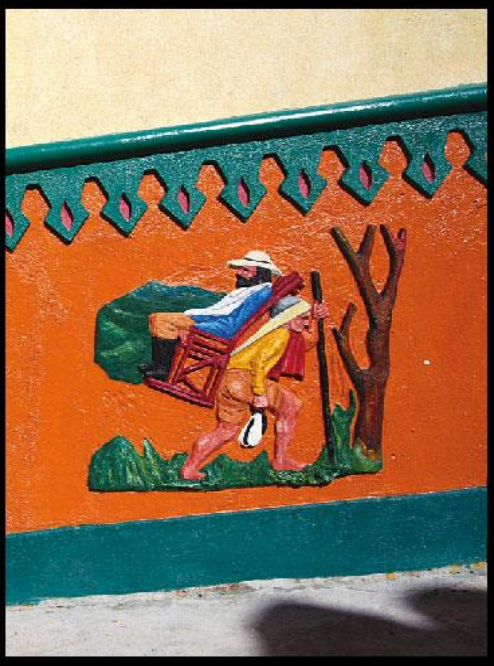


# PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE GUATAPÉ 2014

# PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DE GUATAPE 2014 - 2032

## "GUATAPÉ UNA EXPERIENCIA PARA VIVIRLA"

**Alcaldía Municipal de Guatapé**
**PACTO POR LA PROSPERIDAD, LA EDUCACIÓN Y LA EQUIDAD DE LOS GUATAPENSES**

**MAURICIO ALEJANDRO HERNÁNDEZ JIMENEZ**
Alcalde

**DORA GARCÉS ZULUAGA**
Secretaria de Turismo

**Equipo Consultor**

**Comunicador Social, Carlos Alberto Urrego Ramírez**
**Arq. Especialista, C. Phd: Hernando Bejarano A.**

**Guatapé, Antioquia – COLOMBIA 2015**

**HONORABLES CONCEJALES**
**Concejo Municipal de Guatapé**

**ORLANDO DE JESÚS GIRALDO CARDONA**
Presidente

**JOSÉ AMADO MONSALVE ESPINOSA**
Vicepresidente Primero

**ELKIN DARÍO GARCÍA GIRALDO**
Vicepresidente Segundo

**MANUEL ALVEIRO GIRALDO ARCILA**

**LUCAS MAURICIO LÓPEZ CARDONA**

**JUAN CARLOS GIRALDO GIRALDO**

**LUIS ADOLFO GARCES ZULUAGA**

**JUAN SEBASTIÁN PÉREZ FLÓREZ**

**LUIS ÁNGEL HOYOS SALAZAR**

**Luz Dary Cardona Gómez**
Secretaria

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN ..... 7

1. IDENTIFICACIÓN, CARACTERIZACIÓN Y VALORIZACIÓN DEL ENTORNO TERRITORIAL, LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA LOCAL ..... 12

1.1 FACTOR DE SOPORTE ..... 12

1.1.1 Condiciones del entorno: Análisis sintético de las condiciones económicas, sociales, políticas y generales de lo Local, Regional y Nacional ..... 12

1.1.2 Oriente antioqueño ..... 13

1.1.3 Visión de futuro desde el Ordenamiento Territorial ..... 15

1.1.4 Demografía ..... 17

1.1.5 Población flotante. ..... 19

1.1.6 Economía de Guatapé ..... 20

1.1.7 Actividad turística ..... 20

1.1.8 Accesibilidad, movilidad y conectividad ..... 21

1.1.9 Infraestructura: Servicios públicos ..... 22

1.1.10 Infraestructura Deportiva ..... 23

1.1.11 Marco regulatorio y normativo ..... 23

1.1.12 Instrumentos y condiciones para seguridad turística ..... 27

1.1.13 Análisis de las condiciones medioambientales ..... 28

1.1.14 Biodiversidad ..... 30

1.1.15 Recurso Bosque ..... 32

1.1.16 Recurso Suelo ..... 33

1.2 FACTOR DE ATRACCIÓN ..... 35

1.2.1 Reconocimiento y valoración del inventario turístico municipal ..... 35

1.2.2 Análisis de las potencialidades turísticas del municipio ..... 35

1.2.3 Guatapé en la Ruta de Naturaleza de Aguas y Piedras ..... 36

1.2.4 Guatapé, del "pueblo de los zócalos "a "una experiencia para vivirla". 37

1.2.5 Referentes turísticos del municipio de Guatapé ..... 38
1.2.6 Vocación turística del municipio de Guatapé ..... 47
1.2.7 Acercamiento al producto turístico local ..... 48
1.3 FACTOR DE PRODUCCIÓN ..... 52
1.3.1 Caracterización de la planta turística en el municipio ..... 52
1.3.2 Formación y capacitación en turismo ..... 52
1.4 FACTOR DE GESTIÓN ..... 53
1.4.1 Gestión del Marketing turístico ..... 53
1.4.2 Investigación realizada en el primer semestre del 2014: ..... 54
1.4.3 Mirada hacia la demanda potencial: ..... 56
1.4.4 Gestión de las tendencias mundiales de la demanda turística ..... 56
1.4.5 Repercusiones de las tendencias globales en las demandas turísticas 57
1.4.6 Gestión turística local ..... 60
1.4.7 Gestión de destinos turísticos ..... 61
1.4.8 Competitividad de un destino turístico ..... 62
1.4.9 Análisis de competitividad para un destino turístico sostenible ..... 62
1.4.10 Gestión con los actores estratégicos ..... 65
1.4.11 Nueva Energía Paisa ..... 66
2. ANÁLISIS SITUACIONAL Y DIAGNOSTICO DEL SISTEMA TURISTICO LOCAL DE GUATAPE ..... 69
2.1 ANÁLISIS DESDE LOS PUNTOS FUERTES Y DÉBILES DEL SISTEMA TURÍSTICO LOCAL ..... 69
2.2 ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO LOCAL: CASO GUATAPÉ ..... 72
2.2.1 Análisis de la cadena de valor en el sistema turístico local de Guatapé: 73
2.2.2 Análisis de competitividad desde el Diamante de Porter: ..... 73
2.2.3 Análisis Modelo Integrado de Competitividad del destino turístico local. 74
2.3 PROBLEMÁTICA CENTRAL DEL SISTEMA TURÍSTICO DE GUATAPÉ: ..... 76
2.3.1 Causas-Consecuencias ..... 77
2.3.2 Análisis del imaginario local "Guatapé una experiencia para vivirla" .... 77

3. INTERVENCIÓN ESTRATÉGICA PARA EL SISTEMA TURÍSTICO MUNICIPAL DE GUATAPÉ AL 2020 ..... 80
3.1 ESCENARIO DE FUTURO AL 2020 "Guatapé una Experiencia para Vivirla" .. 80
3.2 VISIÓN. ..... 80
3.3 MISIÓN. ..... 81
3.4 OBJETIVO GENERAL ..... 81
3.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS ..... 81
3.6 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DEL PLAN TURÍSTICO MUNICIPAL PARA LA COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD ..... 82
3.6.1 Estrategia uno: ..... 82
3.6.2 Estrategia dos ..... 84
3.6.3 Estrategia tres ..... 85
3.6.4 Estrategia cuatro ..... 88
4. RECOMENDACIONES DEL PLAN "Guatapé una Experiencia para Vivirla" ..... 90
5. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO "Guatapé una Experiencia para Vivirla" ..... 92
5.1 EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO ..... 92
5.2 COMENTARIO FINAL ..... 92
6. BIBLIOGRAFIA ..... 94
7. ANEXOS: ..... 96
7.1 ANEXO 01: PLAN DE MANEJO DEL PROYECTO MALECÓN DE: SAN JUAN DEL PUERTO ..... 96
7.2 ANEXO 02: MANUAL PARA LA GESTIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO LOCAL .. 101
2.1 ANEXO 03: PLAN TACTICO 2015-2016, PLAN DE MEDIANO 2017-2018 y PLAN DE LARGO PLAZO 2019-2020 ..... 115

## INTRODUCCIÓN

La actualización del *Plan de Desarrollo Turístico de Guatapé 2014 – 2032* se ha realizado con el propósito de trazar las acciones necesarias para lograr un equilibrio en el desarrollo del turismo local de Guatapé para las próximas décadas y procurar tanto la sostenibilidad como la competitividad y la innovación que requiere esta actividad para su adecuada evolución en el municipio. El proceso ha seguido una secuencia metodológica coherente y ajustada que permitió obtener una apuesta de futuro para el turismo guatapense necesaria para alinear la ordenación territorial, la inversión pública y privada, la promoción y comercialización del turismo local en sus diferentes modalidades y de esta manera poder contribuir a elevar la calidad y el nivel de vida de la población en la tierra de los zócalos.

El *Plan de Desarrollo Turístico de Guatapé* es una guía para encaminar, regular y fortalecer el sistema turístico local, orientando las iniciativas de la administración municipal para mejorar la participación e inclusión de todos los actores del turismo en los procesos y acciones que se adelanten bajo los principios de sostenibilidad, competitividad e innovación, generando así sinergias de beneficio para visitantes como para los propios pobladores. Además de la Administración, va dirigido a todos los grupos organizados comunales, gubernamentales y privados que estén interesados en promocionar y comercializar el turismo, institucionalmente, como alternativa de desarrollo económico y territorial.

El *Plan de Desarrollo Turístico de Guatapé* genera el espacio para evaluar el potencial turístico con que cuenta el municipio teniendo en cuenta los atractivos, la oferta de servicios, la demanda real, los canales de distribución, y las tendencias del mercado para lograr el mejoramiento del destino y construir fortalezas en el encadenamiento del producto turístico ligado a la oferta local.

Guatapé es uno de los destinos turísticos más reconocidos de Antioquia y Colombia, ha tenido cambios significativos en los últimos 4 años que le han permitido convertirse en un polo de desarrollo turístico en la región; la zocalización del pueblo, la conservación de sus calles empedradas, la oferta de acuaturismo sobre el embalse y el aprovechamiento de su imponente monolito, lo hacen un municipio que cada día se complace en recibir turistas nacionales y extranjeros. Guatapé cuenta con grandes potenciales para el desarrollo del turismo cultural y religioso, el agroturismo, el ecoturismo y el turismo de aventura.

Este *Plan de Desarrollo Turístico de Guatapé* recopila dichas potencialidades y las articula a una propuesta de desarrollo turístico local que redunda en beneficios del turismo regional y le permite al municipio tener una ruta de trabajo en el corto, mediano y largo plazo.

**ENFOQUE METODOLÓGICO**

Para la actualización del *Plan de Desarrollo Turístico de Guatapé* se implementa una metodología que proyecta la actividad turística a un contexto regional, nacional e internacional. Para lograrlo se toman como referencia tres de las seis metodologías propuestas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo[1], las cuales se combinan dado el nivel de desarrollo del turismo en el municipio como destino y el alcance que se quiere lograr con esta iniciativa.

Uno de los temas comunes en estas metodologías es la relación entre competitividad y turismo, varios estudios han destacado que la competitividad del destino turístico puede incrementarse mediante una gestión basada en la calidad medioambiental y en el desarrollo de un turismo sostenible[2], pero también se afirma que la competitividad es efímera sin sostenibilidad, y más en el largo plazo (Crouch y Ritchie, 2003:49). La creciente concienciación ambiental a nivel mundial pone de manifiesto un cambio en la actitud de los consumidores, que se decantan hacia productos respetuosos con el medio ambiente[3].

Pero los aspectos sociales y culturales también están contenidos en la definición más amplia de medio ambiente (Inskeep, 1991:339). En consecuencia, aunque el entorno y los recursos naturales son elementos imprescindibles de la sostenibilidad, la sostenibilidad va más allá de la función natural (Hassan, 2000). Para que un destino turístico sea sostenible debe conseguir un equilibrio en cuanto a equidad social, eficiencia económica y conservación ambiental. En este sentido, Crouch y Ritchie (2003), fundamentaron que un destino competitivo es aquel que promueve el máximo bienestar para sus habitantes de forma sostenible. Además, contemplan que el destino turístico debe ser sostenible no solo económicamente sino también eco

[1] Plan Convencional Turístico, el Esquema de Planificación Turística para la Competitividad y propuesta de plan prospectivo para destinos desarrollados.
[2] Crouch y Ritchie, 1999; Dwyer y Kim, 2003; Hassan, 2000; Hu y Wall, 2005; Huybers y Bennett, 2003; Mihalič, 2000; Crouch y Ritchie, 2000, 2003; entre otros.
[3] Holden, 2000; citado por Hu y Wall, 2005. Revista Cultura e Turismo, Universidad de Santa Cruz, Estado de Bahía, Brasil, agosto del 2011.

lógica, social, cultural y políticamente para ser verdaderamente competitivo[4].

Crouch y Ritchie, a lo largo de sus estudios, proponen una estructura metodológica de análisis para los destinos turísticos, que se adaptan en este plan a partir de cuatro factores claves, que también han sido considerados en su momento por el Plan de Desarrollo Turístico de Antioquia 2012 – 2015, de esta forma se logra reconocer planteamientos de orden local-regional y abarcar cada una de los ámbitos que influyen en el desarrollo del turismo en el municipio de Guatapé:

- **Factores de soporte:** Se tendrán en cuenta las condiciones del territorio que permiten generar, facilitar y dinamizar la actividad turística, dígase desde sus ventajas comparativas, infraestructuras, dotaciones y limitaciones del territorio.
- **Factores de atracción:** Se identifican en el territorio los recursos y capacidades para el desarrollo de la actividad turística, para ello se reconoce las generalidades de la oferta local y zonal desde sus recursos, equipamientos y facilidades al servicio del desarrollo turístico, que hoy pueden reconocerle y hacer diferenciador.
- **Factores de producción:** Se reconocen los tejidos empresariales y sus capacidades técnicas, tecnológicas y de servicio para generar y cumplir un encadenamiento con valor agregado y dar respuesta a la promesa de venta en los momentos de verdad en la producción turística.
- **Factores de gestión:** Es la capacidad de organización, dirección y movilización desde lo normativo, legislativo y agenciamiento, pero también desde la comercialización y marketing de los productos turísticos en el municipio.

A lo largo de estos cuatro factores se logra la identificación, caracterización y análisis, y se tienen en cuenta tanto las condiciones del territorio y su competitividad, como la oferta turística y su competitividad en tanto destino turístico; también los mercados emisores y perfiles de los usuarios, lo cual permite dar cuenta de causas y consecuencias, y de las condiciones del territorio para el desarrollo del turismo local. Con estos insumos se formula un escenario de futuro y su planteamiento estratégico para los próximos años para el corto, mediano y largo plazo.

Ya desde un aspecto técnico operativo la actualización del *Plan de Desarrollo Turístico de Guatapé* sintetiza todos los trabajos y documentos realizados con anterioridad a este ejercicio por diferentes entidades públicas y privadas en desarrollo del turismo en el

[4] Crouch y Ritchie, 2003:49 - Revista Cultura e Turismo, Universidad de Santa Cruz, Estado de Bahía, Brasil, Agosto de 2011.

municipio: investigaciones de mercados, estudios de caracterización del visitante, las líneas del *Plan de Desarrollo Municipal 2012 – 2015 Guatapé Remanso de Paz, Pueblo de Zócalos*, el Plan de Desarrollo Turístico Subregional, el *Plan de Desarrollo Turístico Sostenible y Comunitario del Municipio de Guatapé 2008 – 2020* y el *Plan de Desarrollo Turístico de Antioquia 2012 – 2015*, todos los cuales dan soporte a lo planteado en este nuevo Plan Turístico de tal modo que se pueda definir como una política pública a seguir, en materia de turismo.

Así mismo, el marco general de esa política lo constituye el *Plan Nacional Sectorial de Turismo 2014-2018,* "*Turismo para la Construcción de la Paz*", el cual ha introducido un cambio de enfoque en la política turística nacional durante el presente cuatrienio presidencial que convierte el potencial escenario de paz en el nuevo ADN de la gestión sectorial. Por tanto, desde lo técnico, habrá que tener en cuenta la participación del Plan Turístico de Guatapé en las Agendas de Competitividad Turística.

El nuevo Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 identifica cuatro ejes transversales que deben estar presentes en todas las esferas del quehacer nacional: innovación en las actividades productivas, el buen gobierno como principio rector en la ejecución de las políticas públicas, mayor relevancia internacional de Colombia en los mercados internacionales y una sociedad para la cual la sostenibilidad ambiental sea una prioridad. Con base en estos ejes transversales se establece que el salto de la *Prosperidad Democrática a la Prosperidad para Todos*, se basará en tres pilares: crecimiento sostenido, igualdad de oportunidades y la consolidación de la paz.

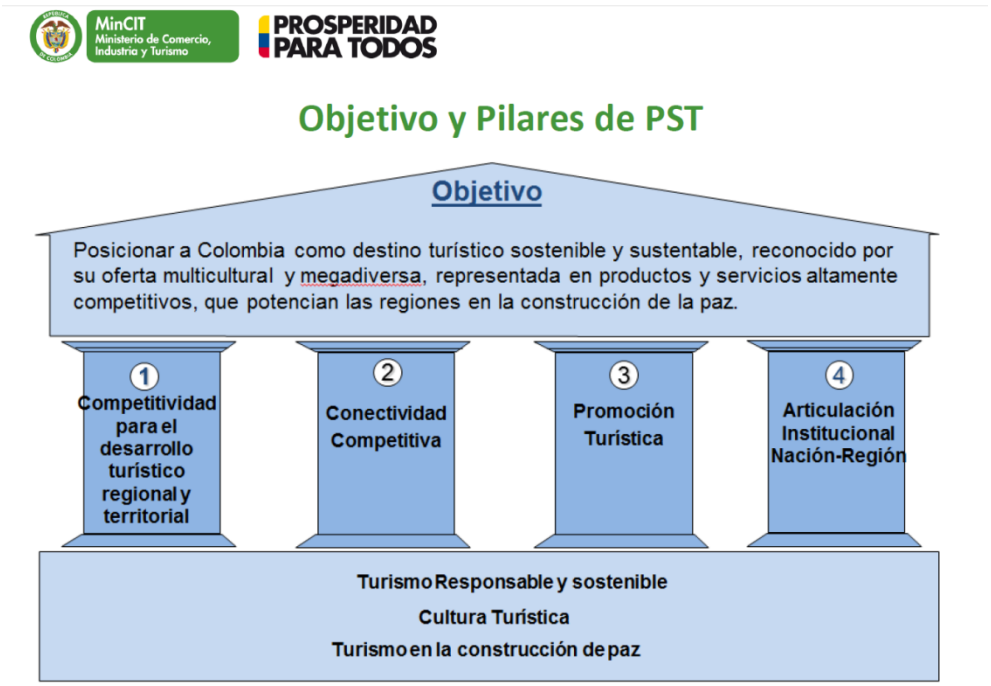
Bajo el enfoque de este nuevo *Plan Nacional Sectorial de Turismo 2014-2018*, "*Turismo para la Construcción de la Paz*" el turismo se asume como una valiosa herramienta para el sostenimiento del post conflicto, trazando la Hoja de Ruta del sector para los próximos cuatro años hacia el crecimiento y densificación del aparato productivo para la internacionalización: menos ilegalidad, oferta productiva y competitiva, más innovación y formalización empresarial. Uno de los focos del Plan Sectorial será "Adelantar un Programa especial de mercadeo con regiones piloto de turismo paz y convivencia, apoyando su desarrollo integral, dentro de las cuales se encuentra el URABÁ – Darién (Antioquia – Chocó).

Lo anterior se debe a que Colombia ya no tiene la connotación de *Estado Fallido* sino que es percibido como una economía emergente, atractiva para la inversión y para el turismo. Por ello se identificó al turismo como uno de los motores del desarrollo y uno de los

apoyos al desarrollo regional. Es por ello que, a su vez, el nuevo *Plan Sectorial de Turismo 2014-2018* retoma la Política Turística y la define como "*Turismo para la Construcción de la Paz*" convirtiendo el potencial escenario de paz en el nuevo ADN del sector para los próximos cuatro años.

Lo anterior tiene implicaciones inmediatas en el ejercicio sectorial, sus objetivos y metas. Tal es el caso de la mayor visibilización del turismo como actividad exportadora que traduce su meta, desde 2014 en adelante, con mediciones ya no en número de visitas sino con un indicador de ingreso en dólares: US6 mil millones de dólares al 2018 por turismo, frente a US4.600 logrados en 2013. Consecuentemente, la búsqueda de mayores ingresos por turismo implica la búsqueda acelerada de una Certificación en Sostenibilidad, que a su vez vuelve imperativo para el empresario el cumplimiento de dicha norma. Del mismo modo, el nuevo manual de destinación de recursos del FONTUR modifica la estructuración de los proyectos de tal modo que la aprobación de recursos no se moverán si no se encuentran alineados dentro de la intencionalidad de un "*Turismo para la Construcción de la Paz*".

El *Plan Sectorial de Turismo 2014 – 2018* "*Turismo para la Construcción de la Paz*" define su objetivo central, sus bases filosóficas y pilares estratégicos, así:




Fuente: Grafico del Plan Sectorial de Turismo 2014 -2018 "Turismo para la Construcción de la Paz".

# 1. IDENTIFICACIÓN, CARACTERIZACIÓN Y VALORIZACIÓN DEL ENTORNO TERRITORIAL, LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA LOCAL.

## 1.1 FACTOR DE SOPORTE

### 1.1.1 Condiciones del entorno: Análisis sintético de las condiciones económicas, sociales, políticas y generales de lo Local, Regional y Nacional

En el nuevo escenario mundial, el departamento ha optado por la implementación de un modelo de desarrollo endógeno, o sea a partir de la potenciación que los actores sociales e instituciones locales y regionales puedan hacer de las riquezas propias. En ese orden de ideas las condiciones internas de Antioquia pasan a determinar las características propias de su plataforma competitiva. En ese modelo es determinante el aprovechamiento integral, humanitario y sostenible de la diversidad natural y cultural en cada una de sus subregiones mediante su transformación permanente a través del conocimiento y de la investigación; es decir, mediante los procesos de innovación y agregación de valor que el capital humano y social puedan hacer a esos recursos.

En estas condiciones, no necesariamente todas las actividades económicas que han hecho fuerte presencia en la economía antioqueña serán las que tengan permanencia en el contexto globalizado venidero, y por el contrario al confrontar los recursos y atributos de nuestra oferta frente a las tendencias y oportunidades de los mercados, repuntan nuevos sectores con perfiles más ventajosos de competitividad y con niveles de extracción ambiental menos críticos.

Esta nueva mirada a las riquezas presupone el salto del simple aprovechamiento agrícola hacia el uso sostenible de los recursos naturales y de los servicios ambientales, de la conservación y utilización del agua, de la optimización de los recursos mineros, pesqueros, pecuarios, de paisaje, de artesanías y turismo ecológico.

El desarrollo del turismo tiene gran potencialidad en algunas de las regiones Antioqueñas, por lo cual, en mayor o menor medida, se visualiza este sector como una de sus más importantes vías de expansión económica y de generación de puestos de trabajo. El departamento de Antioquia, ofrece una amplia y variada gama de atractivos turísticos que conforman la base de esta actividad económica, en donde el factor de atracción por

excelencia lo constituyen las diferentes subregiones ricas en recursos naturales y culturales con una demanda marcadamente regional y centrada en un mercado emisor de 4 millones de habitantes concentrados en el área metropolitana.

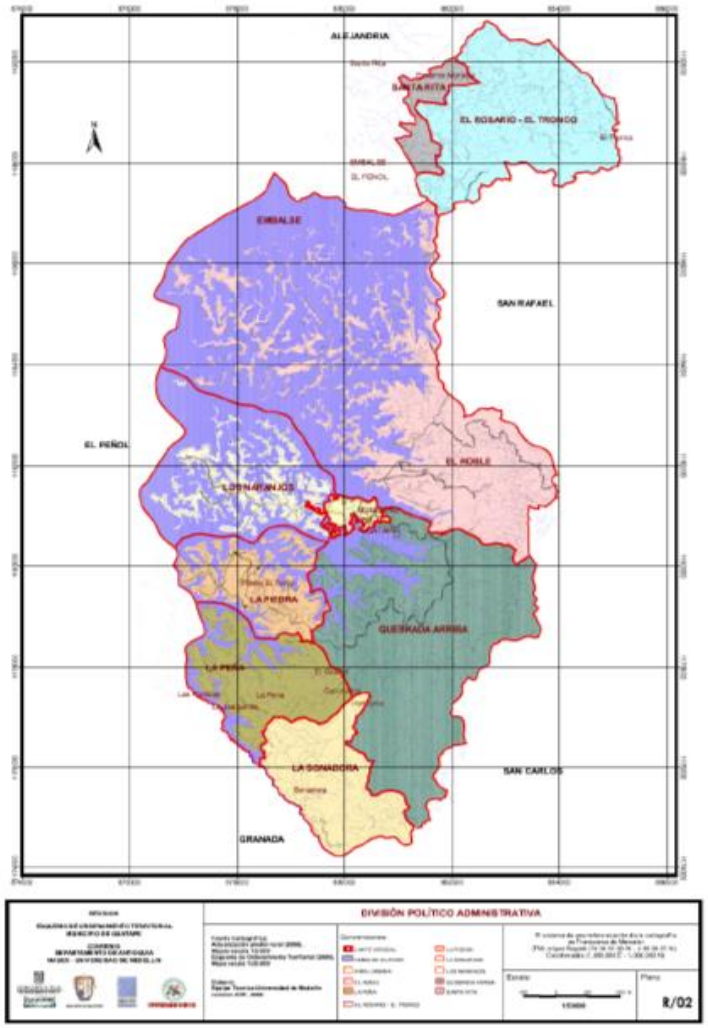
### 1.1.2 Oriente antioqueño

El Oriente Antioqueño como subregión ha tenido un papel determinante en el desarrollo del departamento y del país, lo que la ha posicionado como un territorio estratégico y con amplias ventajas comparativas en cuanto a biodiversidad y recursos naturales, especies únicas de flora y fauna, oxigeno, agua y bosques, potencial turístico y ecoturismo, vocación y capacidad de producción agrícola, ubicación geográfica estratégica, servicios de salud, variedad de climas y un importante desarrollo urbano en múltiples centros de actividad y hábitat.

Otros de los elementos que permiten considerarla una subregión estratégica son el desarrollo urbanístico del Altiplano conocido como Valle de San Nicolás, el Aeropuerto Internacional José María Córdoba y la Zona Franca; igualmente, el desarrollo industrial, el abastecimiento de productos agrícolas y de materias primas al Departamento y otras regiones del país.

El perfil subregional del Oriente antioqueño indica que la región será potencia educadora en el año 2020. Esta subregión alberga la segunda economía en importancia del departamento, al que aporta el 7.28% del PIB. Su cercanía al Área Metropolitana facilita la integración funcional con el Valle de Aburrá, al que provee de una parte importante de los alimentos que requiere, así como de energía eléctrica, agua y materias primas naturales (cemento, madera y minerales). En su territorio se localiza el complejo hidro energético más importante del país. Ofrece oportunidades de turismo (recreativo en los embalses y los ríos, ecológico en el páramo de Sonsón). Tiene un gran potencial forestal, actividad vital tanto para la conservación del agua y los ecosistemas estratégicos que contiene, como para la comercialización y transformación. La agricultura se concentra en pocos productos (café, papa, hortalizas y flores para el mercado externo). También son importantes las actividades avícola, porcícola y piscícola. Se especializa en hortalizas, frutas de clima frío y papa (68.5% del total cosechado en el departamento). La papa cuenta con un acuerdo de competitividad. Dispone de un sistema urbano bien articulado y de apropiadas infraestructuras de transporte y comunicaciones.

La economía del Oriente Antioqueño se caracteriza por la variedad de actividades agropecuarias, agroindustriales, industriales, mineras, comerciales, recreativas y turísticas. Conjuntamente con estas actividades se desarrollan sectores como el transporte y las telecomunicaciones, los servicios financieros, bancarios y otras actividades que complementan el comercio. Después del Valle del Aburrá, es la subregión que sigue en importancia económica de Antioquia.




Particularmente, el municipio de Guatapé se encuentra localizado en las estribaciones de la cordillera central, formando parte de la región del Oriente Antioqueño. Los límites municipales son: Al oriente con los municipios de San Carlos y Granada, al occidente con El Peñol, al norte con Alejandría y San Rafael, al sur con Granada. El municipio cuenta con la siguiente vía de acceso: Medellín - Guarne - Marinilla - El Peñol - Guatapé, que hace parte del Anillo Vial del Oriente con un recorrido de 75 Km desde la capital por una vía pavimentada, por vía fluvial se comunica con los municipios de El Peñol, Alejandría, San Vicente y Concepción[5].

Fuente: plan de desarrollo participativo municipal 2012-2015

La altura del municipio en la cabecera municipal es de 1900 m.s.n.m. aproximadamente, con una temperatura promedio de 19°C y una precipitación de 2.500 a 3.000 mm anual, posee una extensión territorial de 84 Km2 compuesta por 1 Km2 de área urbana y 83 Km2

[5] Municipio de Guatapé, plan de desarrollo participativo municipal 2012-2015.

área rural; además un 30.4 % se encuentra inundado por el embalse Peñol Guatapé. El municipio de Guatapé posee 3 zonas de vida, esta clasificación se basa en la altura sobre el nivel del mar, la temperatura promedio y la precipitación anual, y son las siguientes: bosque pluvial premontano (bp - PM), bosque muy húmedo montano bajo (bmh - Mb), bosque pluvial montano bajo (bp. - Mb).Además el municipio está constituido por ocho veredas, todas comunicadas por carretera y cada una con características específicas: Vereda Sonadora, Vereda Quebrada Arriba, Vereda La Peña, Vereda Los Naranjos, Vereda El Roble, Vereda El Rosario y Vereda Santa Rita[6].

### 1.1.3 Visión de futuro desde el Ordenamiento Territorial

A nivel regional dentro del ordenamiento territorial los municipios del Oriente, especialmente los de mayor proyección turística no plantean el turismo como parte de su visión estructurante puesto que sus enfoques están más orientados a la consolidación de municipios sostenibles y competitivos en sus aspectos productivos y tecnológicos. Municipios como Rionegro, Carmen de Viboral, La Ceja abordan la actividad turística de manera complementaria en los articulados de sus POT.

En el caso de Guatapé se plantea de forma explícita el turismo como parte de la orientación del municipio, desde su visión de futuro y su modelo territorial. En este municipio el turismo ligado a los recursos paisajísticos e hídricos es identificado como una de las actividades promisorias y se plantea la necesidad de prestar especial atención a la infraestructura de soporte que el territorio debe ofrecer.

El EOT que se encuentra en proceso de formulación ya asume en su contenido el hecho turístico como actividad económica de importancia para la sostenibilidad del territorio que debe, obligatoriamente, plantearse de manera planeada y controlada. La siguiente es la contextualización que ofrece este nuevo EOT:

"El territorio es una realidad en constante transformación que exige de procesos de planificación y gestión permanentes, es así como durante los últimos doce años las condiciones sociales, económicas, ambientales e institucionales en los municipios de la zona de Embalses del Oriente Antioqueño, han sido muy dinámicas, pues en este lapso de tiempo se pasó de vivir en las condiciones más duras como consecuencia del conflicto armado que dejó entre otras, población desplazada, desintegración, pobreza, desasosiego,

[6]Municipio de Guatapé, Plan de Desarrollo Participativo Municipal 2012 – 2015 - "Guatapé es un Remanso de Paz, Pueblo de Zócalos".

a visionar una nueva oportunidad para reconstruir lo físico y de rehacer lo inmaterial, lo que se lleva adentro, (los tejidos sociales, los lazos familiares, las relaciones interpersonales, el afecto, el apego a lo que nos pertenece y nos da una identidad como comunidad).

Estas nuevas condiciones sociales y políticas del territorio, también han generado un auge de inversionistas que ven en sus bellezas paisajísticas, sus riquezas naturales, y en sus condiciones geográficas, una oportunidad para desarrollar sus proyectos, generando una variación en las dinámicas sociales y económicas relacionadas principalmente con población flotante bajo dos características: la que llega como turista, recorre el territorio, pernocta, consume, genera ingresos y desarrolla sus actividades en torno al casco urbano y al embalse principalmente; y la que ha establecido su segunda residencia en el municipio, pero que poco o nada se integra o relaciona con el entorno, localizándose principalmente en sectores cercanos al embalse El Peñol – Guatapé.

En los últimos años, en el municipio de Guatapé se viene dando una importante dinámica socioeconómica en torno al sector turístico y un creciente desarrollo inmobiliario, que se ha visto reflejado en los cambios de los usos del suelo y en la transformación constante del paisaje y del territorio y que generan un desgaste de los recursos naturales vitales como el agua, los bosques y el suelo, los cuales se regeneran a un ritmo más lento del que son explotados.

Es por esto que se considera prioritario y necesario el diseño de iniciativas oficiales de planeación y la implementación de políticas sectoriales que permitan transformar el crecimiento en estrategias de competitividad que lleven al desarrollo sostenible del territorio. Es aquí donde el concepto de planificación del desarrollo debe pasar de la teoría a la práctica.

En el proceso de revisión de largo plazo del Esquema de Ordenamiento Territorial del municipio de Guatapé, se ha querido trascender del objetivo general de los proceso de ordenación del territorio determinado por la normatividad vigente el cual se centra en la ordenación de los usos del suelo, a un ejercicio de planificación y ordenamiento del territorio con un único fin, lograr el desarrollo sostenible y sustentable del municipio.

Para lograr lo anterior se ha tomado como punto de referencia que en los últimos años, el concepto “desarrollo sostenible” ha tomado una gran relevancia en el contexto político, económico y social a nivel global. En este sentido, las políticas de desarrollo sostenible en las cuales se basó el proceso de planificación y ordenamiento – EOT, se refieren a tres ejes fundamentales: el desarrollo humano y social, el desarrollo económico, y la protección del

medio ambiente. De esta manera el desarrollo sostenible, según (Uribe, 2008 en Cairo, 2012), implica "una integración de las políticas ambientales con las económicas y las sociales, pues es evidente que pensar en una, sin medir los efectos sobre las otras tendría resultados catastróficos". Por ello, debemos ser conscientes que el problema de los recursos naturales es un problema que debe ser visto desde una perspectiva económica y social en el contexto de las dinámicas territoriales"[7].

### 1.1.4 Demografía

Se toma como referencia datos del sisben, el cual establece que Guatapé cuenta con una población total de 6.525 habitantes, su expectativa de crecimiento es muy lenta para los próximos años, dado que su crecimiento de vivienda es muy limitada por las restricciones constructivas al ser un DMI - Distrito de Manejo Integral.

A continuación se muestra cuadro con la distribución de la población por grupos etareos, edades y sexos:

**POBLACION POR GRUPOS ETAREOS**
**BASE CERTIFICADA POR EL DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION**
**NOVIEMBRE DE 2014**

**ZONA URBANA TOTAL: 6.525**
**HOMBRES: 3.140**
**MUJERES: 3.385**

| GRUPOS ETAREOS | HOMBRES | MUJERES |
|---|---|---|
| 0 – 5 | 214 | 194 |
| 6 – 12 | 365 | 329 |
| 13 – 18 | 371 | 354 |

[7] Datos recolectados del SISBEN 2014.

| | | |
|---|---|---|
| 19 – 25 | 444 | 475 |
| 26 – 32 | 298 | 343 |
| 33 – 39 | 271 | 326 |
| 40 – 47 | 294 | 378 |
| 48 – 54 | 294 | 312 |
| 55 – 61 | 209 | 229 |
| 62 – 67 | 125 | 142 |
| 68 – 74 | 123 | 146 |
| 75 – 81 | 78 | 86 |
| 82 – 88 | 39 | 47 |
| 89 en Adelante | 15 | 24 |

Tabla. Población por GRUPOS ETAREOS
Fuente: SISBEN 2014

La pirámide demográfica habla de una población muy joven aún con un "faltante" de población entre los 25 y 34 años de edad que correspondería con un grupo de habitantes altamente productivos para la sociedad. Sin embargo, hay una importante proporción de habitantes en la franja de población económicamente activa que permite pensar que el municipio tiene el suficiente potencial humano para enfrentar sus procesos de desarrollo. La participación de la población económicamente activa respecto al total es ligeramente inferior a la del departamento de Antioquia, pero puede aceptarse que conserva igual tendencia.

Por otro lado, el hecho de que la población menor a 19 años de edad aglutine al 40% de la población total, indica el esfuerzo que el municipio debe realizar para satisfacer las necesidades en materia de protección social, salud, educación, nutrición y demás para este tipo de población altamente dependiente y vulnerable.

En relación a la población del Oriente Antioqueño, Guatapé posee un total de población bastante bajo, sólo superior a Alejandría y Concepción; posee un 62.8% de densidad poblacional (habitantes por km 2) y un índice de población urbana cercano al 73%[8].

### 1.1.5 Población flotante.

Por otra parte, es incuestionable el hecho de que el municipio de Guatapé muestra una importante dinámica de población flotante asociada a las actividades turísticas, en las que concentra buena parte de sus estrategias de desarrollo futuro.

La Alcaldía suministra cifras de conteos de los que se desconoce su metodología y rigor estadístico, por lo que estos datos se consideran como aproximaciones a la dinámica de población flotante por actividad turística en el municipio de Guatapé. Las variaciones corresponden generalmente con las épocas de vacaciones escolares (julio, diciembre, enero); fiestas del Turismo y del Embalse en junio; semana santa (marzo-abril) y días feriados regulares a lo largo del año[9].

Si bien los datos y el nivel de conocimiento de la dinámica del turismo no permiten un mayor análisis sobre las razones para las fluctuaciones en el número de visitantes aproximado, los datos promedio nos permiten concluir que la población en el municipio se incrementa en un 132%, respecto a un total de población según el SISBEN de 6.343 habitantes para el 2014.

Este dato no deja de ser sólo un indicador de tendencia central. Las situaciones más exacerbadas del comportamiento de este indicador, se han dado consistentemente en el meses de julio, diciembre y enero en los últimos tres años, en donde se pueden registrar fines de semana promedio de cerca de 19.000 habitantes adicionales, es decir un incremento del 300% respecto al total de residentes habituales del municipio.

El comportamiento de la población flotante no es un elemento de distorsión para los indicadores típicos de la demografía en Guatapé, sino más bien para el tipo de servicios e infraestructuras que el municipio debe disponer para atender a esta población en los momentos en que debe soportarla. Aspectos como la recolección de basuras, la disponibilidad de agua potable, la capacidad instalada del alcantarillado, la vigilancia

8 Actualización del Plan de Gestión Ambiental Regional, 2008 – 2030. Cornare. 2008.

9 Esquema de ordenamiento territorial de Guatapé EOT, 2008.

policial y la resolución de contravenciones y delitos, la oferta comercial, la demanda de energía eléctrica, el impacto sobre la malla vial, el uso del espacio público y la contaminación por ruido y emisiones, -con otros aspectos más trascendentes como el impacto sobre la cultura, representaciones e imaginarios locales-, son los verdaderos aspectos sobre los cuales se deben centrar las lecturas relacionadas con la población flotante, y que por supuesto deben ser constitutivos de un proceso de planificación para la actividad turística.

### 1.1.6 Economía de Guatapé

La economía del municipio de Guatapé se sostiene a través del turismo, la generación de energía, la producción agropecuaria, la pesca, el comercio y la confección. Un 40% de las familias cuentan con un integrante que labora en Empresas Públicas de Medellín, Magisterio, Municipio, Sector Salud, Cooperativas, Comfama[10].

El resto de la población se dedica a actividades comerciales, trabajos independientes y oficios varios ocasionales generados por el turismo y por los diferentes contratos que realizan las empresas públicas de Medellín en la zona, así como los proyectos que se financian en convenio Cornare – Municipio. Del mismo modo, la población del municipio de Guatapé es altamente dependiente del empleo que genere la Administración Municipal.

### 1.1.7 Actividad turística

A nivel turístico, Guatapé es considerado como uno de los Municipios de mejor infraestructura turística en el Departamento de Antioquia y como el de mayor potencial Turístico, gracias principalmente a su oferta natural, a su ubicación geográfica y a la calidad de sus vías de acceso a nivel local y subregional. Los elementos más importantes de su planta turística son:

- **Alojamiento:** Existen hoteles, residencias y hospedajes, con capacidad de 800 camas aproximadamente, más las cabañas y fincas que ofrecen el servicio. En los últimos años se vienen construyendo y rediseñando hoteles con mejores estándares y servicios.
- **Alimentación:** Guatapé cuenta con una oferta gastronómica bastante variada, con más de 2.500 sillas entre restaurantes y cafeterías que ofrecen comida rápida, comida típica colombiana y también hay restaurantes gourmet.

[10]Plan de desarrollo de Guatapé 2011-2015

- **Transporte:** Dos empresas de transporte cubren la ruta desde Medellin, como capital y principal centro emisor, hacia Guatapé: Transportes Guatapé la Piedra y Sotrapeñol. Los buses y colectivos salen desde la Terminal de transporte del Norte en Medellín y la frecuencia de salida es de aproximadamente cada media hora.

  En cuanto a transporte interno existen Las Mototaxis que están dirigidos a toda clase de visitantes que lleguen al Municipio, y ofrecen no sólo el servicio de transporte interno, sino también recorridos hacia los atractivos turísticos del municipio como el Peñón de Guatapé, Abadía de los monjes Benedictinos, y demás sitios cercanos. Desde el Municipio de El Peñol se presta el servicio de colectivos hasta Guatapé en carros camperos (localmente conocidos como Chiveros) durante todo el día entre los dos municipios.

- **Parqueaderos:** Actualmente el municipio cuenta con un parqueadero que en su primera etapa alberga 700 vehículos. Está ubicado a la entrada al municipio, en un área de 21.000 m2. La segunda etapa será para otros 700 vehículos y contará con un Mall comercial.

### 1.1.8 Accesibilidad, movilidad y conectividad

Guatapé, al igual que los demás municipios que conforman el *Destino Verde de Antioquia,* cuentan con una posición privilegiada por estar ubicados en las inmediaciones del aeropuerto internacional de Rionegro y localizarse sobre corredores estratégicos y vías primarias nacionales como la autopista Medellín-Bogotá y derivaciones de éstas.

De igual forma, el transporte público intermunicipal facilita el desplazamiento a los atractivos de estas poblaciones que se encuentran con frecuencia dentro de los cascos urbanos de las mismas. Para estos atractivos localizados en cascos urbanos, la ausencia de parqueaderos conlleva a la invasión de espacios públicos en los días de alta afluencia turística.

Del transporte público, prevalece la carencia de terminales de transporte organizadas, falencia a la cual responden los planes de ordenamiento planteándolas como nuevos equipamientos. Un ejemplo significativo en la subregión es el caso de La Ceja con un centro integrado que ordena y facilita la organización de la movilidad intra e inter urbana, Guatapé y Rionegro como epicentros de movilidad ínter urbana deberán implementar nuevos equipamientos para la organización y facilitación de la movilidad y conectividad intra e inter urbana, en el corto plazo.

Guatapé plantea la necesidad de consolidar vías alternas, requeridas por la presión que el turismo ejerce sobre una estructura urbana sin la capacidad para asumir esta actividad económica, de ahí la importancia del proyecto subregional del circuito de embalses, que en la actualidad se está estructurando financieramente por los municipios de la zona de embalses y la gobernación de Antioquia para ser implementado en 2016.

### 1.1.9 Infraestructura: Servicios públicos

**Servicios de Salud**

- Hospital la inmaculada: Presta servicios integrales de salud de primer nivel de atención. Cuenta con 10 habitaciones, sala de urgencias, sala de partos, capilla y zona de juegos.
- Centro de Bienestar del Anciano: Ofrece servicios integrales al adulto mayor. Cuenta con enfermería, 12 habitaciones, 2 patios, jardín, sala de televisión, comedor Y salón de actividades.
- Centro Día Gerontológico: Presta diferentes servicios al adulto mayor. Allí hay una huerta y se realizan actividades físicas, talleres educativos, encuentros de grupo e intermunicipales, actividades manuales y terapia ocupacional.

**Servicios Públicos.**

- Acueducto: Cobertura del 100% en la cabecera municipal, pero con deficiencias seria en lo rural
- Alcantarillado: Primer municipio de la Subregión de Embalses en contar con alcantarillado separado en la cabecera municipal, en el área rural se avanza lentamente con programas de pozos sépticos liderados por Cornare y EPM.
- Tratamiento de Aguas Residuales: El primer municipio de la subregión en construir Planta de Tratamiento de Aguas Residuales, pero que tendrá que estar revisando su capacidad en la medida que aumenta la población flotante año tras año
- Recolección de residuos sólidos: Cobertura del 100% en el casco urbano, pero en el marco de las temporadas altas de turismo se presentan serias dificultades de recolección por el volumen que se generan por parte de los turistas.
- Energía: Cobertura del 100% en el servicio prestado por las Empresas Públicas de Medellín.

- Telefonía: Servidos por Edatel con una cobertura en la zona urbana del 80%., este servicio de conectividad presenta deficiencias en la telefonía celular e internet cuando se da altas temporadas turísticas.
- Televisión: Canal de Televisión propio (Peñón de Guatapé Cultural TV) con cobertura del 100% en la zona urbana y rural.
- Radio: Emisora propia (Peñón de Guatapé Cultural) con cobertura del 100% en la zona urbana y rural.

### 1.1.10 Infraestructura Deportiva

- El embalse: Uno de los escenarios más adecuados del país para los deportes náuticos. Vela, Canotaje, Kayak, entre otros
- Unidad Deportiva. cuenta con coliseo, cancha de fútbol, voleibol, pista de bicicrós, piscinas para adultos y niños, gimnasio totalmente dotado y con entrenadores permanentes.
- Villa Náutica: Ubicada frente al embalse y con 2.000 mts2 construidos, es el nuevo icono deportivo del Municipio. Es considerada la más grande estructura pública que exista en Colombia y una de las más bonitas y dinámicas obras de los Juegos Suramericanos. Cuenta con gimnasio, zona húmeda, auditorio y 6 habitaciones con capacidad para 30 personas, que le permite generar eventos deportivos de carácter regional, nacional e internacional.

### 1.1.11 Marco regulatorio y normativo

La actividad turística en el departamento se alinea de manera descentralizada y siguiendo las diversas directrices y normatividad contenida en las diferentes políticas y planes que existen a nivel nacional, las cuales se sustentan en:

**La Ley 300 del 1996:** La cual rige el turismo nacional bajo 9 principios generales; concertación, coordinación, descentralización, planeación, protección al ambiente, desarrollo social, libertad de empresa, protección al consumidor y fomento; incorpora aspectos de relevancia para el desarrollo del turismo como: descentralización de las funciones, planeación del sector, turismo de interés social, el mercadeo del sector, la promoción y la cooperación internacional, los prestadores de servicios turísticos y algunas disposiciones finales.

**La Ley 1101 de 1996:** modificatoria de la Ley General de Turismo. Con el ánimo de adquirir mayores recursos para la promoción y competitividad del sector, por medio de la contribución parafiscal y su destinación al turismo como inversión social, propone dentro

de sus lineamientos aumentar la base de contribuyentes para el sector y recaudar un impuesto a los turistas extranjeros; igualmente reglamenta el uso de los recursos y la administración del Fondo de Promoción Turística.

**La ley 1558 del 2012:** esta ley actualizo y reformo la ley 300 del 96 y la ley 1101 del 2006, propone en términos generales ajustes en el sistema organizacional del sector turístico nacional, crea y fortalece el fondo de promoción turística nacional, precisa quienes deben aportar al fondo y quienes deben contar con RNT, define los roles de las entidades territoriales, el sector privado y otros actores e incentiva a la generación de productos turísticos como estrategia para la dinamización del sector en los territorios con potencial y capacidad de desarrollo y crecimiento.

**CONPES 3397:** conocido como el Conpes de turismo, contiene los lineamientos para el desarrollo integral del sector en el país; partiendo de un diagnóstico general del sector (para ese entonces), propone seis estrategias para alcanzar su objetivo principal:

- Fortalecimiento institucional necesario para el desarrollo de la actividad.
- Mejoramiento de las condiciones de seguridad para los viajeros
- Establecimiento de una campaña agresiva y sostenida de promoción y mercadeo
- Preparación de la oferta turística
- Formación del recurso humano y sensibilización turística
- Consolidación de un sistema de información turística que permita formular políticas de gobierno y el uso de tecnologías de la información y la comunicación.

**Plan Sectorial de turismo "Turismo: Factor de prosperidad para Colombia" 2011 – 2014:** la actividad turística en Antioquia pretende alinearse a este plan sectorial, cuyo propósito busca mejorar la competitividad de los servicios y destinos turísticos de Colombia con el fin de hacer del turismo una estrategia de desarrollo sostenible para el país, que contribuya a la generación de empleo, a la prosperidad de las regiones y a dinamizar el círculo virtuoso del ascenso social; cita el documento que los lineamientos estratégicos que deberá implementar el país para afrontar los próximos años y propender por la sostenibilidad del sector, son:

- Fortalecer la institucionalidad y la gestión pública del turismo a nivel nacional y regional.
- Mejorar la calidad de los servicios y destinos turísticos y promover la formalización.
- Fortalecer las habilidades y competencias del talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo.
- Mejorar la gestión en infraestructura de soporte y conectividad para el turismo.

- Impulsar la inversión en el sector turístico, buscando la generación de valor agregado nacional.
- Fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializados.
- Enfocar las iniciativas de promoción turística por segmentos especializados del turismo.

**Plan Sectorial de turismo "Turismo: para la paz" 2014 – 2018.**El cual se orienta a que el turismo sea un instrumento del post conflicto, con pilares fundamentales hacia la equidad, la educación y la paz, además recoge elementos de la competitividad turística del plan sectorial anterior, en la actualidad este plan está siendo validado y ajustado en el marco del nuevo plan desarrollo nacional 2014-2018, Guatapé puede encontrar aquí un marco de nuevas oportunidades para innovar en sus productos turísticos locales hacia un turismo experiencial desde lo social y comunitario.

Así mismo, el desarrollo de la actividad turística en Antioquia, se apoya en otros documentos de política:

**Política de mercadeo y promoción turística de Colombia**: "Colombia destino turístico de clase mundial". Sus ejes temáticos se orientan hacia la diferenciación de estrategias en los mercados nacionales e internacionales, así como en la articulación necesaria en los ámbitos de formulación y aplicación de las estrategias de mercadeo y promoción desde las instituciones nacionales responsables11, así mismo busca lograr la eficacia en las acciones de promoción y mercadeo de los destinos y productos turísticos de Colombia, de manera que se logre generar un crecimiento en el número de viajeros nacionales e internacionales, posicionando al país como un destino competitivo, para lo cual propone:

- Fortalecimiento de la investigación de mercados turísticos
- Diferenciación y promoción de productos turísticos prioritarios
- Fortalecimiento de las actividades y herramientas de promoción turística
- Fortalecimiento a la comercialización turística
- Articulación interinstitucional para el fortalecimiento de los mecanismos de mercadeo y promoción

**Política para el desarrollo del ecoturismo.** Busca fortalecer y diversificar la actividad ecoturística en el país, teniendo como referente esencial su desarrollo sostenible; las líneas estratégicas propuestas son:

- Ordenamiento y planificación de las áreas

[11] Política Nacional de Mercadeo y Promoción.

- Determinación de los requerimientos de infraestructura, planta turística y actividades permitidas en áreas en las que se desarrolle el ecoturismo
- Establecimiento de programas de monitoreo y correctivos para los impactos negativos
- Determinación de las responsabilidades de los actores locales y regionales
- Formación, capacitación y sensibilización de los actores regionales y locales
- Investigación de mercados y diseño del producto ecoturístico
- Desarrollo de estándares de calidad para el servicio
- Fortalecimiento de organizaciones empresariales de base para la prestación de servicios
- Promoción y comercialización de los servicios

Adicional a ello, determina los principios con los cuales se deberá abordar la actividad turística que se relacione con los ambientes naturales: minimización de impactos negativos, aporte al desarrollo regional y local, participación y concertación, formación, especialización, integración de esfuerzos público-privados, responsabilidad de los empresarios, de los promotores e impulsores de los servicios, investigación y monitoreo permanentes y sostenibilidad de procesos.

**Política de turismo cultural: "Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio".** Busca posicionar a Colombia como un destino de turismo cultural nacional e internacional, que a través del aprovechamiento de su diversidad y riqueza cultural, genere dinámicas de desarrollo local y cadenas productivas sostenibles que promuevan la competitividad del patrimonio y la identidad de las regiones. Para alcanzar su propósito define los siguientes lineamientos estratégicos: sostenibilidad, gestión del turismo cultural, sinergia e investigación.

**Política de turismo y artesanías: "Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano".** Su principal objetivo consiste en integrar como propuesta de desarrollo conjunto sostenible y responsable, las cadenas productivas de los sectores turismo y artesanía; sus ejes temáticos propenden por salvaguardar el patrimonio cultural, la competitividad y la productividad del sector, la pertinencia étnica y el desarrollo comunitario.

Por otro lado, también las políticas de: Turismo Social "hacia un turismo incluyente para todos los colombianos" elaborada en el 2007, de Turismo Comunitario, 2009 y la Política de Seguridad Turística elaborada en el 2000; así como también el plan indicativo de

formación en turismo, como mecanismo para normalizar el sector turístico en Colombia, son base importante para la planificación del destino Antioquia.

### 1.1.12 Instrumentos y condiciones para seguridad turística

**Policía de turismo:** La policía de turismo a nivel nacional se divide en tres grupos:

**Grupo Prevención y Protección:** es el grupo del Área Policía de Infancia y Adolescencia encargado de liderar los programas de sensibilización, vigilancia y control para garantizar la protección integral de niños, niñas y adolescentes en el marco de las competencias y funciones asignadas por la ley a nivel nacional.

**Grupo Protección y Seguridad al Turista:** es el grupo del Área de policía de Turismo encargada de proyectar a nivel nacional los planes y programas tendientes al cuidado y protección de turistas realizando la verificación y seguimiento a los mismos.

**Grupo Conservación del Patrimonio Cultural:** es el grupo del Área de Policía de Turismo encargada de liderar, verificar y proyectar a nivel nacional actividades tendientes a la conservación y cuidado del patrimonio cultural.

El objeto principal de la Policía de Turismo en Antioquia es participar, promover, controlar y apoyar el desarrollo de planes, programas y proyectos de las autoridades encaminados a la seguridad y fomento del turismo. Dar cumplimiento a lo establecido en la ley 300 de 1996 y demás normas relacionadas con el tema.

Para el departamento de Antioquia hay aproximadamente 91 Policías de Turismo, los cuales velan por cumplir el objetivo principal de su área.

Actualmente, se están ejecutando los siguientes programas para el departamento[12]:

- **"Únete a la cultura de la legalidad en Turismo":** promueve la legalidad de los prestadores turísticos, según lo establecido en la ley 300 de 1996, "Ley General de Turismo", quienes deben estar inscritos al Registro Nacional de Turismo. Adelanta labores de sensibilización y control, motivando y difundiendo los beneficios que se obtienen al realizar los aportes de ley al Estado Colombiano y ser partícipes activos de la competitividad turística, repartir folletos, afiches, plegables, alusivos a esta campaña.

- **"No a la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes por turistas":** controlar y disuade a los protagonistas de esta modalidad en los espacios turísticos del país, fortaleciendo la presencia de Policía de Turismo en los sitios de mayor concurrencia de

[12] Plan de acción Policía de Turismo 2010

turistas, coordinando con las autoridades locales la implementación de acciones que permitan neutralizar este fenómeno. Realiza sensibilización a los prestadores turísticos, para que difundan entre sus clientes, las políticas del Estado Colombiano en referencia a este delito. Distribuye material publicitario, que permita sensibilizar a la comunidad en general y visitantes a cerca del respeto y responsabilidad de proteger los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Exhibe pancartas, pasacalles, banners y afiches alusivos a la campaña preventiva, informando a la comunidad, los diferentes canales para denunciar a las personas que pretendan vulnerar la seguridad y la dignidad de la población infantil y adolescente.

- **"No dejes que tu patrimonio cultural se fugue": s**entido de pertenencia por el patrimonio cultural en todas sus manifestaciones y proactividad frente a la protección del mismo. En coordinación con las autoridades comprometidas en el control al tráfico de bienes considerados patrimonio cultural de la Nación, implementa estrategias de sensibilización y publicitarias, que permitan genera la conciencia y el compromiso de la comunidad para denunciar estas manifestaciones delictivas.

- **"Turismo sano, sin drogas":** promueve el desarrollo de la actividad turística libre de drogas interiorizando los valores y principios esenciales de prevención de este flagelo. Realiza acciones de control para erradicar el expendio y consumo de droga, en los escenarios turísticos, previniendo el crecimiento de diferentes fenómenos delincuenciales y degradación de la dignidad humana.

### 1.1.13 Análisis de las condiciones medioambientales

**Aspectos biofísicos y ambientales[13].**

En cuanto al relieve, el municipio de Guatapé hace parte de la cordillera Central de los Andes, en su mayor parte montañosa con algunas regiones planas y de topografía suavemente ondulada, condiciones que favorecieron la construcción del Embalse. Su fisiografía se caracteriza por poseer un sistema de colinas bajas con pendientes que varían entre el 7 y el 12 % en los sectores de las veredas El Roble, La Peña y Quebrada Arriba; un relieve un poco más abrupto y con pendientes que varían de lo ondulado a escarpado y con pendientes entre el 12 y el 50% en las veredas La Peña, La Piedra, El Roble y Quebrada Arriba; y unas condiciones de pendiente por encima del 50% que se encuentran en las veredas de Santa Rita y El Rosario.

[13]Plan de gestión ambiental municipal de Guatapé, PGAM, 2004-2020.

Geológicamente la mayor parte del municipio se encuentra sobre materiales derivados de rocas ígneas que forman el llamado batolito antioqueño que se formó en la era mesozoica durante el período cretácico. Éste está formado por el complejo de cuarzodioritas, andesitas, granodioritas, gravos que son un magma granítico. En las veredas Santa Rita y El Rosario se encuentra una similitud en cuanto que la estructura geológica pertenece en parte al batolito antioqueño.

| CUENCA No | AREA Kms.² | LONG Km. | PRECIP Mm | PERIMET Km. | NOMBRE DE LA MICROCUENCA |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 6.56 | 3.25 | 4000 | 10.25 | Bonilla hasta embalse |
| 2 | 3.38 | 1.75 | 4000 | 7.75 | Cucurucho hasta Bonilla |
| 3 | 1.26 | 2.00 | 4000 | 4.88 | El Erizo |
| 4 | 4.69 | 4.50 | 4000 | 11.00 | Cucurucho o Sonadora |
| 5 | 1.57 | 2.00 | 4000 | 5.63 | La Tupia hasta el tesoro |
| 6 | 1.33 | 2.75 | 4000 | 6.63 | El Tesoro |
| 7 | 0.52 | 1.75 | 4000 | 3.75 | Escuela Q. Arriba |
| 8 | 2.01 | 2.25 | 4000 | 6.25 | Tafetanes |
| 9 | 1.94 | 2.25 | 4000 | 5.50 | Peñolcito |
| 10 | 1.14 | 1.13 | 4000 | 4.13 | Potreritos o la Laguna |
| 11 | 2.04 | 1.88 | 4000 | 5.50 | Q. Cañada Fea y la Florida |
| 12 | 1.10 | 2.25 | 4000 | 4.50 | El Roble |
| 13 | 2.50 | 2.00 | 6000 | 6.75 | La Larga |
| 14 | 4.34 | 4.19 | 6000 | 8.88 | El Rosario |
| 15 | 2.96 | 3.25 | 6000 | 6.75 | La Mulata |

Tabla de las principales cuencas hidrográficas,
Fuente: Plan de Gestión Ambiental Municipal de Guatapé

En algunos sectores las colinas corresponden a las rocas metamórficas y sedimentarias y otras zonas han sido formadas por materiales aluviales.

Las altas precipitaciones y las condiciones del relieve son un factor propio para la conformación de sistemas lóticos y de corrientes de agua que finalmente son tributadas al Embalse Peñol – Guatapé.

**NOTA:** Algunas de estas microcuencas son utilizadas como fuente de abastecimiento para los acueductos tanto urbanos como de algunas veredas[14].

La construcción del embalse también modificó considerablemente el régimen hidrológico natural de las quebradas. Los principales problemas de las fuentes de agua, se resumen en: vertimiento de aguas residuales domésticas, la contaminación alta por basuras en el embalse en los períodos de mayor afluencia turística, contaminación por pesticidas de cultivos y falta de políticas claras a nivel ambiental en el municipio.

[14] Municipio de Guatapé, plan de gestión ambiental municipal de Guatapé, PGAM, 2004-2020.

### 1.1.14 Biodiversidad

**Fauna:** Recurso que ha disminuido considerablemente debido a la caza indiscriminada. En la vereda La Piedra, La Peña y los Naranjos, ya no se reportan especies propias de la zona. En las demás veredas del Municipio se reportan algunos individuos de armadillos (localmente conocidos como gurres), guaguas, conejos de monte, algunas serpientes cazadoras, pavas y sinsontes.

| Nombre científico | Nombre vulgar |
|---|---|
| *Coragypsatratusfoetens* | Gallinazo |
| *Ortalis garrula gárrula* | Guacharaca |
| *Penelopemontagniimontagnii* | Pava |
| *Colinuscristatus* | Perdiz |
| *Columba fasciataalbilinea* | Paloma collareja |
| *Columbina talpacotirufipennis* | Tortolita |
| *Crotophagasulcirostrissulcirostris* | Garrapatero |
| *Piaya cayana wigricrissa* | Soledad café |
| *Tyto alba contempla* | Lechuza |
| *Lurocalissemitorcuatosrufiventris* | Gallinaciega |
| *Glaucis hirsuta afinis* | Colibrí bijaguero |
| *Trogonpersonatuspersonatus* | Soledades |
| *Picumnusolivaceusolivaceus* | Carpintero oliváceo |
| *Synallaxisazarae* | Piscuiz |
| *Synallaxiscinnamomeacinamomea* | Piscuiz |
| *Muscivoratyrannusnmonachus* | Tijereta |
| *Thraupisepiscopuscanalinnaeus* | Azulejo común |
| *Phaeprogne tapera tapera* | Golondrina |
| *Notiochelidoncyanoleucacyanoleuca* | Golondrina común |
| *Progne chalibea* | Golondrina |
| *Cyanocorax yuncas galeata* | Carriquí |
| *Cinnycerthiapervanoolivacens* | Cucarachero |
| *Cristothorusplatensistolimae* | Cucarachero |
| *Thryothorusrotilus interior* | Cucarachero |
| *Tordusfuscater quicio* | Mirla negra |
| *Tordusignobilis* | Mayo |
| *Melothrusbonariensiscabarissii* | Chamón |

| | |
|---|---|
| *Zonotrichiacapensiscostaricensis* | Pinche |
| *Buteomagnirostrismagnirostris* | Gavilán pollero |
| *Ceryletorquatatorquita* | Martín pescador |
| *Chloroceryle americana americana* | Martín pescador |
| *Sporophylawigricollis* | Semillero |
| *Sicalisflaveolalirinacus* | Canario |
| *Volatina jacarina* | Semillero |

Aves observadas en Guatapé

| ***NOMBRE VULGAR*** | ***FAMILIA*** |
|---|---|
| *Cazadora verde* | *Columbidae* |
| *Cazadora café* | *Colubradae* |
| *Coral* | *Elapidae* |
| *Sapo* | *Bufo mainus* |
| *Rabo de ají* | *Crotalidae* |
| *Rana roja* | *Myniobatesopistomela* |
| *Culebra guarda camino* | *Dendrophidiumbivittatum* |
| *Culebra ciega* | *Niniaatrata* |
| *Víbora de tierra fría* | *Bothropsschiegeli* |
| *Culebra cazadora negra* | *Cleliaclelia* |
| *Víbora granadilla* | *Crotalidae* |

Reptiles nativos

| ***NOMBRE VULGAR*** | ***NOMBRE CIENTÍFICO*** |
|---|---|
| *Comadreja* | *Mustela Frenata* |
| *Ardilla* | *Sarrussp* |
| *Chucha gallinera* | *Didechnis Marsupiales* |
| *Guagua venada* | *Cunículos Paca* |
| *Conejo negro* | *Dasypractaaguati* |
| *Guagua loba* | *Dinomysbranickii* |
| *Armadillo* | *Dasypusnovemcintucs* |
| *Zorro perruno* | *Cerdocyonthous* |
| *Oso Hormiguero* | *Tamandua mexicana* |
| *Rata de Agua* | *Chironectesminimus* |
| *Perro de monte* | *Potos flavus* |

| | |
|---|---|
| *Perezoso* | *Choloepushoffmanni* |
| *Murciélago frutero* | *Carolliabrevicauda* |
| *Murciélago trompudo* | *Anouracaudifer* |
| *Erizo* | *Coendouprehensilis* |

Mamíferos nativos

Fuente para las tablas 6,7 y 8: Plan de gestión ambiental municipal de Guatapé, PGAM, 2004-2020.

La fauna del municipio está siendo amenazada por la cacería indiscriminada y la pérdida de sus hábitats; las especies más perseguidas son la guagua, las guacharacas, el armadillo, la pava de monte y el conejo sabanero; en cuanto a la avifauna seencuentran en peligro de extinción en la jurisdicción del municipio, especies como el toche y el sinsonte, aves canoras con facilidad de comercialización en la zona.

### 1.1.15 Recurso Bosque

Este tipo de recurso en el Municipio se encuentra representado en plantaciones de pino pátula y el resto en bosques naturales; las plantaciones en su mayoría son propiedad de Empresas Públicas de Medellín, establecidas con fines de protección.

El área cubierta con bosques naturales se encuentra disminuida como consecuencia de la tala indiscriminada. La mayor área de especies nativas se encuentra en las veredas de Santa Rita, el Rosario y Quebrada Arriba y algunos reductos en la vereda el Roble y la Sonadora. Los principales motivos de la deforestación son la ampliación de la frontera ganadera y la extracción de varas para leña o para tutores de cultivos agrícolas en los municipios vecinos.

| ***NOMBRE CIENTÍFICO*** | ***NOMBRE VULGAR*** |
|---|---|
| *BefariaClauca* | *Carbonero* |
| *Billia Colombiana* | *Manzano de monte* |
| *BlaqueaSphaerica* | *Mioncita* |
| *BoconiaFrutescea* | *Trompeto* |
| *BrunelliaSibrondoya* | *Cedrillo* |
| *Ceropeateleincana* | *Yarumo blanco* |
| *Chinchona Pubescena* | *Quina* |
| *ClethraFagifolia* | *Chiriguaco* |
| *Cardiaacuta* | *Guasimo* |
| *Crotón Magdalenensis* | *Drago* |
| *Datara Arborea* | *Borrachera* |
| *Drimysgranatensis* | *Canelo* |

| | |
|---|---|
| *Escalloniapaniculata* | *Chico colorado* |
| *Frezleraseriacea* | *Cerezo* |
| *Gaiadentron tagua* | *Tagua* |
| *Godoyaantioquencis* | *Caunce* |
| *EdiusmumBonplandeanum* | *Sivo – silvo* |
| *Heteroylla* | *Mortiño* |
| *Hucronimaantioquensis* | *Candelo* |
| *Inga Aucheri* | *Guamo* |
| *LippiaSchilimir* | *Gallinazo* |
| *MerianeaNobilis* | *Amarrabollo* |
| *MyrciaPopayanensis* | *Arrayán* |
| *PerseaCrysophylla* | *Aguacatillo* |
| *PodocorpusOleifolius* | *Chaquiro* |
| *RapaneaFerruginea* | *Espadero* |
| *SchefflerаUribel* | *Pategallina* |
| *TibuchinaLepidota* | *Sietecueros* |
| *ToxicodendrumStriatum* | *Manzanillo* |
| *ViburnumAnabtista* | *Sauco de Monte* |
| *VismiaBaccifera* | *Encenillo* |
| *WilinmaniaPubescens* | *Churimo* |
| *Micona SP* | *Niguito* |
| *Cortón* | *Guacamayo* |
| *AlchorneaBogotensis* | *Montefrío* |
| *ElaeagiaPastoensis* | *Rayo Lacre* |
| *HediosmumBonpindianum* | *Culefierro* |
| *Nectandrasp* | *Laurel* |
| *SauraviaSp* | *Dulumoco* |
| *WeinmanniaBalbisiana* | *Encenilla* |
| *Ferruginea* | *Carate* |

Flora nativa.

Fuente: Plan de gestión ambiental municipal de Guatapé, PGAM, 2004-2020.

### 1.1.16 Recurso Suelo

El suelo del municipio de Guatapé se encuentra utilizado por el embalse en un 30% del territorio. La agricultura se da principalmente en las veredas: La Piedra, La Sonadora, La Peña y Quebrada Arriba en un área aproximada de 575 hectáreas, correspondiente al 7% del territorio. Los principales cultivos son: maíz, tomate, fríjol, papa, repollo y zanahoria.

También se dan cultivos en pequeña escala, de café, plátano y caña.La inundación de tierras por el embalse se convierte en el factor más importante de usos del suelo. Las veredas más afectadas por este factor son: Santa Rita, Los Naranjos, La Piedra, La Peña y Quebrada Arriba[15].

Las áreas destinadas a fincas de recreo y parcelaciones, equivalen a 152,9 hectáreas (1,7% del territorio).

En el municipio de Guatapé la mayor parte del área municipal se encuentra inundada por el embalse de El Peñol – Guatapé, el cual ocupa el 30.4 % del su área total. Le sigue en extensión la cobertura de pastos limpios con un porcentaje de 16,27 %, ubicado principalmente en las veredas El Roble, La Sonadora y El Rosario, donde genera conflictos en áreas con pendientes medias y altas. Las áreas agrícolas heterogéneas (mosaicos) ocupan en conjunto un 22.02% del área total, ubicadas principalmente en las veredas La Peña, La Piedra y Quebrada Arriba. Otra de las coberturas más notables es el de Bosque natural denso y fragmentado con un porcentaje de 10,84%, ubicado en el área de influencia del embalse de las veredas El Roble, la Peña, La Piedra; en el costado oriental de la vereda Quebrada Arriba y en pequeñas áreas de las veredas Santa Rita, el Rosario y la Sonadora. El Bosque plantado, con 8,13 % del área total del municipio, se encuentra ubicado en las veredas Los Naranjos, las áreas de influencia del embalse El Peñol – Guatapé de las veredas El Roble, Quebrada Arriba y la Peña.

Con respecto a la zona urbana, el municipio de Guatapé presenta una predominancia del uso residencial (en el sector tradicional), seguido por el uso comercial (en el marco del parque principal y a lo largo del malecón) y de servicios que se ubica alrededor del parque principal y sobre las vías de acceso al mismo, con tendencia a tener un mayor desarrollo sobre el Malecón, especializando este eje vial como un corredor de actividad múltiple (mezcla de usos comerciales, de servicios y residenciales, lo cual lleva a desplazar el uso residencial a pisos superiores o a otras zonas de la cabecera).

Es de referenciar que actualmente el municipio está actualizando su EOT, en el marco del DMI (distrito de manejo integrado para el embalse de Guatapé -Peñol)que fue promulgado y concertado en el 2012, que afecta y restringe seriamente el uso y manejo del suelo urbano y rural del municipio de Guatapé

[15]Plan de gestión ambiental municipal de Guatapé, PGAM, 2004-2020 y EOT de Guatapé, 2008.

El municipio de Guatapé tiene en la actualidad una gran demanda para el uso de la tierra en parcelaciones, debido en gran medida a su riqueza paisajística, el potencial turístico, la tendencia a la subdivisión predial, la presión en el suelo rural para uso en viviendas de recreo, la cercanía con el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, las favorables condiciones de orden público y el buen estado de la red vial regional.

Para la determinación de las zonas de parcelaciones dentro del EOT de Guatapé, se tomaron inicialmente cuatro zonas delimitadas por el municipio de acuerdo a la demanda de parcelaciones en sectores como Los Naranjos, Aguaceritos, La Ceja y La Piedra. A estas zonas se les aplicó las restricciones de tipo ambiental como fueron las zonas con pendientes mayores al 75%, el uso actual en bosque natural y las zonas de protección para la producción agrícola, según el decreto 3600.

## 1.2 FACTOR DE ATRACCIÓN

### 1.2.1 Reconocimiento y valoración del inventario turístico municipal

El presente ejercicio de actualización del plan local de turismo no prevé la actualización del inventario turístico, pero se deja planteado como un proyecto de mediano plazo a ejecutar por parte de la secretaria de turismo local y de los actores del sistema turístico municipal, ante la urgencia de estar innovando en el factor de atractividad para aumentar movilidad del flujo de visitante al destino turístico “Guatapé” , se revisó el actual inventario y se realizaron algunas recomendaciones desde lo formal y técnico a los funcionarios de la secretaria de turismo local.

### 1.2.2 Análisis de las potencialidades turísticas del municipio

Hoy día, Guatapé cuenta con grandes potenciales para explotar el turismo religioso, deportivo, cultural, el agroturismo, el ecoturismo, y turismo de aventura. Cuenta con hoteles, restaurantes, barcos, lanchas y sitios turísticos para disfrutar, contemplar, meditar y descansar. Actualmente se están desarrollando proyectos de mercadeo territorial, con el objetivo de acompañar un proceso de desarrollo sostenible y pertinente con la comunidad de Guatapé.

Una riqueza natural y potencial económica de Oriente lo representan las reservas de agua. Ello ha motivado la creación de hidroeléctricas, y por tal razón Antioquia suministra la tercera parte de la energía que consume todo el país, y con ello nació el Recorrido de los Embalses Turísticos.La más famosa de esas represas en la subregión es la de El Peñol-

Guatapé, ubicada a hora y media de Medellín y en inmediaciones de los dos municipios que le dan nombre al embalse. Se puede recorrer en bote y disfrutar de una agradable estancia en sus orillas, gracias a una infraestructura hotelera disponible durante todo el año. Allí se practican deportes acuáticos como el canotaje y el esquí. Junto a la represa se ubica también el Peñón de Guatapé. La Piedra cuenta con la posibilidad de ascender hasta su cima, ubicada a 220 metros de suelo firme. Después de ascender las casi 700 escalas los ojos se topan con el espectáculo del altiplano cubierto de la represa. Además, en esa cima se construyó un establecimiento donde se puede degustar los productos de la región.

### 1.2.3 Guatapé en la Ruta de Naturaleza de Aguas y Piedras

**Fuente: Guía turística del Oriente antioqueño**
**Imagen 1. Ruta de las aguas y las piedras**

Esta ruta articula paisajes, embalses y hermosos ríos, además monolitos (piedras) de gran tamaño y significado existentes en la microrregión de embalses. Todo este conjunto enriquece el patrimonio natural y ambiental consolidándose una oferta turística sólida para el desarrollo de actividades lúdicas, recreativas, deportivas, náuticas (jet sky, kayak, veleros), deportes de aventura, recreación pasiva, esparcimiento en balnearios, etc.

Es una ruta singular, caracterizada por su gran riqueza hídrica aprovechada en múltiples embalses para la generación de energía, que permiten la producción de aproximadamente un 30 % de la hidroenergía nacional. Por lo tanto en sus numerosos espejos de agua, entre los que se destacan las represas de Peñol-Guatapé, San Lorenzo, Playas, Punchiná y Tafetanes, se pueden practicar numerosos deportes, pescar y avistar fauna y flora, dado que sus alrededores son conservados con esmero.

Dicho paisaje, decorado además por la presencia casi exclusiva en Colombia de monolitos de gran tamaño (Peñón de Guatapé, la Peña, Piedra de San Vicente, El Marial y El Tabor), hacen mucho más atractiva esta ruta, que es sin lugar a dudas el destino turístico más consolidado y de mayor referencia en el Oriente Antioqueño.

Completan este cuadro paisajístico los numerosos balnearios existentes en sus municipios, bosques tropicales y de niebla, la diversidad de climas que van desde el cálido al frío, la presencia de singulares y místicos monasterios, el desarrollo tecnológico de las grandes hidroeléctricas, además de la belleza de pueblos pintorescos, donde la tradición se mantiene, combinada con los desarrollos contemporáneos, en los que la cultura ofrece numerosos eventos y fiestas populares (fiestas del embalse y el turismo, fiestas del agua, fiestas del río, fiestas del arriero, etc).

Posee esta ruta buena conectividad vial y desarrollo de planta turística variada y numerosa, con falencias en algunos municipios. La ruta de las aguas y las piedras se organiza en torno a los municipios que conforman la subregión embalses del Oriente, como un área que permite el disfrute de sus riquezas hídricas, grandes monolitos, embalses y cultura local.

En el último aspecto es bien significativa para la región, la epopeya vivida por sus pobladores como efecto de las obras de ingeniería conducentes a la estructuración de las hidroeléctricas, que han generado impactos fuertes en el paisaje y la sociedad, las cuales son evidentes en los relatos de los pobladores, en las huellas del paisaje y en los museos históricos de El Peñol y Guatapé, que permiten la reconstrucción del pasado histórico de estos pueblos referidos.

El recorrido de esta ruta puede iniciarse indistintamente por la vía Medellín-El Peñol o desde la vía Barbosa-Concepción. Por la primera vía se pasa por las poblaciones de Marinilla, El Peñol, Guatapé, San Rafael y San Carlos, con la posibilidad de completar el anillo hacia la población de Granada y El Santuario, conectando con la autopista Medellín-Bogotá. Por la vía Barbosa-Concepción se pasa por las poblaciones de Concepción y Alejandría, y desde aquí conectar con Guatapé o San Rafael; desde Alejandría también puede seguirse hacia el Nordeste (vía a Santo Domingo), así como desde San Carlos se puede seguir hacia Puerto Nare en el Magdalena Medio.

El trayecto ofrece a quienes recorren la ruta, la visita a todas las grandes rocas o monolitos mencionados atrás, el acceso a embalses e hidroeléctricas, la visita a monasterios en el Peñol y Guatapé, y la participación en una serie de placeres y actividades relacionadas con los recursos existentes en la ruta: miradores naturales, senderismo, baño en los ríos y quebradas, visita a granjas agropecuarias, disfrute de comida típica, visita a museos, etc.

### 1.2.4 Guatapé, del "pueblo de los zócalos a "una experiencia para vivirla"

Guatapé, es un municipio sin duda de los pueblos más lindos de Antioquia. Todas sus viviendas mantienen una constante en sus fachadas: **zócalos pintados de colores vivos** y con alusiones a la cultura o arte paisa. A orillas del embalse se encuentra el malecón, que cuenta con un corredor de comidas, hospedajes y servicios acuáticos como los planchones acondicionados con sillas, música y bares, en los que muchos turistas se embarcan para divertirse en las discotecas flotantes.

Además se puede gozar un sobrevuelo en canopy, un trayecto de 600 metros, lo mejor del sobrevuelo es que se realiza sobre las aguas del embalse, lo que genera aún más emoción a la actividad.

Otros municipios que cuentan con represas en sus jurisdicciones son Alejandría, San Rafael y San Carlos. Embalses como Calderas y Punchiná, en San Carlos, Playas en San Rafael o San Lorenzo, en Alejandría, no poseen la infraestructura turística de El Peñol-Guatapé pero son también atractivos para la pesca y deportes acuáticos.

Claro que las opciones no terminan allí; en el aspecto cultural la subregión del Oriente ofrece museos en casi todos los municipios que lo conforman. Los más célebres se ubican en El Peñol y Guatapé, donde reposan objetos de gran valía de épocas coloniales, como armas de las guerras de independencia, y obras de arte de reconocidos artistas contemporáneos. Los amantes de la aventura, de las caminatas ecológicas y el agroturismo encuentran también sus espacios en el Oriente antioqueño. Los caminos se encuentran para todos los gustos y exigencias, incluso antiguas trochas de arrieros que comunican con subregiones antioqueñas cercanas como el Valle de Aburrá o el Suroeste.

### 1.2.5 Referentes turísticos del municipio de Guatapé

ATRACTIVOS TURISTICOS NATURALES

**La Florida**

Fuente hídrica ubicada a 25 km de la zona urbana, rodeada de vegetación nativa, y diversidad de flora y fauna. CORNARE y Empresas Publicas de Medellín construyeron en la parte baja de la Florida unas presas de retención de unos 64 m3 con el fin de realizar una recuperación de la parte media y baja de la cuenca y en contraprestación se les permitirá hacer una explotación turística de las lagunas artificiales. Dentro de su jurisdicción se tiene proyectada la construcción del complejo turístico Lagos de Guatapé.

**Potreritos**

Esta cuenca se encuentra al noreste del casco urbano del municipio de Guatapé, en la vereda Quebrada Arriba. El acueducto urbano de Guatapé se abastece de esta quebrada, la microcuenca se encuentra bien protegida y ha sido objeto de reforestación en los últimos años donde se han adquirido y reforestado 43 hectáreas mediante convenio CORNARE municipio.

**El Vertedero**

Caída de agua que ubicada en jurisdicción del Municipio de Alejandría, pero que se incluye como atractivo turístico de Guatapé ya que el acceso se da con mayor facilidad desde este Municipio, por vía terrestre o acuática. Está ubicada a 12 km de la cabecera Municipal de Guatapé y demarca límites con Alejandría, El Peñol y Concepción. El recorrido por el embalse se puede efectuar a través de las lanchas y barcos turísticos, con una duración de 45 minutos aproximadamente. Por vía terrestre se toma un desvío sin pavimentar que está ubicado a 5 km de la cabecera Municipal por la carretera que conduce al Municipio de San Rafael, a la altura del sitio conocido como Caza Diana. El recorrido por este tramo tiene una duración aproximada de 30 minutos. Allí fue construido un puente, bajo el cual el máximo nivel del embalse al rebosar sus aguas forma una caída espectacular conocida como el vertedero. Dando lugar a uno de los atractivos más hermosos de la región. El vertimiento de sus aguas a la quebrada Santa Rita forma una cascada multicolor de 100 m. de altura que crea, con la vaporización del agua, un arco iris permanente sobre la cascada.

**Cascada de Caña Fea**

Localizada en la vereda El Roble, sus aguas son afluentes de la quebrada La Florida que, a su vez, desemboca en la quebrada La Ceja. Es una cascada caudalosa y de aguas frías, en su trayecto se observan grandes afloraciones rocosas cubiertas por vegetación nativa compuesta por musgo, algas rojas y verdes, enredaderas, bejucos, el bosque circundante es muy espeso. Posee pendientes de alto grado de inclinación que implican riesgo. Su acceso se hace atravesando el parque El Cristalino y recorriendo el cauce de la quebrada La Ceja hasta acceder el Alto del Paramo en un recorrido aproximado de tres horas. Su mayor atractivo es una afloración rocosa de 15 m. de altura que se encuentra al final del recorrido.

**Bahía Santa Rita**

Es una zona que se caracteriza por guardar el mayor potencial forestal del Municipio de Guatapé. En ella crece una gran variedad de palmas y palmeras dentro de las que se destaca la Palma de Cera, considerada el Árbol Insignia Nacional. Es una zona con alta

pluviosidad, su entorno paisajístico hace de este lugar un sitio apto para desarrollar allí actividades recreativas de tipo natural como el campismo, la pesca y deportes náuticos.

**Isla del Sol**

Es la parte más extensa y profunda del embalse, se encuentra ubicada a 40 minutos de la zona urbana del Municipio. Es un lugar de connotaciones paisajísticas de gran relevancia en épocas de verano donde se observan hermosos atardeceres. Apta para la práctica de la pesca, el camping y deportes náuticos.

**Isla Santa Marina**

Ubicada a 3 km de la cabecera Municipal, es de propiedad de las Empresas Publicas de Medellín y está conformada por montículos que sobresalen en el embalse. Dada su ubicación estratégica se utiliza tanto para la vigilancia y protección de los bosques secundarios como punto de referencia para los barcos flotantes que culminan allí el recorrido de 45 minutos.

**Islas de los Gallinazos y Patrulleros**

Distan 15 minutos de la cabecera Municipal, son pequeños islotes que resaltan en el embalse. Por su ubicación CORNARE ha proyectado adecuar esta zona como parque ecológico de especies, no nativas que viven en cautiverio. Se caracteriza por tener poca vegetación, flora y fauna. Son aptas para zona de camping, práctica de deportes náuticos y pesca deportiva. Desde allí se contemplan hermosas panorámicas en un atardecer veraniego.

**Cavernas de La Peña**

Localizadas en la vereda La Peña, parte noroccidental del Municipio, tienen un área de 350 m2 aproximadamente y se asientan en torno a una afloración rocosa de gran magnitud. Son grutas naturales profundas, con varias estancias, labradas por la corriente de una quebrada que recorre su interior y que sirven de hábitat a especies de murciélagos nativos. En sus paredes existen dibujos precolombinos tallados en la roca donde resaltan símbolos como el sol, estrellas y animales, que se suman al hallazgo permanente de vestigios indígenas dispersos por la zona y encontrados por campesinos de la vereda, los cuales indican que las cavernas sirvieron de refugio y recinto ritual a culturas antiguas que habitaron la región. Dentro del área se encuentran varias cavernas aptas para la práctica de espeleología y turismo de aventura.

**Parque Ecológico El Cristalino**

Parque recreativo de 22 hectáreas ubicado en la vereda El Roble a 2 km de la Plaza Principal de Guatapé, contiguo al proyecto turístico Lagos de Guatapé. Apto para el turismo ecológico, especializado en pesca deportiva de trucha arco iris, cuenta con un hermoso lago artificial que tiene un largo de 30 m de diámetro y 5 tanques de cultivo. Rodeado de exuberante vegetación y bosque secundario donde ejercen dominio especies arbóreas entre ellas guacamayo, drago y siete cueros, se observan también diversidad de aves como: cacaos, mirlas, chilcaguas, azulejos, pinches, canarios silvestres, tórtolas y gavilanes. Cuenta con servicio de restaurante y alojamiento. Su acceso es restringido y se presta el servicio de alquiler de implementos para la pesca y venta de pescado. El servicio es prestado todos los días de 10:00 am a 6:00 pm. Con acceso al público, pagando por la entrada.

**Parque Recreativo La Culebra**

El parque La Culebra, a 2 km del casco urbano sobre la vía principal, nace a partir los años 90 y deriva su nombre de la vereda a la que pertenece. Toda la extensión del parque esta surcada por senderos peatonales, para el disfrute de un día ecológico y la divisa de sitios tales como El Peñón de Guatapé y el embalse, entre otros.

Tiene un área aproximada de 75.000 m2 con ambientación en jardines, árboles frutales y cebaderos que atraen a variedad de pájaros. Alberga diferentes servicios como: parqueaderos, Cafetería y Restaurante, Auditorio al aire libre, Auditorio bajo techo, Zona de televisión, Cancha de microfútbol, kioscos, Asaderos, Cancha de Tejo, Muelle de servicios náuticos, Muelles para pesca, Barcos encallados, Zona de camping, Vivero, huerta biológica y huerta aromática.

**El Peñón de Guatapé**

Es una mole de roca formada por granodiorita del batolito Antioqueño con una antigüedad de más de 70 millones de años durante el cretáceo superior. Su parte más alta, al sudeste, arranca sobre la cota de 1.945 msnm y su cima emerge hasta la cota de 2.131 msnm, por lo cual se estima que su altura visible es de 186 m. Su largo es de 380 m. y su ancho máximo es de 100 m. Esta masa rocosa tiene un volumen de 4’685.000 m3 y un peso aproximado de 10 millones de toneladas. Tiene varias grietas, una de las cuales fue aprovechada para la construcción de sus 644 escalas por las cuales se acceden a su cima y muchas grietas pequeñas que son aprovechadas para la práctica de escalada.

Al parecer los indígenas Tahamies que poblaron esta región adoraron la gigantesca mole que en su dialecto se denomina mojarra o mujara (peñón o piedra). Este peñón se encuentra ubicado en la vereda La Piedra a solo cinco minutos de la zona urbana de Guatapé por carretera pavimentada y se llega a través de distintos servicios de transporte o caminando. Hay acceso al público, pagando por la entrada, hay servicio de parqueadero.

En julio de 1954 fue escalada. Cuenta la historia que esta Piedra se escaló por un reto ya que el sacerdote de la localidad dijo: Me parece extraño que desde el descubrimiento de América no haya aparecido un hombre capaz de escalar la Piedra o será que los hombres de Guatapé son de la familia de los sapos porque (sapo no sube a piedra). Esto despertó en Luis Villegas, Pedro Nel Ramírez y Ramón Días habitantes de Guatapé, el deseo de escalarla; cinco días fueron necesarios para escalarla utilizando palos incrustados a presión en forma horizontal en las paredes de la grieta de la roca.

En este peñón se halló una nueva especie de flora que consiste en una planta de hojas espinosas y flor roja, a la cual el alemán que la descubrió le dio el nombre de pitcairma Heterophila.

ATRACTIVOS CULTURALES

**Casa de la Familia García**

Es una casa en tapias que tiene en su interior zócalos relativos a la actividad de la arriería en memoria a los arrieros. Fue construida hace un siglo aproximadamente, fue paso obligado y hospedaje de los arrieros que venían del Magdalena Medio, por el camino de Islitas, cargados con sus mercancías. Allí se realizaba el cargue, descargue y descanso de los arrieros, por eso conserva corredores en piedra, un patio grande, en su centro está la huella del saladero de las mulas, hasta hace algún tiempo conservaba el andén en piedra y está en la orilla del camino de Islitas que hoy es la calle Giraldo Jiménez. La casa ha sufrido modificaciones, hoy solo conserva una tercera parte de su estado original. El acceso al público es restringido.

**Casa Cural**

De estilo republicano el cual se caracteriza por poseer largos corredores que rodean el jardín principal, habitaciones amplias de techos altos, grandes ventanas, construidas a principios del siglo XX. Es la única casa que conserva su estado original. Se ubica en la carrera 30 entre las calles 30 y 31 contiguo a la iglesia. El acceso al público es libre.

**Casa de la Familia Jimenez**

Tiene un gran valor arquitectónico por su estilo fiel a la arquitectura de la colonización antioqueña. Fue construida en el siglo XIX y actualmente conserva la fachada y el color. Se localiza en la carrera 30 con calle 30 en un extremo de la plaza principal.

**Palacio Municipal**

Ubicado en la plaza principal en la calle 30 No. 20 - 29. Es una construcción moderna de dos plantas, cuenta con un patio interior adornado con jardines y una pileta. En el segundo piso se encuentra la administración municipal.

**Hospital La Inmaculada**

Fue fundado en 1.966, está en proceso de remodelación, su fachada principal está adornada de jardines, fuente y bancas en madera que los hacen un lugar acogedor. Uno de los atractivos más importantes del hospital es el salón Luisito, dotado de un castillo real donde los niños pueden entrar y poner a volar su imaginación, allí se trabaja en la evaluación y estimulación de los niños.

**Centro Integrado de la Cultura - CIC**

Construcción moderna destinada a actividades deportivas y culturales. Consta de: Placa deportiva, camerinos, baños públicos, cafetería, biblioteca, gimnasio, graderías para cerca de mil personas y un escenario. Se finalizó su construcción en 1995.

**Capilla y Casa de las hermanas de Santa Ana**

Ubicada en la Villa del Carmen, carrera 23ª N 29B 03. Las hermanas de la comunidad de Santa Ana, llegadas al municipio en el año de 1968, son una comunidad de origen Español a cuyo cargo tienen la dirección del Liceo Nuestra Señora del Pilar, el Centro de Bienestar al Anciano (CBA) y el Hogar Infantil Santiago. En 1993 el arquitecto Alejandro Morales diseñó y construyó parte de la casa en arquitectura moderna, de estilo mozárabe con puertas y ventanas talladas en madera y un manejo de los colores, completamente diferentes a los típicos guatapenses. En su capilla se encuentran obras de escultores y pintores religiosos de relevancia nacional.

**Abadía de los Benedictinos**

Su nombre real es *Santa María de la Epifanía de Guatapé*, está ubicada a 8 km de la zona urbana del Municipio de Guatapé en la vereda Quebrada Arriba en un hermoso paraje rodeado de naturaleza. La construcción es de estilo tradicional Basilico, guarda en su

interior la capilla, el almacén de artículos realizados por los Monjes y los productos elaborados con la miel de abeja por ellos recolectada. Allí se celebra una eucaristía especial los Domingos, la cual es celebrada con cantos Gregorianos. Actualmente viven allí 21 Monjes.

**Iglesia Nuestra Señora del Carmen**

Asentada en la plaza principal del Municipio, fue construida en 1.865, es de estilo Greco Romano con grandes arcos y biseles circulares que adornan las bases y la parte alta de las columnas. La decoración del templo es muy particular pues cuenta con zócalos internos construidos en la era del cemento (1920 -1940), zócalos romboidales en la base de la parte superior, adornados de flor de Lis, un coro de estilo romano, el escudo de la Virgen del Carmen; además tiene altares e imágenes que constituyen las más bellas réplicas de arte bizantino y quiteño existente en el Oriente Antioqueño.

A su estructura original se le han agregado murales pintados dentro de sus nichos, los vitrales y cambio de lámparas. Se realizan eucaristías de lunes a sábado a las 6:00 am y a las 7:00 pm, los domingos a las 8:00am, 10:00 am, 12:00 pm, 5:00pm, y 7:00 pm. Se celebran Bautizos el último domingo del mes.

**Cementerio**

En estilo clásico, posee en la parte superior una réplica del Arcángel San Gabriel. El corredor central es un piso vitrificado con jardines a sus lados. Las bóvedas están en las partes laterales que rodean el cementerio. Al fondo está la capilla con tres ventanas en forma de arco, encima de la capilla hay cuatro réplicas del Arcángel San Gabriel. Llama la atención por sus jardines y la uniformidad de bóvedas y osarios. Permanece en muy buen estado y se halla colocado a la entrada principal del pueblo.

**Comando de Policía**

Está situado en la CI. 32 Avenida el Malecón. Construido en 1992 por el ingeniero constructor Bogotano Mauricio Rincón Hurtado. En la planta de abajo se encuentra la oficina de vigilancia, cocina, comedor, oficina del comandante y un patio. En la planta superior quedan los dormitorios, los baños y la sala de reuniones. Mantiene personal en servicio disponible las 24 horas.

**Museo Histórico Comunitario**

Localizado en el segundo piso de la Alcaldía Municipal, es el centro de información histórico cultural del municipio. Ofrece el servicio de guianza. Su horario de atención al público es de 10:00 am a 3:00 pm únicamente los domingos.

**El Parque Principal**

Construido en el año 1.920, es un sitio de encuentro de propios y extraños adornado con jardines y árboles entre los cuales sobresalen por su magnitud y belleza las araucarias y guayacanes. Allí se encuentra la estatua de Simón Bolívar, obedeciendo a una ley que ordenaba elegir estatuas al libertador en cada municipio colombiano en honor a la celebración del primer centenario de su muerte en 1930.

**Calle del Recuerdo**

Ubicada entre carreras 28 y 30 a una cuadra de la plaza principal. Está a una cuadra de la plaza principal entre la carrera 30 con carrera 28. Se construyó en memoria al antiguo barrio la Aldea, inundado por el embalse. Es una vía empedrada que se ha convertido en patrimonio urbanístico, arquitectónico y simbólico que resalta la tradición de la cultura guatapense con arquitectura espontanea y libre sobre un callejón que existía en el municipio desde 1.950 y que se conoció con los nombres de Calle de Don Ángel, Calle del Runcho, Callejón de Risas, entre otros. En 1983 fue remodelada y restaurada con los elementos más significativos que tenía el barrio La Aldea y de los lugares urbanos que iban hacer inundados. Esta calle tenía características similares a lo que se quería conservar, por ello la acción comunal urbana decidió dotarla de zócalos, colores y formas, traídos de los lugares bajos del municipio.

**Calle de Los Enamorados**

Se encuentra en la calle 31 con calle 32A y se puede llegar a ella por el malecón y por la zona deportiva. Está dividida por un canal por donde corre aguas lluvias que desembocan en el embalse. Al lado y lado del canal se encuentra adornada por araucarias que brindan a su entorno un ambiente agradable y acogedor por lo cual fue así “bautizada” por los propios visitantes.

**Los Zócalos**

El Zócalo es el elemento decorativo arquitectónico más típico y destacado de Guatapé, el cual se fue expandiendo y tomando tal fuerza que le mereció al municipio el reconocimiento nacional e internacional y el apelativo de *Pueblo de Zócalos*. Un Zócalo es un adorno en cemento con acabado en pinturas multicolores ubicado en el inferior de las fachadas y zaguanes de las edificaciones que mide entre 70cm y un metro, el cual protege

la pared de la humedad y el desgaste y comunica, mediante figuras en alto relieve, formas de expresión y creatividad con algún significado especial.

En 1919 el señor José María Parra Jiménez del Municipio de Guatapé, inicio la construcción de los zócalos artísticos y desde entonces los Guatapenses le imprimen a la fachada de sus construcciones un sello indeleble y contundente donde se cuenta la historia de una comunidad, sus sentimientos, creencias religiosas, convicciones cívicas y distingos familiares. Hoy se cuentan más de 100 diseños diferentes siendo el más antiguo el del cordero mirando hacia atrás que representa el pasado, pero caminando hacia el futuro.

Mediante el acuerdo No 01 de marzo de 1991 se dictaron normas tendientes a la conservación de los zócalos adoptándolos como característicos de la identidad de Guatapé. Se prohíbe eliminar zócalos pintados del mismo color de la fachada.

**El Malecón**

Es el área de circulación que delimita el embase con la zona urbana del municipio tiene una longitud de 1 km y comprende una zona peatonal de 2 m., una zona verde de 1.5 m. y una vía central asfaltada. A largo de todo el malecón se encuentra la mayoría de restaurantes y hoteles del municipio. Además de ser el sitio mas utilizado por los visitantes para apreciar la belleza paisajística, es el punto de salida y llegada de barcos turísticos, lanchas, botes, bicicletas náuticas y jet sky que navegan en el embalse. Los fines de semana y se ubican toldos para la venta de manualidades y comestibles artesanales.

**Central Hidroeléctrica de Guatapé**

La gran despensa de generación eléctrica del país es un sistema de interconexión eléctrica que une los centros generadores de Antioquia, Cundinamarca, Valle, Viejo Caldas. Esta obra civil se sitúa en el sector de La Araña, en jurisdicción del municipio de San Rafael a 16km de Guatapé, que cuenta con 8 generadores de energía de 7.000kw cada uno. El ingreso se hace a través de un túnel de 1.980 metros de longitud, previa expedición de un permiso ante empresas publicas de Medellín.

La obra se desarrolló en dos etapas de características similares en su captación, generación y transmisión. La primera se inició en el año de 1.964 con las obras de infraestructura y se concluyó en 1.971, cuando entraron en servicio las primeras unidades. Se segunda etapa se inicio en 1.973 y se termino en 1.979. La central hidroeléctrica de Guatapé utiliza el rio Nare que se desvía al rio Guatapé para aprovechar una diferencia de

nivel de 810 metros entre las cuencas, pasa luego al pozo vertical y de allí al túnel de conducción para descender luego hasta la casa de máquinas a través de la tubería de presión. Esta tubería va libre dentro de la galería y sirve además de emergencia y vía para suministro de aire a la central.

La casa de máquinas está situada a 650 m. de profundidad y se llega a ella atreves de un túnel de 1.980 meteros de longitud el cual permite el paso de vehículos. Una vez el agua ha sido utilizada para generar la energía, sale el rio Guatapé a través del túnel de descarga de 4.600 m. de longitud. La energía que se genera en esta central se conduce por líneas de alta tensión para el área metropolitana de Medellín, para el sistema interconectado colombiano y para el Magdalena medio. La presa tiene 1.200 metros de longitud, un volumen de cuatro millones de m3 y una altura de 53 m. sobre el lecho del rio.

**Embalse Peñol Guatapé**

Es considerado una de las obras artificiales más grandes del país. Cuenta con una capacidad de almacenamiento de 1.200 millones de m3 de agua y genera el 39% de la energía del país. Es alimentado por el rio Nare y el rio Negro. Su construcción provocó un cambio total en la economía de los Guatapenses, pues pasaron de la agricultura y la ganadería a la actividad turística. En el embalse se practica la pesca de trucha, tilapia y carpa. Adicionalmente se practica allí todo tipo deportes náuticos utilizando los embarcaderos ubicados en las orillas del embalse principalmente en el malecón.

**Teatro parroquial Luis Marcial Gomez**

Con una construcción urbanística localizada en la carrera 28 tiene una capacidad entre 150 y 200 personas y cuenta con escenarios, cocineta, baños, camerinos para atención de grupos.

### 1.2.6 Vocación turística del municipio de Guatapé

En Guatapé es posible realizar las siguientes actividades asociadas al turismo: caminería ecológica, observación paisajística, ecoturismo, acuaturismo, recorridos gastronómicos, espeleología, turismo religioso, turismo de aventura, turismo de relajación y bienestar, agroturismo, actividades y eventos culturales, sociales y deportivas, toma de fotografías y filmaciones, compra de artesanías, para lograr concretar estas actividades deberá realizar un ejercicio exhaustivo de construcción de producto con operadores locales con identidad

local y asociado a un plan de marketing territorial y a la dotación y mejoramiento de ciertas obras de equipamiento y de facilidad turística, en la actualidad existen en Guatapé un conjunto de recursos, equipamientos y facilidades que lo posicionan como un referente del turismo regional de día de sol en Antioquia, con bajo gasto turístico y de fines de semana, puentes festivos o de temporadas vacacionales, donde existe poco derrame económico al territorio y mucho consumo de sus servicios sociales y ambientales.

### 1.2.7 Acercamiento al producto turístico local

Al realizar una revisión de los productos turísticos diseñados para el destino Guatapé, se encuentran que estos carecen de estructura e identidad comercial, los operadores son externos al territorio, la promoción e imagen que se realiza del destino no dialoga con los productos que se ofertan en el mercado o en los que se comercializan en los canales de distribución. A Guatapé lo compran los visitantes, por sus bondades y atributos del territorio, y no porque existe un portafolio de productos turísticos donde se alinean los empresarios, las organizaciones y las instituciones públicas.

Una iniciativa valiosa en el ámbito del producto regional se viene desarrollando alrededor de la *Ruta Naturaleza y Embalses*, y otra con gran potencialidad en lo local alrededor de *Guatapé Pueblo de Zócalos*. Para realizar este acercamiento al producto se retoma un ejercicio reciente que realizó la Gobernación de Antioquia desde la dirección de turismo para Guatapé y su entorno donde presenta una posibilidad de ficha de los elementos del producto local.

| **MUNICIPIO: Guatapé** *"Pueblo de zócalos"* | | |
|---|---|---|
| | **GENERALIDADES** | |
| | **HABITANTES:** | 5566 (DANE 2005) |
| | **EXTENSIÓN:** | 69 $Km^2$ |
| | **ALTURA.S.N.M:** | 1925 m |
| | **TEMPERATURA PROMEDIO:** | 19 ºC |
| | **DISTANCIA DESDE MEDELLIN:** | 77 Km |
| | **HORAS** | 2 horas desde la Terminal del norte de Medellín |
| | **GENTILICIO:** | Guatapenses |

| MUNICIPIO: Guatapé<br>*"Pueblo de zócalos"* | | |
|---|---|---|
| <br>**Fotografía 1. Finca del arriero** | **ECONOMIA:** | Generación de energía, turismo, comercio, servicios y actividades agropecuarias |
| **COMO LLEGAR:** | Partiendo de Medellín, se toma la autopista Medellín – Bogotá, pasando por Guarne y Belén hasta Marinilla, aquí se toma el desvío a mano derecha para continuar el recorrido hasta El Peñol y finalmente llegar a Guatapé. | |
| **SITIOS DE INTERES TURISTICO:** | Peñón de Guatapé<br>Finca del arriero<br>Cable vuelo<br>Malecón<br>Calle del recuerdo<br>Embalse Peñol - Guatapé<br>Parque La culebra<br>Plazoleta de los zócalos<br>Monjes benedictinos: Santa María de la Epifanía | |
| **FIESTAS Y EVENTOS:** | Fiestas del zócalo, el turismo y el embalse<br>Festival Náutico Nacional | |
| **ALOJAMIENTO:** | Hotel El Faro - 3103758737<br>Hotel El Real - 8610091<br>Hotel Katay - 8610461<br>Hotel El Castillo - 8610461<br>Hotel Guatatur - 8611212/RNT 12656<br>Hotel Restaurante - Bar La Fogata - 8611040<br>Hotel La Avenida - 3113148611<br>Hospedaje Familiar - 8610574<br>Hotel Portal del Lago - 8610985<br>Hotel El Descanso del Arriero – 8610878/ RNT 23285<br>Portobello - 8610016/NRNT 25817<br>Hotel Las Vegas - 8610209<br>Hostería los Recuerdos - 8610650/RNT 11978<br>Cabañas Castillo del Lago - 3004273820 | |

| **MUNICIPIO: Guatapé**<br>*"Pueblo de zócalos"* | |
|---|---|
| | Cabañas la Mona - 8610813<br>Hotel las Lomas - 8610468<br>Hostal el Encuentro - 8611374<br>Eco lodge Bahía del Peñón - 250 33 88/311 336 77 64<br>Camping Parque lineal - 861 10 23 |
| **ALIMENTACION:** | Kiskiriski - 8610426/RNT 18056<br>Restaurante Vaso e' Leche - 8610622/RNT 16278<br>Restaurante Santa Mónica - 3105091983<br>El mesón de mi abuela - 8610494<br>Mario Bross - 3128480106<br>Gourmet y Sabor -<br>Asados Mi Casita - 8610464/RNT 17834<br>Raffaello's Pizza - 3218335667<br>Mirador del Lago 2 - 3122965896<br>Restaurante Parrilla-Bar El Encanto - 8611011<br>Balcón de la Avenida - 3116357919<br>Restaurante Tierra Adentro - 3207368291<br>Restaurante-Bar El Remanso - 8610896/RNT 18826<br>Fonda El Malecón - 3113385281<br>Del Porto Café y Vino - 3148600519<br>Estadero y Restaurante la Amistad - 8610909 Restaurante Bar la Piedra - 8610309 |
| **EMPRESAS DE TRANSPORTE:** | Sotra San Vicente Guatapé la Piedra - 230-51 -19 / 8610 595<br>Motochivas - 8610500 |
| **CAJEROS ELECTRONICOS** | ATH - Parque principal |
| **OTROS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS:** | Grupo Guatapé Touring - 3108404173<br>Grupo Amigos del Malecón<br>Truchera Fantasía - 861 08 33<br>Asobarcos - 311 374 81 50/314 890 27 30<br>Cruceros Guatapé - 312 856 17 92<br>PROMDETUR - 312 208 05 35<br>Destinos de Colombia: Primero lo nuestro - 861 04 04 / RNT - 11768<br>COOLANCHEROS - 314 500 07 92<br>Villa náutica - 310 450 91 86<br>Asociación de botes Guatapé - 8611429/312 829 47 41 |
| **INFOMACIÓN PARA EL TURISTA:** | Oficina de Turismo - 861 05 55 Ext. 22 - 26 / 313 602 34 37 |
| **ACTIVIDADES PARA REALIZAR** | Sobre el embalse: Recorridos en bote, lancha y barco, canopy , deportes y recreación náutica. |

| MUNICIPIO: Guatapé<br>*"Pueblo de zócalos"* | |
|---|---|
| | Otras: Actividades religiosas, avistamiento de fauna y flora, museos y paisajes urbanos donde el zócalo se distingue. |
| **PRECIO PROMEDIO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS** | Alojamiento: 70.000 |
| | Alimentación: 15.000 |

| RECORRIDOS | ATRACTIVOS | EXPERIENCIA PARA EL TURISTA |
|---|---|---|
| **Peregrinaciones hacia los monjes Benedictinos** | Monjes benedictinos: Santa María de la Epifanía | Los monjes Benedictinos ofrecen un espacio en donde los visitantes podrán realizar actividades en torno a la oración y al encuentro consigo mismo. Ofrecen retiros espirituales, bodas, misas dominicales y amplias zonas verdes para la recreación en familia. |
| **Naturaleza, cultura y zócalos** | Peñón de Guatapé<br>Finca del arriero<br>Cable vuelo<br>Malecón<br>Calle del recuerdo<br>Parque La culebra<br>Plazoleta de los zócalos. | La naturaleza y la cultura se conjugan para brindarle al visitante la oportunidad de conocer el pueblo de los zócalos e interactuar desde la imponente piedra del Peñón, observando la panorámica que ofrece el embalse y los verdes finos que rodean el municipio. Guatapé es considerado uno de los municipios más bellos del departamento, por su organización y belleza, es un referente turístico del departamento. |
| **Recorrido por El Embalse Peñol - Guatapé** | Embalse Peñol – Guatapé | Los recorridos en barco por el embalse se convierten en una experiencia para el visitante; divisar los islotes, los bosques con su flora y fauna al son de una cumbia o un vallenato se convierte en la motivación para recorrer el embalse. |

| RECORRIDOS | ATRACTIVOS | EXPERIENCIA PARA EL TURISTA |
|---|---|---|
| | | El embalse ofrece la posibilidad de realizar actividades en lancha, canoa, kayak, veleros, entre otros. |

Fuente: dirección de turismo de Antioquia, 2013-2014 y elaboración propia del grupo de estudio

## 1.3 FACTOR DE PRODUCCIÓN

### 1.3.1 Caracterización de la planta turística en el municipio

Uno de los aspectos complejos que tiene que estar resolviendo Guatapé hacia un turismo de excelencia y calidad es la reorganización y remodelación de Planta Turística, dado que mucha de ella no cumple los estándares y normas técnicas sectoriales y que la infraestructura de servicios fue construida por generación espontánea, adaptando edificaciones de precarias dimensiones y materiales de poca calidad en la búsqueda de economizar costos antes que cumplir estándares y normas. El tejido empresarial debe comprender su rol de transformación para la competitividad y sostenibilidad del destino local al igual que su aporte a la transformación de los espacios, disposición y calidad de los servicios, atención y amabilidad hacia el turista, todo ello si pretende aumentar el gasto turístico y mejorar la estacionalidad actual. Existen avances importantes en la localización de una escuela gastronómica local por parte del Sena Oriente, del esfuerzo institucional local de acompañar y facilitar condiciones a los empresarios, pero deberá reglamentarse, ajustarse protocolos, establecerse mecanismos de control y seguimiento y establecerse indicadores que permitan monitorear el turismo local, la evolución de los servicios, el mejoramiento y remozamiento de la planta de equipamientos y facilidades turísticas, si se pretender un destino de recordación y referencia para mercados exigentes y de alto consumo, que en la actualidad no existe.

### 1.3.2 Formación y capacitación en turismo

En los últimos años la municipalidad viene realizando esfuerzos por capacitar y formar talento humano pertinente y eficiente para el turismo local, de la mano de instituciones como el Sena oriente con su escuela gastronómica y con otras organizaciones educativas

que han llegado al territorio, pero los resultados siguen siendo precarios para la transformación que se requiere hoy del "*Destino Guatapé*" y máxime si se aspira a catalogarse en una clase internacional. Hay experiencias válidas como "*Guatape Touring*", un ejercicio de asociatividad empresarial local, donde se han buscado alternativas innovadoras en el trabajo colaborativo y de transformación de su talento humano para un servicio de calidad; deberá impulsarse este ejercicio con otros grupos de empresarios o de organizaciones de base vinculados al turismo local.

Si bien la comunidad lugareña hoy acepta la presencia del turismo y entiende que es una actividad importante para su sostenibilidad económica y social, todavía se evidencian actitudes de desconocimiento y de poca aceptación. El joven guatapense de hoy ve en el turismo una oportunidad temporal o marginal y no una verdadera alternativa de crecimiento y cualificación profesional hacia futuro; allí la municipalidad deberá centrar esfuerzos hacia un turismo para la sostenibilidad y competitividad del destino local.

## 1.4 FACTOR DE GESTIÓN

### 1.4.1 Gestión del Marketing turístico

Es de importancia para la difusión y conocimiento del destino turístico local dar cuenta de los mercados y las características de las demandas tanto actuales, futuras y posibles, a continuación daremos una caracterización de estos aspectos a partir de información recopilada por la secretaria de turismo local, la gobernación de Antioquia y de estudios realizados por algunas instituciones estratégicas como el Sena Oriente, Cornare, promotora paisajes y EPM, en los últimos años

Análisis de la demanda actual: El análisis de la demanda de un producto permite determinar las variables más importantes que influyen en la decisión de los agentes al momento de elegir el consumo de un bien o servicio. En el caso de los servicios turísticos, se evidencia la relevancia del estudio de un conjunto de variables que se relacionan de forma directa con el uso o consumo de los bienes y servicios complementarios que se ofrecen dentro de la cadena de valor del turismo, pues la percepción que el turista tenga del destino, dependerá de la satisfacción o expectativas que tenga con respecto a los servicios recibidos o que espere recibir. A continuación se presenta un análisis de factores determinantes de la demanda para el departamento de Antioquia, enfocado al analisis de la fidelidad y concentración de la demanda, nivel de precios y canales de comunicación, así como el estado de la demanda actual y percepción de la demanda potencial.

La actualización del plan local de turismo del 2014, no contempla una investigación de mercado como tal, sin embargo si recoge y valora los esfuerzos locales de mantener actualizada la información sobre quienes consumen y participan del destino turístico "Guatapé". En tal sentido se efectúa un análisis de mercado para el plan retomando los datos que se consideran de importancia para la propuesta de intervención desde la demanda actual, para dar cuenta de las tendencias actuales que hoy demandan los productos y servicios de la localidad.

### 1.4.2 Estudio realizado en el primer semestre del 2014

La muestra de análisis fue elaborada por la municipalidad de Guatapé en el primer semestre del 2014, tiene un margen de error del 3% y un nivel de confianza del 90%. La muestra tiene **752** encuestas a personas que visitaron el municipio en fechas determinadas y durante un periodo que contemplara fines de semanas, entre semanas y temporadas altas y bajas.

El 46% de la demanda actual proviene de Medellín, seguido de quienes vienen de otros municipios de Antioquia tales como Rionegro, Marinilla, El Carmen de Viboral, El Santuario, Apartadó y Puerto Triunfo con un 30%. Otros visitantes que llegan a la región provienen de zonas de Colombia como del Valle del Cauca (Cali y Palmira principalmente) y la costa (Cartagena y Barranquilla) cada una con un 7%; así mismo, se puede encontrar un 6% que proviene de Bogotá y un 4% restante que viene de otras zonas de Colombia como Villavicencio, Bucaramanga y Cúcuta.

El 41% de los visitantes actuales de la región se encuentran casados, así mismo el 27% de la población dice estar soltera, mientras que otro 28% manifiesta vivir en unión libre con otra persona. Finalmente encontramos las personas viudas y divorciadas con un 2% respectivamente.

El 47% de la población encuestada tiene como grado de formación hasta el nivel secundario, seguidos de quienes han ido a la universidad con un 22%, de igual forma encontramos un 15% de aquellos que han estado en instituciones de formación técnica o tecnológica; seguidamente están las personas que sólo tienen primaria con un 10% y finalmente están quienes tienen un posgrado con un 6%.

El 29% de las personas encuestadas consideran dedicarse al comercio, en ventas principalmente, en negocios propios como papelerías, misceláneas, tiendas, puestos de mercado o venta de electrodomésticos o enseres. Así mismo, con un 20% están quienes

tienen un cargo operativo en una empresa, como auxiliares de bodega o despacho, secretariados, recepcionistas, vigilantes y conductores. Los siguen con un con un 19% quienes administran una empresa o hacen parte del área administrativa, como coordinadores o jefes de área; en este mismo grupo se incluyeron profesiones de derecho, ingeniera y sicología, ya que no representaban un número considerable dentro de la muestra.

El 46% de los encuestados estuvo en el municipio menos de un día, relacionándolo principalmente con un *Día de Sol* por los lugares turísticos de la zona; seguidamente se encuentra el 30% que estuvo una noche y del 11% que lo hizo dos noches. Finalmente se encuentra el 13% que estuvo entre tres o más días.

El 54% de la población encuestada dicen haber conocido el municipio de Guatapé con anterioridad, mientras que el 46% dice visitar por primera vez el municipio.

El 56% de los turistas encuestados llegó al municipio en transporte particular, seguido del 24% que utilizó el transporte público. Seguidamente se encuentra el 16% que visita el municipio en motocicleta, y finalmente un 4% que lo hace en transporte de servicios turísticos.

Un 54% de los visitantes se motivaron a visitar el municipio por referencia de un familiar, mientras que el 41% se motivó por los amigos. Hay una minoría que utiliza el internet o el periódico para enterarse de la oferta turística del municipio.

El 50% de la población encuestada viaja al municipio con familiares, mientras que el 28% lo hace con amigos. Seguidamente hay un 20% de los visitantes que combinan las dos opciones anteriores.

El 48% de la población encuestada gastó en el destino más de 151.000 pesos, mientras que el 38% afirma haberse gastado entre ese valor y 250.000 pesos. Hay un 11% con menos gasto, entre 100.000 y 150.000 pesos. Finalmente el 3% restante se gastó menos de 100.000 pesos durante su visita al municipio.

El 51% de los visitantes encuestados llega al municipio por motivo de vacaciones, mientras que el 38% solo viene con fines de descanso, aprovechando principalmente los fines de semana. Hay un 9% minoritario que viene al municipio por temas de recreación.

A continuación se relaciona las expectativas de actividades para una próxima visita al municipio mas relevantes son: Caminar, observación paisajistica, ecoturismo, recorrido gastronómico, espeología, turismo religioso, turismo de aventura, turismo de relajación, agroturismo, actividades sociales y toma de fotografias y filmaciones.

### 1.4.3 Mirada hacia la demanda potencial:

Según las nuevas dinámicas y tendencias del turismo mundial, se dice que las exigencias de la demanda han evolucionado considerablemente, si se tiene en cuenta que el turista que busca satisfacer una necesidad o deseo requiere de actividades que le generen una experiencia y en donde las sensaciones jueguen un papel importante. El turista actual es más independiente, alejándose cada vez más de los canales de comercialización y los intermediarios turísticos, lo cual le ha permitido desarrollar un mayor nivel de exigencia con respecto a los productos o servicios que pretende consumir.

Es así como surge un nuevo tipo de turista, con mayor criterio a la hora de tomar decisiones, sensible a nuevas experiencias y con intensiones natas de interactuar con la cultura local y su idiosincrasia, capaz de valorar y aprender de tradiciones culturales auténticas e interprétalas con propiedad.

La tendencia de la demanda se orienta cada vez más a la utilización del internet como medio para acercarse al destino, por medio de la web 2.0 y 3.0 se interactúa con otros usuarios para conocer experiencias y nuevos lugares para conocer. Las condiciones socio demográficas juegan un papel importante, cada vez jóvenes, adultos ancianos, diferentes estratos económicos tienen acceso a otros territorios, ya sea en busca del confort, vacaciones laborales o escolares.

### 1.4.4 Gestión de las tendencias mundiales de la demanda turística

La motivación para viajar se caracteriza cada vez más por la búsqueda del ocio, la recarga emocional, la autenticidad, las experiencias gratificantes, las actividades al aire libre o de aventura y en general, por el deseo de participar y explorar antes que el de relajarse sin más. En particular, se observa una necesidad de escapar de todo, de usar los viajes y las vacaciones para descubrir lugares y cultura y encontrarse a uno mismo[16].

**Las principales motivaciones del nuevo turista en el mundo son:** "Las personas que residen en los mercados emisores más grandes y más establecidos cada vez se ven más a

[16] Organización Mundial del turismo, 2009

sí mismos como «viajeros», y no como «turistas». En su experiencia vacacional, buscan la inmersión cultural y la realización personal, así como entender el contexto físico y humano del destino.

- **El turismo es experiencial:** la experiencia total de las vacaciones se ha convertido en algo mayor que la suma de sus partes individuales, y los viajeros buscan sensaciones nuevas y experiencias únicas incluso en destinos tradicionales consolidados.
- **El turismo es experimental:** quienes viajan buscan aventuras y desean «liberarse de los límites impuestos por sus posesiones y las cosas que les son familiares».
- **El turismo es existencial:** los viajeros ansían encontrar un propósito y lograr el desarrollo personal, ya sea acometiendo retos deportivos, aprendiendo nuevas habilidades, participando en una actividad nueva y emocionante o, simplemente, buscando su espacio personal en la naturaleza y reconectando emocionalmente consigo mismo o con su pareja.

Cada vez son más las personas que se centran en la fuerza regeneradora y gratificante de las vacaciones en el plano personal, y en la oportunidad que brindan para reconectar con la pareja o, en ocasiones, con la familia.

Cada vez son más las personas que buscan una vía de escape, una cierta autenticidad, una posibilidad de recargar los ánimos y explorarse a nivel emocional, en vez de hacer turismo pasivo y relajarse sin más en una playa." *(Organización Mundial del Turismo, 2011, pág. 16)*. Además de los cambios que se han dado paulatinamente en la motivación que genera la compra de turismo por parte de la demanda, la *Organización Mundial de Turismo* evidencia las siguientes tendencias en la demanda para los años venideros: "La globalización recibe el apoyo y el impulso de los continuos avances en las tecnologías de la información, además de tener como aliados a los movimientos de privatización y liberalización. Todos los países se encuentran absolutamente atrapados en la economía mundial, y ningún aspirante a liderar el mercado podrá tener éxito sin operar (o establecer redes) en todos y cada uno de los principales mercados industrializados y emergentes. La localización se halla en el otro extremo, promovida por aquellas poblaciones que reaccionan frente a la globalización de economías, mercados, sistemas y culturas refugiándose en sus identidades propias.

### 1.4.5 Repercusiones de las tendencias globales en las demandas turísticas

La expansión de las empresas multinacionales y transnacionales en el turismo se produce, y continuará produciéndose, a través de sus economías de escala y de alcance. Estas empresas turísticas transnacionales se encargan de un gran volumen de desplazamientos

de visitantes y alojamientos; en definitiva, del turismo mayoritario o de masas. A nivel local, existen agentes especializados en nichos de mercado concretos que ofrecen productos, servicios y experiencias especiales a individuos o grupos"OMT[17].

**Auge de las compañías de bajo coste y aumento de la accesibilidad**: "El auge y aumento de las compañías de bajo coste ha sido fundamental para el crecimiento del turismo en términos generales y para la democratización del transporte aéreo, así como para el desarrollo de destinos secundarios. El transporte asequible en general y, en particular, el crecimiento de las compañías aéreas de bajo coste, con la consiguiente reducción en el precio de los viajes de larga distancia, han acabado por ofrecer accesibilidad a la mayoría de las zonas del planeta; por su parte, el aumento en la frecuencia de uso de los aeropuertos regionales gracias a las aerolíneas de bajo coste, ha provocado el desarrollo de mejores infraestructuras y el crecimiento del turismo local.

Además, el auge de Internet ha permitido que los viajeros tengan acceso a información sobre la mayor parte del mundo y que puedan organizar sus viajes de forma independiente" (OMT)[18].

**Envejecimiento de la población y aumento de la esperanza de vida:** "Se está produciendo en todo el mundo un fuerte incremento de la población con edades por encima de los 60 años. El envejecimiento de la población se apreciará especialmente en los países desarrollados. El aumento de la esperanza de vida conlleva un aumento de la esperanza de vida en buena salud, es decir, que las personas gozan de buena salud en edades más avanzadas. Se prevé, por tanto, un incremento de visitantes de edad avanzada entre estas personas que no solo viven más, sino que se mantienen relativamente en forma y aparentan menos años de los que tienen. Estas «personas de edad avanzada con espíritu joven» se están convirtiendo en uno de los mercados objetivo principales tanto a nivel nacional como internacional."

Este cliente nuevo es más activo, más sano, se interesa por la moda, sabe cómo utilizar las TICs[19], tienen más experiencia, son más independientes y están más interesados en viajar que las población de la tercera edad que le precede.

[17] *(*Organización Mundial del Turismo, 2011, pág. 17*)*
[18] *(*Organización Mundial del Turismo, 2011, pág. 17*)*
[19] Tecnologías de la información y las comunicaciones OMT 2009

**Cambios en la composición de los hogares:** El aumento en la tasa de divorcios, separaciones, padres mayores con hijos pequeños, familias mono parentales o núcleos que incluyen a los abuelos es cada vez más frecuente. Esto ha hecho que se incremente el número de personas que viajan solas, principalmente personas jóvenes que viven solas como consecuencia de la nueva composición familiar. Estos jóvenes tienen un mayor poder adquisitivo que les permite desarrollar actividades turísticas, y que han hecho que, según la **OMT**, el turismo juvenil represente actualmente el 20% del mercado mundial de turismo.

Esta nueva organización familiar repercute de manera directa en la forma en que se ofrecen los servicios de turismo, como por ejemplo, el alojamiento, que tendrá que volverse flexible para recibir a familias con miembros de diferentes generaciones, o los tour operadores, que tendrán que concebir actividades para varias edades también.

**Asentamiento y migración de la población:** El crecimiento demográfico de las principales economías del mundo, como por ejemplo los países BRIC (Brasil, Rusia, India y China), así como el aumento de su capacidad adquisitiva es un generador potencial de una gran cantidad de turistas para el mundo. Tan solo el 5% de los habitantes de estos cuatro países, que representan la mitad de la población mundial, han viajado al extranjero.
Por otro lado, la migración por motivos relacionados con el turismo ha aumentado en el mundo. Bien sea porque el sector está en auge en algunos países (caso Dubái) y requiere la "importación" de mano de obra calificada para su funcionamiento, o simplemente porque personas que viven en el extranjero regresan a su lugar de origen para visitar a sus familiares y amigos y realizar actividades de turismo.

Finalmente, las ciudades continúan en un importante crecimiento, generando turistas que tienen "una mentalidad más cosmopolita y con mayor probabilidad de viajar al extranjero". *(Organización Mundial del Turismo, 2011, pág. 22).* Los turistas potenciales generados por el auge de las economías y los efectos migratorios abren nuevos nichos de mercado y por consiguiente oportunidades para el desarrollo de nuevos productos, dependiendo del tipo de cliente al que se dirija el producto.

**Aumento de la prosperidad y las actitudes hacia el trabajo, el ocio y el turismo:** El aumento de la renta y la prosperidad sostenido durante los últimos 20 años ha hecho que los viajes se incrementen, pues estos son valorados como una necesidad y no un lujo. Sin embargo, el trabajo adquiere un lugar cada vez más importante en la vida de las personas, por lo que los períodos de vacaciones se han acortado, haciendo surgir los viajes de corta

duración, pero más frecuentes durante todo el año. Por otro lado, los períodos de disminución en el poder adquisitivo o de crisis económica han hecho que se sustituyan los viajes de larga duración o viajes internacionales, por turismo nacional, sin suprimirlos.

**Actitudes y valores éticos:** Gradualmente se viene dando un cambio en la ética frente al gasto por turismo, generado por la aparición de un consumidor más consiente frente a su compromiso con el planeta, principalmente en los aspectos relacionados con la sostenibilidad del medio ambiente y la cultura, propiciando el comercio justo. Esto indica un enorme potencial para el desarrollo de productos que promuevan el desarrollo de turismo sostenible.

**Nuevas tecnologías:** La tendencia de la demanda se orienta cada vez más a la utilización del internet como medio para acercarse al destino, por medio de la web 2.0 y 3.0 se interactúa con otros usuarios para conocer experiencias y nuevos lugares por conocer. Esto aunado a la utilización de medios de comunicación menos tradicionales como por ejemplo Trip Advisor, genera un potencial para municipios pequeños como San Rafael, San Carlos, San Luis, San Francisco, Cocorná y Granada en el Oriente Antioqueño, que no cuentan con grandes presupuestos para la promoción de sus destinos.

**Fragmentación de los gustos personales.** Finalmente, el turista actual busca experiencias únicas que le permitan expresar su propia personalidad, lo que supone una transición de las economías de los servicios a la economía de las experiencias, aumentando de manera importante la gama de productos turísticos disponibles en el mercado. De acuerdo con la OMT, el objetivo de las empresas prestadoras de servicios turísticos debe ser el de hacer una transición hacia experiencias únicas que involucren personalmente al consumidor, diferenciando el desarrollo y la comercialización de los productos turísticos tanto por destino como por operador. (Organización Mundial del Turismo, 2011). Esta tendencia brinda la oportunidad de ofrecer productos turísticos especializados y por ende diferentes a lo comúnmente ofrecido, lo que permite tener márgenes más altos.

### 1.4.6 Gestión turística local

Para lograr el desarrollo y la competitividad del sector turístico se requiere de la participación del sector privado y público, ambos sectores coexisten y colaboran en el desarrollo del turismo.

La existencia del espacio turístico está condicionada a la presencia de atractivos turísticos. A veces los elementos del turismo que considerados globalmente conforman la planta

turística de un país, están alejados de los atractivos (*como en el caso del aeropuerto, una gasolinera, un motel o una cafetería situados a mitad del camino*), pero la mayor parte de ellos se encuentran localizados en el mismo lugar, formando concentraciones de servicios que facilitan la práctica de las actividades turísticas.

Según su tamaño, las concentraciones de servicios turísticos varían desde pequeñas agrupaciones, (unidades turísticas) hasta otras mucho más importantes, los centros turísticos. Un centro turístico es una ciudad caracterizada por la aglomeración, dentro de su territorio, los servicios que requiere un viajero durante el tiempo que permanece en ella. (Maguiño, 2000)

El funcionamiento del espacio turístico requiere de una superestructura administrativa, integrada por las organizaciones de la empresa privada y organismos del Estado, que se especializan, en definir y armonizar el conjunto de normas y criterios que regulan las formas operativas del sector. (Maguiño, 2000)

La superestructura turística es responsable de la gestión, planeación, coordinación, organización, control, promoción y mercadeo de la oferta de servicios turísticos, de la planta y los atractivos turísticos. La superestructura es un cuerpo coordinador, integrada por instituciones públicas, el sector privado y organismos mixtos. Su función básica es armonizar el proceso de la producción y venta de los servicios turísticos, asegurando el proceso el desarrollo sostenible del turismo.

### 1.4.7 Gestión de destinos turísticos

Para que un territorio logre un desarrollo turístico sustentable, es primordial identificar aquellas oportunidades de intervención que permitan concretar en el corto plazo un trabajo articulado a nivel público-privado. Esta articulación lleva por nombre "Organización de Gestión de Destinos" (O.G.D), instancia de coordinación capaz de impulsar programas y proyectos, que sobre metas priorizadas, permitan direccionar con sentido la asignación de recursos, las decisiones estratégicas de programación, la definición de instrumentos de planificación y cualquier otra iniciativa orientada a facilitar aquellas condiciones claves de una oferta turística competitiva y de alto valor para el mercado.

Una de las condiciones básicas para iniciar este tipo de procesos virtuosos de intervención, es conocer a los actores locales y sus necesidades, además del tipo y grado de asociatividad que los vincula. Lo anterior, es relevante, toda vez que si los actores locales no valoran e internalizan responsabilidades directas con el turismo y su desarrollo,

no es mucho lo que se podrá hacer y muy probablemente las decisiones no reflejarán resultados productivos que impacten positivamente en el territorio.

Es en este contexto, que se puede afirmar que con una adecuada puesta en valor, cualquier territorio puede alcanzar un potencial turístico. Sin embargo, la realidad muestra que sólo algunos lugares específicos de un territorio cuentan con las condiciones de excepción capaces de motivar flujos turísticos relevantes (atractivos, servicios, equipamiento y accesibilidad, entre otras). A este tipo de espacios se les denomina "*destino turístico".*

La siguiente definición data del año 2002, cuando la Organización Mundial del Turismo (OMT) convocó a un grupo de expertos que establecieron los siguientes requisitos básicos para identificar un destino turístico:

"Espacio físico donde el visitante permanece y consume al menos una noche. Incluye diversos tipos de productos, servicios y atractivos dentro de un radio de influencia de un día de ida y regreso. Tiene un límite físico y administrativo que define su administración. Su imagen y percepción determina su competitividad en el mercado. Incluye distintos grupos de interés, incluyendo la comunidad local. Puede conformar destinos más amplios".

### 1.4.8 Competitividad de un destino turístico

Dependerá de la combinación y sinergias de un conjunto de factores como son la **capacidad competitiva de las empresas, la dotación de infraestructura, la disponibilidad de capital humano y el entorno institucional**

Lineamientos de una política de competitividad turística para los destinos

- **Fortalecimiento de la gestión integral del destino turístico**
- **Mejoramiento de la calidad y sostenibilidad de los servicios y destinos turísticos**
- **Consolidación de la seguridad, higiene y salubridad de los destinos turísticos**
- **Eficiencia en la educación y formación del talento humano del sector turístico**
- **Desarrollo de infraestructura turística estratégica**
- **Facilitación turística**

### 1.4.9 Análisis de competitividad para un destino turístico sostenible.

Reconocer e interpretar análisis de un destino turístico desde la perspectiva de la competitividad, requiere de un Modelo integrado donde la competitividad y la sostenibilidad son propósitos para consolidar destino turístico de referencia en la

actualidad. Trabajo que viene realizando investigadores como Dwyer y Kim, 2003, los cual recoge y reelabora el modelo de: Crouch y Ritchie.[20]

El modelo integrado de competitividad con sostenibilidad propone los siguientes temas de análisis y se dan explicaciones de su significado.

**A- Recursos heredados:** son los recursos endógenos, del propio territorio, entre los que se encuentran los recursos naturales -fisiografía, flora, clima, fauna, etc. y los recursos culturales -historia, costumbres, arquitectura, música, bailes, etc.

**B- Recursos creados:** dentro de este subgrupo se identifican cinco tipos de factores: la Planta Turística, dígase alojamientos, comidas, transportes, agencias de viajes receptivas, alquiler de coches, etc., así como una abundante gama de servicios complementarios y facilidades tales como farmacia, gasolinera, policía, etc.; los eventos especiales; las actividades disponibles recreativas y deportivas; el ocio y entretenimiento; el teatro, festivales de cine y otras actividades donde el turista asume un rol pasivo en el destino; las tiendas para comprar.

**C- Factores y recursos complementarios:** si los recursos y atracciones son considerados como los elementos primarios que impulsan al turista a visitar los destinos turísticos, los factores y recursos complementarios son la base para el éxito de la industria turística, su efecto es, por tanto, secundario. Dentro de este subgrupo de factores se identifican también cinco tipos de factores:

- **Infraestructura general** -carreteras, aeropuertos, sistema de trenes y autobuses, abastecimiento de agua, telecomunicaciones, sistema de electricidad, sistema financiero, etc.-.
- **Calidad del servicio**: fundamental para proporcionar una buena experiencia turística, la cual incrementa la ventaja competitiva del destino. Esta calidad debe guardar una adecuada relación con el precio, y está unida al contexto en el que tiene lugar la experiencia turística (macroentorno). Para mejorar la experiencia turística las organizaciones del destino deben de cooperar formando una red de trabajo.
- **Accesibilidad del destino:** es otro factor importante para la competitividad de los destinos turísticos. Entre estos factores podemos destacar la concesión de visados, la capacidad de los aeropuertos y el servicio de los medios de transporte.
- **Hospitalidad:** la acogida que recibe el turista se conforma como uno de los principales factores sociales que inciden en la competitividad de los destinos turísticos. Entre estos podemos citar la existencia de guías, de puntos de información y la amabilidad de la población local.

[20] Revista cultura e turismo, Universidad de santa Cruz, Estado de Bahía, Brasil, agosto del 2011.

- **Lazos con el mercado:** en esta categoría encontramos a todos los factores que crean vínculos entre los destinos y los mercados emisores, tales como relaciones comerciales, flujos de migración, cultura, lengua y religión comunes, etc.

**D- Gestión del destino:** en este grupo se incluyen aquellos factores que pueden mejorar el atractivo de los recursos y fortalecer la calidad y efectividad de los factores de soporte. Por otro lado, estos factores permiten adaptar a los destinos turísticos a los cambios que constantemente se producen en el entorno. La dirección de un destino turístico, según este modelo, es integrada, a su vez, por cinco actividades:

- **Gestión del marketing del destino**: dentro de esta función encontramos las actividades de desarrollo de nuevos productos, la política de precios y el desarrollo de apropiados canales de distribución y de paquetes de productos. También incluye actividades de investigación y segmentación de mercados, así como la creación de la imagen del destino. Esta labor debe estar coordinada por el sector público y privado.
- **Política, planificación y desarrollo del destino**: la política debe ser definida como el conjunto de normas, reglas, directrices y desarrollo y promoción de objetivos y estrategias que crean un modelo de actuación de decisiones, colectivas e individuales, que afectan al desarrollo turístico del destino y a las actividades que tienen lugar en el mismo.
- **Organización de la gestión del destino:** varias áreas y niveles del gobierno tienen competencia en el desarrollo del destino turístico, por lo que deben cooperar. Tres aspectos de la organización del destino son especialmente importantes: coordinación -entre el sector público y el privado, erigiéndose aquél en líder del desarrollo-; provisión de información -tanto del propio destino como del entorno-; y administración y evaluación de la estrategia.
- **Desarrollo de los recursos humanos:** son muy importantes para mejorar la competitividad de los destinos turísticos, pues, mientras que los factores físicos son la base para determinar la competitividad, mediante el factor humano se maximiza ésta. La formación y cualificación del factor humano permite adaptarse a los continuos cambios que se dan en el entorno -cambios tecnológicos, organizativos, sociales, etc-.
- **Gestión del medio**: la gestión de los recursos naturales, el paisaje, la receptividad de la población local, etc., se convierte en elementos muy importantes para asegurar la competitividad de los destinos turísticos a largo plazo, pues, puede decirse que la relación entre la calidad del producto en la industria turística está más relacionada con la calidad medioambiental que lo pueda estar en cualquier otra industria.

**E-Condición situacional:** estos factores pueden limitar o potenciar la competitividad de los destinos turísticos. Entre ellos se encuentran:

- **Localización del destino:** la situación del destino respecto a los mercados emisores se erige en un factor importante a la hora de atraer a los turistas de estos mercados.
- **Competitividad del microentorno**: hace referencia a los factores que moldean el entorno competitivo inmediato de la industria turística, de forma que la competencia entre las

empresas crea un entorno propicio para aumentar la competitividad de los destinos. Aquí podemos distinguir: las capacidades y recursos de las firmas y las organizaciones del destino, sus estrategias y alianzas y su entorno competitivo inmediato.

- **Macroentorno**: el turismo está influenciado por un conjunto de fuerzas globales tales como crecimiento económico, cambios económicos, cambios demográficos, cambios tecnológicos, cambios socioculturales, cambios políticos, regulaciones y reglamentaciones, etc., que representan, a su vez, cambios y oportunidades para la industria turística.
- **Seguridad:** elementos como la estabilidad política, el crimen, el terrorismo, las enfermedades, etc., son elementos que pueden restringir la competitividad.
- Precios: el coste de la experiencia turística completa es otro factor muy importante que incide decisivamente sobre las decisiones de compra de los turistas.

**F-Condiciones de la demanda**: las características de la demanda doméstica van a tener también incidencia en la competitividad de los destinos, en su desarrollo. Al mismo tiempo, la valoración que hacen diferentes grupos de turistas sobre un destino no es la misma, por lo que su competitividad va a depender de los segmentos de turistas que lo visiten

### 1.4.10 Gestión con los actores estratégicos

Aquí se referencia algunas problemáticas e intereses que se han referenciado en distintos estudios relacionados con los actores claves del proceso turístico local en Guatapé.

| Grupo | Interés | Problemas |
|---|---|---|
| **Población civil.** | Mejorar la calidad de vida de todos guatapenses, además de percibir y evidenciar los beneficios que trae la actividad turística. | • Aunque en general la población reconoce que el turismo es beneficioso para Guatapé,<br>• No hay evidencias de cuáles son los principios que rigen la actividad turística y menos cuales son los beneficios que recibe la comunidad. No existe cultura turística y hay ausencia de programas que permitan la participación directa de la comunidad, no hay un canal efectivo de comunicación para que haya reciprocidad entre la comunidad y la Secretaría de Turismo del Municipio. |
| **Sector empresarial** | • Prestar servicios turísticos competitivos y de calidad.<br>• Ser competitivos en | • La inexistencia de programas de apoyo financiero e incentivos para mejorar la productividad y la calidad de los servicios.<br>• Además de varios temas como la legalización de todos los prestadores de |

| | | |
|---|---|---|
| | innovadores para fortalecer el producto turístico.<br>• Mejorar la planta productiva.<br>• Apoyar el RR-HH para mejorar las condiciones de vida. | servicios turísticos y la inexistencia de políticas públicas que regulen y ordenen la oferta del destino. Por otro lado la falta de condiciones para mejorar la productividad y construcción de tejido empresarial que permita consolidarse y fortalecerse como gremio. |
| **Sector público** | Generar las condiciones idóneas para el desarrollo de la actividad turística, bajo principios de sostenibilidad, mejorar la calidad de vida de la población y convertir a Guatapé en un destino turístico de clase mundial. | • La problemática desde la óptica del sector público se evidencia en la falta de concretización de las acciones que se proponen desde varios ámbitos como el académico, el subregional, departamental y desde la misma administración pública. Por otro lado, es evidente el desconocimiento de la función del sistema turístico como procesador y enrutador de acciones enfocadas a entender y trascender de forma eficaz el conocimiento y el alcance que tiene esta actividad como fenómeno en las poblaciones receptoras.<br>• Es necesario también realizar acciones que le permitan a toda la entidad territorial entender el fenómeno del turismo y los beneficios que traen a las comunidades, además de evidenciar las problemáticas que son inherentes y que vienen ligadas al desarrollo de la actividad, si no se generan los espacios adecuados para socializar el fenómeno.<br>• Adicionalmente, no hay un experto en turismo que canalice permanentemente la planificación y administración turística del Municipio. |

### 1.4.11 Nueva Energía Paisa

Alcaldes de la subregión se aliaron para gestionar proyectos de beneficio común: turismo, conectividad y movilidad. Cada uno con un poder que se complementa con el conjunto: Marinilla, la energía espiritual; El Peñol la emprendedora; Guatapé la del color, Alejandría, la calidez; y San Rafael, la alegría.[21]

El colectivo, al cual fueron invitados a participar los nueve municipios que están en la zona de embalse, pero que solo atendieron estos cinco, "nace de la conexión que hay alrededor de la energía, ahora renovada de juventud y de entusiasmo que se le quiere inyectar a la región para convertir en realidad ese potencial turístico del que siempre se ha hablado.

Cinco Alcaldes, que sin referencia a su color político se unieron para trabajar juntos por la región y sus municipios: Gildardo Hurtado de Marinilla; Fredy Ocampo de El Peñol; Mauricio Hernández de Guatapé; Uber Aguilar de Alejandría y Orley Santa Cruz de San Rafael. Esa es la nueva energía paisa, una marca que quieren posicionar y volver un referente en el departamento, con proyección nacional e internacional, los cuales abordaron temas como:

**Embalses zona de desarrollo permanente:** En la zona de embalses se produce el 68% de la energía que consume el departamento, y el 26% del país, estos cinco municipios representan al menos el 13% del total de la población del Oriente Antioqueño. Es allí donde adquiere la relevancia, que estos mandatarios decidieran hablar en los mismos términos. Con la alianza también se recuerdan temas comunes que en el pasado los ha identificado, la llegada del macroproyecto de generación de energía, y que terminó siendo su principal característica desde 1.973.

**Innegable proximidad:** No puede ser ajeno para esta iniciativa, que entre los mandatarios de la alianza existe gran afinidad en lo personal, pero algo que los identifica plenamente es su juventud, el promedio de edad de estos Alcaldes no supera treinta y cinco años, y una gran motivación es la base social que los eligió y que les ha permitido hablar de temas hasta ahora vedados, por las tradicionales y claras diferencias partidistas. Ellos rompieron ese esquema, ahora quieren demostrar que por encima de esas diferencias está el trabajo que garantice el desarrollo para sus municipios y la región.

**Una alianza que busca potencializar sus "energías":** Los sitios culturales, sus valores religiosos, la organización social, los paisajes y su belleza interminable, las maravillas naturales, la gastronomía, su hospitalidad, la alegría de sus calles, los habitantes y sus

[21] Municipio de Guatapé, información de los procesos subregionales, 2012

fiestas tradicionales, entre otras, son las características que quieren hacer notar a propios extraños, y para lo cual hacen promoción conjunta, que les permite vender su región con marca propia.

**Turismo, Emprendimiento y Seguridad:** Hace parte también del proyecto, el diseño e implementación de los llamados planes estratégicos de turismo, emprendimiento, educación y tecnología, y seguridad para la zona de embalses, iniciativas estas que esperan además el concurso de los gobiernos departamental y nacional.

La idea original era consolidar un bloque de los nueve alcaldes de los municipios bajo influencia de los embalses Peñol-Guatapé, Punchiná, Playas, Calderas y Jaguas. Para echar a andar, por ejemplo, uno de los proyectos de infraestructura más ambiciosos, el llamado "Circuito de los Embalses", que aunque ya está dentro del Plan de Desarrollo "Antioquia la más Educada", es imperativo que gobiernos locales, dirigentes privados y ciudadanía remen hacia el mismo lado -a la par con la Secretaría de Infraestructura de Antioquia- para que no se quede en sueño la indispensable conexión de los nueve municipios a través de una carretera asfaltada y de buenas especificaciones.

## 2. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL SISTEMA TURISTICO LOCAL DE GUATAPE

A continuación se realiza una identificación y análisis de las posibles variables claves que definen el sistema turístico municipal en Guatapé y que son tener en cuenta en un ejercicio prospectivo y estratégico para los próximos años.

### 2.1 ANÁLISIS DESDE LOS PUNTOS FUERTES Y DÉBILES DEL SISTEMA TURÍSTICO LOCAL

Este análisis parte de un ejercicio que se realizó al interior de la municipalidad de Guatapé, donde se analizaron 25 encuestas con grupos focales entre prestadores servicios y actores públicos y privado, en un número superior a 60 personas asistieron a las distintas reuniones y talleres realizados entre la administración local de Guatapé y el grupo de consultores encargados de la actualización del plan local de turismo, donde se pretendía dar cuenta de la realidad actual del turismo local y del funcionamiento del sistema turístico municipal directamente desde la fuente primaria.

Lo que a continuación se expresa es el resumen de las encuestas y el posterior análisis de esta información. Como se verá la coloración de los cuadros obedece a una técnica de facilitación pedagógica que aprovecha la cromática del semáforo para diferenciar visualmente las variables críticas en rojo de las menos críticas en verde oscuro y de las intermedias en amarillo.

| ANÁLISIS DE PUNTOS FUERTES Y DÉBILES | | | | | | | | | Valoración e importancia | Media |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| VALORACIÓN | | | | | | IMPORTANCIA | | | | |
| Variable | Muy fuerte | Fuerte | Neutral | Débil | Muy débil | Alta | Media | Baja | | |
| **Infraestructura** | | | | | | | | | | |
| Manejo integral de residuos sólidos - zona urbana | | x | | | | x | | | 12 | |
| Manejo de aguas residuales - zona urbana | | x | | | | x | | | 12 | |
| Agua potable - zona urbana | | | x | | | x | | | 9 | |
| Telecomunicaciones - zona urbana | | | x | | | x | | | 9 | |
| Cobertura energía - zona urbana | | x | | | | x | | | 12 | |
| Cobertura de servicio de salud - zona urbana* | | | | x | | x | | | 6 | |
| Sistema de transporte intermunicipal | | x | | | | x | | | 12 | |
| Calidad sistema de transporte intermunicipal | | | x | | | x | | | 9 | |
| Señalización vial - zona urbana | | | | | x | x | | | 3 | |
| Manejo integral de residuos sólidos – zona rural | | | | x | | x | | | 6 | |
| Manejo de aguas residuales – zona rural | | | x | | | x | | | 9 | |
| Agua potable – zona rural | | | x | | | x | | | 9 | |
| Telecomunicaciones – zona rural | | | | x | | x | | | 6 | |
| Cobertura energía - zona rural | | x | | | | x | | | 12 | |
| Cobertura de servicio de salud – zona rural | | | | x | | x | | | 6 | |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Sistema de transporte intramunicipal | | x | | | | x | | | 12 | |
| Calidad sistema de transporte intramunicipal | | x | | | | x | | | 12 | |
| Señalización vial – zona rural | | | | | x | x | | | 3 | |
| Conexión vial con zona rural | | | x | | | x | | | 9 | |
| Estado de vías de acceso (secundaria) | | | x | | | x | | | 9 | |
| Estado de vías terciarias | | | x | | | x | | | 9 | **8,9** |
| **Planta turística** | | | | | | | | | | |
| Calidad del servicio de alojamiento | | | x | | | x | | | 9 | |
| Oferta de alojamiento | | x | | | | x | | | 12 | |
| Calidad de servicio de alimentación | | | x | | | x | | | 9 | |
| Oferta de alimentación | | x | | | | x | | | 12 | |
| Coherencia de oferta gastronómica con el producto turístico | | | x | | | x | | | 9 | |
| Oferta gastronomía autóctona | | | x | | | x | | | 9 | |
| Producción artesanal con elementos autóctonos | | | | x | | x | | | 6 | |
| Puntos de información turística | | | | x | | x | | | 6 | |
| Uso de productos locales en servicios de alojamiento y alimentación | | | | x | | x | | | 6 | |
| Señalización turística | | | | | x | x | | | 3 | |
| Existencia de guías | | | | | x | x | | | 3 | |
| Transporte especializado | | | | x | | x | | | 6 | |
| Oferta de parqueadero | | | | x | | x | | | 6 | |
| Servicios bancarios | | | x | | | x | | | 9 | **7,5** |
| **Atractivos naturales** | | | | | | | | | | |
| Conservación de recursos naturales | | x | | | | x | | | 12 | |
| Diversidad de recursos naturales | | x | | | | x | | | 12 | |
| Recursos hídricos | x | | | | | x | | | 15 | |
| Cobertura bosques | | | x | | | x | | | 9 | |
| Zonas de reserva declaradas | | x | | | | x | | | 12 | |
| Plan de manejo ambiental | | | x | | | x | | | 9 | |
| Implementación de plan de manejo ambiental | | | x | | | x | | | 9 | **11,1** |
| **Atractivos culturales** | | | | | | | | | | |
| Conservación cultivos representativos | | | | x | | x | | | 6 | |
| Manejo técnico del embalse | | | x | | | x | | | 9 | |
| Uso turístico adecuado del embalse | | x | | | | x | | | 12 | |
| Conservación del patrimonio arquitectónico | | x | | | | x | | | 12 | |
| Recuperación de la memoria histórica | | x | | | | x | | | 12 | |
| Representatividad del museo en la comunidad | | | x | | | x | | | 9 | |
| Identidad y tradición en las fiestas populares | | | x | | | x | | | 9 | |
| Manifestaciones artísticas | | x | | | | x | | | 12 | |
| Uso del zócalo como símbolo de la identidad local | x | | | | | x | | | 15 | |
| Planes de manejo especial de patrimonio | | | x | | | x | | | 9 | |
| Implementación de planes de manejo especial de patrimonio | | | x | | | x | | | 9 | **10,4** |
| **Organización social (Superestructura)** | | | | | | | | | | |
| Tejido empresarial | | | x | | | x | | | 9 | |
| Tejido institucional | | | x | | | x | | | 9 | |
| Presencia institucional | | | x | | | x | | | 9 | |
| Organizaciones de base comunitaria | | | | x | | x | | | 6 | |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| relacionadas con el turismo | | | | | | | | | | |
| Oferta de recursos financieros | | | | x | | x | | | 6 | |
| Responsabilidad social y sostenibilidad de las empresas | | | | x | | x | | | 6 | |
| Organizaciones de guías | | | | | x | x | | | 3 | **6,9** |
| **Producto turístico** | | | | | | | | | | |
| Existencia de producto turístico local | | | | x | | x | | | 6 | |
| Posicionamiento de Guatapé como destino turístico | | x | | | | x | | | 12 | |
| Articulación al producto subregional | | | | x | | x | | | 6 | **8** |
| **Promoción de productos turísticos** | | | | | | | | | | |
| Producción de material impreso promocional | | | x | | | x | | | 9 | |
| Producción de material audiovisual promocional | | | | x | | x | | | 6 | |
| Pertinencia del material impreso producido | | | | x | | x | | | 6 | |
| Pertinencia del material audiovisual producido | | | | x | | x | | | 6 | |
| Unidad en colores e isologotipos | | | x | | | x | | | 9 | |
| Articulación de medios al desarrollo turístico | | | x | | | x | | | 9 | **7,5** |
| **Comercialización de productos turísticos** | | | | | | | | | | |
| Presencia agencias de viajes especializadas | | | | x | | x | | | 6 | |
| Articulación agencias a la dinámica local | | | | x | | x | | | 6 | |
| Presencia de operadoras locales de turismo | | | x | | | x | | | 9 | |
| Canales de comercialización | | | x | | | x | | | 9 | **7,5** |
| **Formación y capacitación** | | | | | | | | | | |
| Presencia de mano de obra calificada para prestación de servicios hoteleros y de alimentación | | | | x | | x | | | 6 | |
| Presencia de profesionales del sector | | | | x | | x | | | 6 | |
| Presencia de instituciones educativas relacionadas con turismo | | | x | | | x | | | 9 | |
| Pertinencia de la formación con las necesidades locales | | | x | | | x | | | 9 | **7,5** |
| **Demanda** | | | | | | | | | | |
| Segmentación de la demanda | | | | x | | x | | | 6 | |
| Investigaciones de mercado | | | | | x | x | | | 3 | |
| Mercado local | | | | x | | x | | | 6 | |
| Mercado subregional | | | x | | | x | | | 9 | |
| Mercado regional | | x | | | | x | | | 12 | |
| Mercado nacional | | | x | | | x | | | 9 | |
| Mercado internacional | | | | x | | x | | | 6 | **7,3** |
| | | | | | | | | | | **9,2** |

El resultado del análisis de la información de los puntos fuertes y débiles de las variables macro del sistema turístico local de Guatapé, están relacionadas con las condiciones de soporte, producción, gestión y atractividad propuesto por los investigadores Crouch y Ritchie en el 2000, como determinantes de la competitividad del turismo local.

En el caso Guatapé, nos permite evidenciar la existencia de unas condiciones fuertes relacionadas con la atractividad y la razón para la movilidad hacia el destino local, fundamentalmente lo relacionado con los recursos hídricos díganse fuentes y espejos de agua existentes en el entorno inmediato, que caracteriza un paisaje y unos recursos turísticos, además se evidencia la presencia de un elemento arquitectónico como el "zócalo" como referente de identidad cultural local representativo y expresión de una forma de concebir la estética de la arquitectura popular regional.

En el análisis se reconoce además la existencia de elementos débiles relacionados con la gestión y la producción turística local en especial lo relacionada con la superestructura turística en sus distintos tipos de tejidos y organizaciones que la componen, la debilidad en la ordenación y direccionamiento del mercadeo turístico que implica el conocimiento de la demanda en especial a partir de investigaciones en los mercados emisores actuales, potenciales y futuros, el débil conocimiento y definición de las herramientas de promoción y comercialización y así mismo del producto turístico local, la débil orientación al turista en el manejo de los elementos básicos de la oferta turística dígase planta y atractivos turísticos, una débil formación del talento humano pertinente para la actividad en especial temas como la guianza, normas técnicas de calidad y de prestación del servicio en alojamiento y gastronomía.

Si bien en lo relacionado con el soporte territorial para el desarrollo turístico local sus condiciones son aceptables, las tendencias en los últimos años es a desmejorar sus condiciones territoriales, lo cual se evidencia en temas como la señalización vial y turística, servicios sociales públicos como agua potable, manejo de residuos sólidos urbanos y rurales, condiciones de atención en la salud urbana y rural entre otros.

## 2.2 ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO LOCAL: CASO GUATAPÉ

Para concretar este análisis de competitividad y sostenibilidad del turismo local en Guatapé se realizan ejercicios con los actores locales, análisis de la información secundaria y observación directa en el territorio, lo cual permite evidenciar y caracterizar la cadena de valor del sistema local turístico, para comprender las posibles transformaciones o dificultades en las ventajas comparativas locales y las precariedades de sus ventajas competitivas a lo largo del sistema turístico, además se recurre al método de diamante de Porter de 1998 y se analiza los apartes de un modelo integrado de competitividad de los destinos, en especial el modelo propuesto por Dwyer y Kim, en el

2003. Con estos elementos se propone dar cuenta de la realidad situacional de la competitividad turística local en Guatapé[22].

### 2.2.1 Análisis de la cadena de valor en el sistema turístico local de Guatapé:

Este análisis permite reconocer las relaciones e interrelaciones entre los distintos eslabones existente en el sistema desde la oferta natural y cultural hasta al usuario final, a lo largo del análisis se puede evidenciar brechas y vacíos a lo largo de la cadena, que hacen que el sistema sea poco armónico y productivo, con bajísimo estándares de calidad, e inexistencia de certificaciones de sostenibilidad que le permita ser reconocido en mercados nacionales e internacionales.[23]

Presenta dificultades en la revitalización de la oferta turística local, en la construcción de productos turísticos sostenibles y competitivos, la no existencia de operadores locales y de canales de distribución de los productos que generen confianza, la presencia de operadores informales no residentes en la subregión con poca veracidad en la información de la oferta existente, el no control y vigilancia en el cumplimiento de normas sectoriales, presencia de prestadores de servicios informales e ilegales, con concentración de actividades y equipamientos en el casco urbano y poco en el área rural, el visitante y turista compra la oferta del municipio sin generar valor adicional, el municipio poco realiza para incidir en la demanda o en los mercados emisores.

### 2.2.2 Análisis de competitividad desde el Diamante de Porter:

- **Condiciones de los factores**: equipamientos turísticos de alojamiento y gastronómicos con bajos estándares de calidad, baja formación y conocimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos locales, infraestructura territorial con tendencia al deterioro, atractivos turísticos sin renovación o remozamiento, señalización turística y vial deficiente, sistemas de información turísticas deficientes.
- **Condiciones de la demanda**: motivación principal del viaje turístico se asocia al espejo de agua, el perfil del visitante es de estrato dos y tres, de edades entre 24 y 45 años, proviene del área metropolitana y regiones centrales del país y viaja en compañía de la familia y amigos, la demanda en un 80% es de carácter de *Día de Sol* y se estima que la población que llega al municipio es dos veces la población residente.

---

[22] **Revista de Cultura e Turismo, Agosto del 2011, Isabel Diéguez Castrillón; Ana Gueimonde Canto y otros, Universidad de Santa cruz, Estado de Bahía, Brasil.**

[23] Revista de Cultura e Turismo, Agosto del 2011, Isabel Diéguez Castrillón; Ana Gueimonde Canto y otros, Universidad de Santa cruz, Estado de Bahía, Brasil.

- **Condiciones de los sectores de apoyo y relacionados**: presencia de una escuela gastronómica desde el Sena subregional, presencia de una institucionalidad interesada y motivada por participar en los procesos turísticos locales, como Cornare, EPM, Isagen, Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño y otras como la Promotora Paisajes de Antioquia y Maser, surgen grupos empresariales como Guatapé Touring que realizan ejercicios económicos y empresariales entre las Mipymes vinculadas en términos de economía de escala y de penetración a los mercados con estándares y oferta homogénea.
- **Condiciones de la rivalidad y estructura de las empresas**: deficientes ejercicios de asociatividad entre los prestadores de servicios en la cadena de valor del turismo local, instituciones territoriales supramunicipales con baja capacidad de trabajo articulado, bajos niveles de emprendimiento turístico y empresas poco sostenibles en lo turístico, productos turísticos locales con poco grado de elaboración, pocas redes de comercialización y bajos canales de distribución del producto local y no existencia de operadores turístico locales.
- **Otros factores**. Públicos y eventuales: la presencia de una política sectorial de turismo a nivel nacional 2014-2018, plan departamental de turismo al 2016, planes turísticos locales, propósitos comunes en los municipios emplazados en la zona en especial el tema de circuitos viales, impacto en la imagen y percepción de los visitantes de los problemas sociales y de violencia de años atrás, definición de un plan turístico subregional y de una ruta turística para la zona desde la tipología de naturaleza y asociada a los monolitos y al agua. (Ruta de naturaleza aguas y piedras), se consolida la seguridad y la tranquilidad social en la zona con la presencia de la institucionalidad desde lo local hasta lo nacional-

### 2.2.3 Análisis Modelo Integrado de Competitividad del destino turístico local.

Para ello retomamos las variables claves del modelo de Kim y Dwyer, desarrollado en el 2004 sobre la competitividad en destinos locales, a partir de los aportes de Crouch y Ritchie[24].

A) **Recursos heredados**: se requiere revitalización y remozamiento de la oferta existente, para generar nuevos e innovadores productos turísticos locales

B) **Recursos creados**: presencia de una oferta amplia pero de bajísimos estándares de calidad, con poca presencia de operadores locales, una red de comercialización precaria y distante, no se aplican y controlan las normas técnicas sectoriales.

C) **Factores y recursos complementarios**:

[24] Revista Cultura e Turismo, universidad de Santa Cruz, Estado de Bahía, Brasil, agosto del 2011.

- *Infraestructura general*: Si bien existen condiciones de infraestructura de servicios, vial, de comunicaciones, se evidencia una tendencia al deterioro por la no continuidad en el mantenimiento y en los planes de remozamiento.
- *Calidad del servicio*: la no existencia de estándares y de procesos de fortalecimiento hacia la calidad en los servicios y actividades que se prestan en el destino.
- *Accesibilidad del destino*: existe comunicación y accesibilidad, pero en condiciones limitadas, que se saturan rápidamente y generan entropías a lo largo del sistema turístico local.
- *Hospitalidad*: Una de las bondades del territorio es su capacidad de acogida a los visitantes, pero que debe ser retroalimentada con procesos de formación y capacitación en animación e información turística.
- *Lazos con el mercado*: A Guatapé lo compran, y no lo venden los agentes de comercialización: lo cual limita la capacidad de incidencia en los mercados emisores, la no existencia de estudios de mercados, planes de marketing y de construcción de imagen y percepción positiva del lugar, que posibilitaran atraer nuevos y futuros mercados.

D) **Gestión del destino**:

- *Gestión del marketing del destino*: la no existencia de estos procesos de incidencia en los mercados actuales, futuros y potenciales
- *Política, planificación y desarrollo del destino*: dificultades en la articulación con el Esquema de ordenamiento territorial, la no aplicación de normas técnicas, la alta informalidad y legalidad en la actividad turística local
- *Organización de la gestión del destino*: el destino se ha desarrollado por inercia propia o generación espontánea y lo poco que se planea no se cumple por parte de las autoridades pertinentes.
- *Desarrollo de los recursos humanos*: la no formación especializada por parte de los prestadores de servicios turísticos, la no capacitación del talento humano que labora en el sistema turístico, poco sentido de pertenencia e identidad con la cadena de valor del sistema turístico local.
- *Gestión del medio*: si bien existen ejercicios de asociatividad empresarial en el municipio, son una muestra muy relativa, además existe una alianza o acuerdo entre los alcaldes para sacar adelante iniciativas de impacto zonal a través de la alianza institucional llamada “la nueva energía paisa”.

E) **Condición situacional:** estos factores pueden limitar o potenciar la competitividad de los destinos turísticos. Entre ellos se encuentran:

- *Localización del destino*: Guatapé está bien localizado, con relativas vías de comunicación y con sistemas de transporte buenos.

- *Competitividad del micro entorno*: la zona posee condiciones para la competitividad territorial a partir de los servicios ambientales y eco sistémicos existentes, que pueden generar diferenciación y una experiencia turística de alto valor en lo ambiental y social, que impacta en lo económico por la demanda agregada que lleva al territorio.
- *Macro entorno*: el oriente antioqueño viene en un proceso de transformación acelerada y de construcción de ventajas competitivas en lo territorial por la dotación de infraestructura de impacto y presencia de universidades, centros de investigación e innovación y universidades públicas y privadas, con la presencia de la institucionalidad supramunicipal, regional, departamental y nacional; el país que viene en un proceso de reconciliación, de opción por la paz y el diálogo, que orienta sus esfuerzos a la educación y la equidad en un potencial escenario de post conflicto.
- *Seguridad*: han mejorado ostensiblemente las condiciones de seguridad en las cabeceras y áreas urbanas de los municipios de la zona, hoy se presenta sensaciones y percepciones de confianza para recorrer el territorio y el municipio en sus áreas rurales.

F) **Condiciones de la demanda**: el principal mercado emisor de Guatapé es del Valle de Aburrá, seguido de otros municipios del departamento de Antioquia y de algunos mercados del centro del país. Recientemente se viene presentando la llegada de visitantes extranjeros al territorio, en especial entre semana, motivado por algunos empresarios locales, que tienen contactos en estos mercados.

### 2.3 PROBLEMÁTICA CENTRAL DEL SISTEMA TURÍSTICO DE GUATAPÉ:

Con los anteriores análisis se puede concluir que la problemática central del sistema turístico local es: *"El turismo que actualmente se implementa en el municipio de Guatapé es de regular calidad, desarticulado e insostenible que degrada y desaprovecha los recursos del territorio dígase naturales y culturales, lo cual no permite hacer de la actividad del turismo una estrategia de desarrollo territorial local donde exista inclusión, educación, equidad y paz para las próximas generaciones".*

Los determinantes claves de esta problemática se enmarca en las siguientes relaciones de causa-consecuencia y en la capacidad de construcción de imaginarios de futuro por parte de los actores locales; estos elementos serán la clave para direccionar la estrategia de intervención al 2020 para el sistema turístico local.

### 2.3.1 Causas-Consecuencias

- Deficientes procesos de gestión en la organización, orientación y ordenación turística para la competitividad y sostenibilidad local.
    - Débil ordenación y reglamentación territorial para el desarrollo turístico local
        - ✓ Desorganización y descontrol de los espacios turísticos urbanos y rurales.
        - ✓ Alta concentración de atractivos, equipamientos e infraestructuras turísticas en las áreas urbanas.
        - ✓ Baja calidad y escasa diversidad en la planta turística local de alojamiento y gastronomía.
        - ✓ Debilidad en servicios complementarios y de apoyo a los procesos turísticos locales y su conexión con la dimensión subregional.

    - Débil gestión institucional para el marketing turístico local
        - ✓ Desconocimiento de las potencialidades y la diversidad de atractivos y recursos naturales y culturales turísticos existentes en el municipio.
        - ✓ Producto turístico local no unificado ni acorde a la potencialidad de sus recursos territoriales existentes en especial lo subregional.
        - ✓ Escasa investigación en mercados emisores actuales, potenciales y futuros.
        - ✓ Desconocimiento de las herramientas e instrumentos para la promoción y comercialización de los productos turísticos locales.
- Inexistencia de un sistema y tejido productivo que articule bienes y servicios en la cadena de valor turística local.
    - Bajos niveles de asociatividad y compromiso de los agentes involucrados en el sector turístico.
    - Deficiencia en la calidad de la prestación de servicios turísticos.
    - Débil tejido social empresarial comprometido.
    - La no existencia de planes de negocio en las empresas turísticas locales.
    - Débil oferta de personal capacitado en el sector turismo local.
    - Débil formación y capacitación en el sector turístico.

### 2.3.2 Análisis del imaginario local *"Guatapé una experiencia para vivirla"*

Al indagar sobre los puntos fuertes y débiles del sistema turístico local, se interrogaba sobre las percepciones y sueños de futuro del sistema turístico municipal, a partir de esta pregunta se realiza un ejercicio de sistematización que nos permite dar cuenta de los imaginarios que los actores locales tienen y cuáles son esas variables claves que impactan

en la transformación y consolidación del sistema turístico local hacia futuro en el municipio de Guatapé. De ahí los resultados que se presentan a continuación y la propuesta de construcción del escenario prospectivo "*Guatapé una experiencia para vivirla*" que se desea implementar para los próximos años desde los actores locales y que responda a los resultados del diagnóstico territorial y turístico municipal.

Los actores locales visualizan a un Guatapé, para los próximos años, orientado a un sistema turístico local sostenible y de impacto en lo territorial:

- Guatapé con calidad en los servicios y productos turísticos locales.
- Guatapé con espacios públicos cualificados y orientados a la oferta turística local.
- Guatapé organizado, dinámico con mayor demanda de turistas que de visitantes de *Día de Sol*.
- Guatapé innovador con proyectos que diversifiquen y amplíen la oferta turística local.
- Guatapé sostenible y con calidad de clase mundial en los servicios turísticos locales.
- Guatapé con sentido de pertenencia y con apoyo de la institucionalidad local y subregional.
- Guatapé sostenible que protege y revaloriza los recursos naturales y culturales locales.
- Guatapé que regula y controla los servicios y productos turísticos ofrecidos en búsqueda de un turista de calidad y de clase mundial.

Para lograr concretar estos imaginarios del Guatapé soñado, los actores locales proponen las siguientes iniciativas al interior del sistema turístico, como proyectos claves o de referencia, en el ejercicio de planeamiento estratégico:

- Recuperación y mejoramiento de la oferta de recursos turísticos con senderos, amoblamientos, paisajismo en los siguientes atractivos: sendero a la piedra, alto de la virgen, alto verde o cementerio indígena, trincheras de córdoba, parque lineal, el vertedero, ruta religiosa, plazoleta del zócalo, un punto de información turístico – P.I.T. en el casco urbano, implementar un mercado artesanal y del sabor.
- Implementar un circuito turístico rural por el anillo vial "quebrada Arriba-la Peña- Peñón de Guatapé con zócalos naturales y cuatro fondas temáticas".
- Implementación de un centro de eventos y convenciones acorde a la demanda y al tamaño del destino.
- Implementación de una señalización turística y vial pertinente.
- Mejoramiento en aspectos relacionados con el saneamiento básico urbano y rural.
- Agua potable en el suelo rural.
- Adecuaciones en los baños públicos en las áreas turísticas.
- Redimensionamiento del malecón al dotarlo de equipamientos dispuestos al turismo.

- Impulsar la doble calzada Marinilla-Guatapé.
- Definir un plan de obras que mejore la movilidad intra e intermunicipal.
- Implementar regulaciones y controles a los servicios turísticos locales.
- Mejorar el servicio y atención al turista.
- Generación de alternativas turísticas para nuevos mercados.
- Incentivar el comercio formal y sancionar el informal.
- Incentivar y atraer la inversión privada en equipamientos de alta calidad.
- Consolidar y ampliar institucionalidad turística local.
- Incentivar la asociatividad entre los empresarios locales.
- Crear una marca Guatapé con una mascota denominada *zocalito*.

La propuesta de un escenario prospectivo para los próximos años en Guatapé, busca ser un escenario alternativo *"Guatapé una experiencia para Vivirla"*, que permita revalorizar y remozar lo existente en términos de su oferta de atractividad y de infraestructuras al servicio del turismo, pero darle un enfoque innovador y diferenciador a las tendencias actuales en términos de productos y servicios que se le ofrece al turista, para ello se requiere concertar compromisos con los actores y la institucionalidad existe local y subregional, que permita al micro destino Guatapé la consolidación de un portafolio de productos diferenciadores sostenibles y competitivos articulados a la ruta subregional de aguas y piedras, donde el municipio sea un centro de estadía pero también de distribución de la demanda turística del futuro, con desarrollo tecnológicos orientados a la información y difusión del destino.

## 3. INTERVENCIÓN ESTRATÉGICA PARA EL SISTEMA TURÍSTICO MUNICIPAL DE GUATAPÉ AL 2020

A lo largo de este capítulo se proponen aspectos estratégicos que deberá realizar la municipalidad en sus próximos años para ser considerado un destino de referencia para mercados emisores innovadores, exigentes y de alto gasto turístico, que impacten positivamente la sostenibilidad y competitividad de Guatapé como destino turístico emergente de clase internacional.

### 3.1 ESCENARIO DE FUTURO AL 2020 "GUATAPÉ UNA EXPERIENCIA PARA VIVIRLA"

*"Guatapé una experiencia para vivirla"* se define hacia el futuro como *destino turístico nacional de clase internacional con excelencia por su calidad, organización, diversidad e innovación en sus servicios y actividades turísticas locales que la hacen ser un destino turístico emergente sostenible y competitivo, donde se atraen inversiones y se realizan proyectos de impacto territorial que harán de Guatapé un territorio económicamente viable, socialmente responsable y amable con el medio ambiente.*

En Guatapé del 2020 se trabajará bajo principios de responsabilidad social empresarial con valor compartido y donde las iniciativas de impacto se asocian a infraestructuras de movilidad, remozamiento de espacios públicos urbanos y rurales, repotenciación de las infraestructuras de servicios sociales acordes a las nuevas demandas turísticas del municipio, mejoramiento y diversificación de la atractividad local, fortalecimiento y compromiso del tejido empresarial local, y una gestión ordenada y coherente del territorio en sus usos y actividades turísticas a través de un pacto social y empresarial por un Guatapé del siglo XXI.

### 3.2 VISIÓN.

En el año 2020 Guatapé "*Una experiencia para vivirla*" se habrá consolidado como destino turístico nacional de clase internacional reconocido bajo principios de calidad, sostenibilidad y equidad, sus producto turísticos son el epicentro de la "*Ruta de naturaleza Aguas y Piedras*" del Oriente Antioqueño, basado en tipologías especializadas del turismo de naturaleza y complementado con turismo de eventos, cultural y de bienestar.

### 3.3 MISIÓN.

Contribuir al desarrollo local y al mejoramiento de la calidad de vida de los guatapenses, a través del desarrollo turístico sostenible, responsable y competitivo, promoviendo la gestión pública y social del turismo, la implementación de estrategias de marketing territorial local, fortaleciendo el tejido empresarial e institucional local y remozando y ampliando oferta motivacional turística municipal

### 3.4 OBJETIVO GENERAL

Consolidar a "*Guatapé una experiencia para vivirla*" como destino turístico competitivo y de calidad, que se visualiza como propuesta de desarrollo territorial del turismo, a partir del mejoramiento continuo de su oferta, equipamientos, facilidades e infraestructuras turísticas, con regulación y armonización del sistema turístico, formación pertinente del recurso humano y construcción de un pacto local por el turismo con inclusión de todos los actores sean públicos, privados y sociales , los cuales permitan la generación de valor en la cadena productiva del turismo con sostenibilidad y competitividad en el destino turístico local**.**

### 3.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fortalecer y dinamizar la gestión turística local para el desarrollo de una actividad sostenible, competitiva e innovadora donde se articulen actores públicos y privados, mediante una política pública local que garantice su efectividad y eficacia en su aplicación.
- Consolidar y redimensionar el producto y subproductos turísticos comerciales a partir de la recuperación del patrimonio natural y cultural local y definición de los lineamientos para la consolidación de la atractividad local.
- Fomentar el emprendimiento y el desarrollo empresarial a partir de la cualificación del talento humano vinculado al sistema turístico local a partir de lineamientos estratégicos y de política pública local.
- Fortalecer la oferta de recursos turísticos a través de la implementación de equipamientos, espacios e infraestructuras de soporte y apoyo al turismo y que se acompañe de lineamientos públicos que orienten y anime la inversión pública y privada en el turismo local.

## 3.6 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DEL PLAN TURÍSTICO MUNICIPAL PARA LA COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD

### 3.6.1 Estrategia uno:

***Acciones orientadas al fortalecimiento de la gestión turística pública y privada para el desarrollo de una actividad socio-productiva sostenible, competitiva e innovadora en Guatapé.***

***Producto: Manual para la gestión del destino "Guatapé una experiencia para vivirla"***

La estrategia se orienta a la gestión del destino turístico local, la cual se deberá asumir a través de una política pública enfocada a la estructuración del sistema turístico del municipio de Guatapé.

**EOT y Plan de Desarrollo Turístico**. El EOT asume en su contenido el hecho turístico como actividad económica de importancia para la sostenibilidad del territorio que debe, obligatoriamente, plantearse de manera planeada y controlada. Se propone desde el Plan de Desarrollo turístico que ya que el EOT define el turismo sostenible, lo incluya como una estrategia del esquema de ordenamiento territorial local "EOT" y, en consecuencia, plantee la inclusión de los recursos turísticos naturales como espacios a tener presente en el ordenamiento territorial no solo con normativas generales de protección y salvaguardia, sino mediante la definición de *Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario*, contempladas en la Ley 300 de 1996 con los acentos y caracterización que desde el EOT se considere, estas zonas pudieran ser: el Entorno de El Peñón de Guatapé, el área del malecón, la zona histórica y parque principal, el circuito rural Anillo Vial de quebrada arriba y el tramo vial correspondiente al municipio de Guatapé entre el Peñol y el paraje partidas a Alejandría. También pudieran ser otras que desde su ejercicio se consideren pertinentes. Para estas zonas el EOT deberá asumir una postura de normativa de usos, densidades y ocupaciones. Todo ello con el propósito de darle la orientación y alcance a la política pública territorial y será en el marco del DMRI vigente desde el 2012.

Otro alcance es remozar la Secretaría de Turismo local en lo técnico, tecnológico y financiero, para que genere lineamientos que permitan regular, ordenar e incentivar la oferta turística existente y precise recursos y áreas de intervención prioritaria para el turismo en el municipio, donde se definan y plasmen regulaciones y controles para garantizar la generación de valor en la cadena productiva. Se definen como áreas de Interés turístico de orden local y subregional actual: área del Malecón, circuito o anillo

rural quebrada arriba - la peña - peñón de Guatapé, área de entorno de la piedra peñón de Guatapé y el eje vial Peñol – Guatapé -San Rafael en la jurisdicción municipal.

| | PROYECTOS | | |
|---|---|---|---|
| **PROGRAMAS** | **CORTO PLAZO** | **MEDIANO PLAZO** | **LARGO PLAZO** |
| 1. Planeación y ordenamiento del sistema turístico local. | • Inclusión y concertación del turismo en el Esquema Ordenamiento Territorial local, definiendo áreas de interés y de uso prioritario para el turismo local y subregional<br>• Definición e implementación de plan de manejo ambiental, social y económico del Malecón "San Juan del Puerto" en su primera fase.<br>• Inclusión de los productos turísticos locales en la Ruta de naturaleza " Aguas y piedras" | • Actualización del inventario turístico bajo la metodología del Min comercio.<br>• Definición e intervención en las áreas de interés turístico urbano y rural.: Malecón, circuito o anillo rural quebrada arriba-la peña-peñón de Guatapé, Área de entorno de la piedra peñón de Guatapé y eje vial Peñol-Guatapé-San Rafael. | • Diseño, implementación y seguimiento de los indicadores de sostenibilidad turística en el Municipio.<br>• Realizar estudios que permita determinar la capacidad de carga de los atractivos naturales y culturales en Guatapé |
| 2. Gestión pública requerida en el fortalecimiento de la Secretaría de Turismo Municipal. | • Fortalecimiento y remozamiento de la secretaria de turismo local y del Consejo Municipal de Turismo como superestructura del sistema turístico municipal mediante recursos técnicos, tecnológicos y financieros.<br>• Definición y Creación de un fondo para el desarrollo turístico local, con la participación de lo público y privado<br>• Definición e implementación de un pacto local por el turismo con la participación activa de todos los actores vinculados al sistema turístico de Guatapé | • Creación de un Tourist-Tax que permita la existencia y solvencia de un Fondo público-privado para el fomento de la promoción y difusión turística local<br>• Puesta en marcha del pacto social para el desarrollo turístico local con recursos públicos y privados. | • Apalancamiento de nuevos recursos locales, subregionales, regionales y nacionales que fortalezcan la actividad turística y apoyen los proyectos productivos turísticos locales. |
| 3. Regulación e intervención de la oferta turística local. | • Regulación y control a la actividad turística dentro del Municipio en las áreas rurales y urbanas bajo los principios de sostenibilidad y el mejoramiento de la calidad en concurso con las oficinas de planeación, gobierno, | • Definición de áreas de intervención prioritaria para el desarrollo turístico municipal con mirada subregional.<br>• Apoyo a las actividades de control y prevención que realiza la policía de | • Realización de planes de manejo especial de las áreas de intervención prioritaria en turismo.<br>• Generación de normas específicas |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | medioambiente y Umata, hacienda y salud<br>• Inventario y diagnóstico de atractivos naturales que están en áreas privadas ante entes públicos y privados para su intervención y gestión.<br>• Realización de convenios interinstitucionales subregionales para presentar proyectos en el marco de la ruta de aguas y piedras ante posibles cooperantes nacionales e internacionales.<br>• Apoyo a la elaboración de una agenda de competitividad turística que impacten la zona de embalses en el marco de la ruta de Naturaleza y embalses " Aguas y piedras" | turismo.<br>• Establecimiento de un programa de asesoría y asistencia técnica para el desarrollo turístico rural en el municipio<br>• Apoyar la Generación de una agenda de competitividad turística que impacten la zona de embalses en el marco de la ruta de Naturaleza y embalses " Aguas y piedras" | para la sostenibilidad y el mejoramiento continuo de la actividad turística del Municipio.<br>• Diseño e implementación de un software especializado que permita mantener actualizada la información estadística de la industria turística local, útil en la toma de decisiones mediante el análisis de los datos recolectados. |

### 3.6.2 Estrategia dos

**Fomento al emprendimiento y el desarrollo empresarial a partir de la cualificación del talento humano vinculado a la cadena turística, mediante la formación técnica y tecnológica con pertinencia en el turismo local e incentivos para la certificación y homologación de los servicios.**

**Producto: Agenda para el fortalecimiento del tejido empresarial local y nuevos emprendimientos turísticos innovadores**

Estrategia enfocada directamente al fomento de la educación y capacitación con pertinencia en turismo, mejorar y cualificar los servicios turísticos y de los prestadores de servicios, además incentivar la competitividad y la calidad del destino mediante procesos de certificaciones y sellos de homologación internacional. También permitirá promover la cultura del emprendimiento y el fortalecimiento de unidades productivas que consoliden el producto turístico local.

| PROGRAMAS | PROYECTOS | | |
|---|---|---|---|
| | CORTO PLAZO | MEDIANO PLAZO | LARGO PLAZO |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 4. Educación con pertinencia que permita desarrollar turismo con calidad. | • Fomento a procesos de sensibilización y animación en turismo dirigido a todos los actores públicos, privados y civiles<br>• Establecimiento de convenios con instituciones de educación que implementen programas técnicos y tecnólogos en la actividad turística.<br>• Formación específica para el sector productivo enfocada al análisis de costos, fijación de precios en productos y servicios, modelos de negocios, análisis de mercados entre otros.<br>• Consolidación de la Media técnica en turismo, recreación y eventos en los colegios existentes en la localidad en los grados 10º y 11º. | • Fortalecimiento del bilingüismo<br>• Impulso a la competitividad turística a partir de la consolidación y fortalecimiento de las empresas responsables, eficaces y comprometidas con la localidad<br>• Certificación en competencias laborales del personal operativo y administrativo del sector empresarial turístico.<br>• Sensibilización del programa escuelas amigas del turismo del viceministerio de turismo. | • Implementación en las instituciones educativas locales del programa “escuelas amigas del turismo”.<br>• Formación en turismo de naturaleza, cultural y eventos<br>• Realización de los programas de formación y asistencia técnica a los empresarios para mejorar sus estándares y calidades en el servicio en la búsqueda de sellos de calidad homologados internacionalmente |
| 5. Promoción de la cultura del emprendimiento empresarial | • Fomento e incentivo a la creación de nuevas empresas y unidades productivas. Asociados a los productos turísticos locales.<br>• fortalecimiento y restructuración de las empresas turísticas locales para que acompañen los productos culturales y de naturaleza que generan desarrollo y fomento.<br>• Fomento a la implementación de estándares de calidad y de sostenibilidad en la prestación de los servicios turísticos. | • Fomento al emprendimiento turístico asociado a los productos locales.<br>• Implementación de unidades productivas desde el turismo responsable y comunitario acorde al producto turístico y subproductos identificados (clúster) | • Fortalecimiento empresarial desde la estructuración estratégica interna destinada a la competitividad empresarial. .<br>• Conformación de un sistema de seguimiento y acompañamiento técnico y financiero a las unidades productivas. |

### 3.6.3 Estrategia tres

**Consolidación del producto y subproductos turísticos mediante la adecuación y mejoramiento de los atractivos y recursos turísticos de carácter cultural y natural, además de fomentar la cultura turística local.**

***Producto: Portafolio de productos turísticos para "Guatapé una experiencia para vivirla"***

La estrategia se orienta a la recuperación, intervención y conservación del patrimonio cultural material e inmaterial y a la recuperación y remozamiento de los atractivos naturales que existen en el municipio, con lo cual se espera desarrollar proyectos y productos que atraigan nuevos flujos de turistas; y que ayude a descentralizar y diversificar la oferta turística concentrada hoy en el entorno del parque principal y el malecón.

| PROGRAMAS | PROYECTOS | | |
|---|---|---|---|
| | **CORTO PLAZO** | **MEDIANO PLAZO** | **LARGO PLAZO** |
| 6. Fortalecimiento y recuperación de los recursos culturales del municipio para potenciar la identidad cultural y la recuperación de las tradiciones propias de la población local. | • Promoción de iniciativas de conservación de los recursos culturales y su desarrollo e inclusión en programas de cuidado y mantenimiento del patrimonio local<br>• Realización y actualización de un inventario cultural inmueble y natural que permita ampliar la proyección patrimonial del Municipio y sus atractivos naturales<br>• Rescate de los hitos urbanos y rurales que hagan parte del patrimonio cultural inmaterial. | • Recuperación y mantenimiento de los caminos prehispánicos y coloniales.<br>• Recuperación, cuantificación y mantenimiento de los atractivos culturales (arquitectura, arte, tradición oral, patrimonio arqueológico, fiestas y eventos).<br>• Rescate de los hitos urbanos y rurales que hagan parte del patrimonio cultural inmaterial. | • Diseño de propuestas de recuperación y manejo del patrimonio histórico del municipio (objetos indígenas)<br>• Construcción e implementación de plan parcial con miras a la preservación del patrimonio arquitectónico municipal. |
| 7. Articulación de la gestión pública y privada para fortalecimiento y recuperación de los recursos naturales que potencialicen la biodiversidad natural y | • Recuperación y remozamiento de atractivos turísticos naturales de importancia para la oferta local<br>• Generación de campañas interinstitucionales de | • Gestión requerida en la identificación y recuperación de las cuencas hidrográficas requeridas en el aprovechamiento y fomento del ecoturismo. | • Diseño e implementación de planes y proyectos de medición de la capacidad de carga de los atractivos turísticos naturales y que permita su conservación en el |

| | | | |
|---|---|---|---|
| paisajística del territorio. | prevención de la contaminación ambiental de los recursos naturales. | • Animar la existencia de predios alineados con la propuesta Banco2 de Cornare en turismo comunitario y de naturaleza.<br>. | tiempo.<br>• Gestión requerida en la identificación y recuperación de las cuencas hidrográficas requeridas en el aprovechamiento y fomento del ecoturismo. |
| 8. Plan de mercadeo del destino local. | • Fortalecimiento y consolidación a los eventos culturales y deportivos que dan identidad al municipio de Guatapé durante el año.<br>• Producción de material impreso y virtual acorde con la promoción del destino enmarcado en los productos identificados y definidos de naturaleza y cultural<br>• Apoyo a la agenda de fiestas tradicionales como estrategia de comercialización y difusión del destino turístico.<br>• Promoción del turismo cultural y patrimonial a través de acciones de información, facilitación y promoción turística | • Identificación de los mercados locales, nacionales e internacionales<br>• Participación en ferias, festividades y eventos de carácter regional, departamental y nacional dirigido a comercializar a Guatapé como un destino turístico estructurado y con productos definidos.<br>• Promoción de Guatapé como destino turístico de clase mundial con enfoque a turismo de naturaleza y cultural | • Definición de la marca de destino municipal y de sus productos (unificación de logos, colores, slogan, etc.)<br>• Investigación de mercados en plazas emisoras actuales, reales, potenciales y futuras. |
| 9. Diseño de productos turísticos competitivos y sostenibles. | • Estímulos a la creación de canales de comercialización pertinentes y acordes a la oferta local que permita su distribución<br>• Diseño de guiones del producto turístico de senderismo en los caminos prehispánicos y coloniales.<br>• Articulación del producto turístico local con el producto de la subregión del oriente antioqueño. | • Diseño del producto turístico bandera del destino enmarcado en la Ruta de Naturaleza y embalses de aguas y piedras.<br>• Articulación del producto local con el producto de la subregión del oriente antioqueño.<br>• Creación de proyectos en conjunto con los Municipios vecinos con miras al fortalecimiento de | • Producción de la identidad (islogotipo) y la marca del destino turístico enmarcado al slogan "Guatapé pueblo de Zócalos |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | productos turísticos de la subregión. | |
| 10. Aprovechamiento de las TIC's en la comercialización de productos y servicios turísticos. | • Ampliación de la cobertura de internet en el parque principal, el malecón. y áreas de interés turístico rurales<br>• Creación de la página web turística del municipio como un canal acorde con la promoción del destino y producto turísticos. | • Asesoramiento a los prestadores de servicios que requieran la implementación de las TIC's en función de la optimización de recurso y tiempo además de captar nuevos clientes. | • Conformación de redes sociales entre los diferentes sectores productivos con miras a mejorar y fortalecerse como gremio. |

### 3.6.4 Estrategia cuatro

***Fortalecimiento de la oferta turística local mediante el desarrollo, mejoramiento y mantenimiento de equipamientos, espacios e infraestructuras de soporte al turismo, gestionando recursos de diferentes instituciones públicas y privadas que incentiven la oferta y diseño de un producto con alto componente innovador.***

***Producto: Portafolio de iniciativas de impacto en la oferta turística local***

La estrategia se orienta a la consecución de recursos y cooperantes para el cofinanciamiento de programas y proyectos orientados al mejoramiento e intervención de infraestructuras y equipamientos turísticos, además de apoyar e impulsar desde la secretaría de turismo la creación de redes empresariales e instituciones en cooperación interinstitucional entre el sector público y privado para la mejora de la competitividad del destino.

| PROGRAMAS | PROYECTOS | | |
|---|---|---|---|
| | CORTO PLAZO | MEDIANO PLAZO | LARGO PLAZO |
| 11. Gestión pública y privada destinada al mejoramiento, adecuación e intervención de nuevas infraestructuras (equipamiento) turísticas sostenibles. | • Gestión para la recuperación y mantenimiento de las vías urbanas y rurales del municipio.<br>• Diseño e implementación de un Plan de señalización turística, vías, peatonal e interpretativa, tanto urbanas como rurales<br>• Implementación de puntos de información turística | • Recuperación y mantenimiento de los caminos prehispánicos y coloniales<br>• Construcción de un único muelle en el malecón "San Juan del Puerto".<br>• Impulso a la creación de nuevas zonas de parqueo automotor. | • Consolidación del amueblamiento urbano Embellecimiento de fachadas, ampliación del programa de jardineras en espacios públicos, ornamento e intervención de la entrada al municipio.<br>• Diseño e implementación de |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | ubicados en el malecón y parque principal<br>• Gestión para el diseño e implementar el circuito turístico por el anillo rural "quebrada Arriba-la Peña-Peñón de Guatapé con zócalos naturales y cuatro fondas temáticas"<br>• Generación de convenios interinstitucionales con entidades nacionales, regionales, con miras a la intervención iluminaria de los atractivos más representativos del Municipio. | • Implementación de puntos de información turística ubicados en el malecón y parque principal<br>• Potenciar las actividades acuáticas que se practiquen en el embales y proponer otros eventos.<br>• Promover la inversión privada en equipamientos turísticos de impacto local. | circuitos turísticos como: senderos ecológicos, recuperación del "camino de islitas", sendero ecológico de la Vereda el roble y la recuperación de los caminos prehispánicos y de arriería.<br>• Gestión pública interinstitucional requerida en la recuperación del puente colgante de la Vereda la Piedra.<br>• impulsar la doble calzada Marinilla-Guatapé, |
| 12. Gestión público - privada para el fortalecimiento empresarial y mejora la competitividad. | • Acompañamiento y facilitación a los prestadores de servicios turísticos en la legalización y formalización<br>• Promoción de la campaña "Guatapé legal y responsable", mediante la asesoría de la Dian, la Cámara de Comercio y el Viceministerio de Turismo.<br>• Fomento a la asociatividad y cooperación inter-empresarial. | • Generación y recopilación de iniciativas de fomento requeridos en la construcción de tejido empresarial a través de mecanismos de participación ciudadana.: centro para eventos culturales al aire libre de mediano formato, parque de recreación, lúdica y diversiones | • Promoción la marca "Hecho en Guatapé".<br>• Estructuración de programas destinados al fortalecimiento de las fincas hoteleras y Recreativas. |

## 4. RECOMENDACIONESE DEL PLAN GUATAPE "UNA EXPERIENCIA PARA VIVIRLA"

Este conjunto de lineamientos que son recomendaciones y observaciones son de referencia para la actuación de la secretaria de turismo local y de todos aquellos actores pertenecientes al sistema turístico del municipio de Guatapé, los cuales deberán actuar con un propósito común el de articularse y generan sinergias para hacer del territorio un destino competitivo y sostenible para las próximas generaciones.

- Realización de mayores esfuerzos por parte de cada uno de los actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística, y en especial la administración pública, quien debe liderar los procesos aquí expuestos, y generar las condiciones para alcanzar el cumplimiento de cada uno de los objetivos propuestos. Las entidades territoriales deben acatar las normatividades vigentes que avalan y proponen metodologías conducentes a mejorar la calidad de los destinos, a la creación de productos turísticos competitivos y a generar herramientas de participación ciudadana. La presente propuesta es generar a partir del plan **un pacto territorial local por el turismo**, donde la comunidad, y los actores lo firmen y respalden un Guatapé del siglo XXI.
- Realización de un trabajo articulado y sinérgico al interior de las administración local entre dependencias como planeación municipal, la dependencia de desarrollo rural, secretaria de gobierno, secretaria de hacienda, dependencia de educación, cultura y salud, los cuales deberán conformar una red local pública, para dar seguimiento, evaluación y mejoramiento al sistema turístico local e impulsar las iniciativas macro de impacto municipal.
- Creación de un fondo especializado local para el desarrollo de las iniciativas turística locales y la implementación del plan local de turismo, el fondo especializado para turismo va a recoger lo siguiente recursos económicos locales: los impuestos asociados a industria y comercio turístico, tablero y avisos de las empresas asociadas a la actividad turística, un tuoristax o **impuesto a los servicios turísticos de alojamiento, alimentación y recreación**, que pagan los visitante y recoge el empresario para ser depositado en el mes siguiente, un porcentaje del 50% los impuestos de construcción y alineación sobre proyectos de edificaciones relacionadas con la actividad turística. El fondo especializado es de carácter mixto, lo administrara una organización público-privada a través de una fiducia, con veeduría de los empresarios y organizaciones sociales.
- Inclusión y definición del turismo en el Esquema de Ordenamiento Territorial local, el cual deben ser elaborado por los municipios en cumplimiento de la Ley 388 de 1997 y de la ley 1454 del 2011 y sus decretos reglamentarios. Entre los instrumentos para la acción local se contemplan elementos orientadores para las decisiones que los municipios deben tomar y que afectan el uso de los suelos. A partir de una reflexión sobre lo ordenado en la

mencionada ley, el documento se adentra en la exploración de dos figuras que pueden tener incidencia en este aspecto: la declaratoria de recursos turísticos y la declaratoria de zonas o áreas de desarrollo turístico prioritario. Explora las compatibilidades e incompatibilidades que el uso turístico de suelo tiene con otros usos y determina unos criterios para redimensionar el municipio en su vocación turística.

- Definición de las siguientes áreas de interés turístico municipal y de uso prioritario para ello se definen áreas específicas: la zona del malecón en la cabecera municipal, el circuito rural de quebrada arriba, el entorno de la piedra " Peñón de Guatapé" y el corredor vial entre el municipio de: El Peñol, Guatapé y San Rafael hasta el paraje de Santa Rita por la vía al municipio de San Rafael, estas áreas tendrá un tratamiento acorde a la actividad y ajustándose a las normativas ambientales definidas y concertadas con la autoridad ambiental y los actores pertinentes y se referenciara en el marco del DMRI del 2012 "la zona de embalses de Guatapé-Peñol".
- Desarrollo de micro planes de manejo especial para las zonas de interés turístico y de uso prioritario, que se establezcan en el esquema de ordenamiento territorial y que deberán ser concertados con las autoridades pertinentes y las organizaciones sociales y empresariales existentes en esas zonas específicas.
- Establecimiento de una manera concertada sobre los manejos y usos asociados a la recreación y el turismo sobre el espejo de agua del embalses Guatapé-Peñol en el territorio de su jurisdicción en el marco de la ley 1225 del 2008 y concertado con las autoridades ambientales, actores regionales y los empresarios vinculados a la actividad.
- Aplicación de normas y leyes relativos al turismo, en particular la ley 300 del 96, la ley 1101 del 2006 y la ley 1558 del 2012, que habla de actores aportantes a la parafiscalidad, la legalidad y normalidad turística de los actores visibles en la municipalidad y del ordenamiento y gestión del sistema turístico local, lo cual deberá liderar secretaria de turismo conjuntamente con la secretaria de planeación municipal y con el apoyo de la secretaría de gobierno desde la policía de turismo.
- Consolidación de redes de empresarios alrededor de los productos turísticos municipales, que se garanticen la funcionalidad y operación del destino y su calidad ante nuevas demandas exigentes en experiencias de alta recordación.

## 5. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO "Guatapé una experiencia para vivirla"

Este documento Plan de Desarrollo Turístico de carácter prospectivo, reúne las condiciones técnicas, tecnológicas, humanas, ambientales, culturales, políticas, educativas y demás requerimientos para lograr que el turismo en el Municipio de Guatapé se desarrolle en coordinación con las políticas generadas por las entidades superiores de turismo de carácter departamental y nacional, las cuales se mencionan en el marco legal de este mismo documento, Además de propiciar iniciativas que fortalezcan la actividad turística en el municipio como motor dinamizador de la economía y realizar las gestión pertinente para la consecución de recursos y lograr así los objetivos propuestos al 2020.

Es por ello que para la implementación y ejecución de este Plan de Desarrollo turístico se presentara de forma individual a diferentes estamentos públicos; en primer lugar se presentara al Consejo local de Turismo y al señor alcalde municipal para hacer un profundo análisis y debatir el documento. Una vez sea revisado y analizado por el consejo de turismo y pre-aprobado por el señor alcalde se presentara al Honorable Concejo Municipal para su aprobación y de esta forma asegurar los recursos para su ejecución y puesta en funcionamiento. Un tercer momento es llevado a política pública y de carácter social mediante la configuración y definición de un pacto social territorial local por el turismo donde la comunidad, sus actores y líderes se comprometan por un turismo sostenible y competitivo para las próximas generaciones.

### 5.1 EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

La evaluación y el seguimiento del plan se puede realizar mediante la realización del POA (plan operativo anual) el cual debe ser aprobado por el Señor Alcalde y debe presentarse antes del inicio del año, el cual debe contener especificado los proyectos a realizar y recursos a utilizar. También se deben realizar informes parciales trimestrales de las actividades en desarrollo adjuntando un resumen ejecutivo y el porcentaje logrado a la fecha y por último el informe anual el cual deberá contener, un informe de gestión (logro de indicadores) adjuntando las evidencias requeridas.

### 5.2 COMENTARIO FINAL

El presente documento hace un acercamiento a la realidad del destino turístico actual y a las necesidades y expectativas de los pobladores y actores de un municipio lleno de

riquezas y fortalezas por mostrar a múltiples mercados, es por ello que este documento realiza una exposición del aspecto del sistema turístico y genera unas alternativas y expectativas de desarrollo turístico desde lo local. Es importante que las propuestas aquí consignadas sean apoyadas y lideradas por la administración pública y acatadas por toda la comunidad guatapense, ya que este documento marca la hoja de ruta a seguir, realizando propuestas con las cuales se generaran condiciones por el sano desarrollo y crecimiento de la industria del ocio que traerá beneficios para toda la comunidad local.

Aquí se recoge basta información que es conducente de nuevas propuestas de desarrollo por parte de todos los actores del turismo del municipio ya que por medio de las investigaciones adelantadas se hace la caracterización de la demanda y los nuevos flujos turísticos que llegan al municipio. Es por ello que toda la comunidad debe apropiarse de este documento que hace un gran aporte para el desarrollo local y subregional.

Se deben realizar mayores esfuerzos por parte de cada uno de los actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística, y en especial la administración pública, quien debe liderar los procesos aquí expuestos, y generar las condiciones para lograr cada uno de los objetivos. Como es de entender las entidades territoriales deben acatar las normatividades vigentes que avalan y proponen metodologías conducentes a mejorar la calidad de los destinos, a la creación de productos turísticos competitivos y a generar herramientas de participación ciudadana.

## 6. BIBLIOGRAFIA


- Barrado A., Diego e Inardi, Vila Mireia. Turismo en espacios de montaña y naturales. Geografía Mundial del Turismo. Editorial Síntesis. Madrid. 2001.
- Beltrán V., Luz C., López B., Héctor., Gómez T., José Alejandro. Diplomado Gestión y desarrollo del Turismo Regional. Módulo IV: Diseño y comercialización de Productos Turísticos. Universidad Externado de Colombia. Bogotá. 2002.
- Calderón Vázquez, Francisco José. Tesis doctoral: Distrito turístico, rural un modelo teórico desde la perspectiva de la oferta. Especial referencia al caso Andaluz. Universidad de Málaga. Málaga. 2005.
- Cardona Rendón, Beatriz M. Turismo, planeación y desarrollo en los municipios de El Peñol y Guatapé. Tesis de grado. Universidad Nacional de Colombia. Medellín. 1997.
- CISP. Proyecto Turismo para la Paz. Propuesta de plan local de turismo 2008.
- Climent S., María Paz y Carretero G., Ma. Del Mar. Turismo en espacios de montaña y naturales. Geografía Mundial del Turismo. Editorial Síntesis. Madrid. 2001.
- Cornare. Plan de Gestión Ambiental Regional, República de Colombia, Departamento de Antioquia, 2003 – 2020. El Santuario. 2003.
- Cornare. Actualización del Plan de Gestión Ambiental Regional, República de Colombia, Departamento de Antioquia, 2008 – 2030. El Santuario. 2008.
- Corporación Autónoma Regional de las Cuencas de los Ríos Negro y Nare, CORNARE. (2009). *Plan de Gestión Ambiental Regional 2009-2034.* El Santuario, Antioquia, Colombia.
- DANE. Censo nacional de población 2005. Web: www.dane.gov.co, 2007.
- De La Peña A., Gabriela. Público – Privado, espacio – territorio: ¿de la dicotomía a la convergencia? Revista de Humanidades: Tecnológico de Monterrey, número 010. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). Monterrey. 2001.
- DELNET, Centro de formación a distancia de la OIT. Especialización en desarrollo local y turismo sostenible. Unidad didáctica No. 3. México. 2006.
- Gobernación de Antioquia, Comfenalco Antioquia y Cámara de Comercio de Medellín. Plan de desarrollo turístico para Antioquia 2003-2009. Medellín. 2003.
- Idárraga, Alvaro. Por la calle del recuerdo. Guatapé, 2008.
- Idárraga, Alvaro. Guatapé es un museo. Proyecto Turismo para la paz. Guatapé, 2008.
- Fondo de Promoción Turística de Colombia, Unión Temporal Turismo Chocalán. (julio de 2012). *Plan de Desarrollo Turístico de Antioquia.*
- Ley 300 de 1996, Ley Marco del Turismo. Ministerio de Desarrollo Económico de Colombia. Bogota. 1996.
- Ley No. 1185 del 2008. República de Colombia.
- Lotero, Jorge, et al. El sistema turístico local como estrategia de desarrollo en las subregiones del Oriente y el Suroeste Antioqueño: potencialidades estructurales y redes institucionales como una política de turismo. Grupo de estudios regionales. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Antioquia y Gobernación de Antioquia. 2007.
- Ministerio de Cultura de Colombia. Manual para inventarios bienes culturales inmuebles. Bogotá. 2005.

- Morales, Yuliana B., Otálvaro, Paula A. Orrego, Leslie y Ortiz Lina. Perfil del turista del Oriente Antioqueño. Programa Investigación de Mercados. SENA (Centro de la innovación, la agroindustria y el turismo). Medellín. 2007.
- Municipio de Guatapé. Plan de Desarrollo 2008-2011. Guatapé. 2008.
- Plan de desarrollo cultural "Movimiento niño". Guatapé, 2001.
- Plan de Desarrollo Turístico Departamental 2003-2009. Gobernación de Antioquia. Medellín, 2003.
- Plan de gestión ambiental municipal de Guatapé, PGAM, 2004-2020.Municipio de Guatapé, Cornare, 2004.
- Plan Nacional Sectorial de Turismo "Turismo para un nuevo país", Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. Bogota. 2003.
- Posgrado de Planeación Urbano-Regional. Plan Regulador para el Ordenamiento y Desarrollo Turístico en las Subregiones de Embalses del Río Negro – Nare y del Altiplano en el Oriente Antioqueño, Inventario Turístico. Universidad Nacional de Colombia, Sede Medellín. 1995.
- Parra Ospina, J. A. (2006). *Estudio del territorio y el Ecoturismo como Estrategias de Formación Ambiental en el cercano Oriente Antioqueño (Propuesta).* Universidad de Antioquia.
- Proexport Colombia. (Diciembre de 2012). *Proexport Colombia.* Bogotá.
- Organización Mundial de Turismo. (2009). *Manual sobre branding de destinos turísticos (Handbook on Destination Branding).* Madrid (España).
- Organización Mundial del Turismo - Miembros Afiliados. (Abril de 2011). *Informe sobre la situación, perspectivas y oportunidades en el turismo en América del Sur.*
- Organización Mundial del Turismo. (2011). *Políticas y Prácticas para el turismo mundial - Parte I.* Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.
- Red de Turismo Comunitario de América Latina. Disponible en <http://www.redturs.org/nuevaes/index.php>.
- Revisión y ajuste de los esquemas de ordenamiento territorial de los municipios de San Carlos, San Francisco y Guatapé del Oriente Antioqueño. Documento técnico de soporte municipio de Guatapé. Gobernación de Antioquia, Maser, Municipio de Guatapé, Universidad de Medellín, 2008.
- Revista cultura e turismo, Universidad de Santa Cruz, Bahia, Brasil, agosto de 2011.
- Secretaría de Turismo de México. SECTUR. "Integración de agrupamientos turísticos competitivos. Cluster turísticos". México.
- Viceministerio de Turismo de Colombia. Guía para elaboración de inventarios turísticos. Bogotá. 2008.
- Ana Adelfa Arcila, Giraldo, Jesús Alfredo, et al. Algunos elementos para la realización del plan de desarrollo turístico de Guatapé. Colegio Mayor de Antioquia y Fundación Universitaria de Oriente. Guatapé, 2000.

## 7. ANEXOS:

### 7.1 ANEXO 01: PLAN DE MANEJO DEL PROYECTO MALECÓN DE: SAN JUAN DEL PUERTO

El paseo peatonal Malecón "San Juan del Puerto", está localizado frente al embalse Guatapé-Peñol sobre la calle 32 desde la Carrera 32 con calle 32 hasta la carrera 22 con la 32 como el espacio más significativo y relevante del área urbana del Municipio de Guatapé, por las actividades recreativas y turísticas allí emplazadas. En la actualidad es un espacio complejo y hasta caótico, por la mezcla de peatones, buses, carros particulares, motos, bicicletas, comercio informal, ventas ambulantes, ocupación de andenes y antejardines por los establecimientos allí localizados, y usos que son de apoyo y deberían estar en el entorno del malecón por su complejidad y riesgos hoy están en el centro del espacio público.

El malecón es un espacio público de alto significado y valoración por la población que visita al municipio de Guatapé y por los lugareños al ser un espacio de encuentro y referencia social y económica, que requiere remozamiento de su aspecto estético y equipamientos internos, además de procesos de esponjamiento en su densificación y cualificación del uso del espacio por su significado y apropiación ciudadana.

El presente documento delimita las posibilidades de uso y densificación del espacio público, con el fin de propiciar mayor organización en las actividades comerciales turísticas, lúdicas y recreativas allí presentes.

Además, se fija disposiciones generales para su manejo, organización y adecuación espacial, para ello se retoma el trabajo presentado por el sr. Juan Gonzalo Benítez en el 2012 a la administración municipal

**Observaciones generales**

- El Malecón San Juan del Puerto podrá ser utilizado para actividades paisajísticas, recreativas, lúdicas y turísticas por todas las personas que quieran disfrutar de él.
- No se autorizan actividades comerciales ambulantes, ni cualquier otro tipo de actividad que sea móvil o removible, para ello se crearan áreas especializadas de comercio hacia el costado construido en dos o tres puntos como mini centros artesanales y de productos locales.

- No se permite la práctica de deportes o actividades en la zona peatonal pública, que puedan convertirse en un riesgo u obstáculo para el flujo de peatones.
- Está prohibido el uso de equipos de amplificación a alto nivel de volumen en los carros estacionados, en los puestos de comercio y en los sitios de promoción y venta de servicios para actividades dentro del embalse.
- El costado del malecón hacia el área urbana será para la localización de zonas comerciales y usos turísticos básicos y complementarios, las actividades de apoyo a la actividad turística, recreativa y lúdica estarán localizadas en el entorno del malecón hacia la entrada o salida del mismo.
- El espacio público que configura el Malecón es el área contenida entre el paramento urbano y el borde del embalse en su cota máxima.

**Utilización comercial el Malecón de San Juan del Puerto**

a) Cualquier utilización del Malecón San Juan del Puerto con fines comerciales debe estar autorizada por la Alcaldía de Guatapé. De lo contrario, los funcionarios de Espacio Público y la policía podrán exigir el desalojo inmediato de las personas que estén desarrollando la actividad comercial.

b) La condición de Comerciante Autorizado la otorgará el comité de establecimientos abierto al público y espacio público una vez cumpla con los requisitos establecidos por derecho de acuerdo con los espacios disponibles y después de revisar el cumplimiento de todos los requisitos por parte del solicitante.

c) Para el otorgamiento de autorizaciones las personas deben cumplir las siguientes características:
   - Haber nacido en Guatapé o ser de familia guatapense (en caso de no cumplir con ninguna de estas dos condiciones, pero llevar mucho tiempo viviendo en el municipio, la Alcaldía evaluará esa condición y podrá aprobar la autorización)
   - Ser mayor de edad
   - Estar a paz y salvo con todas las dependencias municipales
   - Si varias personas cumplen los requisitos y no hay suficientes espacios disponibles, se le dará prioridad a:
   - Personas que tengan mayor antigüedad como comerciantes reconocidos en el Malecón.
   - No tener en el núcleo familiar otras fuentes permanentes de ingresos

d) Se otorgará la condición de Comerciante Autorizado solo a una persona de cada núcleo familiar, en ningún caso un mismo núcleo familiar podrá tener autorización para dos o más locales
e) Las autorizaciones tendrán una vigencia de cinco años, renovables en caso de solicitarlo de nuevo y haber cumplido con todas las exigencias legales y las normas de convivencia.

**Que actividades económicas se pueden realizar en el Malecón**

a) Se autoriza en el Malecón "San Juan el Puerto" la venta de artesanías, productos locales agroindustriales prendas de vestir, siempre y cuando sean de una organización o unidad productiva del municipio. Está permitida la venta de servicios turísticos y otros intangibles, siempre que no atenten contra las buenas costumbres.
b) La venta de comestibles está autorizada pero para ello se debe tener además el certificado de sanidad, que periódicamente hará revisiones sobre la higiene en los procesos, y el certificado de haber realizado la capacitación en manipulación de alimentos.
c) No está permitido comercializar pornografía ni utilizar imágenes pornográficas para promocionar productos.
d) Quienes deseen tener venta de cualquier producto que contenga licor deberán tramitar un permiso adicional con la Administración Municipal, en el que se le fijarán las condiciones para hacerlo.

**Compromisos de los actores sociales y económicos Autorizados en el Malecón**

a) Hacer uso del espacio público con fines comerciales implica hacer una compensación económica mensual ante la Secretaría de Hacienda del municipio. El valor de esa compensación será definido por la Alcaldía Municipal en el momento de entregar la autorización al comerciante.
b) Cada comerciante autorizado debe ubicar todos sus elementos dentro del espacio que se defina. No está permitido hacer extensiones del espacio ni ubicar sillas o carpas adicionales por fuera del área asignada.
c) Los comerciantes autorizados tendrán que garantizar siempre una impecable presentación personal de todas las personas que atiendan al público.
d) Los comerciantes autorizados no podrán prestar sus servicios bajo el efecto del alcohol o las drogas ilegales.
e) No está permitido utilizar a menores de edad para trabajar dentro del Malecón San Juan de Puerto.

f) Cada comerciante se compromete a velar por la presentación del espacio asignado y el cumplimiento de normas y formalidades de legalidad comercial.
g) No está permitido arrumar o almacenar elementos en el espacio exterior del espacio asignado o definido para la actividad comercial.
h) Es compromiso de cada comerciante evitar la contaminación auditiva. No se permite utilizar sonido amplificado ni megáfonos para promocionar productos o llamar la atención de los visitantes.
i) Por el no pago o uso del espacio público o de ejercer la actividad económica comercial por un lapso superior a 1 mes, le será cancelado su permiso.
j) El comerciante se compromete a ofrecer sus productos por lo menos los domingos y festivos, salvo casos especiales que no podrán ser más de 2 fines de semana de forma consecutiva.

**Alcances y limitaciones de la autorización para las actividades sociales y económicas en el Malecón**

a) La condición de Comerciante Autorizado se otorga a una persona para que atienda el puesto de venta directamente y con su núcleo familiar. En casos de necesidad, el comerciante puede contratar a otras personas del municipio para que acompañe a su grupo familiar en la atención al público. No está permitido alquilar o ceder el puesto de venta asignado.
b) El horario permitido para el uso del área comercial del Malecón San Juan del Puerto es de 7:00 a.m. a 10:00 p.m. Solo en algunos casos especiales, como en épocas de fiestas tradicionales o de Navidad, y con previo permiso de la alcaldía, se podrá extender el horario de servicio.
c) La asignación de un puesto de actividad comercial al público incluye la conexión de servicios públicos y el cumplimiento de normas especiales de sanidad y uso de un espacio comercial.

**Renovaciones y pérdidas de autorizaciones**

a) La renovación de las autorizaciones para comerciantes estacionarios se harán de forma automática si se dan tres condiciones:
   - Que el comerciante exprese por escrito su intención de renovar su autorización.
   - Que durante el período que esté terminando no haya tenido sanciones por malas conductas en el ejercicio de su trabajo en el Malecón.

- Que se encuentre a paz y salvo en el pago de la compensación económica que se haya determinado.
- La renovación se hace por un período de tiempo igual al anterior y en la misma ubicación del puesto de venta dentro del Malecón.

b) Se perderá la autorización de uso comercial en los siguientes casos:

- Si se comprueba que el comerciante vende o negocia sustancias no permitidas.
- Si deja de pagar durante 2 meses consecutivos el valor de la compensación económica o de los impuestos definidos por la secretaría de hacienda.
- Si se comprueban faltas a la buena conducta o comisión de actividades delictivas
- en el desarrollo de su trabajo en el Malecón.

**Disposiciones generales para el Comercio de productos y servicios**

a) Los establecimientos de comercio asentados en el municipio regularán la emisión de ruido. La Oficina de Espacio Público y la Policía ejercerán funciones de control y vigilancia para garantizar la tranquilidad de los habitantes y de los visitantes.

b) En la zona de embarque Malecón San Juan del Puerto, solo se podrá usar megáfonos o equipos de amplificación por parte de los representantes autorizados del muelle único de salida y llegada. El uso de equipos de amplificación sin autorización de la Secretaría de Gobierno será causal de sanciones.

c) Los establecimientos de comercio no podrán ubicar ningún tipo de publicidad física sobre la avenida principal a lo largo del Malecón San Juan del Puerto, como vallas fijas o móviles.

d) Los avisos comerciales deben mantener el estilo arquitectónico del municipio, utilizando solo los materiales acordes como madera y cerámica. Los avisos de neón y los hechos en material metálico deberán ser reemplazados para lo cual tendrán 6 meses después de la fecha en que se haga la notificación individual.

e) Para cualquier tipo de ventas estacionarias en el municipio es necesario el permiso de la Secretaría de Planeación y las ventas ambulantes no están permitidas en el municipio.

f) Los recursos percibidos por impuestos de uso del espacio público se consignaran en un fondo especial para el desarrollo turístico municipal.

## 7.2 ANEXO 02: MANUAL PARA LA GESTIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO LOCAL

ESCENARIO DE FUTURO AL 2020 "GUATAPÉ UNA EXPERIENCIA PARA VIVIRLA"

**"Guatapé una experiencia para vivirla"** se define hacia el futuro como **destino turístico nacional de clase internacional con excelencia por su calidad, organización, diversidad e innovación en sus servicios y actividades turísticas locales que la hacen ser un destino turístico emergente sostenible y competitivo, donde se atraen inversiones y se realizan proyectos de impacto territorial que harán de Guatapé un territorio económicamente viable, socialmente responsable y amable con el medio ambiente**.

En Guatapé del 2020 se trabajará bajo principios de responsabilidad social empresarial con valor compartido y donde las iniciativas de impacto se asocian a infraestructuras de movilidad, remozamiento de espacios públicos urbanos y rurales, repotenciación de las infraestructuras de servicios sociales acordes a las nuevas demandas turísticas del municipio, mejoramiento y diversificación de la atractividad local, fortalecimiento y compromiso del tejido empresarial local, y una gestión ordenada y coherente del territorio en sus usos y actividades turísticas a través de un pacto social y empresarial por un Guatapé para vivirlo del siglo XXI.

El presente documento busca brindar orientación y propiciar instrumentos para la gestión local a partir de la comprensión del rol de lo público en el marco del sistema turístico local, para ello se darán definiciones generales sobre la gestión, gestión pública, gestión turística, gestión de un destino hasta el rol de la competitividad en la sostenibilidad de un destino local, en un segundo lugar se plantean campos de actuación con sus respectivas actividades y acciones que se orientan al control, seguimiento, animación, organización y de dirección de las actuaciones públicas locales y el de ejercer su función como actor público, en un tercer momento se plantean la visión estratégica del plan de turismo local y sus recomendaciones generales para los próximos años, las cuales se deberá seguirse por parte de la oficina encargada del desarrollo turístico.

La actual política de estado está orientada a promover el turismo como generador del desarrollo económico. Es por ello que se establecen los mecanismos necesarios para la participación del gobierno local en el desarrollo de la gestión del turismo, con el fin de impulsar el turismo en su respectiva jurisdicción.

La administración turística local debe ejercer un papel protagonista y de relacionamiento con los demás actores para alcanzar objetivos en el marco del sistema turístico local, por

lo cual se propone reunir el esfuerzo de todos los actores de la sociedad (empresarios, administración central, población local etc.), para crear las condiciones de partida del turismo y mantener el buen funcionamiento de la actividad turística, asegurar un clima de confianza empresarial y comprometerse en la aplicación de normas y controles que se requiere en la actividad.

## 1. ELEMENTOS GENERALES Y CONCEPTUALES PARA LA GESTIÓN LOCAL DEL TURISMO

Definir e implementar un instrumento de ordenación y planificación local para el desarrollo turístico sostenible y competitivo, requiere de una gestión correcta y pertinente de sus recursos naturales, culturales, tecnológicos y humanos, para ello se busca:

- Lograr el pleno disfrute de los visitantes.
- Conseguir los máximos beneficios para la comunidad.
- Reducir al mínimo posible los efectos negativos sobre el ambiente y la comunidad
- Comprometerse en la aplicación de los programas que plantea el plan estratégico municipal.
- Reunir el esfuerzo de todos los actores de la sociedad (empresarios, administración, población local etc.)
- Crear las condiciones de partida del turismo y mantener el buen funcionamiento de la actividad turística local.
- Asegurar un clima de confianza empresarial.

A continuación se darán algunas definiciones o apreciaciones conceptuales que son un aporte a la administración local para comprender y analizar su relacionamiento y capacidad de generar sinergias en el territorio.

Estas definiciones que se retoman es un aporte de un trabajo de compilación académica que se viene realizando desde un grupo de docentes del Sena oriente para consolidar una línea de trabajo y de aporte institucional al territorio.

**¿QUE ES GESTIÓN?:** Este concepto se puede definir como la administración de recursos con una finalidad concreta. La gestión, entendida en términos contemporáneos, es el procedimiento de adecuación de recursos de cualquier índole a aquellos fines para los cuales han sido recabados.[25]

[25] Herramientas para la Gestión Cultural Pública. Ministerio de Cultura. República de Colombia. Segunda edición. Bogotá D.C., Colombia, junio 2013. Pág. 10.

La gestión podría definirse entonces, como un conjunto de actividades que se realizan para generar un conjunto de logros. Algunos autores como Gerardo Domínguez sostienen que la gestión no es un conjunto de actividades sino un conjunto de logros[26].

***La gestión es el resultado de que tanto se logró mejorar una sociedad o una institución***. Consiste en ***modificar una situación actual***, en una situación esperada futura. Sin embargo, no es suficiente lograr los resultados, se requiere además optimizar los recursos disponibles. La gestión demanda el desarrollar una serie de acciones que transforman una situación A en una situación B optimizando los recursos financieros, tecnológicos, humanos y el tiempo, ello requiere un plan que defina un objetivo propuesto, sin embargo la sola elaboración de un plan no garantiza que los resultados se logren, pues la gestión no es fiel reflejo de la planeación, porque se presentan situaciones inesperadas que obligan y demandan la toma de decisiones, para lo cual es necesario el monitoreo y control permanente y periódico del logro de los resultados[27].

**GESTIÓN PÚBLICA:** Entendiéndose por administración pública como la actividad que se desarrolla en los organismos oficiales para el cumplimiento de los fines del estado, está interviene en la planeación, ejecución y control de las actividades de las organizaciones; en la obtención de los insumos que permiten la toma de decisiones y en la organización y operación de los instrumentos para que tales decisiones se ejecuten.[28]

Plantea el Departamento Nacional de Planeación Colombiano (DNP), que la ***gestión pública integral*** orientada a resultados *es "*la articulación permanente y continua de los procesos de planeación, ejecución y evaluación de las acciones que el Estado emprende, tendientes a dar cumplimiento a los compromisos democráticamente concertados y asumidos por los mandatarios electos para atender de forma integral, oportuna, transparente y eficiente las necesidades de la ciudadanía y dar cumplimiento a la función y competencias encomendadas por la Constitución y la ley a la Nación y a sus entidades territoriales*".*

Es por ello que el concepto de gestión pública está directamente asociado a *los resultados* que logre una administración y se ha definido como un proceso *integral, sistemático y participativo*, que se articula en tres grandes momentos: la planificación, la ejecución y el

[26]Restrepo Montoya, Trinidad Patricia. La gestión local en los municipios del corredor turístico la Fe - Guatapé- Región del Oriente Antioqueño. Caso Colombia. Universidad Internacional de Andalucía, Sede La Rábida, España. Diciembre, 2000. Pág.6 y anexo 1.
27 Restrepo Montoya, Trinidad Patricia. La gestión local en los municipios del corredor turístico la Fe - Guatapé- Región del Oriente Antioqueño. Caso Colombia. Universidad Internacional de Andalucía, Sede La Rábida, España. Diciembre, 2000. Pág.6 y anexo 1.
[28] Libro digital: Álzate Gómez, José Ángel. Capital social, descentralización y modernización del estado "Propuesta de desarrollo agroindustrial: proyecto central de panela, como producto derivado de la caña de azúcar". Atlantic International University. Honolulu, Hawaii. Octubre de 2009. Pags.28-29.

seguimiento y evaluación de las estrategias de desarrollo económico, social, ambiental, físico, institucional, político y financiero sobre la base de unas metas acordadas de manera democrática.

La gestión pública debe buscar de manera eficaz y eficiente resultados frente a la reducción de la pobreza y el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, y en consecuencia avanzar hacia un desarrollo integral sostenible

**LA GESTIÓN PÚBLICA DEL TURISMO:** se puede definir como la actividad que se desarrolla en los organismos oficiales para el desarrollo del sector económico del turismo.

Los entes territoriales nación, departamento y municipio son responsables de la articulación entre las empresas, las instituciones públicas, los turistas y la sociedad local. Tienen un papel muy importante dentro de la organización del sistema turístico para que exista una relación fluida y coordinada, lo que finalmente determina la competitividad turística de un destino turístico.

Los organismos estatales de turismo en sus diferentes niveles son responsables de gestionar el turismo a nivel público, teniendo en cuenta las responsabilidades y competencias en los diferentes niveles territoriales.

El gobierno como autoridad pública local, tiene un doble papel en el turismo. Es el guardián y regulador del sector; debe introducir y aplicar legislación y además, regular y estimular la industria y el comercio para beneficio de la sociedad.[29]

***El papel del gobierno es crucial.*** Él debe aceptar la responsabilidad pública para ***tener condiciones adecuadas de comercio y hospitalidad***, y a su vez encargarse de las políticas y acciones tendientes a lograr el fortalecimiento del turismo a través de los instrumentos y mecanismos que le ofrece la administración pública y la planeación. Todo ello acompañado de la idea de gestión participativa. Las principales funciones turísticas del estado, según Lickorish, se pueden expresar en los siguientes puntos[30]:

- Formular políticas y aprobar un amplia estrategia para el desarrollo
- Regular e inspeccionar la instrumentación de las políticas
- Proveer un foro de consulta como base de la cooperación y coordinación

[29] Borthiry L, Natalia. Monografía de Graduación: Gestión Pública Municipal del turismo: Un desafío basado en el fortalecimiento institucional y en la participación. Universidad Nacional Mar de Plata: Facultad de Ciencias Económicas, Mar de Plata. 2002. Pág. 17.
[30] Borthiry L, Natalia. Monografía de Graduación: Gestión Pública Municipal del turismo: Un desafío basado en el fortalecimiento institucional y en la participación. Universidad Nacional Mar de Plata: Facultad de Ciencias Económicas, Mar de Plata. 2002. Pág. 15.

- Intervenir en el área fiscal y ayudar a financiar el desarrollo de infraestructura y otras inversiones
- Establecer condiciones favorables para la operación del sector privado
- Informar, brindar estadísticas e investigar
- Promocionar el turismo
- Operar en aquellas franjas del mercado en donde el sector privado no puede iniciar y otorgar algún servicio esencial.

## 2. ACTIVIDADES Y ACCIONES DE LO PÚBLICO EN LA GESTIÓN LOCAL TURISTICA DEL DESTINO.

Se enuncia acciones, actividades y tareas que la administración local deberá orientar y realizar en el cumplimiento de sus funciones públicas en lo local.

**PLANEACIÓN Y ORDENACIÓN DEL TURISMO LOCAL.**

- Elaboración y actualización en coordinación con entes supramunicipales el plan turístico local, así como la definición de la vocación del territorio, gestión de la inclusión de sus proyectos en el plan de desarrollo del municipio y hacer del plan una política de desarrollo turístico local.
- Implementación de la gestión para el desarrollo de una infraestructura (servicios públicos, vías, aeropuertos, señalización, seguridad, atención en salud, etc.) de calidad que garantice una excelente prestación del servicio a los turistas.
- Se revisa permanentemente las funciones de la superestructura (entidades públicas y privadas que manejan el turismo) de tal manera que se actúe coordinadamente.
- Se propone medidas de ordenamiento del espacio físico en aplicación de la ley 388 de 1997 y sus leyes modificatorias y reglamentarias, buscando que el turismo quede incluido en los planes de ordenamiento territorial, para ello la incorporación de la figura de las zonas de interés turístico y zonas de desarrollo turístico prioritario contenidas en la ley 300 del 96.
- Se propone al concejo municipal la adopción de medidas para atraer inversión turística privada al municipio mediante estímulos e incentivos territoriales locales.
- Se Estudia la posibilidad de declaratoria de recursos y zonas de desarrollo turístico, en coordinación con los entes supramunicipales, regional y nacional.
- Fortalecimiento del conocimiento de la historia y la geografía local a través de la orientación de la cátedra local en los colegios y escuelas municipales

- Se fomenta la calidad en la prestación del servicio a través de concurso y premiaciones a los empresarios, diseñar un manual de atención al usuario y construir un manual de ética (establecer condiciones de permanencia en el destino),
- Impulso al desarrollo turístico del Municipio mediante la construcción y ejecución de proyectos acorde a las necesidades del territorio e involucrar a las poblaciones que se encuentran en dichas áreas.

**DIRECCIÓN, COORDINACIÓN Y EJECUCIÓN DE ACCIONES PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO LOCAL**

- Articulación del parque educativo municipal al turismo con la ubicación de puntos de información, centros de interpretación, museos y guías de turismo.
- Se promueve y ayuda a resaltar los valores, talentos y cultura locales propiciando el rescate de la identidad local con los empresarios locales.
- Se Fomenta la cultura de la responsabilidad social empresarial entre los prestadores de servicios turísticos locales.
- Orientación a los emprendedores sobre las convocatorias para emprendimientos turísticos y sectores afines y apoyar la formulación de proyectos productivos de turismo local.
- Se capta la base de datos que permita actualizar y categorizar los prestadores turísticos (hoteles, restaurante, servicios complementarios).
- Coordinación en las relaciones entre las instituciones del sector público, el sector privado y la academia, a nivel local y subregional
- Se gestiona la formación y capacitación para los prestadores de servicios de turismo de acuerdo a las necesidades detectadas y a la pertinencia de los productos turísticos locales
- Se propicie el intercambio inter veredal, donde una vereda invite y reciba a los habitantes de otra vereda y muestre lo que tiene y lo que es incentivar el turismo interno Local, además del reconocimiento del territorio a través de recorridos turísticos locales para que los habitantes locales descubran y valoren sus tesoros.
- Establecimiento de un plan de acompañamiento con las demás dependencias de la administración a los prestadores de servicios turísticos locales.
- Se entrega información turística a la oficina de comunicaciones para la elaboración de material promocional e informativo para ser diseñado
- Acompañamiento en la construcción de los productos turísticos del territorio,
- Se promueve e se incentiva las buenas prácticas empresariales para los prestadores de servicios turísticos y sectores afines.

- Articulación en la oferta turística del municipio a través de la animación para la conformación de una red empresarial de prestadores de servicios.

**CONTROL, VIGILANCIA Y SEGUIMIENTO AL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA LOCAL**

- Generación de un clima de confianza con los empresarios y prestadores de servicios turísticos para el cumplimiento de los códigos y normatividad vigente.
- Establecimiento de acciones de control con los organismos responsables de la seguridad regional y local que en compañía de los promotores locales de turismo definan planes y acción concretos para abordar los temas de: drogas, explotación sexual de niños, niñas y adolescentes, identificación de huéspedes, inocuidad en la producción de alimentos, cumplimiento de la normatividad de piscinas, manejo y disposición de residuos, limpieza y asepsia de las empresas prestadoras de servicios, planes de emergencia y contingencia, señalización y rutas de evacuación, manejo de incendios y extintores.
- Establecimiento de requerimientos de seguridad para el desarrollo de los eventos que garanticen la protección tanto para los habitantes como visitantes,
- Se Promueve en la legalidad y formalización de los prestadores de servicios turísticos y el seguimiento y control de la operación de los servicios específicos en turismo.
- Se Apoya al Ministerio de Desarrollo Económico en el control de los establecimientos prestadores de servicios de tal manera que se ofrezcan productos de calidad y competitivos.
- Realización de visitas preventivas en lugares donde se presente una alta afluencia de turistas.
- Visitas a los prestadores de servicios turísticos en compañía de la policía de turismo y el área de saneamiento para asesorar y orientarlos en temas relacionados con la seguridad turística,
- Realización de campañas de sensibilización con la comunidad de tal manera que la población del lugar brinde apoyo efectivo al turista.
- Coordinación de procesos de capacitación para mejorar la calidad del servicio.

**PROMOCIÓN Y MERCADEO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES**

- Se incentiva el consumo de los productos locales entre los habitantes y comerciantes del municipio
- Se Utiliza los medios de comunicación local (periódicos, emisoras) para la promoción y difusión de los tesoros locales a la comunidad.

- Se brinda la información sobre los prestadores de servicios turísticos locales que pueden ser ofrecidos a turistas, visitantes y artistas de los eventos locales.
- Se brinda información turística durante los eventos locales.
- Se recupera y promueve el programa "Un día con mi vecino" como la posibilidad de incentivar el conocimiento y reconocimiento entre los municipios de la región y las veredas dentro de los municipios
- Generación de materiales didácticos como Albumnes locales del municipio con diferentes temáticas que rescaten el conocimiento local entre la población del municipio,
- Difusión y promoción de los eventos locales articulado con la oficina de comunicaciones del municipio que incentiven el desplazamiento de visitantes y turistas, Atender y orientar a los turistas y visitantes durante los eventos locales.
- Establecimiento de alianzas estratégicas con entes supramunicipales, municipios vecinos y con empresarios el diseño de productos de impacto subregional y sus estrategias de promoción y difusión.
- Coordinación en la presentación de proyectos de mercadeo, promoción y desarrollo de la competitividad ante el Fondo de Promoción Turística de Colombia.

**PROTECCIÓN AL TURISTA**

- Establecimiento de medidas de defensa e integridad del visitante durante su permanencia en el destino,
- Protección, asistencia y orientación informativa de trámites legales a turistas nacionales y extranjeros en caso de que sufran el robo de sus pertenencias
- Recepción de denuncias relacionadas con la atención y calidad del servicio ofrecido por prestadores turísticos locales.
- Exigencia a las empresas las condiciones de seguridad que garanticen la integridad física y mental del usuario-cliente.
- Se propone y coordina medidas para la protección defensa del turista, mediante el manejo de quejas y reclamos.

**INFORMACIÓN TURÍSTICA**

- Se brinda información y orientación al turista que faciliten su estadía en el lugar.
- Establecimiento de mecanismos para recolección y procesamiento de la información turística.
- Coordinación con el Ministerio de Desarrollo Económico los mecanismos para la implantación local del Registro Nacional de Turismo y apoyar su control.
- Apoyo a la recolección de información sobre inventarios, planta turística, productos artesanales locales para incorporarlos en la oferta turística local.

**GESTIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS**

- ANILLO VIAL. Implementar un circuito turístico rural por el anillo vial “quebrada Arriba - la Peña - Peñón de Guatapé con zócalos naturales y cuatro fondas temáticas”.
- SENDERO A LA PIEDRA. Adecuar y acondicionar este sendero, con el objetivo de facilitar la conexión entre la cabecera municipal y su principal recurso turístico El Peñón de Guatapé mientras se promueve el senderismo y el disfrute de la belleza paisajística existente desde el casco urbano hasta La Piedra y se ejerce mayor presencia institucional en el atractivo.
- ALTO DE LA VIRGEN. Hacer un sendero o puente que comunique el Alto de la Virgen con El Mirador que está ubicado sobre la antigua entrada y acondicionarlo con amoblamientos tales como asientos, basureras, luminarias, ajardinamientos y demás para que los habitantes y visitantes puedan disfrutar cómodamente de la panorámica del municipio.
- ALTO VERDE O CEMENTERIO INDIGENA. Darle celeridad al proyecto de construcción del sendero que va desde el malecón hasta la cima de Alto Verde incorporando la señalética con su respectivo guión para que durante los recorridos se cuente la historia de este atractivo, dándole la importancia histórica al cacique Guatapé.
- TRINCHERAS DE CORDOBA. Darle celeridad al proyecto de construcción del sendero con diferentes paradas donde tanto el habitante como el visitante tengan la oportunidad de conocer la historia, disfrutar de los diferentes paisajes, hacer deporte y tener vivencias ecológicas durante este recorrido.
- PARQUE LINEAL. Organizarlo y adecuarlo nuevamente acondicionándolo con amoblamientos tales como asientos, basureras, luminarias, ajardinamientos, paisajismo y estaciones de ejercicio físico para que los habitantes y visitantes puedan disfrutarlo cómodamente y ejercitarse en pro de su salud física, mental y espiritual.
- EL VERTEDERO. Acondicionar los alrededores con amoblamientos tales como asientos, basureras, luminarias, ajardinamientos y demás para que los habitantes y visitantes puedan disfrutar cómodamente del espectáculo que se produce cuando el embalse llega a su máximo nivel y la caída de agua se embellece naturalmente formando un arco iris singular al recibir los rayos del sol.
- RUTA RELIGIOSA. Adecuar el camino al convento de las Monjas Oblatas de tal modo que se pueda elaborar el guión de una Ruta Religiosa que articule la catedral, el museo religioso, la Abadía de los Monjes Benedictinos y se pueda visitar el convento de las Monjas Oblatas.

- PLAZOLETA DEL ZÓCALO. Diseñar y elaborar los zócalos correspondientes a los primeros pisos de su zona comercial y hacer el monumento al Zocalero en la parte de la plazoleta donde está ubicada la fuente.
- PALMA INIA. Teniendo en cuenta que esta especie es insignia de Guatapé es muy importante adoptarla incorporarla adecuadamente a la iconografía local y proyectarla como un atractivo relevante del municipio, albergando medidas de conservación, propagación y difusión para su protección.
- PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICO - PIT. Hacer un punto de información turístico en el kiosco de entrada al municipio o en el parque principal.
- MALECÓN. Organizar todos los vendedores ambulantes debidamente uniformados y con toldos que cumplan cabalmente unas medidas estándar. También organizar un sistema de electricidad, agua potable y manejo de residuos sólidos para cada uno de los mismos.
- MERCADO ARTESANAL Y DEL SABOR. Organizar, de manera periódica, una feria artesanal con productos hechos por los habitantes de Guatapé, y también adscritos a iniciativas de emprendimiento e inclusión; organizándolos en toldos típicos uniformes, con los logos de la Administración Municipal y de acuerdo con un mapa de ubicación en español y en Ingles. El sitio debe ser un espacio estratégico diferente al parque principal y al malecón.

**INSTRUMENTOS DE GOBERNABILIDAD LOCAL DESDE LA SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA:**

**CONSEJO DE TURISMO LOCAL:** Agrupa a representantes de los actores del sistema turístico, tanto del sector público y privado como comunitario, el cual *"es la instancia de concertación entre el Estado y la sociedad civil encargada de liderar y asesorar al gobierno municipal en la formulación y ejecución de las políticas, la planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible".*

**Son funciones del Consejo de Turismo Local**

- **Estimular** el desarrollo turístico sostenible local, velando por el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad receptora.
- **Actuar** como ente articulador de las actividades relacionadas con el fomento, la promoción y la gestión del destino turístico, velando por la preservación del patrimonio cultural y natural.

- **Promover** y hacer las recomendaciones que sean pertinentes para la formulación, cumplimiento y evaluación del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible y Comunitario y los demás planes, programas y proyectos turísticos.
- **Participar** en la elaboración de políticas que contribuyan al fortalecimiento del sector turístico.
- Ser **veedor** de las inversiones enfocadas al desarrollo turístico local.
- **Velar** por la implementación, seguimiento y actualización del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible y Comunitario.

## 3. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN LOCAL:

ESCENARIO DE FUTURO AL 2020 "GUATAPÉ UNA EXPERIENCIA PARA VIVIRLA"

**"Guatapé una experiencia para vivirla"** se define hacia el futuro como **destino turístico nacional de clase internacional con excelencia por su calidad, organización, diversidad e innovación en sus servicios y actividades turísticas locales que la hacen ser un destino turístico emergente sostenible y competitivo, donde se atraen inversiones y se realizan proyectos de impacto territorial que harán de Guatapé un territorio económicamente viable, socialmente responsable y amable con el medio ambiente**.

En Guatapé del 2020 se trabajará bajo principios de responsabilidad social empresarial con valor compartido y donde las iniciativas de impacto se asocian a infraestructuras de movilidad, remozamiento de espacios públicos urbanos y rurales, repotenciación de las infraestructuras de servicios sociales acordes a las nuevas demandas turísticas del municipio, mejoramiento y diversificación de la atractividad local, fortalecimiento y compromiso del tejido empresarial local, y una gestión ordenada y coherente del territorio en sus usos y actividades turísticas a través de un pacto social y empresarial por un Guatapé para vivirlo del siglo XXI.

**VISIÓN.**

En el año 2020 Guatapé "Una experiencia para vivirla" se habrá consolidado como destino turístico nacional de clase internacional reconocido bajo principios de calidad, sostenibilidad y equidad, sus producto turísticos son el epicentro de la "Ruta de naturaleza Aguas y Piedras" del Oriente Antioqueño, basado en tipologías especializadas del turismo de naturaleza y complementado con turismo de eventos, cultural y de bienestar.

**MISIÓN.**

Contribuir al desarrollo local y al mejoramiento de la calidad de vida de los guatapenses, a través del desarrollo turístico sostenible, responsable y competitivo, promoviendo la gestión pública y social del turismo, la implementación de estrategias de marketing territorial local, fortaleciendo el tejido empresarial e institucional local y remozando y ampliando oferta motivacional turística municipal

**OBJETIVO GENERAL**

Definir lineamientos estratégicos y políticas locales, que permitan consolidar a "Guatapé*una experiencia para vivirla"* como destino turístico competitivo y de calidad, que se visualiza mediante la implementación de una propuesta estratégica de desarrollo territorial del turismo, a partir del mejoramiento continuo de su oferta, equipamientos e infraestructura turística, la regulación y armonización del sistema turístico y la formación pertinente del recurso humano y construcción de un pacto local por el turismo con inclusión de todos los actores sean públicos, privados y sociales que permitan la generación de valor en la cadena productiva.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Fortalecer y dinamizar la gestión turística local para el desarrollo de una actividad sostenible, competitiva e innovadora donde se articulen actores públicos y privados, mediante una política pública local que garantice su efectividad y eficacia en su aplicación.
- Consolidar y redimensionar el producto y subproductos turísticos comerciales a partir de la recuperación del patrimonio natural y cultural local y definición de los lineamientos para la consolidación de la atractividad local.
- Fomentar el emprendimiento y el desarrollo empresarial a partir de la cualificación del talento humano vinculado al sistema turístico local a partir de lineamientos estratégicos y de política pública local.
- Fortalecer la oferta de recursos turísticos a través de la implementación de equipamientos, espacios e infraestructuras de soporte y apoyo al turismo y que se acompañe de lineamientos públicos que orienten y anime la inversión pública y privada en el turismo local.

**ESTRATEGIAS PARA EL GUATAPÉ TURÍSTICO AL 2020.**

1. **Definición de acciones orientadas al fortalecimiento de la gestión turística pública y privada para el desarrollo de una actividad socio-productiva sostenible, competitiva e innovadora en Guatapé.**

La estrategia se orienta al conocimiento e implementación de la gestión del destino turístico local, la cual se deberá asumir a través de una política pública enfoca en la estructuración del sistema turístico del municipio de Guatapé mediante la inclusión y definición del turismo en el esquema de ordenamiento territorial "EOT" , en el plan de desarrollo municipal, para darle la orientación y alcance pertinente a la política pública, además remozar y estructurar la Secretaría de Turismo local en lo técnico, tecnológico y financiero, para que genere lineamientos y acciones que permitan regular, ordenar e incentivar la oferta turística existente y precise las áreas de intervención prioritaria para el desarrollo turístico en el municipio, que permitan su regulación y control para garantizar la generación de valor en la cadena productiva

2. **Fomento al emprendimiento y el desarrollo empresarial a partir de la cualificación del talento humano vinculado a la cadena turística, mediante la formación técnica y tecnológica con pertinencia en el turismo local e incentivos para la certificación y homologación de los servicios.**

Esta estrategia está enfocada directamente al fomento de la educación, formación y asistencia técnica con pertinencia en turismo local, para mejorar y cualificar los servicios turísticos y de los prestadores de servicios, además incentivar la competitividad y la calidad del destino. También permitirá promover la cultura del emprendimiento y el fortalecimiento de unidades productivas que consoliden el producto turístico local.

3. **Consolidación del producto y subproductos turísticos a partir de la recuperación y redimensión del patrimonio natural y cultural del municipio, mediante la adecuación y mejoramiento de los atractivos y recursos turísticos de carácter cultural y natural, además de fomentar la cultura turística local.**

Esta estrategia se enfoca en la gestión pública y privada, que se orienta a la recuperación, intervención y conservación del patrimonio cultural material e inmaterial y los atractivos naturales que existen en el municipio, con lo cual se espera desarrollar proyectos que atraigan nuevos flujos de turistas; y que ayude a descentralizar y diversificar la oferta turística concentrada hoy en el entorno del parque principal y el malecón.

4. ***Fortalecimiento de la oferta turística local mediante el desarrollo, mejoramiento y mantenimiento de equipamientos, espacios e infraestructuras de soporte al turismo, gestionando recursos de diferentes instituciones públicas y privadas que incentiven la oferta y diseño de un producto con alto componente innovador.***

Esta estrategia está orientada a la consecución de recursos y cooperantes en la cofinanciación de programas y proyectos para el mejoramiento e intervención de infraestructuras turísticas, además de apoyar e impulsar desde la secretaría de turismo la creación de redes empresariales e instituciones en cooperación interinstitucional entre el sector público y privado para la mejora de la competitividad y sostenibilidad del destino

## 2.1 ANEXO 03: PLAN TACTICO 2015-2016, PLAN DE MEDIANO 2016-2019 y PLAN DE LARGO PLAZO 2020-2032

Es la propuesta de intervención del corto, mediano y largo plazo, que deberá liderar la secretaria de turismo local y deberá ser la agenda de competitividad para los próximos años en el marco de un pacto del territorio por el turismo.

| PROPUESTA DE INTERVENCIÓN "GUATAPE UNA EXPERIENCIA PARA VIVIRLA" | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EN EL CORTO PLAZO (2015-2016)** | | | | | |
| **ESTRATEGIA** | **PROGRAMA** | **ACCIONES DE CORTO PLAZO** | **ACTORES** | **INDICADORES** | **COSTOS DE LA ACTIVIDAD** |
| **Acciones orientadas al fortalecimiento de la gestión turística pública y privada** | **1. Planeación y ordenamiento del sistema turístico local.** | Inclusión y concertación del turismo en el Esquema Ordenamiento Territorial local, definiendo áreas de interés y de uso prioritario para el turismo local y subregional | Maser, oficina de planeación, Cornare, EPM, red de empresarios turísticos locales | Reuniones de concertación con los actores turísticos locales | $ 11.514.000,0 |
| | | Definición e implementación de plan de manejo ambiental, social y económico del Malecón "San Juan del Puerto" en su primera fase. | EPM, Cornare, Municipio de Guatapé, gobernación de Antioquia, Fontur | proyecto socializado y concertado con los actores locales y subregionales | $ 17.271.000,0 |
| | | Inclusión de los productos turísticos locales en la Ruta de naturaleza " Aguas y piedras". | Municipio de Guatapé, Maser, Gobernación de Antioquia, Cornare y EPM | Número de productos turísticos locales incluidos en la propuesta de turismo zonal de la ruta de naturaleza Aguas y piedras | $ 17.271.000,0 |
| | **2. Gestión pública requerida en el fortalecimiento de la Secretaría de Turismo Municipal.** | Fortalecimiento y remozamiento de la secretaria de turismo local y del Consejo Municipal de Turismo como superestructura del sistema turístico municipal mediante recursos técnicos, tecnológicos y financieros. | Municipio de Guatapé y consejo municipal | Estructura operativa y financiera de la secretaria de turismo local aprobada por el consejo municipal de Guatapé | $ 110.152.000,0 |
| | | Creación de un fondo para el desarrollo turístico local, con la participación de lo público y privado | Consejo municipal, Oficinas e Hacienda, planeación y turismo y consejo municipal de turismo | diseño y socialización del fondo con recursos privados y públicos | $ 37.620.000,0 |
| | | Definición e implementación de un pacto local por el turismo con la participación activa de todos los actores vinculados al sistema turístico de Guatapé | Oficina de turismo, grupos privadas, Cornare, EPM, Gobernación de Antioquia | numero de actores socializados y concertados alrededor del pacto social | $ 11.514.000,0 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | **3. Regulación e intervención de la oferta turística local.** | Regulación y control a la actividad turística dentro del Municipio en las áreas rurales y urbanas bajo los principios de sostenibilidad y el mejoramiento de la calidad en concurso con las oficinas de planeación, gobierno, medioambiente y Umata, hacienda y salud | Oficina de planeación local, Secretaria de gobierno, Umata y medio ambiente, secretaria de turismo local, Dirección de turismo del departamento, Sena Oriente, Colegio Mayor de Antioquia, promotora paisajes de Antioquía, Maser y otros | Numero de prestadores de servicios socializados y visitados | $ 30.704.000,0 |
| | | Inventario y diagnóstico de atractivos naturales que están en áreas privadas ante entes públicos y privados para su intervención y gestión. | Cornare, EPM, Alcaldía municipal, Empresarios locales, dirección de turismo departamental | Número de proyectos y empresarios valorados y socializados | $ 11.514.000,0 |
| | | Realización de convenios interinstitucionales subregionales para presentar proyectos en el marco de la ruta de aguas y piedras ante posibles cooperantes nacionales e internacionales. | Sena Oriente, Cornare, promotora paisajes de Antioquía, CCOA, Municipios de la zona de embalses, Maser | Número de proyectos formulados y socializados con los actores de la ruta | $ 5.757.000,0 |
| | | Apoyo a la elaboración de una agenda de competitividad turística que impacten la zona de embalses en el marco de la ruta de Naturaleza y embalses " Aguas y piedras" | CCOA, Sena Oriente, Cornare, Municipios zonales, promotora paisajes de Antioquía, redes de empresarios, Maser | numero de reuniones y número de proyectos concertados y avalos por los actores zonales | $ 11.514.000,0 |
| **Fomento al emprendimiento y el desarrollo empresarial a partir de la cualificación del talento humano vinculado a la cadena turística.** | **4. Educación con pertinencia que permita desarrollar turismo con calidad.** | Fomento a procesos de sensibilización y animación en turismo dirigido a todos los actores públicos, privados y civiles. | Sena Oriente, Cornare, promotora paisajes de Antioquia, CCOA, Municipios de la zona de embalses, Maser | Numero de prestadores de servicios vinculados a procesos de sensibilización y animación turística | $ 30.704.000,0 |
| | | Establecimiento de convenios con instituciones de educación que implementen programas técnicos y tecnólogos en la actividad turística. | Sena oriente, Colegio Mayor de Antioquia, Cetasdi, Uco y otros | Número de convenios realizados con instituciones educativas subregionales y regionales | $ 5.757.000,0 |
| | | Formación específica para el sector productivo enfocada al análisis de costos, fijación de precios en productos y servicios, modelos de negocios, análisis de mercados entre otros. | Sena oriente, Colegio Mayor de Antioquia, Cetasdy, Uco y otros | Número de empresarios intervenidos y con agenda de asistencia técnica y de cualificación técnica | $ 35.796.000,0 |
| | | Consolidación del programa de la Media técnica en turismo y recreación en el colegio en los grados 10º y 11º. | Sena oriente, Colegio Mayor de Antioquia, Cetasdy, Uco y otros | Numero instituciones educativas vinculadas al programa | $ 11.514.000,0 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | **5. Promoción de la cultura del emprendimiento y del desarrollo empresarial** | Fomento e incentivo a la creación de nuevas empresas y unidades productivas. Asociados a los productos turísticos locales. | Sena Oriente, Dirección departamental de turismo, Alcaldía municipal, CCOA, otros | Número de nuevos emprendimientos vinculados a la cadena productiva del turismo local en Guatapé | $ 55.267.000,0 |
| | | Fortalecimiento y restructuración de las empresas turísticas locales para que acompañen los productos culturales y de naturaleza que generan desarrollo y fomento. | Sena Oriente, Dirección departamental de turismo, Alcaldía municipal, CCOA, otros | Número de empresas intervenidas desde el producto turístico de Guatapé | $ 55.267.000,0 |
| | | Fomento a la implementación de estándares de calidad y de sostenibilidad en la prestación de los servicios turísticos. | Sena Oriente, Dirección departamental de turismo, Alcaldía municipal, CCOA, otros | Número de empresas y prestadores de servicios con certificaciones y estándares de calidad | $ 55.267.000,0 |
| **Consolidación del producto y subproductos turísticos mediante la adecuación y mejoramiento de los atractivos y recursos turísticos de carácter cultural y natural, además de fomentar la cultura turística local.** | **6. Fortalecimiento y recuperación de los recursos culturales del municipio para potenciar la identidad cultural y la recuperación de las tradiciones propias de la población local.** | Promoción de iniciativas de conservación de los recursos culturales y su desarrollo e inclusión en programas de cuidado y mantenimiento del patrimonio local. | Dirección de turismo departamental, alcaldía municipal área de cultura, consejo municipal, Sena oriente, CCOA, líderes locales, EPM, Isagen y otros | Número de iniciativas revitalizadas o promovidas | $ 11.514.000,0 |
| | | Realización y actualización de un inventario cultural inmueble y natural que permita ampliar la proyección patrimonial del Municipio y sus atractivos naturales | Dirección de turismo departamental, alcaldía municipal arrea de cultura, consejo municipal, Sena oriente, CCOA, líderes locales, EPM, Isagen y otros | inventario definido y valorado por expertos | $ 61.408.000,0 |
| | | Rescate de los hitos urbanos y rurales que hagan parte del patrimonio cultural inmaterial. | Dirección de turismo departamental, alcaldía municipal área de cultura, consejo municipal, Sena oriente, CCOA, líderes locales, EPM, Isagen y otros. | numero de hitos remozados y revitalizados | $ 30.704.000,0 |
| | **7. Articulación de la gestión pública y privada para fortalecimiento y recuperación de los recursos naturales que potencialicen la biodiversidad natural y paisajística del territorio.** | Recuperación y remozamiento de atractivos turísticos naturales de importancia para la oferta local | Cornare, dirección de turismo departamental, alcaldía municipal-Umata, actores locales, CCOA, EPM, Isagen y otros | Numero de atractivos recuperados y revitalizados | $ 30.704.000,0 |
| | | Generación de campañas interinstitucionales de prevención de la contaminación ambiental de los recursos naturales. | Cornare, Alcaldía Municipal-Umata, EPM, Isagen y Maser | Numero de campañas emprendidas | $ 30.704.000,0 |
| | **8. Plan de mercadeo del destino local.** | Fortalecimiento y consolidación a los eventos culturales y deportivos que dan identidad al municipio de Guatapé durante el año. | Dirección de turismo departamental, Alcaldía municipal , EPM, actores deportivos y culturales locales | Numero de eventos culturales y deportivos realizados | $ 61.408.000,0 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Producción de material impreso y virtual acorde con la promoción del destino enmarcado en los productos identificados y definidos de naturaleza y cultural | Alcaldía Municipal, Cornare, EPM, Isagen, prestadores de servicios turísticos locales | Número de piezas publicitarias realizadas | $ 55.267.000,0 |
| | | Apoyo a la agenda de fiestas tradicionales como estrategia de comercialización y difusión del destino turístico. | Alcaldía Municipal, Cornare, EPM, Isagen, prestadores de servicios turísticos locales | agenda de fiestas concertada y validada por los actores prestadores de servicio turísticos | $ 30.704.000,0 |
| | | Promoción del turismo cultural y patrimonial a través de acciones de información, facilitación y promoción turística | Alcaldía Municipal, Cornare, EPM, Isagen, prestadores de servicios turísticos locales | Número de piezas publicitarias realizadas | $ 30.704.000,0 |
| | **9. Diseño de productos turísticos competitivos y sostenibles.** | Diseño del producto turístico de senderismo y caminería en los caminos prehispánicos y coloniales. | Sena Oriente, Cornare, EPM, Isagen, Dirección departamental de turismo, Alcaldía municipal | Número de productos diseñados | $ 55.267.000,0 |
| | | Creación de canales de comercialización pertinentes y acordes a la oferta local que permita su distribución | Sena Oriente, Alcaldía Municipal, promotora paisajes de Antioquia, prestadores d e turismo local | Numero de operadoras conectadas con el producto turístico local | $ 30.704.000,0 |
| | | Articulación del producto turístico local con el producto de la subregión del oriente antioqueño. | Sena Oriente, Cornare, EPM, Isagen, Dirección departamental de turismo, Alcaldía municipal, promotora paisajes de Antioquia, prestadores de servicios turísticos locales | Número de productos enlazados con la Ruta de naturaleza Aguas y Piedras | $ 30.704.000,0 |
| | **10. Aprovechamiento de las TIC's en la comercialización de productos y servicios turísticos.** | Ampliación de la cobertura de internet en el parque principal, el malecón. y áreas de interés turístico rurales | Alcaldía municipal, Dirección departamental de turismo | numero de áreas con WIFI y banda ancha en el municipio | $ 30.704.000,0 |
| | | Creación de la página web turística del municipio como un canal acorde con la promoción del destino y producto turísticos. | Alcaldía Municipal, Secretaria de turismo, prestadores de servicios turísticos municipales, Cornare, EPM, Dirección departamental | web en funcionamiento y conectada con la red de empresarios vinculados | $ 17.271.000,0 |
| **Fortalecimiento de la oferta turística local mediante el desarrollo, mejoramiento y mantenimiento de equipamientos, espacios e infraestructuras de soporte al turismo,** | **11. Gestión pública y privada destinada al mejoramiento, adecuación e intervención de nuevas infraestructuras (equipamiento) turísticas sostenibles.** | Gestión para la recuperación y mantenimiento de las vías urbanas y rurales del municipio. | Alcaldía municipal-Obras públicas, secretaria de infraestructura, viceministerio de transporte., Maser | Número de metros lineales mejorados en el área urbana y rural | $ 30.704.000,0 |
| | | Diseño e implantación de un Plan de señalización turística, vías, peatonal e interpretativa, tanto urbanas como rurales | Fontur, viceministerio de turismo, alcaldía municipal, dirección de turismo departamental, Cornare, Maser, EPM, Isagen | Numero de señales turísticas instaladas | $ 61.408.000,0 |
| | | Implementación de puntos de información turística ubicados en el malecón y parque principal | Fontur, viceministerio de turismo, alcaldía municipal, dirección de turismo departamental, Cornare, Maser, EPM, Isagen | Número de puntos de información turística en funcionamiento | $ 30.704.000,0 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Gestión para el diseño e implementar el circuito turístico por el anillo rural "quebrada Arriba-la Peña-Peñón de Guatapé con zócalos naturales y cuatro fondas temáticas" | Alcaldía Municipal-secretaria de turismo local, Cornare, EPM, Isagen, Prestadores de servicio turístico local, Dirección de turismo departamental | Número de visitantes recorrido el circuito | $ 174.192.000,0 |
| | | Generación de convenios interinstitucionales con entidades nacionales, regionales, con miras a la intervención iluminaria de los atractivos más representativos del Municipio. | Cornare, EPM, Isagen, Alcaldía Municipal, Fontur, dirección departamental de turismo | Número de convenios interinstitucional firmados y en marcha | $ 5.757.000,0 |
| | **12. Gestión público - privada para el fortalecimiento empresarial y mejora la competitividad.** | Acompañamiento y facilitación a los prestadores de servicios turísticos en la legalización y formalización | CCOA, Sena Oriente Alcaldía Municipal, Cornare, EPM, Isagen, prestadores de servicio turísticas | Número de empresarios formalizados | $ 17.271.000,0 |
| | | Promoción de la campaña "Guatapé lega y responsable", mediante la asesoría de la Dian, la Cámara de Comercio y el Viceministerio de Turismo. | CCOA, Sena Oriente, Cornare, Municipios zonales, promotora paisajes de Antioquía, redes de empresarios, Maser | Número de empresarios vinculados al programa | $ 11.514.000,0 |
| | | Fomento a la asociatividad y cooperación inter-empresarial | Acopi, CCOA, Dirección departamental, alcaldía municipal, prestadores de servicios | Número de empresarios vinculados al programa | $ 30.704.000,0 |
| **TOTAL DE RECURSOS A INVERTIR en el 2015-2016** | | | | | **$ 1.384.424.000,0** |
| **Gestión ante posibles fuentes de financiamiento del plan de corto plazo (2015-2016)** | **Alianzas interinstitucionales con actores supra municipales:** EPM, SENA Oriente, Cornare, ISAGEN, entre otros | | | | **$ 346.106.000,0** |
| | **Alianzas interinstitucionales con entes de orden Nacional:** Fontur, Viceministerio de Turismo; Innpulsa, DPS, Pro Colombia, entre Otros | | | | **$ 692.212.000,0** |
| | **Alianzas con organismos de cooperación internacional:** PNUD, ONG Internacionales, Ciudades Hermanas internacionales, entre otros. | | | | **$ 69.221.200,0** |
| | **Alianzas con el gobierno departamental**: Idea, Banco de las Oportunidades, Secretaria de productividad y competitividad, Secretaria de infraestructura, entre otros | | | | **$ 138.442.400,0** |
| | **Fondo turístico local**: Recursos propios del municipio, recursos de aporte del sector privado local e inversionistas | | | | **$ 138.442.400,0** |

| PROPUESTA DE INTERVENCIÓN "GUATAPE UNA EXPERIENCIA PARA VIVIRLA" | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EN EL MEDIANO PLAZO (2016-2019)** | | | | |
| **ESTRATEGIA** | **PROGRAMA** | **ACCIONES DE MEDIANO PLAZO** | **ACTORES** | **INDICADORES** |
| **Acciones orientadas al fortalecimiento de la gestión turística pública y privada** | **1. Planeación y ordenamiento del sistema turístico local.** | Actualización del inventario turístico bajo la metodología del Min comercio. | Sena oriente, Colegio mayor de Antioquia, secretaria de turismo local, dirección departamental de turismo, Fontur. | numero de atractivos inventariados y valorados |
| | | Definición implementación de las áreas de interés turístico urbano y rural.: Malecón, circuito o anillo rural quebrada arriba-la peña-peñon de Guatapé, Área de entorno de la piedra peñon de Guatapé y eje vial Peñol-Guatapé-San Rafael. | Maser, EPM, Cornare, Isagen, Secretaria de planeación, secretaria de turismo local, dirección departamental de turismo. | Áreas dimensionadas y valoradas |
| | **2. Gestión pública requerida en el fortalecimiento de la Secretaría de Turismo Municipal.** | Creación de un Tourist Tax que permita la creación y solvencia de un Fondo público-privado para el fomento de la promoción y difusión turística local | Secretaria de planeación local, secretaria de hacienda local, secretaria de turismo local, asesores jurídicos de la alcaldía, dirección departamental de turismo, grupos de empresarios vinculados | impuesto de turismo local definido y diseñado |
| | | Implementacion de un fondo especializado para el desarrollo turístico local con recursos públicos y privados | Secretaria de planeación local, secretaria de hacienda local, secretaria de turismo local, asesores jurídicos de la alcaldía, Dirección departamental de turismo, Grupos de empresarios vinculados | Fondo diseñado y socializado |
| | **3. Regulación e intervención de la oferta turística local.** | Definición de áreas de intervención prioritaria para el desarrollo turístico municipal. | Secretaria de planeación local, secretaria de turismo local, Maser, Secretaria de medio ambiental y Umata, EPM, Cornare, Isagen. | Numero de áreasturísticas definidas y reglamentadas |
| | | Apoyo a las actividades de control y prevención que realiza la policía de turismo. | Policía de turismo, Dirección departamental de turismo, Secretaria de turismo local. | Numero de prestadores de servicios revisados y controlados |
| | | Establecimiento de un programa de asesoría y asistencia técnica para el desarrollo turístico rural en el municipio | Sena oriente, Colegio mayor de Antioquia, secretaria de turismo local, dirección departamental de turismo. | Agenda de acompañamiento a los empresarios turísticos rurales |
| **Fomento al emprendimiento y el desarrollo empresarial a partir de la cualificación** | **4. Educación con pertinencia que permita desarrollar turismo con calidad.** | Fortalecimiento del bilingüismo | Sena oriente, Colegio mayor de Antioquia, secretaria de turismo local, dirección de turismo local. | Número de estudiantes matriculados en los cursos |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **del talento humano vinculado a la cadena turística.** | | Impulso a la competitividad turística a partir de la consolidación de empresas responsables, eficaces y comprometidas | Sena oriente, Colegio mayor de Antioquia, secretaria de turismo local, dirección de turismo local. | Numero de empresas intervenidas |
| | | Establecimiento del programa escuelas amigas del turismo del viceministerio de turismo | Viceministerio de Turismo, dirección de turismo departamental, secretaria de turismo local | Número de convenios realizados con instituciones educativas |
| | | Certificación en competencias laborales del personal operativo y administrativo del sector empresarial. | Sena oriente, Colegio mayor de Antioquia, secretaria de turismo local, dirección departamental de turismo. | Numero de operarios y personal administrativo certificados en competencias laborales |
| | **5. Promoción de la cultura del emprendimiento y del desarrollo empresarial** | Incorporación de estándares de calidad y de sostenibilidad en la prestación de servicios turísticos. | Sena oriente, Colegio mayor de Antioquia, secretaria de turismo local, dirección departamental de turismo. | Numero de prestadores de servicios con estándares de calidad certificados |
| | | Fomento al emprendimiento turístico asociado a los productos locales. | Sena oriente, Colegio mayor de Antioquia, secretaria de turismo local, dirección departamental de turismo. | Numero de emprendedores asesorados y con planes de negocios |
| | | Implementación de unidades productivas desde el turismo responsable y comunitario acorde al producto turístico y subproductos identificados para el municipio de Guatapé | Sena oriente, Colegio mayor de Antioquia, Secretaria de turismo local, Dirección departamental de turismo. | Numero de emprendimientos vinculados a la cadena turística local |
| **Consolidación del producto y subproductos turísticos mediante la adecuación y mejoramiento de los atractivos y recursos turísticos de carácter cultural y natural, además de fomentar la cultura turística local.** | **6. Fortalecimiento y recuperación de los recursos culturales del municipio para potenciar la identidad cultural y la recuperación de las tradiciones propias de la población local.** | Gestión para la recuperación y mantenimiento de los caminos prehispánicos y coloniales. | Dirección de cultura departamental, Cornare, EPM, Isagen, dirección de turismo departamental, secretaria de infraestructura departamental | Metros cuadrados de caminos prehispánicos y coloniales recuperados. |
| | | Gestión para la recuperación, cuantificación y mantenimiento de los atractivos culturales (arquitectura, arte, tradición oral, patrimonio arqueológico, fiestas y eventos). | Dirección de cultura departamental, Cornare, EPM, Isagen, dirección de turismo departamental, secretaria de turismo local. Dirección de cultura local | Numero de atractivos culturales recuperados |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | **7. Articulación de la gestión pública y privada para fortalecimiento y recuperación de los recursos naturales que potencialicen la biodiversidad natural y paisajística del territorio.** | Gestión requerida para la identificación y recuperación de las cuencas hidrográficas donde puede haber aprovechamiento y fomento al ecoturismo. | Epm, Cornare, Isagen, secretaria de medio ambiente y Umata local, secretaria de turismo, dirección de turismo departamental. | Numero de cuencas hidrográficas intervenidas |
| | **8. Plan de mercadeo del destino local.** | Animar la existencia de predios alineados con la propuesta Banco2 de Cornare en turismo comunitario y de naturaleza. | Cornare, EPM, Isagen, secretaria de turismo local | Numero de predios vinculados al programa BanCo2 |
| | | Identificación de los mercados emisores locales, nacionales e internacionales | Dirección de turismo departamental, Fontur, secretaria de turismo local, grupos de empresarios locales | Numero de estudios realizados |
| | | Participación en ferias, festividades y eventos de carácter regional, departamental y nacional dirigido a comercializar a Guatapé como un destino turístico estructurado y con productos definidos. | Grupos de empresarios locales, Dirección departamental de turismo, Secretaria de turismo local, Fontur, CCOA | Numero de eventos asistidos |
| | | Promoción de Guatapé como destino turístico de clase mundial con enfoque a turismo de naturaleza y cultural | Pro Colombia, Fontur, Dirección departamental de turismo, secretaria de turismo local, CCOA | Numero de eventos asistidos |
| | **9. Diseño de productos turísticos competitivos y sostenibles.** | Diseño delproductos turísticos locales enmarcado en la Ruta de Naturaleza Aguas y Piedras. | Sena oriente, colegio Mayor de Antioquia, Idea, Secretaria de turismo local | Número de productos diseñados y comercializados |
| | | Creación de proyectos en conjunto con los Municipios vecinos con miras al fortalecimiento de productos turísticos de la subregión. | Maser, EPM, Cornare, Isagen, Secretaria de planeación, secretaria de turismo local, dirección de turismo departamental y municipios participantes | Número de convenios interinstitucionales realizados e implementados |
| | **10. Aprovechamiento de las TIC's en la comercialización de productos y servicios turísticos.** | Asesoramiento a los prestadores de servicios que requieran la implementación de las TIC's en función de la optimización de recurso y tiempo además de captar nuevos clientes. | Innpulsa, Dirección departamental de turismo, secretaria de turismo local, Sena Oriente, CCOA | Numero de prestadores de servicio intervenidos |
| **Fortalecimiento de la oferta turística local mediante el desarrollo, mejoramiento y** | **11. Gestión pública y privada destinada al mejoramiento, adecuación e intervención de nuevas** | Construcción del proyecto de un único muelle en el malecón "San Juan del Puerto". | EPM, Cornare, Isagen, secretaria de turismo local, dirección de turismo departamental. Fontur. | Número de metros cuadros de muelle Único |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **mantenimiento de equipamientos, espacios e infraestructuras de soporte al turismo,** | **infraestructuras (equipamiento) turísticas sostenibles.** | Impulso a la creación de nuevas zonas de parqueo automotor. | Secretaria de turismo local, secretaria de planeación Local, grupo de empresarios locales, asesores jurídicos del municipio. | Numero de celdas de parqueo nuevas e implementadas |
| | | Promover la inversión privada y pública en equipamientos turísticos de impacto local: centro de eventos y reuniones al aire libre de mediano formato, parque temático asociado a lo recreativo, lúdico y diversiones | Asesores jurídicos del municipio, Secretaria de turismo local, secretaria de planeación local, secretaria de hacienda local, Pro Colombia, agencia de cooperación internacional de Medellín-Antioquia | Número de iniciativas apoyadas y con respaldo institucional |
| | | Potenciar las actividades acuáticas que se practiquen en el embalse y proponer otros eventos deportivos y culturales. | Instituto de deportes local, Secretaria de turismo local, Coldeportes Antioquia y Nacional, EPM, Cornare. | Numero de eventos apoyados y respaldados por la institucionalidad local |
| | **12. Gestión público - privada para el fortalecimiento empresarial y mejora la competitividad.** | Generación y recopilación de iniciativas de fomento requeridos en la construcción de tejido empresarial a través de mecanismos de participación ciudadana. | Secretaria de planeación local, secretaria de turismo local, secretaria de hacienda local, Dirección departamental de turismo, Fontur | Número de empresarios vinculados a iniciativas locales |
| | | Promoción la marca “Hecho en Guatapé". | Fontur, Innpulsa, Dirección departamental de turismo, secretaria de turismo local, secretaria de planeación local | Plan de marketing en marcha |

| PROPUESTA DE INTERVENCIÓN "GUATAPE UNA EXPERIENCIA PARA VIVIRLA" | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EN EL LARGO PLAZO (2020-2032)** | | | | |
| **ESTRATEGIA** | **PROGRAMA** | **ACCIONES DE LARGO PLAZO** | **ACTORES** | **INDICADORES** |
| **Acciones orientadas al fortalecimiento de la gestión turística pública y privada** | 1. Planeación y ordenamiento del sistema turístico local. | Diseño, implementación y seguimiento de los indicadores de sostenibilidad turística en el Municipio. | Dirección de turismo departamental, secretaria de turismo local, Sena Oriente, Colegio Mayor de Antioquia | cuadro de indicadores de sostenibilidad y competitividad turística local |
| | | Realizar estudios que permita determinar la capacidad de carga de los atractivos naturales y culturales en Guatapé | Cornare, EPM, Secretaria de medio ambiente y Umata, Maser, secretaria de turismo local, Colegio Mayor de Antioquia | Atractivos evaluados y dimensionados en su capacidad de acogida |
| | 2. Gestión pública requerida en el fortalecimiento de la Secretaría de Turismo Municipal. | Apalancamiento de nuevos recursos locales, subregionales, regionales y nacionales que fortalezcan la actividad turística y apoyen los proyectos productivos turísticos locales. | Fontur, Direcciódepartamental de turismo, secretaria de turismo local, Innpulsa, DPS, secretaria de planeación local, EPM, IDEA, Cornare, Isagen. | Nuevos recursos turísticos valorizados y dimensionados |
| | 3. Regulación e intervención de la oferta turística local. | Realización de planes de manejo especial de las áreas de intervención prioritaria en turismo. | Maser, Cornare, EPM, Isagen, Secretaria de planeación local, Secretaria de turismo local, Dirección departamental de turismo | Numero de planes de manejo realizados e implementados |
| | | Generación de normas específicas para la sostenibilidad y el mejoramiento continuo de la actividad turística del Municipio. | Secretaria de planeación Local, Secretaria de turismo local, Cornare, Epm, Maser, Secretaria de medio Ambiente y Umata | Portafolio de normas sectoriales y técnicas de turismo que se aplican en el municipio de Guatapé |
| | | Diseño e implementación de un software especializado que permita mantener actualizada la información estadística de la industria turística local, útil en la toma de decisiones mediante el análisis de los datos recolectados. | Fontur, Innpulsa, Dirección departamental de turismo, Secretaria de turismo local, Secretaria de planeación Local | Número de prestadores de servicios vinculados al sistema de información turística local |
| **Fomento al emprendimiento y el desarrollo empresarial a partir de la cualificación del talento humano vinculado a la cadena turística.** | 4. Educación con pertinencia que permita desarrollar turismo con calidad. | Formación en turismo de naturaleza y cultural. | Sena Oriente, Colegio Mayor de Antioquia, Mesas de turismo departamental de Naturaleza y cultura, Secretaria de turismo local | Número de personas formadas y capacitadas |
| | | Realización de los programas de formación y asistencia técnica a los empresarios para mejorar sus estándares y calidades en el servicio | Sena Oriente, Colegio Mayor de Antioquia, Mesas de turismo departamental de Naturaleza y cultura, Secretaria de turismo local | Numero de prestadores de servicios formados y capacitados |
| | 5. Promoción de la cultura del emprendimiento y del desarrollo empresarial | Fortalecimiento empresarial desde la estructuración estratégica interna destinada a la competitividad empresarial. | Sena Oriente, Colegio Mayor de Antioquia, Mesas de turismo departamental de Naturaleza y cultura, Secretaria de turismo local | Numero de planes de negocios diseñados e implementados |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Conformación de un sistema de seguimiento y acompañamiento técnico y financiero a las unidades productivas. | Sena Oriente, Colegio Mayor de Antioquia, Mesas de turismo departamental de Naturaleza y cultura, Secretaria de turismo local | Numero de prestadores de servicios sensibilizados y empoderados de los indicadores de competitividad turística local |
| | 6. Fortalecimiento y recuperación de los recursos culturales del municipio para potenciar la identidad cultural y la recuperación de las tradiciones propias de la población local. | Diseño de propuestas de recuperación y manejo del patrimonio histórico del municipio (objetos indígenas) | Dirección de cultura departamental, secretaria de turismo local, dirección de cultura local, Fontur, Epm, Isagen, ministerio de cultura | Número de iniciativas implementadas |
| | | Construcción e implementación de plan parcial con miras a la preservación del patrimonio arquitectónico municipal. | Dirección de cultura departamental, secretaria de turismo local, dirección de cultura local, Fontur, Epm, Isagen, ministerio de cultura | Numero de planes implementados |
| **Consolidación del producto y subproductos turísticos mediante la adecuación y mejoramiento de los atractivos y recursos turísticos de carácter cultural y natural, además de fomentar la cultura turística local.** | 7. Articulación de la gestión pública y privada para fortalecimiento y recuperación de los recursos naturales que potencialicen la biodiversidad natural y paisajística del territorio. | Diseño e implementación de planes y proyectos de medición de la capacidad de carga de los atractivos turísticos naturales y que permita su conservación en el tiempo. | Maser, Cornare, EPM, Isagen, Secretaria de planeación local, Secretaria de turismo local, Dirección departamental de turismo, Secretaria de medio ambiente y Umata local | Numero de atractivos intervenidos y cualificados |
| | 8. Plan de mercadeo del destino local. | Definición de la marca de destino municipal y de sus productos (unificación de logos, colores, slogan, etc.) | Fontur, Dirección departamental de turismo, Secretaria de turismo local, pro Colombia, Grupo de empresarios locales | Numero de campañas de sensibilización y socialización del plan de Marketing turístico local |
| | | Investigación de mercados en plazas emisoras actuales, reales, potenciales y futuras. | Fontur, Dirección departamental de turismo, Secretaria de turismo local, pro Colombia, Grupo de empresarios locales | Numero de investigaciones en mercados emisivos realizados |
| | 9. Diseño de productos turísticos competitivos y sostenibles. | Producción de la identidad (isologotipo) y la marca del destino turístico enmarcado al slogan "Guatapé una experiencia para vivirla" | Fontur, Dirección departamental de turismo, Secretaria de turismo local, pro Colombia, Grupo de empresarios locales | Numero de campañas de sensibilización y socialización del plan de Marketing turístico local |
| | 10. Aprovechamiento de las TIC's en la comercialización de productos y servicios turísticos. | Conformación de redes sociales entre los diferentes sectores productivos de la cadena del turismo local con miras a mejorar y fortalecerse como tejido empresarial local. | Secretaria de turismo local, dirección departamental de turismo, Fontur, viceministerio de turismo, Innpulsa | Numero de prestadores de servicios vinculados y con redes sociales |
| **Fortalecimiento de la oferta turística local mediante el desarrollo, mejoramiento y mantenimiento** | 11. Gestión pública y privada destinada al mejoramiento, adecuación e intervención de nuevas infraestructuras | Consolidación del amueblamiento urbano Embellecimiento de fachadas, ampliación del programa de jardineras en espacios públicos, ornamento e intervención de la entrada al municipio. | Secretaria de planeación local, secretaria de turismo local, grupos de empresarios locales, dirección departamental de turismo, Cornare, Epm, Isagen | Número de proyectos que fortalecen los atractivos turísticos locales urbanos y semirurales |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **de equipamientos, espacios e infraestructuras de soporte al turismo,** | (equipamiento) turísticas sostenibles. | Diseño e implementación de circuitos turísticos como: senderos ecológicos, recuperación del "camino de islitas", sendero ecológico de la Vereda el roble y la recuperación de los caminos prehispánicos y de arriería. | Cornare, Epm, Isagen, Fontur, Secretaria de turismo local, Secretaria de planeación local, Secretaria de Medio Ambiente y Umata, Viceministerio de turismo | Número de proyectos en marcha que aumentan la atractividad turística local |
| | | Gestión pública interinstitucional requerida en la recuperación del puente colgante de la Vereda la Piedra. | Cornare, Epm, Isagen, Fontur, Secretaria de turismo local, Secretaria de planeación local, Secretaria de Medio Ambiente y Umata, Viceministerio de turismo, Secretaria departamental de Infraestructura | cantidad de recursos financieros apalancados |
| | | Impulsar la doble calzada Marinilla-Guatapé | Cornare, Epm, Isagen, Fontur, Secretaria de turismo local, Secretaria de planeación local, Secretaria de Medio Ambiente y Umata, Viceministerio de turismo, Secretaria departamental de Infraestructura, Concesión Vial nacional o departamental | cantidad de recursos financieros apalancados |
| | 12. Gestión público - privada para el fortalecimiento empresarial y mejora la competitividad. | Estructuración de programas destinados a la legalización y fortalecimiento de las fincas hoteleras y recreativas. | Cornare, Epm, Isagen, Fontur, Secretaria de turismo local, Secretaria de planeación local, Secretaria de Medio Ambiente y Umata, Viceministerio de turismo. | Numero de finca hoteles yrecreativas vinculadas al programa |