



PEREIRA



Gobernación de
RISARALDA
Sentimiento de Todos



EVENTO APOYADO Y PATROCINADO POR EL MINISTERIO DE CULTURA
PROGRAMA NACIONAL DE CONCERTACIÓN CULTURAL 2.020

La cultura
es de todos

Mincultura

En Colombia, con la recuperación de la economía desde el año 2003 y la mejora de la seguridad que ha contribuido en el crecimiento del flujo de turistas nacionales y extranjeros, el sector del turismo progresivamente ha aumentado, lo que ha significado para el país una fuente significativa de divisas y ha aportado a la incursión del departamento de Risaralda en dicho sector.

Risaralda se ha caracterizado por tener como actividades económicas la agricultura, la ganadería, la industria, el comercio y en los últimos años, la metalurgia y la producción de combustible, pero desde el año 2011, cuando el 25 de junio la UNESCO declaró el Paisaje Cultural Cafetero como patrimonio cultural de la humanidad, que abarca algunas áreas de 10 municipios del departamento, entre ellos Pereira, decidió aprovechar la oportunidad de involucrarse de lleno en el sector turístico y ofrecer un lugar donde el turista puede encontrar estadía, tranquilidad y disfrute .

Oportunidad que dio lugar a la aparición de iniciativas que por su carácter permiten la estructuración del turismo cultural, definido por la OMT, 2019 como “tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, experimentar y consumir atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales de un destino turístico”, por cuanto, es a través de la articulación entre los sectores cultura y turismo, que se salvaguarda y conserva el patrimonio material e inmaterial, se genera desarrollo comunitario y procesos participativos a la vez que se ofrece una alternativa económica para la generación de ingresos a las personas y el territorio .

Por consiguiente, a lo largo de la última década se han desarrollado estudios y propuestas que permiten revisar y desarrollar la factibilidad de ofrecer atractivos y productos de turismo cultural en la ciudad. Entre ellos, cabe mencionar, el documento Cuenta Satélite de Turismo, donde se brinda un informe sobre la situación del turismo hasta el año 2010, dejando planteado como principales ejes de trabajo la necesidad de contar con un destino o atractivo turístico que tipifique la ciudad desde la infraestructura o iconos culturales, la informalidad del turismo como factor determinante de su desarrollo y la necesidad de trabajar en la generación de marca de ciudad, que le permita ofertar turísticamente un sitio, dado que la ciudad no contaba con un nicho turístico ni un lugar icónico que le definiera y representara.



Algunas de la tesis a destacar son “Centro de arte y cultura de Risaralda”, principal referente de este documento. El trabajo de grado deja como conclusiones que 91% de las personas encuestadas en el proyecto, están de acuerdo que Risaralda necesita un lugar donde se enseñe aspectos detallados de la historia y el conocimiento ancestral de todo el departamento, por tal motivo, la construcción de un Centro de Arte y Cultura o un espacio que cumpla su función, es un plan de negocios indispensable para fomentar el turismo cultural y el sentido de pertenencia en los habitantes. En Pereira, se ha avanzado en la realización de proyectos que permiten que el departamento tenga un mejor desarrollo turístico, lo que posibilita continuar con la implementación de más atractivos que complementen los ya existentes e impulsen la innovación y el progreso en el sector económico.

Es indispensable implementar lugares de interés cultural y concebir en el departamento un alto nivel educativo, que aporte a mejorar los procesos de planeación, mejoramiento de los servicios y la oferta turística existente, todo basado en la satisfacción y admiración de los pobladores por ser parte de un legado formado por sus antepasados, reconocidos por tener valores, costumbres y el coraje necesario para lograr el cumplimiento de los deseos y objetivos en común. Y finalmente, el gobierno debe enfocar sus programas hacia la inversión social en actividades que beneficien y promuevan el desarrollo social, económico y ambiental dentro de la población urbana y rural.

En “Caracterización de la estructura socioeconómica del turismo en el departamento de Risaralda”, se identificaron los rasgos socioeconómicos del turismo en el departamento, a través de herramientas como el análisis de las teorías existentes del turismo; la evaluación de los indicadores relacionados al trabajo que reflejaran el estado actual de ese momento del turismo; la aplicación del turismo sostenible como estrategia indispensable para el tiempo en el que se está viviendo y la revisión del plan de desarrollo turístico para finalmente proponer una guía de mejora enfocada en las debilidades encontradas. La propuesta tomó como foco el turismo desde la cultura e historia Risaraldense, como factor de atracción a los visitantes.

Dentro de los indicadores para mejorar están la transferencia de recursos, el mejoramiento de la estrategia de captación de turistas en Risaralda y la conectividad aérea, para lo cual, el departamento deberá formar alianzas estratégicas entre los entes gubernamentales y no gubernamentales (aquellas entidades que ven directamente afectadas por el sector turismo), con el objetivo de incrementar los recursos asignados al turismo en la región. Obteniendo de esta forma una reestructuración en el desarrollo de las actividades departamentales que permitan mejorar dichos indicadores. Al incrementar el valor de estos indicadores se tendrá una mejor participación del sector turismo la cual en ese momento, se encontraba en un 32%.

El departamento de Risaralda posee una gran riqueza cultural. La propuesta que se plantea a la hora de trabajar este punto es fomentar cada uno de los sitios turísticos desde su historia creando de esta forma una atracción al turista, el departamento necesita de personal capacitado y con alto conocimiento en la cultura (comida, música, baile, costumbres, sitios representativos, historia alrededor de estos sitios, religión, personajes representativos, lenguaje, vestuarios, etc.), de igual manera se necesita concientizar a los Risaraldenses de la riqueza natural y cultural que se tiene y muchos de ellos no conocen.

Y finalmente, al contar con un bosque modelo propio y único en el país, se debe replantear si las políticas existentes están cumpliendo con la conservación de este lugar. Son muchos los atractivos naturales que no se conocen y que desde el departamento de planeación turística se deben incluir en una agenda obligatoria a visitar cuando se esté en Risaralda, de igual manera desde el POT se puede trabajar adecuando estos atractivos naturales de tal forma que no se afecte el hábitat de las especies de fauna y flora y las personas aledañas a estos lugares.

A su vez, en “Estudio de factibilidad de un operador enfocado en turismo cultural en el Paisaje Cultural Cafetero”, se realiza un plan de negocio para un operador ubicado en la ciudad de Pereira, enmarcado en el turismo cultural y especializado por medio de técnicas de guionaje, que utilice como escenario el Paisaje Cultural Cafetero Colombiano. Entre las conclusiones halladas se tiene, la baja participación en el turismo cultural, requiriendo fortalecer la intervención pública y privada. El turismo cultural facilita ofrecer un servicio diferenciado y singular que está íntegramente vinculado con el desarrollo sostenible en los ámbitos económico, social y ambiental. El instrumento encuesta estableció que sí hay un mercado objetivo ya que en la ciudad de Pereira hay un interés de adquirir servicios especializados. Por último, deja planteadas unas estrategias que permiten la puesta en marcha de operadores turísticos con este enfoque.

Para finalizar, se encuentran otras publicaciones como “Camino e historias de la tierra cafetera – La unión entre territorio, paisaje cultural y su gente como producto experiencial de turismo cultural”, en donde se puede ver cómo el abordaje del turismo cultural en la ciudad y el departamento se ha enfocado principalmente en el marco del PCC, resaltando el potencial en atractivos turísticos que tiene el territorio para ofrecer a los turistas locales, nacionales e internacionales.

Fortalezas y Desafíos del Turismo Cultural

Antes de realizarse la declaratoria de PCC, ya se había establecido en el Plan Regional de Competitividad de Risaralda (PRC) prospectiva Pereira y Risaralda- 2032, al turismo como parte de los sectores clasificados como priorizados. Hecho que después de la declaratoria se potencializa y hace más urgente.

Es así como, a los retos ya existentes para el 2010, se sumaron los desafíos que surgen en un territorio para la realización de un turismo cultural con enfoque sostenible, tales como, la revisión de los intereses y prioridades de cada uno de los actores para ponerlas en diálogo y determinar el impacto de cada una de las acciones e iniciativas en la población local, la definición de estrategias de conservación del patrimonio, el establecimiento de indicadores de evaluación, políticas y líneas de financiamiento y la cualificación de la población involucrada en el sector turístico y cultural, que finalmente se deben materializar en los planes y programas de las administraciones a largo plazo .

Para responder y solucionar estos desafíos, desde la administración local y departamental, se ha incorporado en los planes de desarrollo, estrategias de mejora en la infraestructura y servicios de la ciudad, necesaria para brindar un adecuado servicio de turismo; desarrollo de políticas de apoyo al emprendimiento, formalización empresarial y la exoneración de impuestos por parte de la alcaldía para promover el surgimiento y sostenimiento de organizaciones del sector turístico. Apuestas que se materializan a través de la planeación e implementación de megaproyectos como el Parque Temático de Flora y Fauna Ukumarí, la mejora en el Aeropuerto Internacional Matecaña, el rediseño de la oferta para semana santa o el festival sinfónico y el desarrollo de alianzas con instituciones como el SENA.

Diferentes entidades como la Cámara de Comercio y el Convention Bureau, ANATO y Procolombia han dado a conocer a Colombia y al departamento por medio de la promoción constante que realiza en el extranjero y al interior del país. Sumando a ello, está la labor de las agencias de viajes y demás operadoras turísticas, las cuales promocionan la región y brindan información relevante por medio de redes sociales, páginas de internet y puntos de información.

La academia, que en la búsqueda de desarrollar los conocimientos, las habilidades y capacidades necesarias para atender la oferta y demanda turística, han promovido cursos como Paisaje Cultural Cafetero y Café de Colombia, ofrecido por el SENA, donde se enseña acerca de la comercialización de los productos cafeteros, junto con su adecuada elaboración para obtener altos niveles de calidad otorgando a los visitantes los mejores productos de café en el mercado; también en los cursos sobre guianza turística se hace énfasis en el PCC, con el fin que los estudiantes tengan la capacidad de realizar recorridos guiados por la ciudad y la región en donde se destaque la fortaleza territorial.

También, están los programas de Tecnólogo y Profesional en Administración del Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira que desde su investigación, teorización y presentación de diversas propuestas desarrolladas por los estudiantes en sus trabajo de grado, han aportado en registrar y entender el potencial turístico cultural de la ciudad, el departamento y la región y la forma adecuada de realizarse. Igualmente, en los últimos años, la mirada del turismo en la ciudad, ha pasado de estar únicamente en los bienes materiales o expresiones directamente relacionadas con la cultura cafetera, a incluir otras miradas y manifestaciones “Al principio hablábamos sobre patrimonio cultural material y toda la estructura normativa, histórica y de planificación pero después de tres o cuatro años que se daba patrimonio cultural material, como programa, nos dimos cuenta que queríamos una línea de industrias creativas y de turismo cultural, pero más enfocado hacia el turismo desde el patrimonio cultural intangible y las expresiones artísticas.

Por otra parte, en este camino, también han aportado la Secretaría de Cultura a través de sus políticas orientadas a aumentar los escenarios y eventos culturales en la ciudad, programas de salvaguarda del patrimonio material, así como el financiamiento de procesos y proyectos culturales de organizaciones y naturales, a través de las convocatorias Concentración y Estímulos municipal, creadas desde el 2012. Labor que, en conjunto con los gestores y las organizaciones culturales que, a través de su quehacer diario, realizan, promueven y promocionan una gran cantidad de manifestaciones y expresiones culturales, permiten mantener, ampliar y publicitar el portafolio de productos y servicios para ofrecer al turista.

Dentro de los logros de la ciudad en la última década, se tiene la posición importante alcanzada en la medición internacional 2013- 2014 que realizó la Unidad de Inteligencia de Financial Time, donde se evalúa las ciudades con una economía de tamaño mediano, con más expectativas de crecimiento, siendo Pereira la única de Sudamérica que hace parte de las 10 más destacada, al igual que, la consolidación como la mejor ciudad para crear empresa en Colombia según el Doing Business, 2018.

La construcción de herramientas de promoción, la ejecución de proyectos con el sector privado, la participación en ferias nacionales especializadas, la confianza social y empresarial que ha generado un crecimiento en la apertura de nuevas empresas y atracción de inversión extranjera, el aumento en el número de investigación cultural, fortalecimiento de procesos misionales por parte de la Secretaría de Cultura, el fortalecimiento de diferentes convocatorias para el apoyo de los gestores y creadores culturales y creativos, la inclusión de grupos poblacionales vulnerables a los procesos de formación y el aumento de los procesos de formación son otros de los avances realizados que inciden directamente en el fortalecimiento del turismo cultural .

Del mismo modo, gracias a iniciativas de la alcaldía en cabeza de la dirección de Turismo de la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitivo, la oficina de Bienes de Interés Cultural de la Secretaría de Planeación, la Comisión Municipal de Patrimonio y la Secretaría de Cultura, que han trabajado por la mejora infraestructural de los bienes y servicios de carácter religioso, en especial las actividades realizadas durante Semana Santa, se ha logrado posicionar a la ciudad como uno de los lugares ideales en el país para realizar turismo religioso, turismo que se nutre de la cultura católica de la ciudad y por ende alimenta el desarrollo del turismo cultural.

Otra fortaleza por mencionar está asociada a los “trabajos articulados que han realizados muchas instituciones, no sólo solamente en el tema del turismo sino en otros sectores y actividades que se desarrollan. Hay instituciones haciendo bien la tarea, propiciando procesos de articulación entre áreas como el cine, producción audiovisual, teatro, música, eventos, así mismo agentes culturales y creativos que están haciendo múltiples procesos. Pero, si bien, no se desconoce el trabajo articulador, aún hace falta un eje articulador”⁸, un eje que permita organizar estos enlazamientos de manera que se genere una articulación en el sector cultural.

En una encuesta realizada a 138 turistas por Castañeda et al, 2015 se encontró que el 67% de los turistas son personas del mismo departamento de Risaralda. Dentro de los motivos de viaje el 23% llega para conocer la cultura, 19% son por visita familiar, 13% compras y estudios, 11% descanso o diversión, 6% negocios y 5% eventos.

Con relación al turismo cultural se arrojó que al 93% de las personas les interesa conocer la historia del departamento, el 91% considera el turismo cultural como un atractivo de Risaralda y el 97% considera importante rescatar y revalorizar los conocimientos y prácticas tradicionales del departamento. Planteando un escenario favorable para el turismo cultural pero dejando también en evidencia que aún no se tiene una estructura sinérgica y sólida que brinde un producto de turismo cultural y permita posicionar a la ciudad como destino turístico en esta área.

Por lo tanto, dentro de las tareas aún pendientes se encuentra la definición de un espacio que permita al turista o visitante encontrar las razones por las cuales Pereira hace parte del territorio Risaraldense que se incluyó en la declaratoria del PCC para convertirse en patrimonio de la humanidad.

Así como, la articulación institucional, dado que aún a portas de cumplirse una década de la declaratoria, no se ha logrado que los sectores cultura y turismo hayan definido un plan de acción concreto y ajustado a las necesidades y expectativas de la ciudad. Tampoco se tiene un registro y acceso a información que permita medir y conocer con indicadores los avances y los desafíos reales.

Otros de los retos que tiene la ciudad planteados en el Plan de Desarrollo Municipal 2020-2023 son el desconocimiento de la oferta turística del territorio por el cual el turista se va a otros municipios de mayor interés; bajo grado de especialización del sector turismo; deficiencia en las estrategias de acceso a programas, instrumentos y metodologías para mejorar la competitividad de los emprendedores del municipio; falta de planeación e inversión en el rubro de turismo para el municipio afectando el mejoramiento de líneas estratégicas como infraestructura inteligente para la inclusión, fortalecimiento de corredores estratégicos y promoción del destino a nivel internacional; el ecosistema emprendedor no cuenta con herramientas de articulación sostenibles como recursos de financiación, herramientas tecnológicas de fortalecimiento, seguimiento y evaluación de los emprendimientos nacientes nuevos y establecidos.

Insuficiente e inadecuada infraestructura para la circulación de la oferta cultural, dificultad para consolidar y comunicar una oferta cultural anual de la ciudad, insuficientes e inadecuados espacios para llevar a cabo la oferta cultural, a fin de atender la demanda en aspectos de formación por parte de la Secretaría de Cultura de Pereira, pocas acciones tendientes a restaurar, preservar y difundir el patrimonio cultural material e inmaterial del municipio, bajos niveles de representación gremial y comunitaria a nivel cultural, lo que, además de dificultar la implementación de las políticas públicas, limita su participación en la definición de las normas que regulan sus actividades y también impide la visibilización del impacto económico de las industrias culturales.

Estos retos, desde una mirada simplificada, se pueden deber a los siguientes dos hechos: falta de agremiación y articulación formal del sector cultural y construcción de una línea base que permita tener información gestionada y organizada en tiempo real. Si bien desde apuestas como los Foros de Cultura Naranja realizados desde el 2015 o la revisión por mesas de trabajo, que incluyó múltiples agentes culturales y creativos, del Plan Maestro de Cultura realizada en el 2019, se ha buscado desde la administración y organizaciones del sector, lograr una consolidación gremial, aún no se ha materializado. Igual sucede con la información, desde apuestas nacionales y locales como el SINIC y SIMIC se ha buscado crear la base de datos, sin embargo, aún falta mucho por desarrollar, hechos evidenciados en la actual inoperancia del SIMIC y la limitada información que se contiene en el SINIC, sin ignorar los retos de desarrollo tecnológico que presenta la plataforma.

Situación que ante un sector aún naciente como el turismo, que “está en el proceso de definir ejes de actuación y articulación”⁸, igualmente requiere de investigación, consolidación de base de datos, trabajo participativo e inyección financiera. Se plantea un escenario complejo pero no imposible. Desde una perspectiva territorial e histórica, se evidencia el desarrollo de procesos, proyectos, emprendimientos y trabajo colectivo en los últimos 15 años de los agentes culturales y creativos de la ciudad que se salen del PCC como única dimensión de desarrollo del turismo cultural, lo que garantiza la semilla inicial para la gestión cultural articulada a otros sectores⁵.

Tendencias, Barreras y Dificultades de los Procesos de Promoción y Circulación de Proyectos de Turismo Cultural

Las agencias de viajes y operadoras de turismo son sin duda los actores más visibles, por su capacidad de llegar a diversos públicos, que trabajan en la promoción y circulación del turismo. Pereira cuenta con 62, según la plataforma de datos abiertos, entre ellas están Living Trips S.A.S.,

Nature Trips Colombia, Andina Trips, Montes Andinos, On Vacation, ABC Viajes, Confamiliar Risaralda, JD RF, Colombia de Turismo, VANI, Aviatur, Cafetours Colombia, Colombia Explora, Colombian Adventure, Colombia Tours, Colreservas, Entre Ríos y Café, Montañas Colombianas, Ondina Tours, Pacoa Travel, Recreatur SC, Soltour, Turismo Jaibaná, Viajes Ariasbeta LTDA., Viajes Orbe, entre otras (ver base de datos “Directorio operadores turísticos Pereira”).

Sin embargo, antes de hablar del trabajo desarrollado por estas empresas, vale la pena hablar de otros actores como Convention Bureau, que a través de la promoción de la ciudad como lugar ideal para la realización de eventos y convenciones, trabaja en la mejora de la infraestructura básica requerida para el turismo y recientemente trabaja para la visibilización de eventos y actividades, escenario donde los eventos el sector cultural es el principal aportante.

De igual modo, hay organizaciones privadas como la Cooperativa Cultural Artecoop y la Corporación Cultural Ciudad Latente, que trabajan por la difusión y formación de la oferta cultural de la ciudad y el departamento, a través de diversos procesos desarrollados. Vale la pena mencionar “Así suena Colombia” y “Jornadas de Emprendimiento y Asociatividad para el Desarrollo Cultural y Turístico de Risaralda” de Artecoop y Agenda Cultural PlanC y Mapa Cultural Interactivo de Ciudad Latente.

Regresando a las agencias y operadoras, la principal dificultad y por ende desafío que tienen, son ofrecer y promocionar a la ciudad como destino turístico, más allá de limitarse ser lugar de paso por sus hoteles, lugares de convenciones, empresas transportadoras, aeropuerto o terminal de transporte. La mayoría de las empresas ofrecen en sus planes y paquetes turísticos, lugares diferentes a la ciudad para el disfrute y realización de actividades, generalmente los turistas se van a lugares como Marsella, Santa Rosa, Salento o Filandia.

Por lo cual, si bien es necesario que desde el gobierno local, departamental y nacional se continúe mejorando la infraestructura básica turística, se fortalezcan los procesos culturales y creativos públicos y privados, se propicie una articulación intra e intersectorial, entre otras medidas ya mencionadas, también es indispensable que las agencias y operadoras, vean en la ciudad, un destino para ofrecer a propios, nacionales y extranjeros.

Políticas Públicas Orientadas a la Promoción y Circulación de Proyectos de Turismo Cultural

En la Política de Turismo Cultural, se busca posicionar a Colombia como un destino de turismo cultural nacional e internacional. Para ello plantea como principal lineamiento la sostenibilidad en donde se buscará que el patrimonio cultural se convierta en el motor para el desarrollo sostenible mediante la validación, rescate y rehabilitación de los sitios culturales y de las poblaciones locales, de manera que se mantenga el arraigo de las costumbres y tradiciones de las comunidades receptoras, preservando su identidad y garantizando la verdadera apropiación social de estos patrimonios por parte de sus contextos poblacionales reales.

Para tal fin, la valoración de la cultura, como requisito de sostenibilidad, será un elemento fundamental de la calidad del destino turístico. En este sentido, la política de calidad turística dará prioridad a los destinos turísticos culturales para obtener estas certificaciones de sostenibilidad, contando con el apoyo de los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo, Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, y Cultura, así como de las entidades regionales respectivas, en los procesos de normalización y certificación. Los destinos turísticos culturales y las empresas turísticas ubicadas en ellos podrán obtener certificaciones de sostenibilidad turística que los diferencien de sus competidores y les permitan obtener un reconocimiento a la gestión sostenible del patrimonio cultural.

Adicionalmente plantea siete líneas de acción:

- *Mejoramiento de la oferta para el turismo cultural*
- *Investigación de mercados*
- *Diseño del producto turístico cultural*
- *Participación de las comunidades receptoras y estructuración del sector*
- *Formación del talento humano para el turismo cultural*
- *Gestión de la información para la promoción del turismo cultural para el turista*
- *Mercadeo y promoción del turismo cultural*

Por otra parte, en la Política para el Emprendimiento y las Industrias Culturales, se estipula la necesidad de hacer del sector cultural un eje estratégico del desarrollo sostenible y competitivo de nuestro país para transformarlo en un sector de talla mundial. Para ello, plantea los siguientes ejes de acción:

Privilegiar las acciones dirigidas a tratar con los obstáculos que impiden el despliegue en la mayoría de los agentes y organizaciones culturales del campo artístico, dirigiendo especial atención a aquellas Mipymes y organizaciones sin ánimo de lucro con potencial creativo con miras a elevar la calidad y sostenibilidad de sus productos.

- *Privilegiar las acciones dirigidas a tratar con los obstáculos que impiden el despliegue en la mayoría de los agentes y organizaciones culturales del campo artístico, dirigiendo especial atención a aquellas Mipymes y organizaciones sin ánimo de lucro con potencial creativo con miras a elevar la calidad y sostenibilidad de sus productos.*
- *Promover la generación de conocimiento y la investigación sobre las cadenas productivas de la cultura para poder identificar obstáculos y oportunidades para el desarrollo de sus eslabones, organizaciones y agentes.*
- *Fomentar la asociatividad entre creadores, productores, gestores e intermediarios con miras a facilitar su acceso a canales de financiamiento y la intersección en nuevos mercados locales e internacionales.*
- *Promover la formalidad en las organizaciones y en las relaciones laborales con miras a facilitar el acceso a las políticas de fomento del Estado y potenciar la calidad de vida en el sector.*

También es importante revisar inversiones que se realizan desde los entes nacionales, como ejemplo, para este año, en las convocatorias del Ministerio de Cultural para el apoyo en la financiación de proyectos culturales y artísticos, se han planteado líneas específicas para el turismo cultural, entre ellas resaltan, en Estímulos la línea de Actividades de la Economía Naranja, donde se ofrecieron 5 becas para la realización de proyectos asociados al emprendimiento, ejecución, creación y producción, comunicación de contenidos y/o productos del turismo cultural.

En Concertación, actualmente se ofrece 2 líneas donde se fomenta y promueven proyectos que gestionen el turismo cultural, tales como la línea 3: Fortalecimiento y circulación de procesos artísticos, culturales y de la economía naranja con una duración mínima de 6 meses y la línea 5: Investigación y fortalecimiento organizacional para las artes, el patrimonio cultural y la economía naranja.

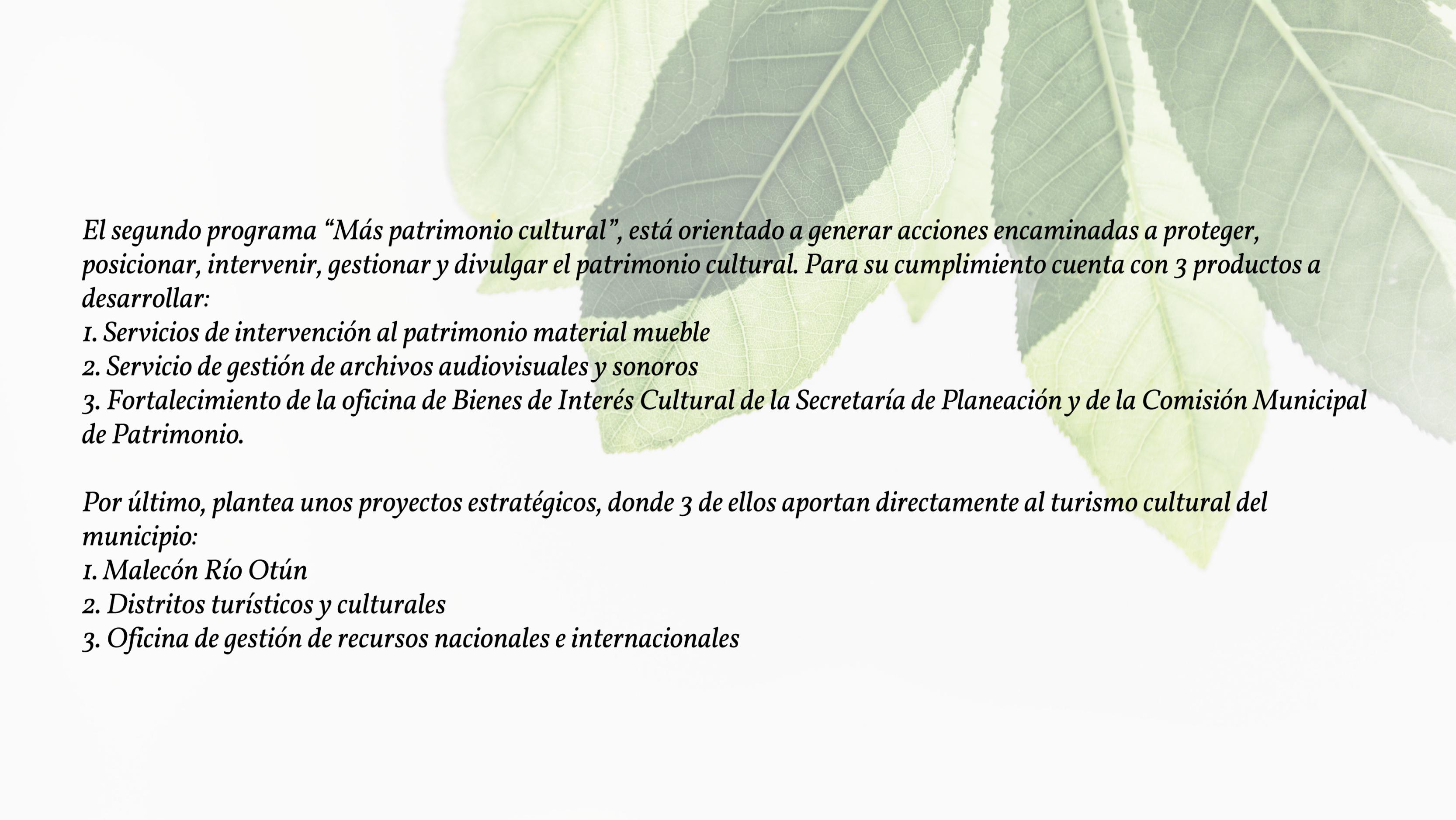
Igualmente, la administración local dentro de las soluciones definidas en el Plan de Desarrollo para atender los desafíos de la ciudad en materia de turismo y cultura estableció, entre otros, los siguientes objetivos priorizados:

- *Mejorar la competitividad de Pereira como destino turístico, a partir de iniciativas de fortalecimiento de la productividad, la generación de valor y la corresponsabilidad entre los actores del sector turismo, así como su posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales.*
- *Fortalecer la cultura en el municipio para garantizar condiciones de creación, circulación y acceso a la cultura en el territorio, con espacios para el emprendimiento cultural.*

El programa “Más turismo, más desarrollo económico” que responde al objetivo priorizado para turismo tiene 8 líneas de acción, donde la línea 7 y 8 están enfocadas al mejoramiento de la competitividad del ecoparque turístico Ukumarí a través de la consolidación del Plan Maestro para incrementar escenarios naturales y bioregionales y el fortalecimiento del centro interpretativo. Frente a la línea 1 se tienen servicios de apoyo para fortalecer las condiciones institucionales que aportan al sector turismo como la institucionalidad para el Paisaje Cultural Cafetero y la gestión de sus recursos como herramientas para mejorar la coordinación, cooperación, responsabilidad, gobernanza y sostenibilidad de la actividad a nivel nacional y regional. En la línea 2 se encuentran los servicios de apoyo para fortalecer la oferta turística del municipio, la línea 3, servicios de apoyo para fortalecer la infraestructura turística del municipio, línea 4, servicios de apoyo para fortalecer el sector turismo a través de innovación y desarrollo empresarial, línea 5, servicios de apoyo para fortalecer el capital humano para la competitividad el turismo y en la línea 6, se encuentran los servicios de apoyo para realizar campañas de promoción para un turismo transformador, incluyente y con equidad.

Luego, para el objetivo cultural, se mencionan dos programas. El primer programa “Más cultura con fortalecimiento de base artística y creativa”, tiene como objetivo la oferta cultural, enmarcada en la apropiación de valores y empoderamiento de la pereiranidad, como resultado de procesos efectivos de comunicación, formación, producción, participación, inclusión y democratización de los bienes y servicios culturales, fortalecidos, promovidos y preservados en alianza permanente con diferentes sectores. Para el cumplimiento de este programa se establecieron 11 productos:

- 1. Servicio de promoción de actividades culturales*
- 2. Servicio de promoción de eventos culturales*
- 3. Servicio de promoción de espectáculos culturales*
- 4. Servicio de mantenimiento de infraestructura cultural*
- 5. Servicio de circulación artística y cultural*
- 6. Servicio de circulación artística nacional*
- 7. Servicios bibliotecarios*
- 8. Servicio de recuperación del patrimonio bibliográfico y documental*
- 9. Servicio de educación informal en áreas artísticas y culturales*
- 10. Documentos de investigación*
- 11. Servicios de divulgación y publicaciones*

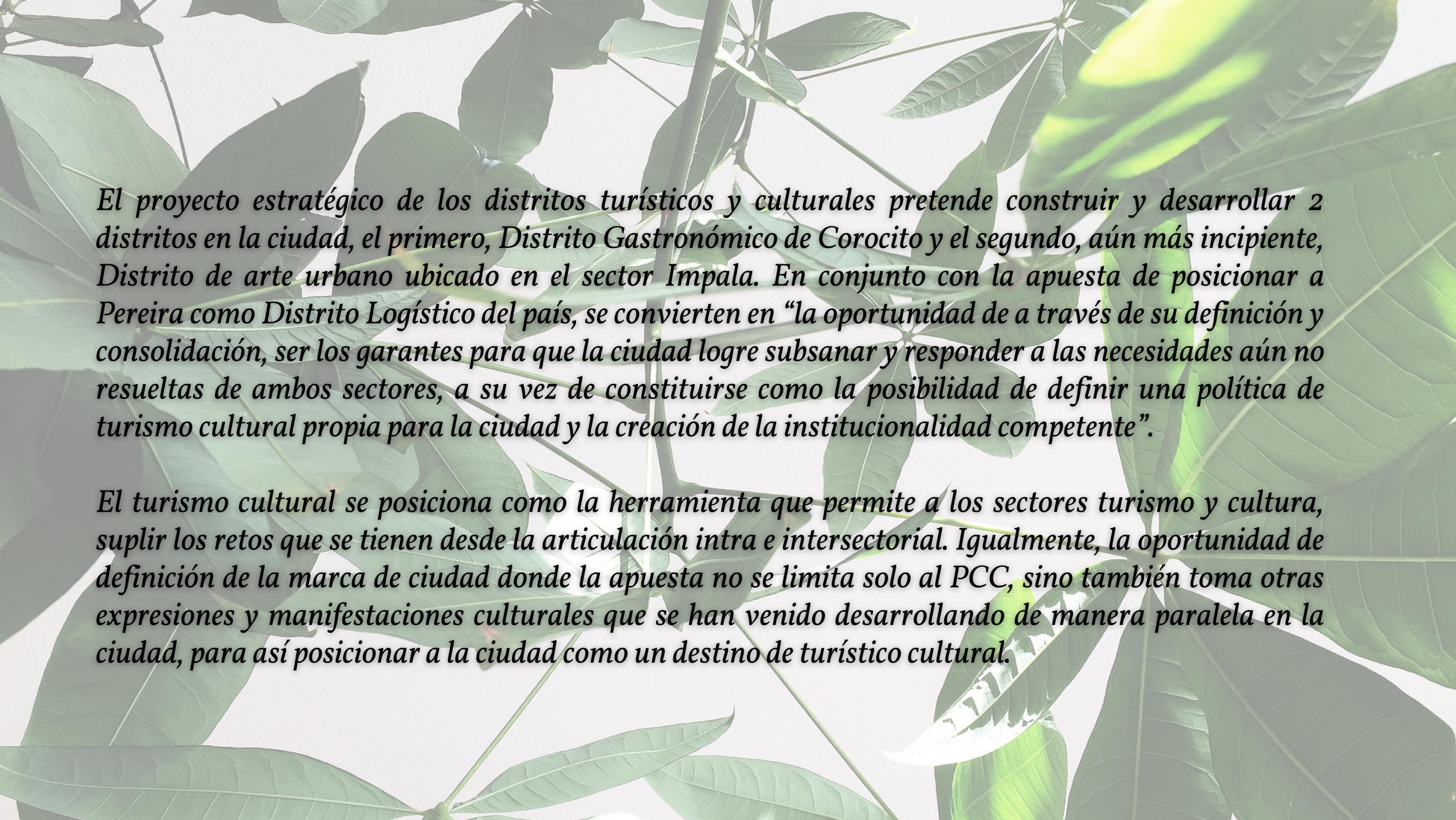


El segundo programa “Más patrimonio cultural”, está orientado a generar acciones encaminadas a proteger, posicionar, intervenir, gestionar y divulgar el patrimonio cultural. Para su cumplimiento cuenta con 3 productos a desarrollar:

- 1. Servicios de intervención al patrimonio material mueble*
- 2. Servicio de gestión de archivos audiovisuales y sonoros*
- 3. Fortalecimiento de la oficina de Bienes de Interés Cultural de la Secretaría de Planeación y de la Comisión Municipal de Patrimonio.*

Por último, plantea unos proyectos estratégicos, donde 3 de ellos aportan directamente al turismo cultural del municipio:

- 1. Malecón Río Otún*
- 2. Distritos turísticos y culturales*
- 3. Oficina de gestión de recursos nacionales e internacionales*



El proyecto estratégico de los distritos turísticos y culturales pretende construir y desarrollar 2 distritos en la ciudad, el primero, Distrito Gastronómico de Corocito y el segundo, aún más incipiente, Distrito de arte urbano ubicado en el sector Impala. En conjunto con la apuesta de posicionar a Pereira como Distrito Logístico del país, se convierten en “la oportunidad de a través de su definición y consolidación, ser los garantes para que la ciudad logre subsanar y responder a las necesidades aún no resueltas de ambos sectores, a su vez de constituirse como la posibilidad de definir una política de turismo cultural propia para la ciudad y la creación de la institucionalidad competente”.

El turismo cultural se posiciona como la herramienta que permite a los sectores turismo y cultura, suplir los retos que se tienen desde la articulación intra e intersectorial. Igualmente, la oportunidad de definición de la marca de ciudad donde la apuesta no se limita solo al PCC, sino también toma otras expresiones y manifestaciones culturales que se han venido desarrollando de manera paralela en la ciudad, para así posicionar a la ciudad como un destino de turístico cultural.

En consecuencia se proponen las siguientes recomendaciones para lograr definir en la ciudad un producto turístico cultural y así consolidarla como un destino ideal para este tipo de turismo:

- Incentivar en la comunidad local la visión del turismo como que una fuente alternativa de ingresos, que aporta al desarrollo social económico y la diversificación de la actividad laboral y por ende la no dependencia de una sólo actividad económica.*
- Vincular los agentes que hacen parte de la oferta en turismo cultural con agentes que hacen parte de otros tipos de turismo, como por ejemplo los asociados al turismo de naturaleza y el ecoturismo, con el fin de robustecer los paquetes turísticos ofrecidos a los posibles visitantes, de manera que aumente la oferta en lugares, actividades, eventos, productos y servicios a disfrutar y en consecuencia el interés por la ciudad.*
- Incentivar la vinculación entre hoteles, empresas de transporte, agencias operadores de viajes para ofrecer paquetes turísticos completos y aunar esfuerzos en la promoción de la ciudad como destino turístico.*

- *Articular a través de los Planes de Desarrollo Nacional, Departamental y Municipal y los Planes Maestros de Turismo y Cultura de Pereira la estructuración del producto turístico, no sólo cultural, de tal manera que Pereira deje de ser un lugar de paso y se convierta en un destino turístico real.*
- *Consolidar una plataforma de información que permita conocer y analizar la dinámica histórica y territorial de la cultura y el turismo de la ciudad de manera que se cuenten con datos fieles y exactos para la toma de decisiones de agentes públicos y privados.*
- *Hacer uso de las convocatorias que a través de FONTOUR, FINDETER, el Ministerio de Cultura y otras entidades de financiamientos ofrecen.*