://caldas.gov.co/media/pdf/2014/infomunicipios/INFORMACION%20DE%20VICTORIA.pdf>

Gobernación de Caldas. (2017). *Economía de Caldas*. Recuperado de <https://caldas.gov.co/index.php/portfolio-2/informacion-general/economia>

Ibáñez. L. (2019) comunicación personal

Londoño. J. (2019) comunicación personal

López, M. (1985). *Música de carrilera, canciones historias y comentarios*. Medellín.

Medina, S. (2020). Comunicación personal

Menoya, S. (2014). *La gestión de destinos turísticos, algunos referentes teóricos y prácticos*. Recuperado de. <https://www.gestiopolis.com/marco-teorico-para-la-gestion-de-destinos-turisticos/>

Meyer, D. (2002). *Turismo y desarrollo sostenible*. Bogotá: universidad externado de Colombia.

Mincetur. (2014). *Manual para la planificación de destino turístico* Tomado de: <https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>

Ministerio de cultura. (2012). *Paseo de olla. Recetas de las cocinas regionales de Colombia. tomo 10* . Bogotá. Recuperado de. <https://www.mincultura.gov.co/Sitios/patrimonio/bibliotecas-de-cocinas/tomos/tomo10.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y turismo y Ministerio de Cultura.(2007). *Política de turismo cultural, Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio*. Bogotá. Recuperado de.

<http://www.mincultura.gov.co/SiteAssets/documentos/Turismo/Politica.pdf#targetText=Dado%20que%20los%20objetivos%20de,de%20acci%C3%B3n%20de%20esta%20Pol%C3%ADtica>.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). *Plan sectorial de turismo. 2018-2022“Turismo: El propósito que nos une”*. Recuperado de

<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.) *Guía turismo de naturaleza*. Recuperado de

[http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/27.Guia\\_de\\_turismo\\_de\\_naturaleza.pdf](http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/27.Guia_de_turismo_de_naturaleza.pdf)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Política de turismo de naturaleza*. Bogotá.

Recuperado de. <http://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza.pdf.aspx>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2010). *Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turístico*. Recuperado de

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/desarrollo-regional/inventarios-turisticos/metodologia-para-la-elaboracion-del-inventario-de/metodologia-para-la-elaboracion-del-inventario-de-atractivos-2010.pdf.aspx>

Molano, O (2007). *Identidad cultural un concepto que evoluciona*. Revista Opera. Universidad

Externado de Colombia. Recuperado de. <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>

Navarro, D. (2015). *Recursos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*. Cuadernos de Turismo. Recuperado de.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=398/39838701014>

Niño, V. (2011). *Metodología de la investigación, diseño y ejecución*. Primera edición. Ediciones de la u. Bogotá.

Noriega, A. (2013). *Ritmos de Antioquia, Caldas y Risaralda*. Recuperado de

<https://prezi.com/jmv0pmyr35dk/ritmos-de-antioquia-caldas-risaraldas/>

Organización Mundial de la propiedad intelectual OMPI. (s.f). *Expresiones culturales tradicionales*.

Recuperado de <https://www.wipo.int/tk/es/folklore/>

Organización Mundial Del Turismo. (s.f). *Entender el turismo: glosario básico*. Recuperado de.

<https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Organización Mundial Del Turismo. (2001). *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*. Recuperado de. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284404889>

Oriente y Magdalena Caldense. (s.f) Recuperado de. <http://orienteymagdalenacaldense.com/>

Panosso.A. Lohman.G. (2012). Teoría del turismo, conceptos, modelos y sistemas. Recuperado de : <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf>

*planificación para el desarrollo sostenible*. La Plata. Recuperado de. [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/15769/Documento\\_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/15769/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Pomca.(s.f.) *caracterización cultural de la cuenca del rio Guarino*. Recuperado de [https://www.cortolima.gov.co/sites/default/files/images/stories/centro\\_documentos/guarino/diagnostico/8.5.2\\_Caracterizacion\\_cultural.pdf](https://www.cortolima.gov.co/sites/default/files/images/stories/centro_documentos/guarino/diagnostico/8.5.2_Caracterizacion_cultural.pdf)

Quesada. R. (2010). *Elementos de turismo, teoría, clasificación y actividad*. 2da ed. Editorial EUNED.

Rodríguez, M. (2016). *Musical Nacional: El pasillo colombiano*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/301566514\\_MUSICA\\_NACIONAL\\_EL\\_PASILLO\\_COLOMBIANO](https://www.researchgate.net/publication/301566514_MUSICA_NACIONAL_EL_PASILLO_COLOMBIANO)

Rodríguez, M. (S.F). *El viejo Caldas*. Recuperado de <http://www.manuelrodriguezbecerra.org/bajar/empresario/i.pdf>

Sampieri R, Fernández C y Callado P (2010). *Metodología de la investigación*. Quinta edición. México. Educación.

Sistema de información regional. (s.f.) *Marquetalia, Caldas*. Recuperado de. <http://pdpmagdalenacentro.org/pagina2016/sistema-de-informacion-irmac-marquetalia-caldas/>

Sistema de información regional. (s.f.) *Norcasia, Caldas*. Recuperado de. <http://pdpmagdalenacentro.org/pagina2016/sistema-de-informacion-irmac-norcasia-caldas/>

Sistema de información regional. (s.f.) *Pensilvania, Caldas*. Recuperado de. <http://pdpmagdalenacentro.org/pagina2016/irmac-pensilvania/>

Sistema de información regional. (s.f.) *Victoria, Caldas*. Recuperado de. <http://pdpmagdalenacentro.org/pagina2016/sistema-de-informacion-irmac-victoria-caldas/>

Sistema de información regional. (s.f) *La Dorada, Caldas*. Recuperado de. <http://pdpmagdalenacentro.org/pagina2016/sistema-de-informacion-irmac-la-dorada-caldas/>

Sistema de información regional. (s.f) *Manzanares, Caldas*. Recuperado de. <http://pdpmagdalenacentro.org/pagina2016/sistema-de-informacion-irmac-manzanares-caldas/>

- Sistema Nacional de Información Cultural. (s.f). *Colombia cultural, ritmos – Caldas*. Recuperado de <http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDep=17&COLTEM=222>
- Situr PCC. (2019) *Informe 2018*. Recuperado de. <https://siturpcc.com/wp-content/uploads/2019/02/Informe-para-Min-V3.pdf>
- Suarez. E. (2020). comunicación personal
- Tamayo, C.(2020). *Manzanares, anfitrión del Oriente de Caldas*. Recuperado de [https://lookaside.fbsbx.com/file/Libro%20Manzanares.pdf?token=AWyFGOrqr\\_2JjtUwNDBO3gHwbJ\\_wWIQnuoNgsPOCOkoR9epq2PIYhnxinB30dQxlQzguEFwuPtyEh2a7UGWq-ctErD7TxhP455VvQF0-nLHH6S5lZDQeHzORDqEnJJ0mossd47adDldZkWOGd-XBc4qkRGmP9HmsjNbpRiGtOEJTcTOl99VMmcj6Hfx3VO6yO2O4f76lFJfBgYJxgmTHZ9Ls](https://lookaside.fbsbx.com/file/Libro%20Manzanares.pdf?token=AWyFGOrqr_2JjtUwNDBO3gHwbJ_wWIQnuoNgsPOCOkoR9epq2PIYhnxinB30dQxlQzguEFwuPtyEh2a7UGWq-ctErD7TxhP455VvQF0-nLHH6S5lZDQeHzORDqEnJJ0mossd47adDldZkWOGd-XBc4qkRGmP9HmsjNbpRiGtOEJTcTOl99VMmcj6Hfx3VO6yO2O4f76lFJfBgYJxgmTHZ9Ls)
- Toselli, C. (2006). *Algunas reflexiones sobre el turismo cultural*. Argentina. Recuperado de: <http://www.pasosonline.org/Publicados/4206/PS040206.pdf>
- Tourism leisure & sports.(2012). *Diagnóstico Turismo de Naturaleza en Colombia*. Bogotá. Recuperado de. <http://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=56e56497-881d-41f6-b23c-4df2d0685f6b>
- Unión temporal turismo Chocalán.( 2012).*Plan de desarrollo turístico de Caldas*. Bogotá. Recuperado de: [http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/163.Plan\\_de\\_desarrollo\\_turistico\\_de\\_Caldas.pdf](http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/163.Plan_de_desarrollo_turistico_de_Caldas.pdf)
- Velez, Velasquez,Castellanos y Trujillo.(2002). Plan Sectorial de Desarrollo Turístico de Caldas 2002 – 2010.C
- Vignati, F. (2009). *Gestión de destinos Turísticos: Cómo atraer a personas a polos, ciudades y países*. México: Trillas.
- VisitCaldas. (s.f.) *Ruta oriente de Caldas*. Manizales. Recuperado de <https://visitcaldas.com/rutas/ruta-oriente/>



Anexos

Figuras

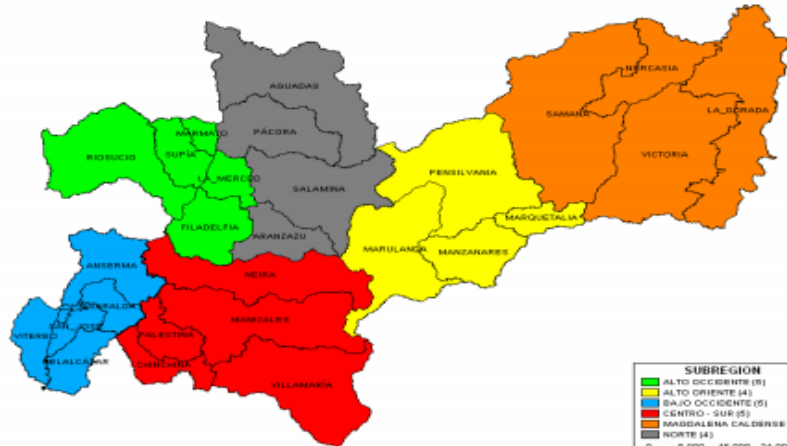


Figura 3. Subregiones del departamento de Caldas tomado de la Secretaria de Planeación Departamental de Caldas, 2009

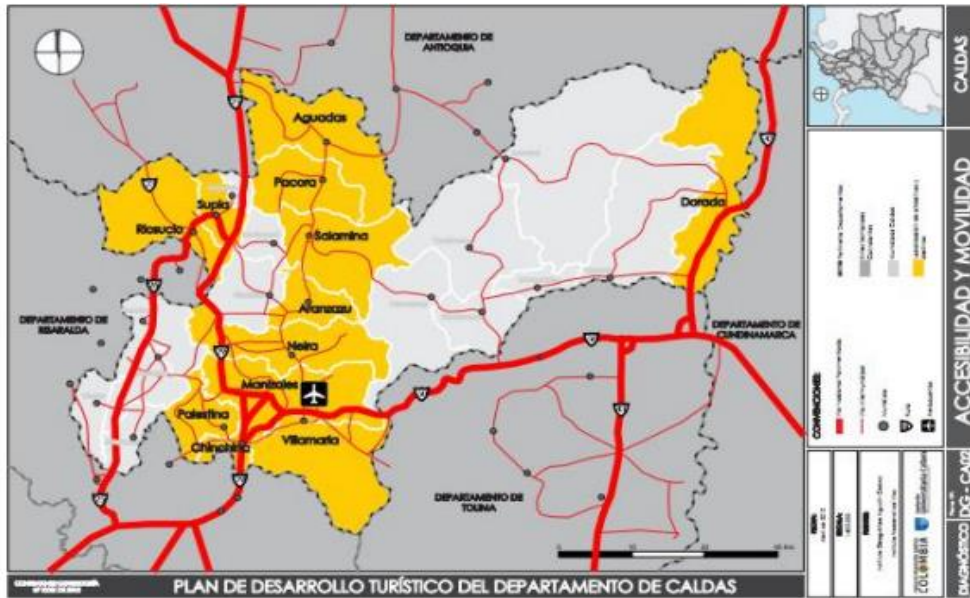


Figura 7. Mapa de accesibilidad y conectividad. Fuente. Plan de desarrollo turístico de Caldas, 2012.

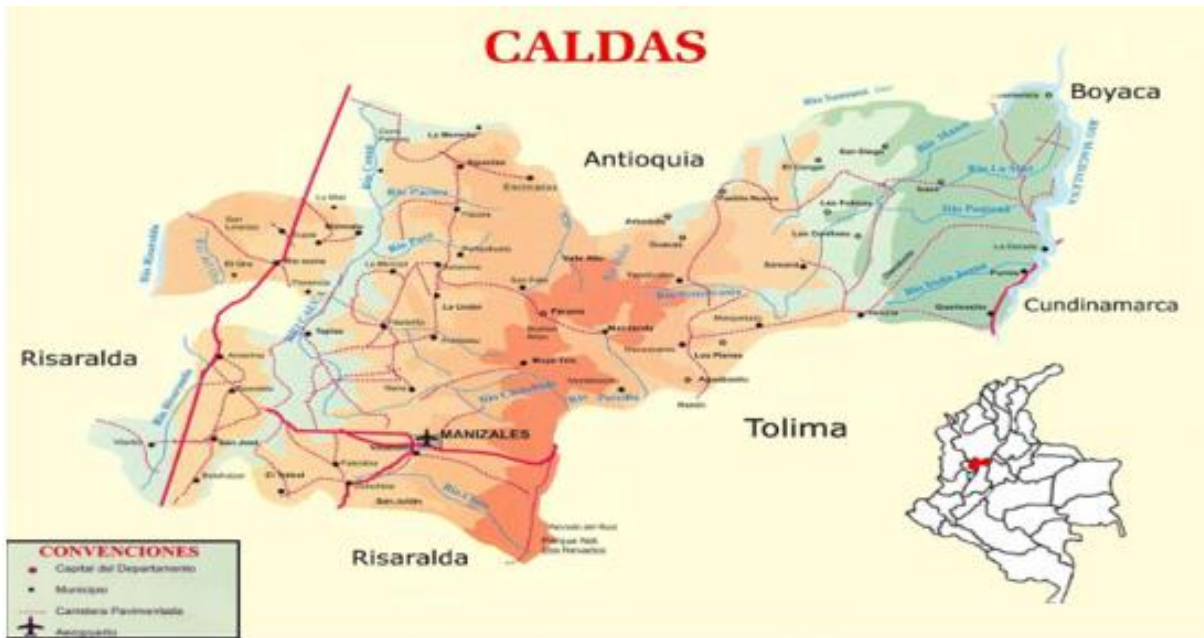
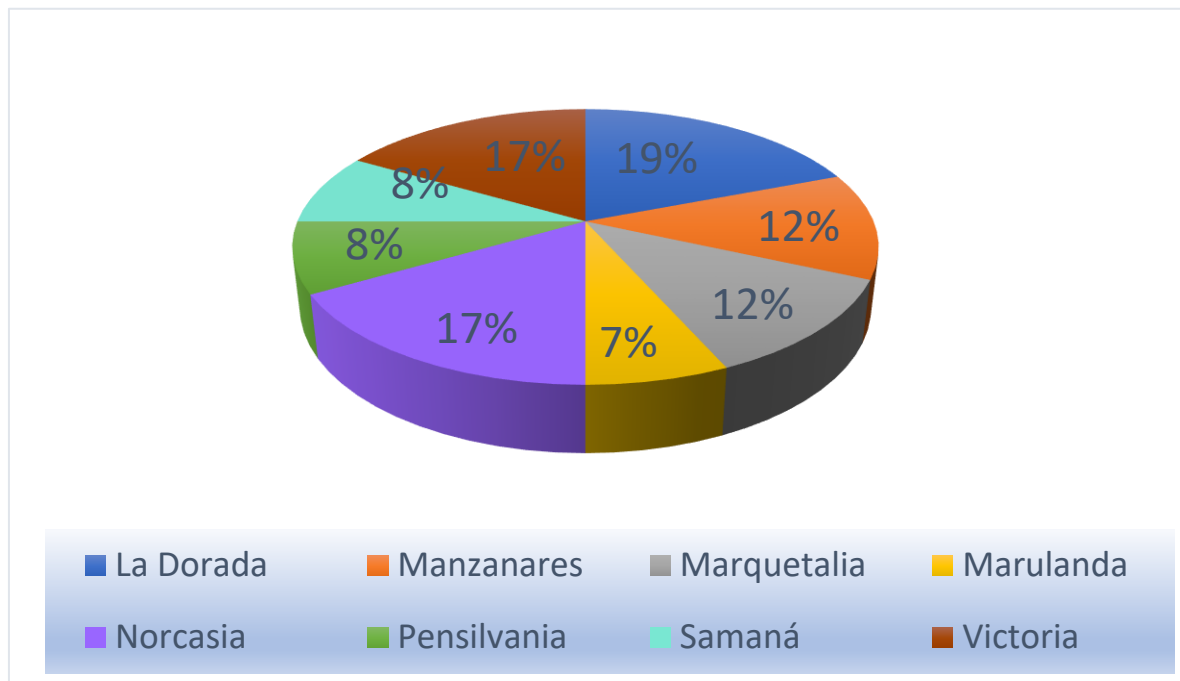
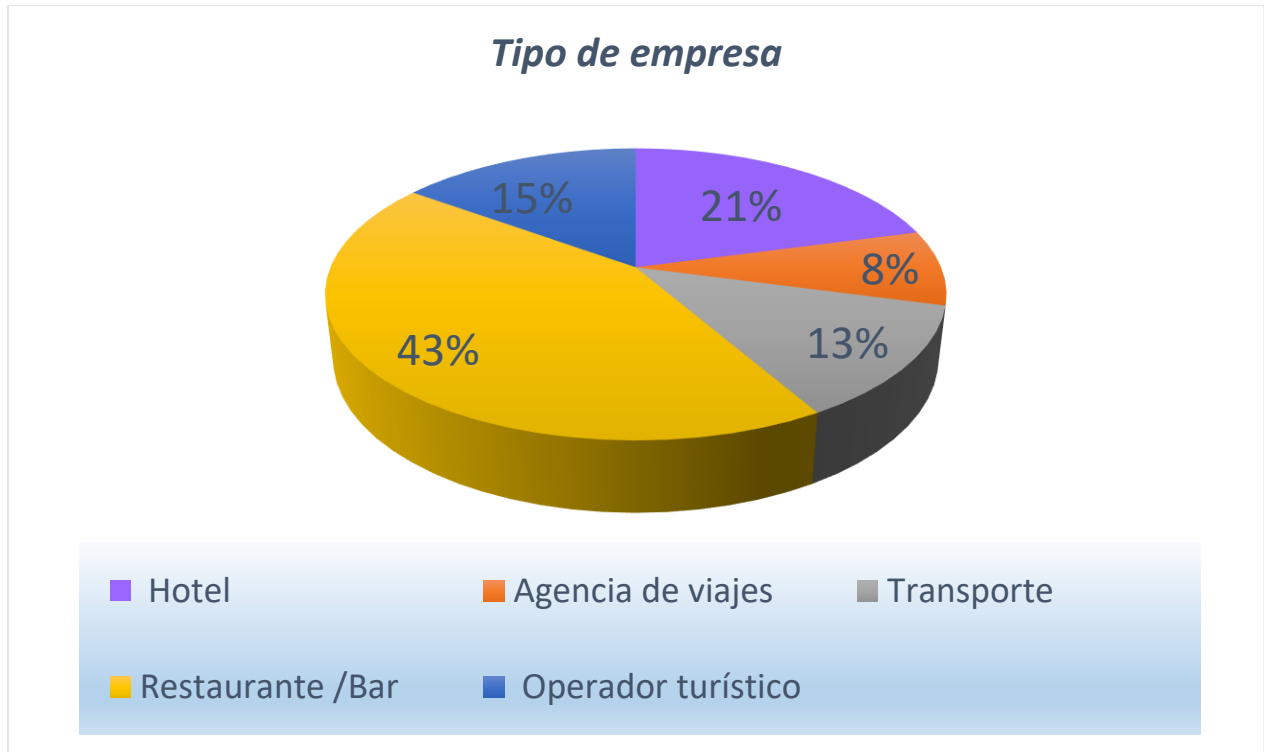


Figura 8. Mapa vial del departamento de Caldas. Fuente. Plan de Desarrollo del departamento de Caldas.

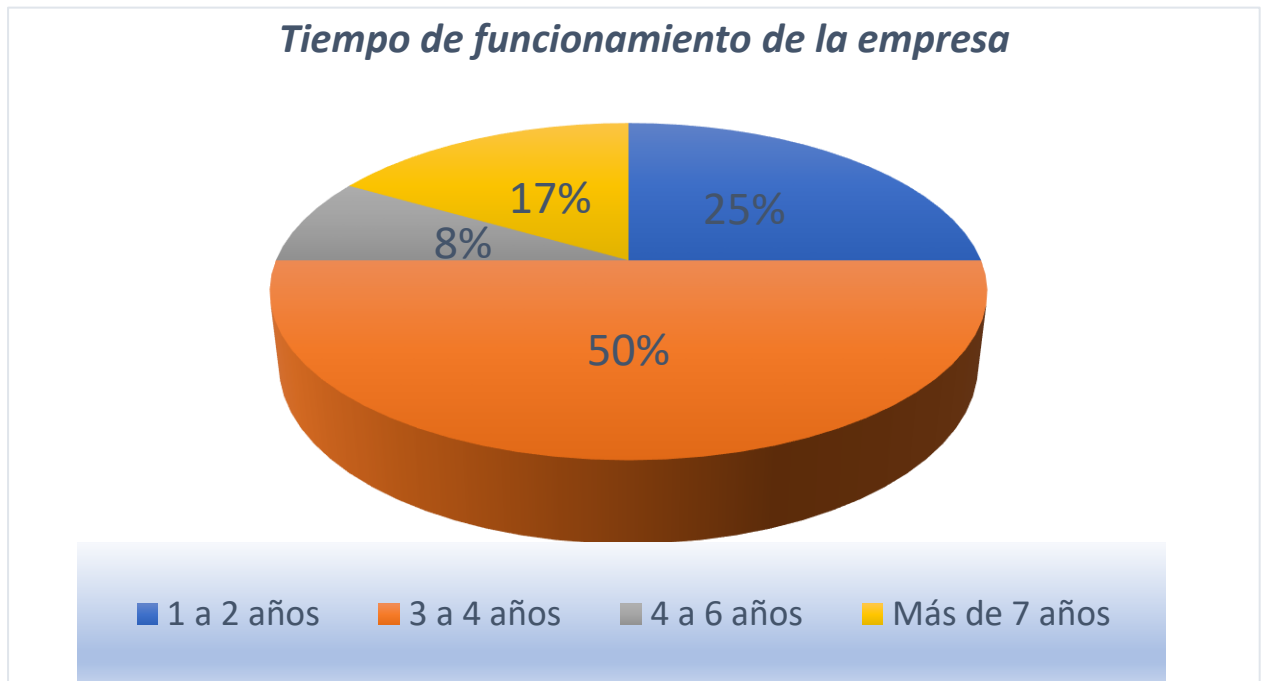
### Gráficas



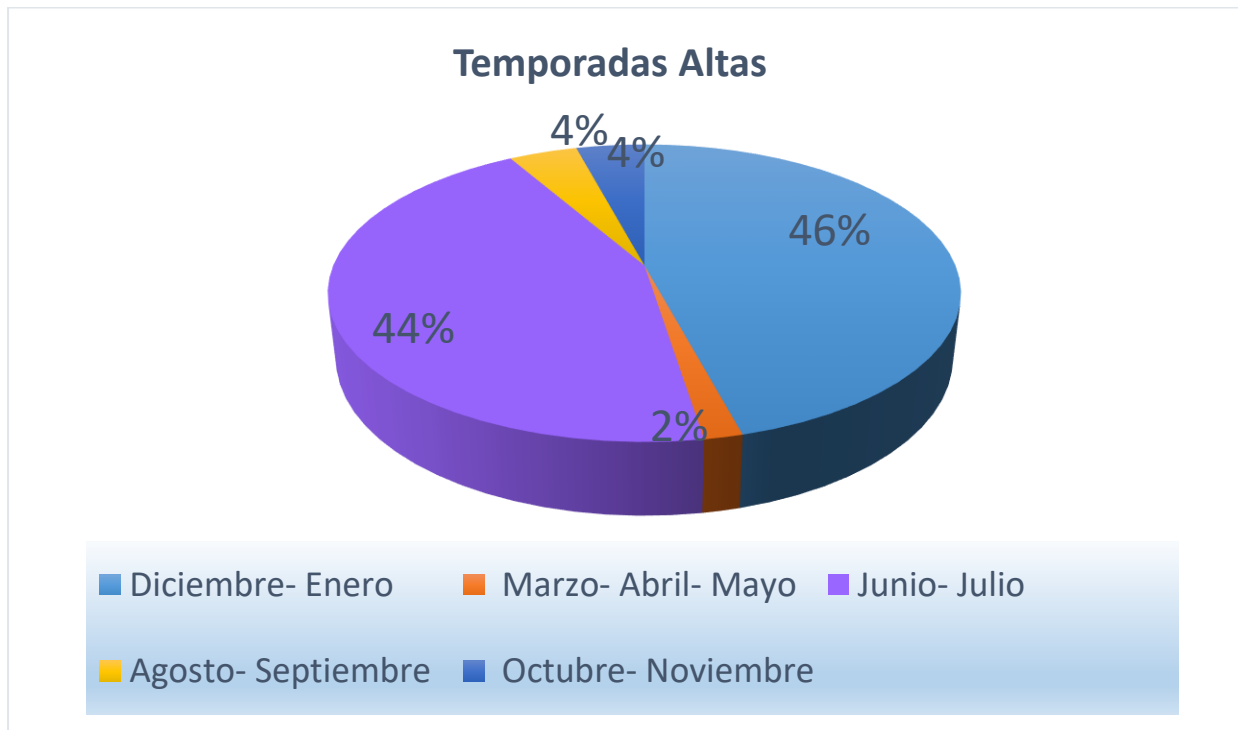
Gráfica 2. Número de encuestas respondidas por municipio, prestadores turísticos. Elaboración propia. 2020.



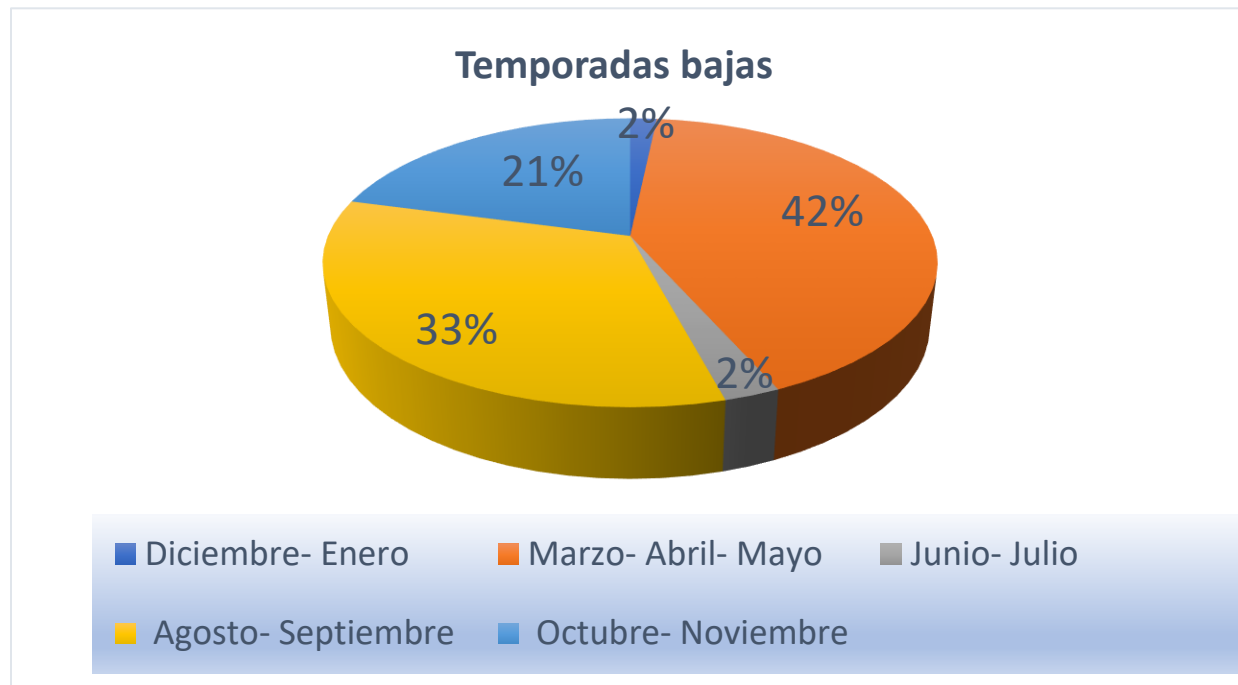
Gráfica 3. Tipos de empresa. Elaboración propia. 2020



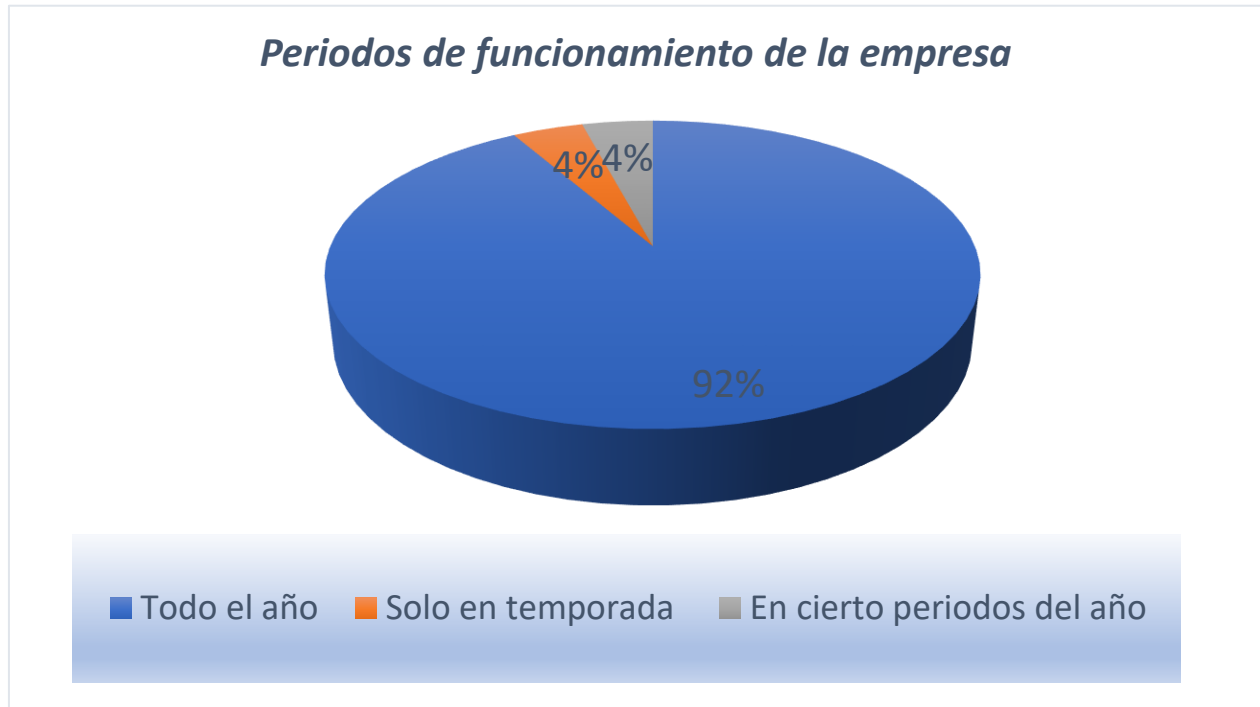
Grafica 4. Tiempo de funcionamiento de la empresa. Elaboración propia. 2020



Grafica 5. Temporada alta. Elaboración propia. 2020



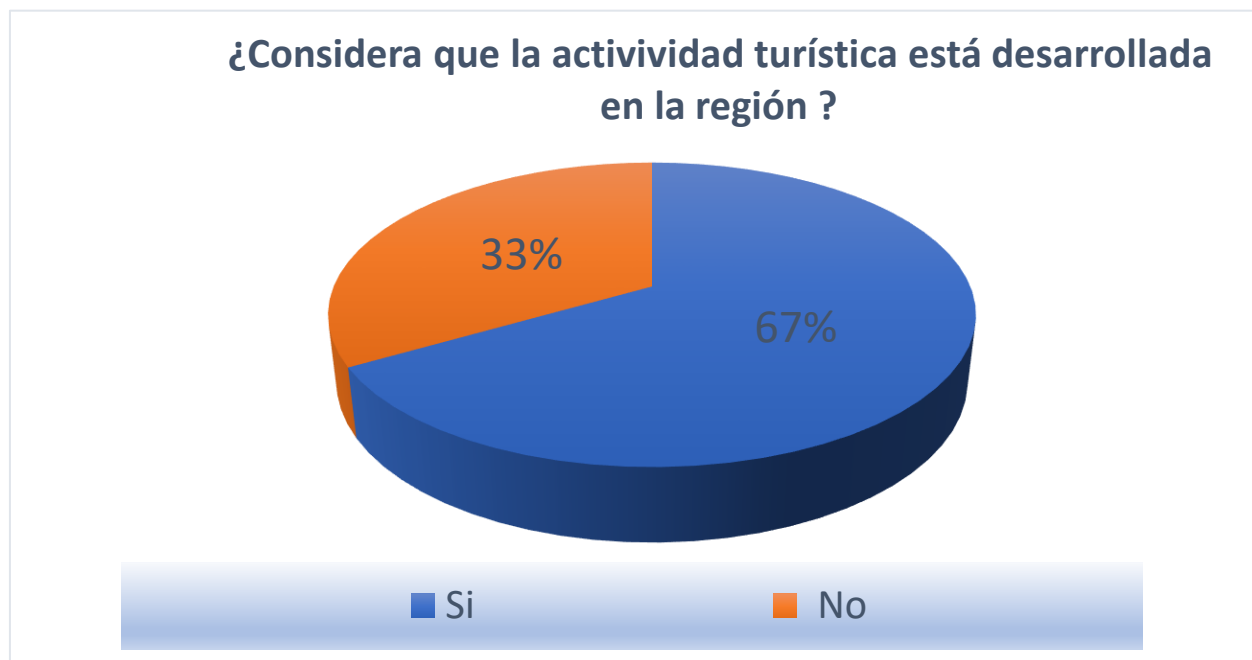
Grafica 6. Temporada baja. Elaboración propia. 2020



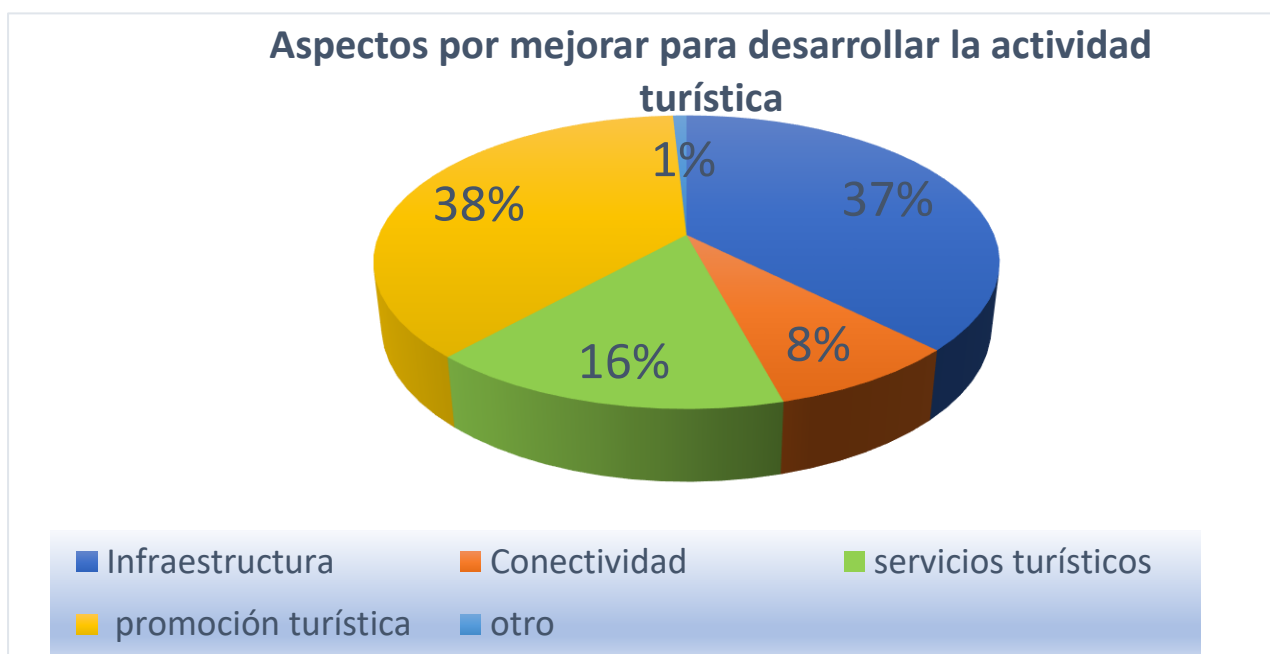
Grafica 7. Periodos de funcionamiento de las empresas turísticas Elaboración propia. 2020



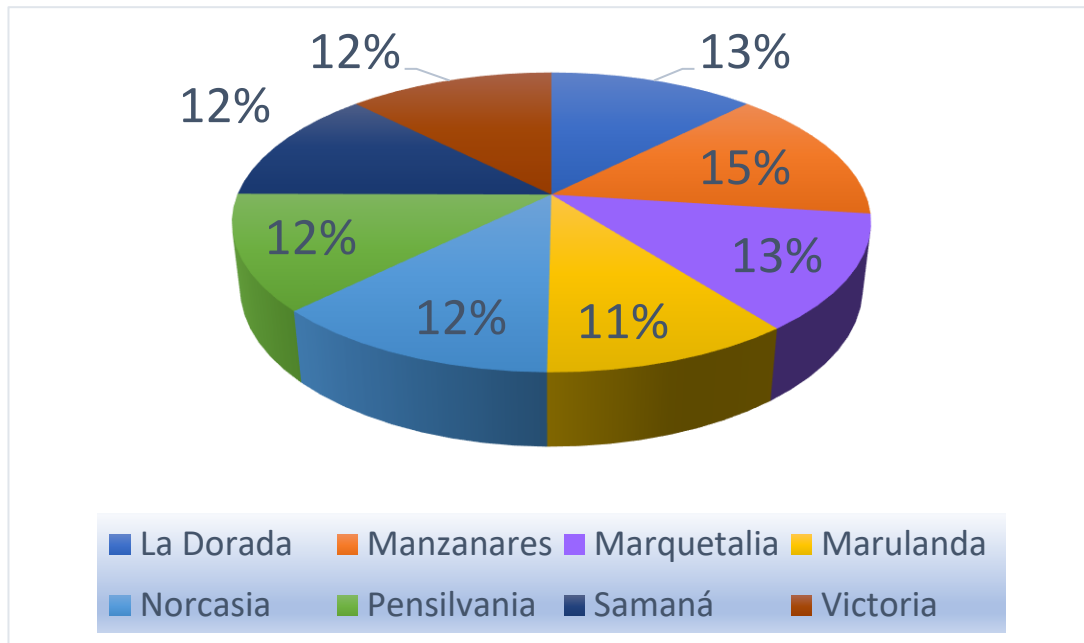
Grafica 8. Apoyo por parte de las secretarías de turismo y gobernación. Elaboración propia. 2020.



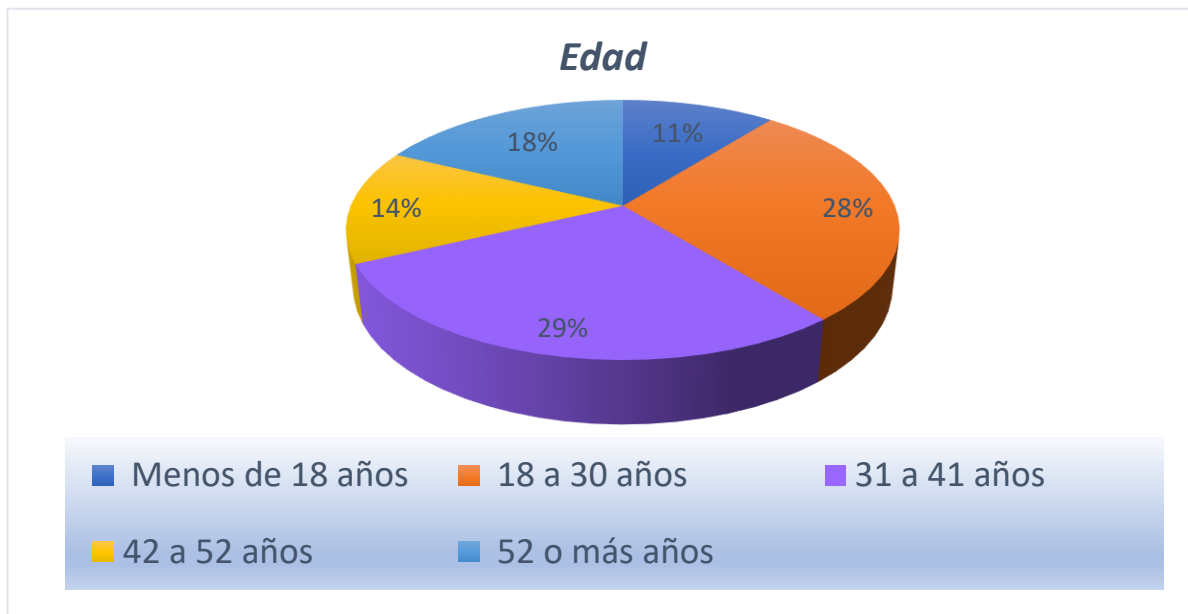
Grafica 9. Desarrollo turístico en la región. Elaboración propia.2020



*Grafica 10.* Aspectos por mejorar para desarrollar la actividad turística. Elaboración propia. 2020.

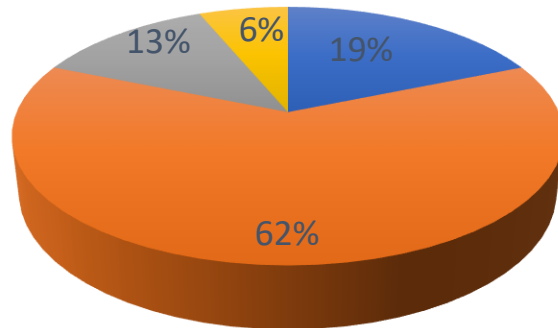


*Grafica 11.* Numero de encuestas respondidas por parte de la comunidad local. Elaboración propia. 2020



*Grafica 12.* Rango de edad comunidad local. Elaboración propia. 2020.

**Tiempo desempeñando cargo en la hotelería/turismo (80 personas)**

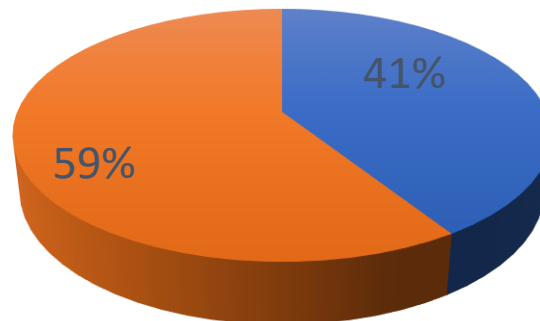


■ 1 a 2 años ■ 3 a 4 años ■ 5 a 6 años ■ Más de 7 años

*Grafica 13.* Tiempo en la actividad turística. Elaboración propia. 2020.

14504

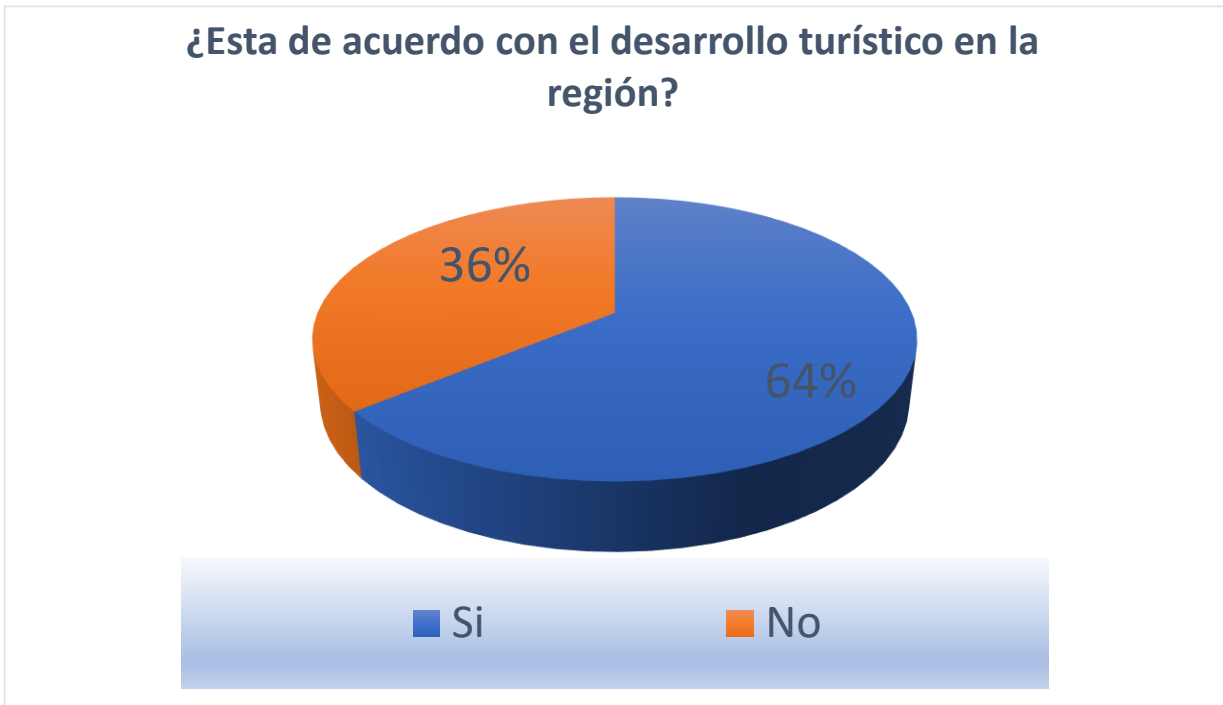
**Conocimiento de proyectos turísticos**



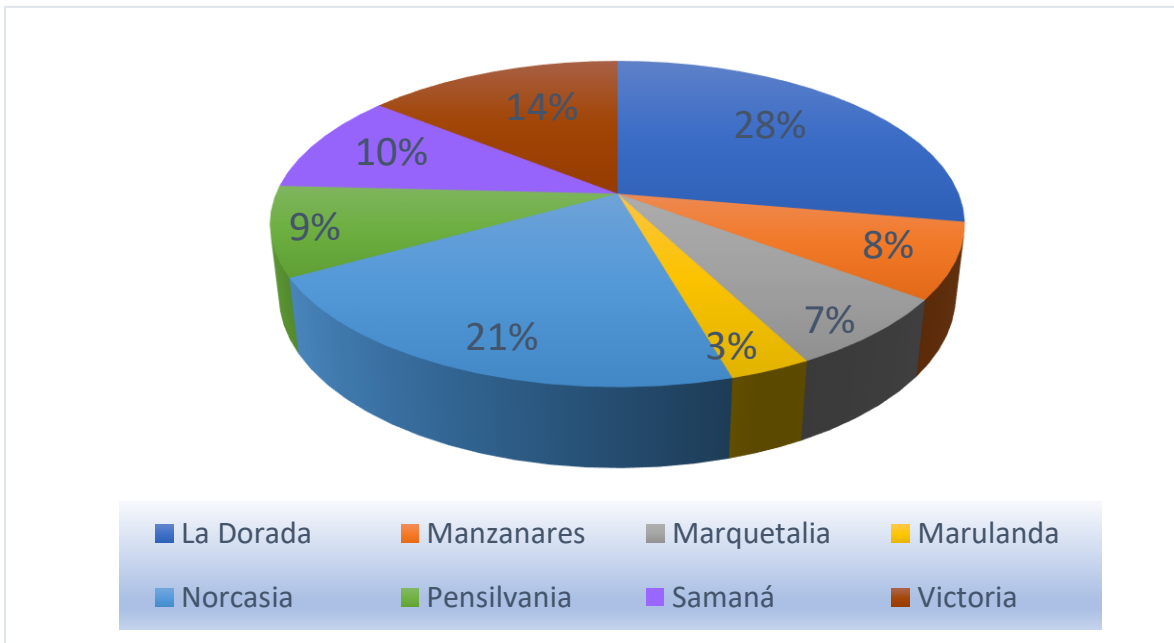
■ Si ■ No

*Grafica 14.* Conocimiento de proyectos turísticos de la zona. Elaboración propia. 2020

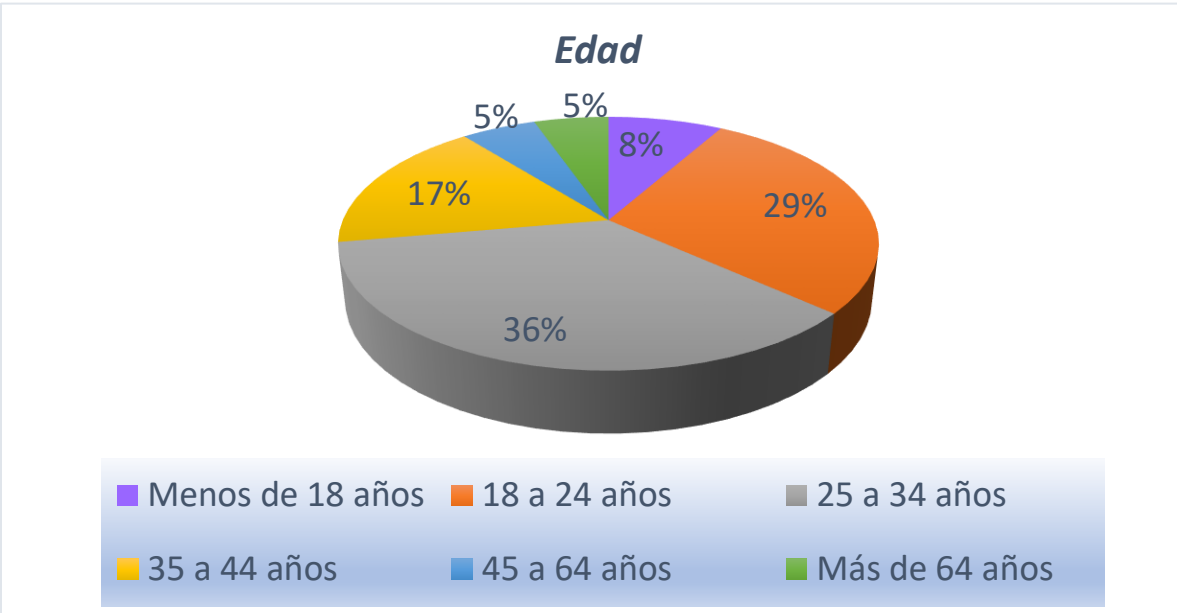




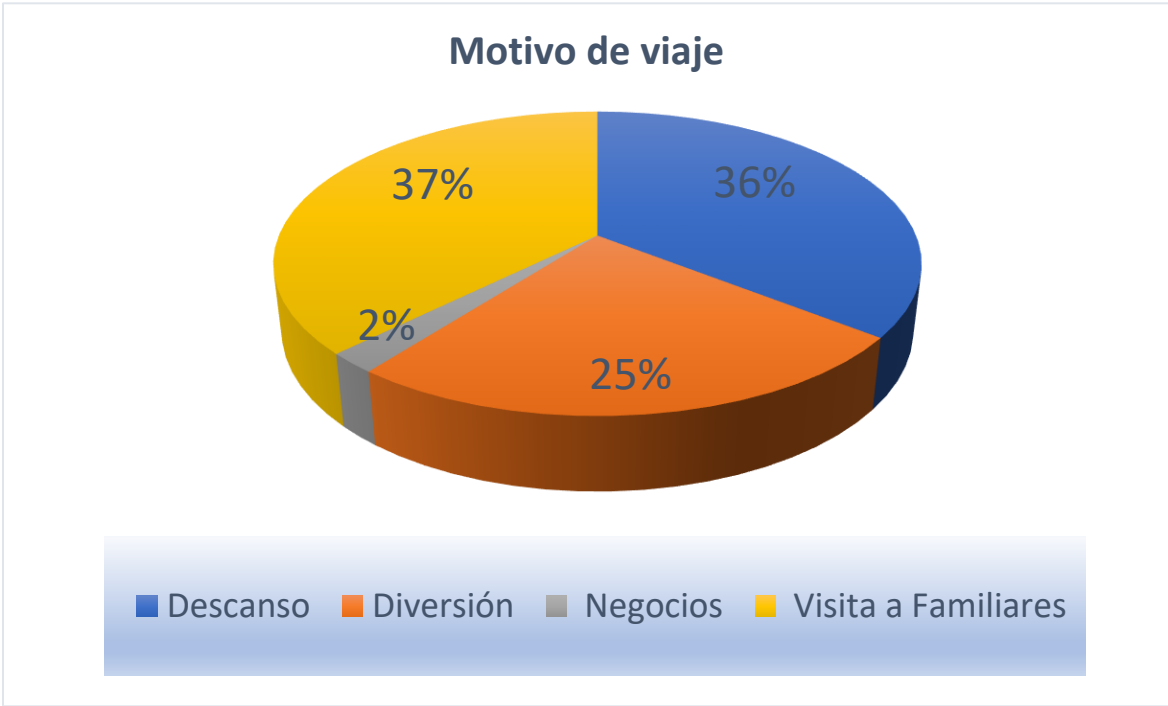
*Grafica 15.* Desarrollo turístico en la Zona Oriental. Elaboración propia.2020.



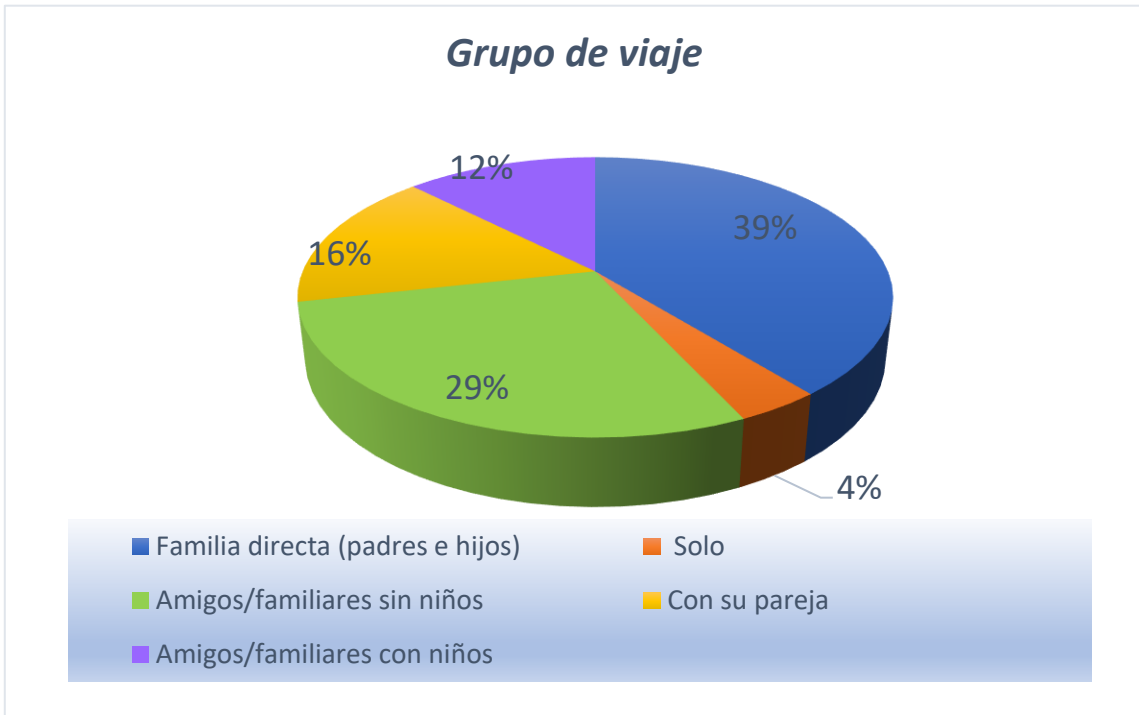
*Grafica 17.* Respuestas perfil de turistas en los municipios del Oriente de Caldas. Elaboración propia. 2020



Gráfica 18. Rango de edad de turistas. Elaboración propia. 2020



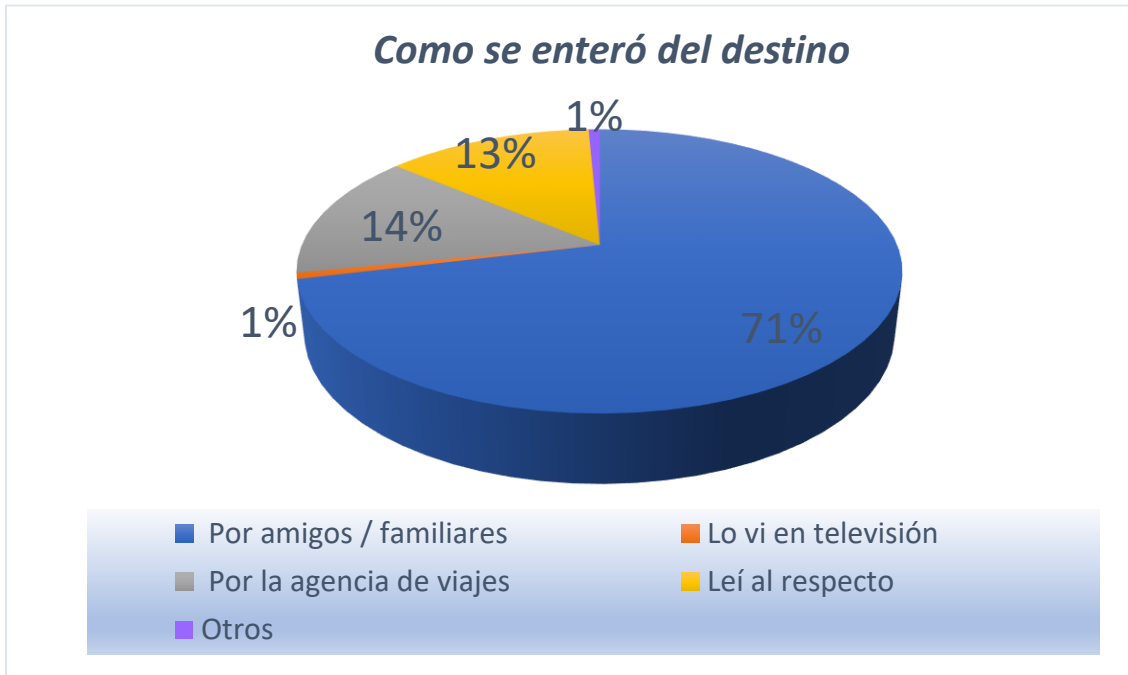
Grafica 19. Motivo de viaje de los turistas. Elaboración propia. 2020



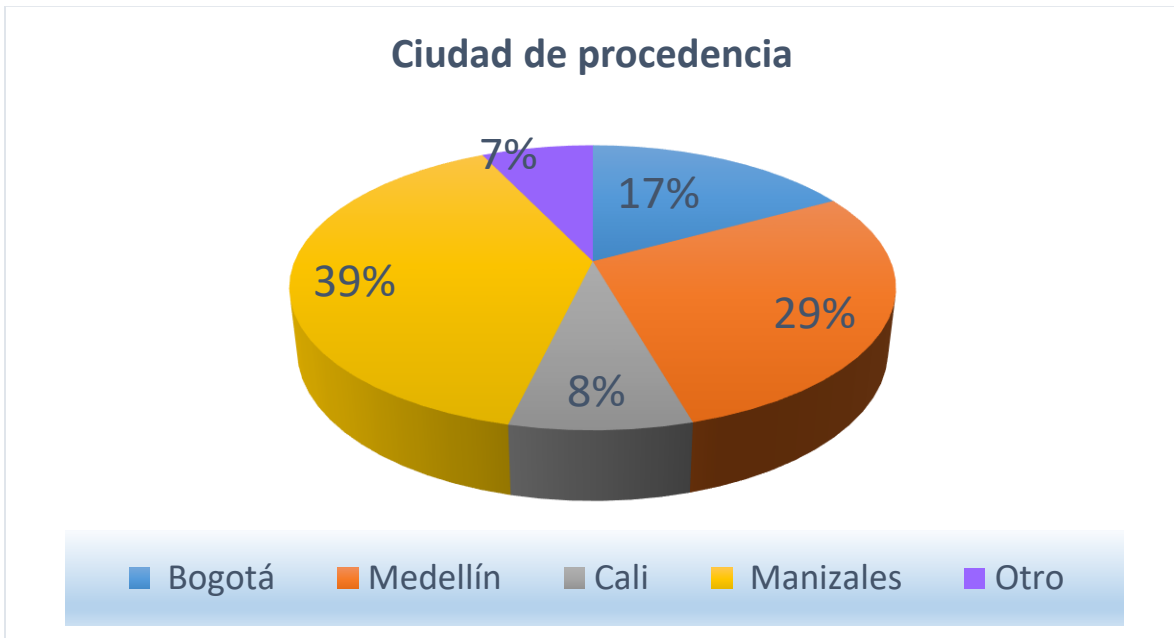
Grafica 20. Grupo de viaje de los turistas. Elaboración propia. 2020.



Grafica 21. Número de veces en el destino. Elaboración propia. 2020



Grafica 22. Como se enteró del destino. Elaboración propia. 2020.



Gráfica 23. Ciudad de procedencia de los turistas. Elaboración Propia. 2020.



Gráfica 24. Días planeados en el destino. Elaboración propia. 2020.



Gráfica 25. Cuanto estaría dispuesto a pagar en el destino. Elaboración propia. 2020.

## Tablas

Producto turístico	Mercado (oferta y demanda)	Tiempo requerido para la implementación	Nivel de inversión requerido	Condiciones para la gestión		
Producto turístico de naturaleza	2	2	2	2	8	<b>Complejidad media</b>
Producto turístico cultural	2	1 (L.P)	1	1	5	<b>Complejidad alta</b>

Tabla 20. Matriz de priorización de producto turístico. Fuente. Promperú. Elaboración propia

Asignación de valores	Mercado	Tiempo	Nivel de inversión	Condiciones
	No hay oferta adecuada a la demanda (1)	Corto plazo (1)	Alto (1)	Buena (3)
	Oferta adecuada a la demanda (2) (3)	Mediano plazo(2)	Medio (2)	Regular(2)
		Largo plazo(1)	Bajo(3)	Debil (1)

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL					
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	Trapiche Pedregal de San Ángel				
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	Marquetalia		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Alegrías				
1.5. Administrador o Propietario	Jesús Giraldo				
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda Alegrías				
1.7. Teléfono/Fax	(6)8573026				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.14 Km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	Acuático	Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Desde el casco urbano 10 minutos en vehículo, cerca de la central de mieles				
2. CARACTERISTICAS					
2.1. Código Asignado	1.1.2.2 Vivienda Rural				
2.2. Descripción					
Allí se muestra todo el proceso para la elaboración de panela, y un recorrido por el trapiche explicando a los visitantes la función de cada máquina. Allí se puede degustar productos derivados de la caña de azúcar y comprar panela. La molienda se realiza una vez por semana.					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD					PUNTAJE
Estado de Conservación (21)					8
Constitución del Bien (21)					14
Representatividad General (28)					18
<b>SUBTOTAL</b>					<b>40</b>
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					6
<b>TOTAL</b>					<b>46</b>
Diligenciado por: Natalia Hoyos					Fuente: Alcaldía Municipal de Marquetalia
					Fecha: 2016



Tabla 21. Formato inventario turístico Pedregal de San Ángel. Fuente. Mincit. Elaboración Propia. 2020.

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS**  
**FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL**  
**Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	<b>Balneario Doña Juana</b>				
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	Victoria		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Doña Juana Baja				
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía Municipal de Victoria				
1.6. Dirección/Ubicación	Km. 14 al norte del Municipio				
1.7. Teléfono/Fax	3138780651				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	20 Km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> Acuático	<input type="checkbox"/> Férreo	<input type="checkbox"/> Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	20 km de la cabecera municipal, salida por el barrio peñitas y pueblo nuevo.				

**2. CARACTERÍSTICAS**

2.1. Código Asignado	1.1.4.5 Escenario para la recreación y el deporte
2.2. Descripción	Balneario Doña Juana visitado para realizar actividades recreativas como la pesca y el baño en sus aguas cristalinas, cuenta con fogones para realizar asados, zona de camping y recreación.

**3. PUNTAJES DE VALORACIÓN**

<b>CALIDAD</b>	<b>PUNTAJE</b>
Estado de Conservación (21)	10
Constitución del Bien (21)	8
Representatividad General (28)	15
<b>SUBTOTAL</b>	<b>33</b>
<b>SIGNIFICADO</b>	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6
<b>TOTAL</b>	<b>39</b>



Fuente: Alcaldía municipal de Victoria

Diligenciado por: Natalia Hoyos

Fecha: 2018

*Tabla 22. Formato inventario turístico Balneario Doña Juana. Fuente. Mincit. Elaboración Propia. 2020.*



**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS  
FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL**

**Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	<b>Barcaza Yuma</b>				
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	La Dorada		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Barrio Conejo				
1.5. Administrador o Propietario	Transportes Fluviales El Renacer del Magdalena				
1.6. Dirección/Ubicación	Calle 14 #1-2				
1.7. Teléfono/Fax	301 5439280				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	-	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> Acuático	<input type="checkbox"/> Férreo	<input type="checkbox"/> Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Antiguas bodegas del ferrocarril				

**2. CARACTERÍSTICAS**

2.1. Código Asignado	1.1.4.5 Escenario para la recreación y el deporte
2.2. Descripción	La Barcaza Yuma realiza un tour de una hora por el río Magdalena, en donde se puede apreciar el paisaje del municipio sobre este río.

**3. PUNTAJES DE VALORACIÓN**

CALIDAD	PUNTAJE
Estado de Conservación (21)	19
Constitución del Bien (21)	12
Representatividad General (28)	10
<b>SUBTOTAL</b>	<b>41</b>
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6
<b>TOTAL</b>	<b>47</b>



Fuente: Barcaza Yuma

Diligenciado por: Natalia Hoyos

Fecha: s.f

*Tabla 23. Formato inventario turístico Barcaza Yuma. Fuente. Mincit. Elaboración Propia. 2020.*

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS**  
**FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL**  
**Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	<b>Plaza Bolívar de Manzanares</b>				
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	Manzanares		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Centro del municipio				
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía Municipal de Manzanares				
1.6. Dirección/Ubicación	Carrera 4 Calle 6				
1.7. Teléfono/Fax	N/A				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	N/A	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	Acuático	Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Parque principal del municipio				

**2. CARACTERÍSTICAS**

2.1. Código Asignado	1.2.2 Elementos del espacio público				
Descripción					
Ubicada en el centro del Municipio, fue catalogado como el segundo parque más bonito de Caldas, Asimismo, desde allí se aprecia la Basílica menor del municipio .Es un espacio de encuentro tradicional para los pobladores del municipio .					

**3. PUNTAJES DE VALORACIÓN**

CALIDAD	PUNTAJE
Estado de Conservación (21)	18
Constitución del Bien (21)	15
Representatividad General (28)	25
<b>SUBTOTAL</b>	<b>58</b>
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6
<b>TOTAL</b>	<b>64</b>



Fuente: Alcaldía municipal de Manzanares

Diligenciado por: Natalia Hoyos

Fecha: s. f

*Tabla 24. Formato inventario turístico Plaza Bolívar de Manzanares. Fuente. Mincit.  
Elaboración Propia. 2020.*

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS**  
**FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL**  
**Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	<b>Centro vacacional el Bosque</b>				
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	Pensilvania		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	N/A				
1.5. Administrador o Propietario	Confamiliares				
1.6. Dirección/Ubicación	Vía Pensilvania Caldas				
1.7. Teléfono/Fax	3148905626				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1 Km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> Acuático	<input type="checkbox"/> Férreo	<input type="checkbox"/> Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Ubicado a 5 minutos de la plaza principal del municipio				

**2. CARACTERÍSTICAS**

2.1. Código Asignado	1.1.4.5 Escenario para la recreación y el deporte
2.2. Descripción	El centro recreacional el Bosque es ideal para recorrer los senderos, encontrarse con la naturaleza, contemplar el paisaje y dejarse llevar por la tranquilidad y la paz que se respiran en cada espacio. Los visitantes pueden realizar actividades como pesca, cabalgata, recorrido del sendero ecológico. Cuenta con diferentes servicios. Alojamiento, restaurante, recreación, cabalgatas, salón de eventos.

**3. PUNTAJES DE VALORACIÓN**

CALIDAD	PUNTAJE
Estado de Conservación (21)	19
Constitución del Bien (21)	18
Representatividad General (28)	21
<b>SUBTOTAL</b>	<b>58</b>
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>



Fuente: Confamiliares

Fecha: s. f

Diligenciado por: Natalia Hoyos

*Tabla 25. Formato inventario turístico Centro vacacional el Bosque. Fuente. Mincit. Elaboración Propia. 2020.*

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES					
<b>1. GENERALIDADES</b>					
1.1. Nombre	Rio la Miel				
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	Norcasia		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda San Miguel				
1.5. Administrador o Propietario	N/A				
1.6. Dirección/Ubicación	N/A				
1.7. Teléfono/Fax	N/A				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	19 km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	Acuático	Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Norcasia- San Miguel				
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>					
2.1. Código Asignado	2.5.5 Rio				
2.2. Descripción	En el rio la Miel se realizan diferentes actividades de aventura acuáticas, tales como tubing, body rafting, careteo. Las actividades las realizan las agencias de viaje del municipio con planes de pasadía, o varios días. El tour incluye transporte, alimentación , seguro de viaje.				
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					
<b>CALIDAD</b>					<b>PUNTAJE</b>
Sin contaminación del aire (10)					10
Sin contaminación del agua (10)					8
Sin contaminación visual (10)					10
Estado de conservación (10)					8
Sin contaminación sonora (10)					9
Diversidad (10)					6
Singularidad (10)					6
<b>SUBTOTAL</b>					<b>57</b>
<b>SIGNIFICADO</b>					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					12
<b>TOTAL</b>					<b>69</b>
					Fuente: Amaní travel
Diligenciado por: Natalia Hoyos					Fecha: s.f



Tabla 26. Formato inventario turístico Rio la Miel. Fuente. Mincit. Elaboración Propia. 2020.

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Embalse de Amaní -Presa pantagoras					
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	Norcasia			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	La Quebra					
1.5. Administrador o Propietario	Isagen					
1.6. Dirección/Ubicación	4 kilómetros al sur del casco urbano					
1.7. Teléfono/Fax	313 6213692/(6) 8554060					
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	2.47 Km	1.9. Tipo de Acceso				
		Terrestre	Acuático	Férreo	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:	Ubicado aproximadamente a 20 minutos de la cabecera municipal					
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.1.5 Obras de ingeniería e infraestructura					
2.2. Descripción	En el embalse de Amaní se realiza un recorrido en lancha, acompañado de un guía hasta llegar a la presa Pantagoras la segunda más alta del mundo. El embalse consta de tres brazos hasta de 25 kilómetros El principal es el rio la Miel lugar donde también se realizan un sin número de actividades turísticas					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD			PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)			20			
Constitución del Bien (21)			21			
Representatividad General (28)			27			
Subtotal			68			
SIGNIFICADO						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)			12			
TOTAL			80			
			Fuente: Eco hotel Campo Alegre			
Diligenciado por: Natalia Hoyos			Fecha: s.f			



Tabla 27. Formato inventario turístico Embalse Amaní- Represa Pantagoras. Fuente. Mincit. Elaboración Propia. 2020.

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	Termales el escondite				
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	Samaná		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Corregimiento la Florencia				
1.5. Administrador o Propietario	Cornelio Salazar				
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda Santa Marta, Corregimiento de la Florencia				
1.7. Teléfono/Fax	321-4912837				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	29 Km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> Acuático	<input type="checkbox"/> Férreo	<input type="checkbox"/> Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Salida vía Victoria- Samaná e ir en dirección a la vereda dulce por 2km.				
2. CARACTERISTICAS					
2.1. Código Asignado					
2.2. Descripción	Termales el escondite es un plan perfecto para el descanso, el contacto con la naturaleza y la aventura. Su principal atractivo son las piscinas de aguas termales y de lodo, sin embargo, se realizan actividades como caminatas ecológicas y deportes extremos como torrentismo. De igual manera, cuenta con servicios de alojamiento (campings y cabañas) y restaurante.				
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD		PUNTAJE			
Sin contaminación del aire (10)		9			
Sin contaminación del agua (10)		10			
Sin contaminación visual (10)		10			
Estado de conservación (10)		9			
Sin contaminación sonora (10)		10			
Diversidad (10)		8			
Singularidad (10)		8			
<b>SUBTOTAL</b>		<b>64</b>			
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		12			
<b>TOTAL</b>		<b>76</b>			
		Fuente: Termales el escondite			
Diligenciado por: Natalia Hoyos		Fecha: s.f			



Tabla 28. Formato inventario turístico Termales el Escondite. Fuente. Mincit. Elaboración Propia. 2020.

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS**  
**FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	<b>Laguna de San Diego</b>				
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	Samaná		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Corregimiento San Diego				
1.5. Administrador o Propietario	N/A				
1.6. Dirección/Ubicación	San Diego				
1.7. Teléfono/Fax	3216473685				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	20 Km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> Acuático	<input type="checkbox"/> Férreo	<input type="checkbox"/> Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:					

**2. CARACTERÍSTICAS**

2.1. Código Asignado	2.4.3 Laguna				
2.2. Descripción					
Esta propuesta de turismo comunitario en el municipio de Samaná liderada por el comité turísticos de San Diego. Allí se puede realizar diferentes actividades tales como senderismo, cabalgatas, pesca deportiva, Aviturismo, cascadismo, agroturismo enfocado en la cosecha de café principalmente. Esta laguna cuenta con 133 hectáreas de espejo de agua y una profundidad aproximada de 48 metros, lo que lo convierte en uno de los ecosistemas más importantes de la región. Aunque hace parte del municipio de Samaná, es más fácil el acceso por la cabecera municipal de Norcasia.					

**3. PUNTAJES DE VALORACIÓN**

<b>CALIDAD</b>	<b>PUNTAJE</b>
Sin contaminación del aire (10)	9
Sin contaminación del agua (10)	9
Sin contaminación visual (10)	10
Estado de conservación (10)	8
Sin contaminación sonora (10)	8
Diversidad (10)	8
Singularidad (10)	5
<b>SUBTOTAL</b>	<b>57</b>
<b>SIGNIFICADO</b>	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>



Fuente: Servicio Geológico Colombiano

Fecha: s. f

Diligenciado por: Natalia Hoyos

*Tabla 29. Formato inventario turístico Laguna de San Diego. Fuente. Mincit. Elaboración Propia. 2020.*

<b>FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS</b>					
<b>FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES</b>					
<b>1. GENERALIDADES</b>					
1.1. Nombre	Charco las brisas				
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	Manzanares		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Llanadas				
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía municipal de Manzanares				
1.6. Dirección/Ubicación	-				
1.7. Teléfono/Fax	(6) 855 00 22				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	6 Km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> Acuático	<input type="checkbox"/> Férreo	<input type="checkbox"/> Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Petaqueros- Manzanares				
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>					
2.1. Código Asignado	2.5.1 Cascada o salto				
2.2. Descripción	El charco las brisas es una piscina natural, lugar tradicional de visita de locales y gente de los municipios cercanos. Se pueden realizar asados en familia				
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					
<b>CALIDAD</b>		<b>PUNTAJE</b>			
Sin contaminación del aire (10)		10			
Sin contaminación del agua (10)		10			
Sin contaminación visual (10)		10			
Estado de conservación (10)		5			
Sin contaminación sonora (10)		9			
Diversidad (10)		7			
Singularidad (10)		4			
<b>SUBTOTAL</b>		<b>55</b>			
<b>SIGNIFICADO</b>					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		6			
<b>TOTAL</b>		<b>61</b>			
		Fuente: Alcaldía Municipal de Manzanares			
Diligenciado por: Natalia Hoyos		Fecha: 2018			



Tabla 30. Formato inventario turístico Charco las Brisas. Fuente. Mincit. Elaboración Propia. 2020.



**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS  
FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES**

<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1. Nombre	<b>La Habana</b>								
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	La Dorada						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda la Habana								
1.5. Administrador o Propietario	N/A								
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda La Habana 175038 La Dorada, Colombia								
1.7. Teléfono/Fax	314-894-3813								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	39 km	1.9. Tipo de Acceso							
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>	Aéreo	<input type="checkbox"/>
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía La Dorada- San Miguel								
<b>2. CARACTERISTICAS</b>									
2.1. Código Asignado	2.9 Lugares de observación de flora y fauna								
2.2. Descripción									
En la vereda la Habana se pueden realizar diferentes actividades de turismo de naturaleza, como cabalgatas, paseo en lancha, avistamiento de aves, pesca deportiva y careteo. Estas actividades se realizan a partir de una red de turismo comunitario que se creó en la vereda .									
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>									
<b>CALIDAD</b>					<b>PUNTAJE</b>				
Sin contaminación del aire (10)					8				
Sin contaminación del agua (10)					7				
Sin contaminación visual (10)					8				
Estado de conservación (10)					5				
Sin contaminación sonora (10)					8				
Diversidad (10)					7				
Singularidad (10)					5				
<b>SUBTOTAL</b>					<b>48</b>				
<b>SIGNIFICADO</b>									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					6				
<b>TOTAL</b>					<b>54</b>				
					Fuente: Asociación Turística Rio La Miel				
Diligenciado por: Natalia Hoyos					Fecha: 2018				



*Tabla 31. Formato inventario turístico Vereda la Habana. Fuente. Mincit. Elaboración Propia. 2020.*


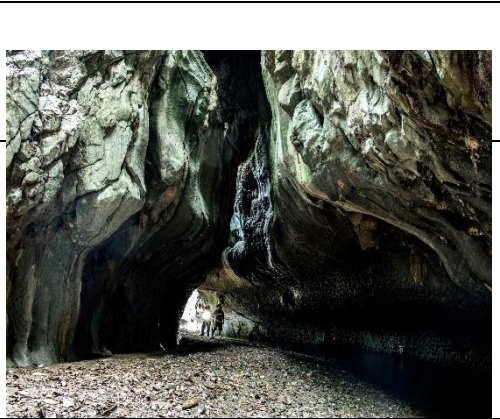
FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	Cerro Piamonte				
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	Pensilvania		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Dentro de la cabecera municipal				
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía Municipal de Pensilvania				
1.6. Dirección/Ubicación	N/A				
1.7. Teléfono/Fax					
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1 Km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> Acuático	<input type="checkbox"/> Férreo	<input type="checkbox"/> Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	El ingreso al cerro se encuentra antes de ingresar a la cabecera municipal de Pensilvania, por la vía Manzanares- Pensilvania				
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código Asignado	2.1.13 Cerro				
2.2. Descripción					
El cerro Piamonte, es un lugar tradicional para la población del municipio, allí se realizan diferentes actividades de senderismo, y turismo religioso en épocas de semana santa. Es un excelente lugar para realizar avistamiento de aves.					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD		PUNTAJE			
Sin contaminación del aire (10)		9			
Sin contaminación del agua (10)		9			
Sin contaminación visual (10)		8			
Estado de conservación (10)		5			
Sin contaminación sonora (10)		5			
Diversidad (10)		7			
Singularidad (10)		4			
SUBTOTAL		47			
SIGNIFICADO					
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)	
				Internacional (30)	
				6	
				TOTAL	
				53	
					
Diligenciado por: Natalia Hoyos					
Fecha: Marzo de 2016					

Tabla 32. Formato inventario turístico Cerro Piamonte. Fuente. Mincit. Elaboración Propia. 2020.

<b>FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS</b>					
<b>FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES</b>					
<b>1. GENERALIDADES</b>					
1.1. Nombre	<b>Cueva los guacharos</b>				
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	Norcasia		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Quebra de Roque				
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía Municipal de Norcasia				
1.6. Dirección/Ubicación	2k km Vereda Quebra de Roque				
1.7. Teléfono/Fax	321 3662505				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	20 Km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> Acuático	<input type="checkbox"/> Férreo	<input type="checkbox"/> Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	De la cabecera municipal se toma la vía que conduce a la vereda Quebra de Roque y luego se emprende una caminata hasta la cueva.				
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>					
2.1. Código Asignado	2.12.1 Formaciones cársicas, cueva				
2.2. Descripción					
las cuevas de los guacharos es un mineral de mármol, allí se realizan visita dentro de esta, pudiendo observar las formaciones y animales que habitan dentro de ella. Para poder llegar a estas cuevas se realiza una caminata de 2km aproximadamente.					
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					
<b>CALIDAD</b>				<b>PUNTAJE</b>	
Sin contaminación del aire (10)				9	
Sin contaminación del agua (10)				8	
Sin contaminación visual (10)				10	
Estado de conservación (10)				5	
Sin contaminación sonora (10)				9	
Diversidad (10)				8	
Singularidad (10)				8	
<b>SUBTOTAL</b>				<b>57</b>	
<b>SIGNIFICADO</b>					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)				6	
<b>TOTAL</b>				<b>63</b>	
					
				Fuente: Alcaldía municipal de Norcasia	
Diligenciado por: Natalia Hoyos				Fecha: s.f	

*Tabla 33. Formato inventario turístico Cueva los Guacharos. Fuente. Mincit. Elaboración Propia. 2020.*

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS**  
**FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	<b>Cerro Guadalupe</b>				
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	Manzanares		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Los Limones				
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía Municipal de Manzanares				
1.6. Dirección/Ubicación	-				
1.7. Teléfono/Fax	(6) 8550022				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	4 km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> Acuático	Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Pensilvania- Marquetalia				

**2. CARACTERÍSTICAS**

2.1. Código Asignado	2.1.13 Cerro				
2.2. Descripción	El cerro de Guadalupe es ideal para admirar el paisajismo de la región, se puede apreciar el Nevado del Ruiz, el Nevado de Tolima y el Río Magdalena y municipios cercanos a Manzanares, al comenzar el recorrido hay algunos restaurantes y estaderos. Hacia la subida del cerro se encuentran las estaciones del Viacrucis. El cerro de Guadalupe hace parte del manejo integrado regional.				

**3. PUNTAJES DE VALORACIÓN**

<b>CALIDAD</b>	<b>PUNTAJE</b>
Sin contaminación del aire (10)	10
Sin contaminación del agua (10)	10
Sin contaminación visual (10)	10
Estado de conservación (10)	5
Sin contaminación sonora (10)	10
Diversidad (10)	4
Singularidad (10)	6
<b>SUBTOTAL</b>	<b>55</b>
<b>SIGNIFICADO</b>	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>



Fuente: Alcaldía Municipal de Manzanares

Fecha: S.f

Diligenciado por: Natalia Hoyos

*Tabla 34. Formato inventario turístico Cerro de Guadalupe. Fuente. Mincit. Elaboración Propia. 2020.*

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS**  
**FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES**

**1. GENERALIDADES**

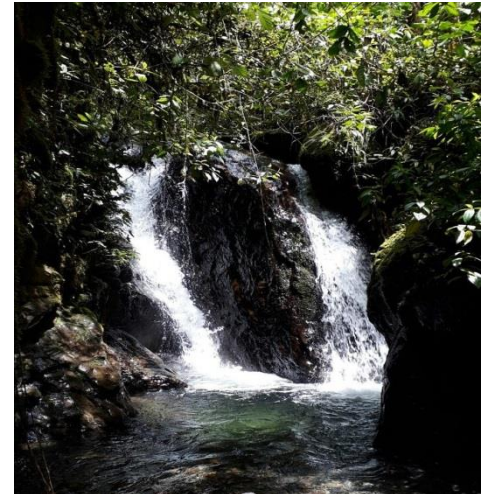
1.1. Nombre	<b>Cascadas el Popal</b>				
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	Pensilvania		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano				
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía Municipal de Pensilvania				
1.6. Dirección/Ubicación	-				
1.7. Teléfono/Fax	3105205394				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso			
	2 Km	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> Acuático	<input type="checkbox"/> Férreo	<input type="checkbox"/> Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Desde el casco urbano 5 minutos vía al Bosque.				

**2. CARACTERÍSTICAS**

2.1. Código Asignado	2.5.1 Cascada, catarata o salto				
2.2. Descripción					
Son 3 cascadas las que se encuentran en este recorrido, allí también se aprecia el Rio Pensilvania, ideal para realizar senderismo y cabalgatas en la zona. Adicionalmente, se encuentra la finca la Cenaida, restaurante típico de la región.					

**3. PUNTAJES DE VALORACIÓN**

<b>CALIDAD</b>	<b>PUNTAJE</b>
Sin contaminación del aire (10)	10
Sin contaminación del agua (10)	10
Sin contaminación visual (10)	10
Estado de conservación (10)	7
Sin contaminación sonora (10)	10
Diversidad (10)	5
Singularidad (10)	3
<b>SUBTOTAL</b>	<b>55</b>
<b>SIGNIFICADO</b>	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>



Fuente: Alejandro Cardona

Fecha: Agosto de 2017

Diligenciado por: Natalia Hoyos

*Tabla 35. Formato inventario turístico Cascadas el Popal. Fuente. Mincit. Elaboración Propia. 2020.*

<b>FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS</b>					
<b>FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES</b>					
<b>1. GENERALIDADES</b>					
1.1. Nombre	<b>Cerro Penagos</b>				
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	Marquetalia		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda la Tebaida				
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía Municipal de Marquetalia				
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda la Tebaida				
1.7. Teléfono/Fax	3145954741				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	5 km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> Acuático	<input type="checkbox"/> Férreo	<input type="checkbox"/> Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Desde el casco urbano 20 minutos en caminata				
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>					
2.1. Código Asignado	2.1.13 Cerro				
2.2. Descripción					
En el cerro Penagos puede apreciarse la cuenca del Magdalena, se realizan principalmente actividades de senderismo y avistamiento de aves. Para los habitantes del municipio este cerro es el principal atractivo en época de semana santa, pues es tradicional subir en favor de penitencia.					
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					
<b>CALIDAD</b>					<b>PUNTAJE</b>
Sin contaminación del aire (10)					10
Sin contaminación del agua (10)					10
Sin contaminación visual (10)					10
Estado de conservación (10)					7
Sin contaminación sonora (10)					9
Diversidad (10)					8
Singularidad (10)					3
<b>SUBTOTAL</b>					<b>57</b>
<b>SIGNIFICADO</b>					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					6
<b>TOTAL</b>					<b>63</b>
					Fuente: Alcaldía Municipal de Marquetalia
Diligenciado por: Natalia Hoyos					Fecha: 2016



*Tabla 36. Formato inventario turístico Cerro Penagos. Fuente. Mincit. Elaboración Propia. 2020.*

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES						
<b>1. GENERALIDADES</b>						
1.1. Nombre	Rio Guarino					
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	Victoria			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Santa Isabel					
1.5. Administrador o Propietario	N/A					
1.6. Dirección/Ubicación	N/A					
1.7. Teléfono/Fax	N/A					
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	7 km	1.9. Tipo de Acceso				
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo
					<input type="checkbox"/>	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Tomar la vía Marquetalia-Victoria, cerca al conocido cruce Victoria.					
<b>2. CARACTERISTICAS</b>						
2.1. Código Asignado	2.5.5 Rio					
2.2. Descripción						
El río Guarino da la posibilidad de la recreación y, además, de despertar en los jóvenes el interés por una actividad ancestral donde se puede realizar pesca deportiva y artesanal. Es una opción diferente para las personas amantes a este tipo de actividad. (Alcaldía municipal de Victoria, s.f) Allí se encuentra un balneario en donde se hay establecimiento gastronómicos						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>						
<b>CALIDAD</b>					<b>PUNTAJE</b>	
Sin contaminación del aire (10)					8	
Sin contaminación del agua (10)					8	
Sin contaminación visual (10)					9	
Estado de conservación (10)					7	
Sin contaminación sonora (10)					8	
Diversidad (10)					8	
Singularidad (10)					4	
<b>SUBTOTAL</b>					<b>52</b>	
<b>SIGNIFICADO</b>						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					6	
<b>TOTAL</b>					<b>58</b>	
					Fuente: Proyecto Oriente y Magdalena Caldense	
Diligenciado por: Natalia Hoyos					Fecha: s.f	



Tabla 37. Formato inventario turístico Rio Guarino. Fuente. Mincit. Elaboración Propia. 2020.

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS**  
**FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL**  
**Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	<b>Cooperativa Ovina</b>				
1.2. Departamento	Caldas	1.3. Municipio	Marulanda		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano				
1.5. Administrador o Propietario	Marco Tulio Henao Trujillo				
1.6. Dirección/Ubicación	Carrera 5ta # 6-08				
1.7. Teléfono/Fax	3233404863				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	2 Km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> Acuático	<input type="checkbox"/> Férreo	<input type="checkbox"/> Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Sede principal en la plaza principal del municipio				

**2. CARACTERÍSTICAS**

2.1. Código Asignado	1.1.2.2 Vivienda Rural
2.2. Descripción	
La cooperativa Ovina cuenta con una sede principal y 6 predios adicionales en donde se realizan las actividades de manejo de ovino y vacunos. Así mismo, cuenta con cabañas rurales tradicionales y experiencias turísticas con la ovinocultura. Dentro de las instalaciones se muestra todo el proceso para la obtención de lana des de su punto inicial.	

**3. PUNTAJES DE VALORACIÓN**

	PUNTAJE
Estado de Conservación (21)	18
Constitución del Bien (21)	19
Representatividad General (28)	28
<b>SUBTOTAL</b>	<b>65</b>
<b>SIGNIFICADO</b>	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>



Fuente: Cooperativa Ovina de Marulanda

Diligenciado por: Natalia Hoyos

Fecha: s.f

*Tabla 38. Formato inventario turístico Cooperativa Ovina. Fuente. Mincit. Elaboración Propia. 2020.*



FORMULARIO CUADRO DE RESUMEN														
Nombre	Código	A	B	C	D	E	F	G	Calif. Parcial	Loc	Reg	Nal	Int	Calif. Total
1. Pedregal de San Angel	1.1.2.2	8	14	18					40	6				46
2. Balneario Doña Juana	1.1.4.5	10	8	15					33	6				39
3. Barcaza Yuma	1.1.4.5	19	12	10					41	6				47
4. Plaza Bolivar de Manzanares	1.2.2	18	15	25					58	6				64
5. Centro Vacaciona el Bosque	1.1.4.5	19	18	21					58		12			70
6. Río La Miel	2.5.5	10	8	10	8	9	6	6	57		12			69
7. Embalse de Amani- Presa Pantagoras	1.1.5	20	21	27					68		12			80
Termales el escondidte	2.10.1.1	9	10	10	9	10	8	8	64		12			76
9. Laguna de San Diego	2.4.3	9	9	10	8	8	8	5	57	6				63
10. Charco las brisas	2.5.1	10	10	10	5	9	7	4	55	6				61
11. Vereda la Habana		8	7	8	5	8	7	5	48	6				54
12. Cerro Piamonte	2.1.13	9	9	8	5	5	7	4	47	6				53
13. Cueva los Guacharos	2.12.1	9	8	10	5	9	8	8	57	6				63
14. Cerro Guadalupe	2.1.13	10	10	10	5	10	4	6	55	6				61
15. Cascadas el Popal	2.5.1	10	10	10	7	10	5	3	55	6				61
16. Cerro Penagos	2.1.13	10	10	10	7	9	8	3	57	6				63
17. Río Guarino	2.5.5	8	8	9	7	8	8	4	52	6				58
18. Cooperativa Ovina	1.1.2.2	18	19	28					65	6				71
Diligenciado por: Natalia Hoyos									21-sep-20					

Tabla 39. *Formulario cuadro resumen.* Fuente Mincit. Elaboración propia. 2020.

Ficha producto turístico					
Ficha No 1					
Nombre del producto:		<b>“Descubre el Oriente Caldense”</b>			
<b>Ubicación</b>					
Región	Caldas	Provincia		Oriente	Distrito
<b>Producto principal de venta</b>					
Producto turístico de Naturaleza					
<b>Definición del producto</b>					
Este producto turístico se basa principalmente en el turismo de naturaleza, para esto se realizará una ruta turística por los ocho municipios que conforman el oriente del Departamento de Caldas. Está ruta podrá realizarse de manera completa o puede dividirse visitando solo un subregión de la zona, ya sea el Oriente Caldense o el Magdalena Caldense.					
Nicho	X	Multitemático			Moda
<b>Tipo de mercado Interno</b>					
VN divertido	X	VN descanso-relax		X	VN conocedor
<b>Tipo de mercado extranjero</b>					
TE cultural		TE de naturaleza		X	TE de aventura
TE de sol y playa					
<b>Perfil según estilo de vida</b>					

Personalizados (a la medida)		Equilibrados (bienestar)	X	Responsables (sostenibilidad)	X
Conectados (tecnológicos)		Inclusivos		Exclusivos (status)	

#### Descripción detallada del producto turístico

Dadas las condiciones del territorio se realizará un producto turístico de naturaleza y aventura, basado principalmente en actividades de senderismo, avistamiento de aves y acuáticas. Este producto tiene la particularidad de unir dos subregiones del departamento de Caldas las cuales tienen diferentes construcciones y tradiciones. Esto permite que el turista pueda vivir una experiencia diferente.

#### Demanda

Este producto va dirigido a personas en un rango de edad entre 25 y 50 años, este producto irá enfocado a turistas domésticos y regionales es decir, personas que visitan la zona oriental con el fin de visitar a sus familias y quieren realizar turismo durante esos días de estadía. Según el análisis previo de la demanda estas personas vienen del mismo Oriente de Caldas, el Magdalena Medio, Eje Cafetero y ciudades principales especialmente del interior del país.

#### Facilidades

Atractivos Ancla	Señalización interna	Servicios sanitarios	Estacionamiento	Seguridad	Rampa discapacitados	Restaurante	Horario de visita/precios
Río la Miel	X						Horario: 8 am-4pm Precio: 100.000
Vereda la Habana	X	X				X	Horario: 8 am-5Pm Precio:
Cueva los Guacharos							Horario: N/A Precio: Sin costo
Trapiche Pedregal de San Ángel		X					Horario: 10am-12 Pm (Una vez a la semana) Precio: Sin costo
Cerro Piamonte							Horario: 8am-4pm Precio: Sin costo
Termales el Escondite	X	X	X	X	X	X	Horario: 8Am-5Pm Precio: \$30.000-\$70.000
Balneario Doña Juana	X	X				X	Horario: N/A Precio: Sin costo
Barcaza Yuma	X	X	X	X		X	Horario: 10am-5pm Precio: \$20.000
Charco las brisas	X						Horario: N/A Precio: sin costo
Laguna de San Diego	X						Horario: 9 am-4pm Precio: 120.000
Plaza Bolívar de Manzanares	X		X	X			Horario: N/A Precio: N/A
Río Guarinó						X	Horario: N/A Precio: sin costo
Centro vacacional el Bosque	X	X	X	X		X	Horario: 9am-6pm Precio: \$20.000-\$50.000
Cerro penagos							Horario: N/A Precio: Sin costo
Cerro Guadalupe				X		X	Horario: N/A Precio: sin costo
Cascadas el Popal						X	Horario: 9am-4pm Precio: sin costo
Embalse de Amani	X	X		X		X	Horario: 8am-4pm Precio: 45.000
Presa Pantagoras	X			X			Horario: 8am-4pm Precio: 45.000
Cooperativa Ovina	X	X	X	X		X	Horario: 9am- 5pm Precio: a definir

Época de visita								
Este destino se puede visitar durante todo el año, Sin embargo, las mejores temporadas para viajar son enero, junio y octubre. Hay que tener en cuenta que para realizar algunas actividades se debe tener el presente la temporada de lluvias y las crecientes fluviales								
Servicio en el centro de soporte más cercano								
Hoteles	si ( X )	No ( )	Guías	si ( X )	No ( )	Venta artesanías	si ( X )	No ( )
Hostales	si ( X )	No ( )	Albergues	si ( )	No ( X )	Oficinas de turismo	si ( x )	No ( )
Restaurantes	Si ( X )	No ( )	Resorts	si ( )	No ( X )	Internet	si ( X )	No ( )

Tabla 40. *Ficha del producto turístico.* Fuente. Promperú. Elaboración propia. 2020.

VALIDACIÓN: CRITERIOS CON LOS QUE CUMPLE LA PROPUESTA DEL PRODUCTO TURÍSTICO															
Prestadores turísticos	Amaní travel		Eco Hotel los Mikos		Sector Público	Secretaría de Turismo de Victoria		Secretaría de Planeación de Manzanares		Academia	María Luisa Galán		Jorge Bonilla		
	De acuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	Desacuerdo		De acuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	Desacuerdo		De acuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	
Integra los recursos y atractivos turísticos que podrían enriquecer la experiencia turística.	X		X		Considera adecuados los atractivos turísticos para la presente propuesta	X		X		El producto turístico presentado es considerado un elemento competitivo/ diferenciador en comparación con otros productos del destino.	X		X		
Se encuentra en sintonía con la motivación de viaje de los turistas que llegan al destino.	X		X		Se encuentra en sintonía con la motivación de viaje de los turistas que llegan al destino.	X		X		Considera adecuados los atractivos turísticos para la presente propuesta	X		X		
Cuenta con una adecuada accesibilidad.		X	X		Cuenta con una adecuada accesibilidad.	X		X		Existen recursos humanos capaces de ser parte o conducir el desarrollo del producto turístico.		X		X	
Existen recursos humanos capaces de ser parte o conducir el desarrollo del producto turístico.	X		X		Existen recursos humanos capaces de ser parte o conducir el desarrollo del producto turístico.		X	X							
Se adecua a la oferta turística que ofrece a sus clientes.	X		X		El producto turístico presentado es considerado un elemento competitivo/ diferenciador en comparación con otros productos del destino.		X	X							
El producto turístico presentado es considerado un elemento competitivo/ diferenciador en comparación con otros productos del destino.		X	X		Se adecua a los planes de desarrollo del municipio	X		X							
Considera usted que el producto turístico propuesto se integraría dentro sus paquetes de viaje.	X		X					X							

Tabla 41. *Validadores de la propuesta.* Elaboración propia. 2020.