

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL
(UCI)



IDENTIFICACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL CAÑÓN DEL COMBEIMA COMO
ZONA DE INFLUENCIA DE LA CIUDAD DE IBAGUÉ, TOLIMA – COLOMBIA, PARA EL
DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS BAJO LOS PRECEPTOS DEL TURISMO
SOSTENIBLE

JORGE ALEJANDRO CASTELLANOS BRAVO

PROYECTO FINAL DE GRADUACION PRESENTADO COMO REQUISITO
PARCIAL PARA OPTAR POR EL TITULO DE MÁSTER EN GESTIÓN DEL TURISMO
SOSTENIBLE

San José, Costa Rica

Mayo 2018

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL

(UCI)

Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por la Universidad como
Requisito parcial para optar al grado de Máster en Gestión del Turismo Sostenible

Mario Alberto Socatelli Porras
PROFESOR TUTOR

Laura Arguedas
LECTOR No.1

María Damaris Chaves Garita
LECTOR No.2

Jorge Alejandro Castellanos Bravo
SUSTENTANTE

DEDICATORIA

A Dios, con Él todo; sin Él nada.

A mis padres, por la vida y por todo en cada segundo desde ese día.

A mi amor, por su entrega, apoyo y compañía.

A mis hijas, por encender día a día nuevamente el motor de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a la Universidad para la Cooperación Internacional, UCI; por su proceso de enseñanza y aprendizaje logrando fusionar dos mundos como lo son el Turismo y el Desarrollo Sostenible; así como a todos sus integrantes (Docentes y funcionarios) por su excelente trato, atención, acompañamiento y servicio.

Le agradezco a “Ticolandia” por ese ejemplo que le da al mundo.

Le agradezco a los profesores en todos los cursos, gran aprendizaje por parte de ellos. A mis compañeras Rosa y Marce, con quienes logramos un gran equipo.

Le agradezco al ‘profe’ Mario, ya que con su siempre MAS, logramos éste producto y aprendí que siempre... hay MAS.

INDICE

| | |
|--|------|
| HOJA DE APROBACION | ii |
| DEDICATORIA | iii |
| AGRADECIMIENTOS | iv |
| INDICE | v |
| INDICE DE ILUSTRACIONES | vi |
| INDICE CUADROS | vii |
| RESUMEN EJECUTIVO | viii |
| 1. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| 1.1 Antecedentes..... | 1 |
| 1.2 Problemática..... | 6 |
| 1.3 Justificación del problema | 12 |
| 1.4 Supuestos | 12 |
| 1.5 Restricciones..... | 13 |
| 1.6 Objetivo general..... | 14 |
| 1.7 Objetivos específicos | 14 |
| 2. MARCO TEORICO..... | 15 |
| 2.1 Marco referencial..... | 15 |
| 2.2. Teorías y Conceptos Centrales..... | 23 |
| 2.2.1. Teorías..... | 23 |
| 2.2.2. Conceptos Generales..... | 24 |
| 2.3. Marco Normativo..... | 37 |
| 3. MARCO METODOLOGICO..... | 44 |
| 3.1. Fuentes de información..... | 46 |
| 3.2. Técnicas de Investigación..... | 47 |
| 3.3. Método de Investigación..... | 47 |
| 4. DESARROLLO | 48 |
| 4.1. Análisis de la Infraestructura Turística..... | 48 |
| 4.2. Análisis de la Superestructura Turística | 47 |
| 4.3. Análisis de la Estructura o Planta Turística | 47 |
| 4.4. Atractivos Turísticos del Cañón del Combeima | 56 |
| 4.4.1. Inventario Turístico..... | 67 |
| 4.5. Perfil del Visitante | 75 |
| 5. OPORTUNIDADES DE DESARROLLO TURÍSTICO | 78 |
| 6. FOMENTO Y DESARROLLO TURÍSTICO | 86 |
| 7. CONCLUSIONES..... | 90 |
| 8. RECOMENDACIONES..... | 93 |
| 9. BIBLIOGRAFIA..... | 96 |
| 10. ANEXOS | 98 |
| Anexo 1: Acta del proyecto final de graduación | 98 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|--|----|
| Ilustración 1. Bosque primario en ladera del río Combeima..... | 2 |
| Ilustración 2. Cuenca del Río Combeima en el mapa de Ibagué | 2 |
| Ilustración 3. Ingresos por Turismo Internacional | 16 |
| Ilustración 4. Turismo Receptivo | 18 |
| Ilustración 5. Ocupación hotelera en el Tolima 2014 - 2015..... | 20 |
| Ilustración 6. Motivo de Viaje al departamento del Tolima | 21 |
| Ilustración 7. Visión Tolima 2025 - 2032..... | 22 |
| Ilustración 8. Oportunidades para el crecimiento y la competitividad del Tolima | 22 |
| Ilustración 9. Nevado del Tolima | 57 |
| Ilustración 10. Mirador Los Sauces | 59 |
| Ilustración 11. Museo veredal del Cañón del Combeima – Ángel Lozano Ruiz | 62 |
| Ilustración 12. Gobernación de Tolima | 64 |
| Ilustración 13. Vista Patrimonio Arquitectura Habitacional, Barrios La Pola y Belén..... | 65 |
| Ilustración 14. Bienes Declarados de Interés Nacional y Patrimonio de Arquitectura Institucional | 65 |
| Ilustración 15. Patrimonio Arquitectura Habitacional, Vivienda Rural Cañón del Combeima.... | 66 |
| Ilustración 16. Producto Turístico “Cultura con Sabor a Montaña” | 79 |
| Ilustración 17. Ubicación de la Ruta..... | 80 |
| Ilustración 18. Ruta Turística Cañón del Combeima..... | 81 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--|----|
| Cuadro 1. Comparación entre Excursionismo y turismo..... | 8 |
| Cuadro 2. Prestadores de Servicios Turísticos de Ibagué | 53 |
| Cuadro 3. Establecimientos Cañón del Combeima | 54 |
| Cuadro 4. Criterios de Valoración Atractivos Turísticos | 71 |
| Cuadro 5. Inventario de Atractivos Turísticos del Cañón del Combeima | 72 |
| Cuadro 6. Productos propuestos y motivadores de viaje..... | 83 |

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo, actividad económica que para algunos países se ha convertido de gran importancia para la dinamización y derrama económica, ocupando incluso los primeros renglones por encima de la agroindustria o la exportación, es un fenómeno social que permite a las comunidades de diferentes lugares del mundo generar un acercamiento cultural en el que participa activamente el patrimonio natural y cultural de los pueblos con un ideal de transmisión de su identidad, su conservación, protección y recuperación.

Cabe aún más la responsabilidad en la industria del turismo como actividad económica, el reconocerse como una actividad benéfica para tal fin, más cuando el turista contemporáneo busca en verdadero acercamiento para vivir una experiencia en el destino, que esté directamente relacionada con su riqueza cultural y natural. Se exige una conducta de sostenibilidad en los destinos, relacionada con sus recursos y comunidades, elementos que se deben considerar en la puesta en marcha de productos turísticos.

El desarrollo social, económico y comunitario de los destinos con base en las actividades turísticas debe responder al respeto por el entorno natural y cultural; partiendo de una correcta planificación de potenciales destinos turísticos con el fin de ampliar las posibilidades de desarrollo turístico (con pernoctación en la localidad, que implique mayor gasto turístico) aprovechando el excursionismo que se genera en la zona pero que a su vez no genera muchos impactos positivos en la comunidad local.

Por tal razón, a través de éste trabajo de graduación, se consideran los elementos y recursos de la comunidad del Cañón del Combeima, zona de influencia para la ciudad con el fin de proponer estrategias de aprovechamiento turístico en el marco de productos sostenibles.

La ciudad de Ibagué en la zona de influencia del Cañón del Combeima cuenta con importantes elementos naturales y culturales que construyen una gran riqueza natural, social y cultural del pueblo tolimense, se consideran por tanto los elementos de la comunidad y la zona del Cañón del Combeima para la innovación de la actividad turística local.

El proyecto final de graduación se llevará a cabo en la zona del Cañón del Combeima de la ciudad de Ibagué con el fin de realizar un análisis del patrimonio (natural y cultural) así como de las condiciones del entorno para el desarrollo de actividades turísticas.

Se plantearon los lineamientos estratégicos para el desarrollo turístico de la zona del Cañón del Combeima partiendo de la generación de productos y servicios que permitan un desarrollo social, turístico y comunitario bajo los preceptos del turismo sostenible. El proyecto brindará alternativas de productos y servicios turísticos en la zona, de modo tal que se posibilite el desarrollo turístico sostenible y comunitario.

INTRODUCCION

1.1 Antecedentes

El Cañón del Río Combeima está ubicado sobre la vertiente oriental de la cordillera Central en la Región Andina, departamento del Tolima. Se caracteriza por presentar profundos valles de laderas de montaña. El ecosistema exhibe vestigios de riqueza biológica, aunque el bosque se encuentra fuertemente fragmentado en algunas zonas, debido principalmente a actividades relacionadas con la agricultura y la ganadería o a los agrestes tiempos de lluvia que sumados a la deforestación han ocasionado fuertes impactos en las vías de acceso o canales hídricos.

Para ubicar de una mejor manera la demografía de la zona descrita, se debe comenzar por aclarar el significado de cañón, en geomorfología y geología, un cañón es un accidente geográfico provocado por un río que a través de un proceso de epigénesis (respecto a las corrientes fluviales) excava en terrenos sedimentarios una profunda hendidura de paredes casi verticales. Es pues, una especie de desfiladero ensanchado por la larga actuación de los procesos de erosión fluvial, debido al descenso del nivel de base o por la erosión remontante del río principal¹, en este caso, el río Combeima.

La primera ilustración muestra una pequeña zona de bosque primario en la ladera del río Combeima abriendo a su paso el cañón, mientras que la segunda ilustración ubica el mismo en el mapa del municipio de Ibagué, capital del departamento del

¹ <https://goo.gl/xRCqzc> - Geomorfología, tomado el 10-12-2012

Tolima, siendo la zona más influenciada por las riquezas culturales y naturales del Cañón del Combeima.

Ilustración 1. Bosque primario en ladera del río Combeima



Fuente: Archivo del autor

Ilustración 2. Cuenca del Río Combeima en el mapa de Ibagué



Fuente: (Cardona Cedano, 2012)

El nombre Combeima tiene una historia que viene desde la conquista española. Inicialmente los indígenas de la región lo bautizaron Cutucumay que significa oro, debido a los yacimientos auríferos de la región. El nombre actual del río deriva del cacique Combeima, que vivió a sus orillas durante la época de la conquista.

El cañón es de una belleza sin par y al ascender gradualmente se aprecian hermosos parajes naturales como el majestuoso nevado del Tolima (5.250mts), así como pintorescos ranchos y caseríos: Chapetón, Berlín, Tres Esquinas, Llanitos, Pástaes, Villarestrepo y Juntas.

Se encuentran también algunos bienes o recursos potencialmente atractivos como la vieja casona donde vivió el poeta Jorge Isaac, autor de la “María”, las ruinas de la mina de oro El Gallo, el vivero de Café, la piscifactoría, la quebrada “La Cascada”, la plaza campesina de Pastales y la ermita de la virgen de Aranzazú a la que se le atribuyen varios milagros, la iglesia San Pio X de Villarestrepo en donde se realizan misas de sanación, entre otros. Río arriba, adentrándose por el cañón, se llega hasta las aguas termales “El Rancho”.

Hoy en día se sabe que los ecosistemas no son el fruto del azar o de algún prodigio que gratuitamente hubiera podido darse en nuestro suelo, sino que son el resultado de la evolución biológica a través de miles de años. Así, por ejemplo, la riqueza de especies vegetales del Cañón del Combeima está íntimamente ligada a la diversidad medio-ambiental del territorio colombiano. Por tanto, el Cañón del Combeima puede considerarse un ecosistema de mayor importancia por ser abastecedor de agua para consumo humano, riego,

producción energética y regulación climática, además de ser productor de bienes y servicios ambientales.

El Cañón está a unos 30 minutos del centro de la ciudad de Ibagué, son 46 kilómetros de paisajes naturales bañados por el río Combeima, lo cual es una gran opción para el desarrollo del ecoturismo. El cañón se divide en varias zonas y en todas ellas el aroma de los platos típicos, el verdor de la naturaleza y el arrullo del río Combeima son los elementos constantes.

Una de las riquezas de la zona la constituyen los más de 100 restaurantes que hay a lo largo de los 18 kilómetros que separan a la vega de Juntas (primer y última vereda); carne asada, lomo de cerdo, bandeja paisa y pescados como trucha o mojarra hacen parte de la amplia gama de platos. Los postres también están a la orden del día, se pueden encontrar dulces de papayuela, fresas, coco, brevas, piña, cidra, entre otros. No es necesario tener vehículo propio para disfrutar este recorrido, ya que existen dos empresas de transporte urbano que van desde el centro de la ciudad hasta Juntas.

El Cañón del Río Combeima es influenciado por los límites del Parque Nacional Natural los Nevados y por las selvas alto andinas características del lugar. El río Combeima, abastece a la población de Ibagué con una capacidad del 86% del agua que se consume en la ciudad; además, el Cañón posee alrededor de 50 cascadas y otras fuentes menores que tributan sus aguas al río Combeima.

Desde el Nevado del Tolima, hasta su desembocadura, el río Combeima tiene una longitud de 55 kilómetros y drena una extensión de 27.240 hectáreas correspondientes al 18.2% del área del municipio de Ibagué.

El Cañón del Combeima se inicia en el barrio Libertador (con su propia interesante historia) hasta las inmediaciones del Nevado del Tolima con un trayecto total de 41.5 Km, en los cuales se encuentran veredas y caseríos hasta el kilómetro 18 donde se encuentra El Mirador de los Sauces y desde allí se desprende un camino hasta llegar a El Silencio, máximo sitio de acceso vehicular ya que desde allí sólo se puede ingresar caminando o a caballo hasta el majestuoso Nevado del Tolima.

El Cañón del Combeima es además un territorio de gran trascendencia histórica para el Tolima, el cual ha sido testigo de las múltiples manifestaciones culturales de distintos grupos indígenas que por muchos años habitaron la zona y que dejaron su legado. La fundación ibaguereña Yulima, a través de su trabajo en la zona y según lo han manifestado, a lo largo del cañón se han llegado a encontrar vestigios arqueológicos dejados por los indígenas hace mucho tiempo como herramientas de combate, vasijas, urnas funerarias y hasta guacas, elementos que han sido cuidadosamente manejados como patrimonio cultural del departamento del Tolima.

El estudio de Biodiversidad Faunística de la Cuenca Mayor del río Combeima, realizado por la Corporación Autónoma Regional del Tolima (CORTOLIMA) y la Universidad del Tolima 2002, determina que ésta cuenca es la más biodiversa del departamento del Tolima.

El estudio arroja que el Cañón del Combeima tiene 75 especies de aves de las 297 reportadas, 24 reptiles de los 30 reportados, 35 anfibios de los 41 reportados y la mayor abundancia de murciélagos. Incluso, se han identificado especies de aves como la “Caminera Tolimense” que es endémica de la zona del Cañón del Combeima; avistamiento de aves cuaresmeras que atraviesan el continente y sólo se detienen allí en el Combeima para su estación, incluso también avistamientos en zonas de páramo del Oso de Antejos.

1.2 **Problemática**

La importancia del Cañón del Combeima radica en muchos beneficios ecosistémicos brindados a la población; el más importante es el abastecimiento del acueducto para el 86% de la población de Ibagué; además por ser una zona de amortiguación del Parque Los Nevados y de las últimas masas glaciares de origen volcánico en Colombia, condiciones que son vulnerables con el excursionismo que se da en la zona.

En la actualidad, el plan de fin de semana para la gran mayoría de los Ibaguereños y sus familias, amigos o visitantes; es ir a almorzar al cañón del Combeima; ésta situación se da solamente un día; sea sábado o domingo, en donde se concentra la mayor cantidad de movimiento de personas en la zona, muchos de ellos ascienden en vehículo propio y su permanencia no es mayor a 5 o 6 horas en el sitio. Este modelo no planificado de excursionismo genera impactos que pueden influir de manera negativa como:

- Menor demanda y consumo de servicios turísticos.
- Menor generación de empleo local.
- Bajo consumo de productos locales.

- Menor aporte a la dinamización del sistema económico local.
- Menor intercambio cultural y por tanto disminución de la identidad y arraigo.
- Poco interés por el empresarismo local.
- Poco interés de la comunidad por la preparación y organización frente a la actividad turística.
- No visualización de la región como destino turístico.
- Menor apropiación y valoración del patrimonio.

Entre otros, éstos impactos demandan una gestión y regulación de las visitas al sitio, con el fin de sustituirlos en lo posible por impactos positivos o por lo menos minimizarlos y así proteger los recursos culturales y naturales de la comunidad.

Ahora bien, el excursionismo es una forma de turismo de un día que de por sí no es malo, lo malo es que no se generan tantos impactos positivos como pudieran generarse si el gasto turístico, la prestación y venta del servicio y la experiencia fueran más preponderantes en el destino; una mayor estadía del visitante lo acerca más con el patrimonio natural y cultural local.

El turismo gestado con un carácter sostenible, debe permitir el desarrollo económico y social del destino en donde se desarrolla sin comprometer los recursos turísticos y el medio ambiente y, por tanto, la ejecución de este debe aportar un sinnúmero de beneficios que han de reflejarse en las variables de medición propias del turismo tales como estadía promedio y gasto turístico.

Si bien el excursionismo es una forma de hacer turismo; definida por la Organización Mundial del Turismo (OMT) como el movimiento de un visitante a un destino, sin pernoctación en el mismo, sino como visita de un día, y aunque genera también un fenómeno social, cultural y económico en el que el visitante, turista o en éste caso excursionista demanda servicios en la localidad; a continuación, se describe un paralelo comparativo entre el turismo (con pernoctación) y el excursionismo (sin pernoctación); con el fin de determinar que son más los beneficios percibidos por la generación del turismo en el que las comunidades se vean más beneficiadas y los impactos positivos de la actividad turística se potencien de una mejor manera; así el turismo sostenible puede evidenciar más sus frutos.

Cuadro 1. Comparación entre Excursionismo y turismo

| EXCURSIONISMO | TURISMO |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Tiempo de permanencia corto - Menor consumo de productos y servicios - Las características geográficas del Cañón del Combeima hacen que quien va de excursión no demande o vislumbre algunos servicios internos de la zona. - No denomina un destino y su necesidad de inversión y ordenamiento - Permite la informalidad y desorganización en precios por la desarticulación en los servicios. - La imagen sobre el destino es limitada ya que | <ul style="list-style-type: none"> - Estadía prolongada en el destino - Más consumo de Productos y Servicios, mayor gasto turístico. - Demanda Prestación de Servicios organizada. - Hace más notorio el destino. - Se organiza el mercado - Permite un mayor acervo y arraigo del patrimonio cultural local. - Mayor difusión, apropiación y valoración del patrimonio e identidad local. - Permite un acercamiento al análisis de la |

| | |
|---|---|
| <p>el excursionista que visita el Cañón va de “entrada por salida” a lo largo del mismo; sin conocer en detalle la totalidad de lugares, servicios y productos locales.</p> <p>- No se dimensionan impactos ambientales</p> | <p>generación de impactos ambientales</p> |
|---|---|

Fuente: Elaboración Propia

En la zona del Cañón del Combeima se presentan las siguientes afectaciones o impactos negativos:

De Tipo Económico

- Inexistente o débil derrama económica local.
- Informalidad en la prestación de servicios, por tanto, ilegalidad y competencia desleal.
- Débiles indicadores económicos y sociales.
- Ausencia de apoyo estatal para los pequeños y medianos empresarios.
- Alza económica del costo de vida del lugar ya que se encarecen los productos en fin de semana cuando ascienden personas a almorzar en la zona.

De Tipo Social

- Desinterés y nula planificación sobre el espacio por parte de las comunidades, lo que contribuye a un desarrollo turístico sin mitigación de impactos.
- Deterioro del tejido sociocultural de las comunidades, se han perdido dialectos y prácticas campesinas.
- Intercambio cultural dado y asumido de forma colonizadora.
- Planificación, gestión y desarrollo de políticas públicas desde los entes estatales de forma unidireccional en su construcción, y en tanto su aplicación afecta el tejido social y cultural de los intercambios propios de la comunidad local.

De Tipo Ambiental

- Contaminación del entorno natural y de las fuentes hídricas.
- Degradación del ecosistema.
- Afectación negativa a los servicios ecosistémicos.
- Pérdidas irreversibles e irremediables en los ecosistemas y desterritorialización de las comunidades autónomas de la región
- Mala disposición de Residuos líquidos y Sólidos.
- Siembras de Cultivos no benéficos con el ecosistema local.
- Desplazamiento de fauna silvestre.
- Pérdida de flora local por extracción de visitantes.
- Contaminación excesiva por producción de gases vehiculares

La zona del Cañón del Combeima no cuenta con estudios de capacidad de carga definidos, se han llegado a registrar más de 3000 vehículos accediendo a la zona un fin de semana; no hay un empoderamiento ni participación de la comunidad local, ni del gobierno en el control de éste acceso. Hay una sola ruta de acceso (notablemente deteriorada), la vía además es bastante angosta y propensa a accidentes de tránsito o problemas de alto tráfico vehicular. El Parque Nacional Natural Los Nevados cuenta con plan de manejo; sin embargo, no hay abarca la zona de amortiguación del Cañón del Combeima.

En la actualidad no se puede pretender que un turista llegue a disponer a su gusto de los atractivos, recursos y servicios de una comunidad, sino que tenga un acercamiento, una experiencia y un encuentro con la comunidad local. La visita de un viajero contemporáneo a un destino debe ser trascendental para su vida.

Dada la informalidad en la prestación de servicios y la ausencia de actividades turísticas organizadas, los únicos servicios que se consumen son los de restaurante y cabalgatas, no hay mayor participación de la comunidad en la prestación de servicios, se generan residuos y desechos sólidos que no tienen un correcto manejo integral, se vierten aguas residuales a fuentes hídricas sin un correcto sistema de alcantarillado, entre muchos impactos que van totalmente en contravía de un desarrollo económico, social y sostenible.

1.3 **Justificación del problema**

Como resultado del proyecto se aportarán insumos importantes como plataforma de desarrollo turístico, en los efectos de posibilitar la diversificación de la oferta turística de Ibagué, desde el reconocimiento de la memoria cultural, recuperación del patrimonio tangible e intangible, el reconocimiento del patrimonio en sitios naturales y la realización de los inventarios turísticos siguiendo los lineamientos de la Metodología para Inventarios Turísticos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

1.4 **Supuestos**

El excursionismo que se desarrolla en la zona del Cañón del Combeima no maximiza impactos positivos, de no tomarse medidas a tiempo y planificar el desarrollo de un turismo social y comunitario bajo los preceptos del turismo sostenible, la comunidad local puede verse afectada por los impactos generados.

El diseño de productos turísticos bajo los preceptos del desarrollo sostenible dinamizará la oferta turística de la región y posibilitará la generación de impactos positivos, derrama económica local e incorporación de la comunidad en los servicios y actividades dirigidos a los turistas.

El Cañón del Combeima es estratégico para el sustento de la ciudad de Ibagué; abastece de agua la capital del Tolima y además su zona alta, pertenece a la zona de amortiguación de Parque Natural Nacional Los Nevados; exactamente del Nevado del Tolima, siendo la segunda masa glaciaria volcánica más pequeña del país. Sumado a la presencia del

ecosistema paramuno y selva alto andina, los cuales brindan diversos servicios ecosistémicos a la región. Es por ello, que promover una economía que preserve estos valiosos recursos y que mejore la calidad de vida de las comunidades que habitan esta región se vuelve indispensable para un adecuado desarrollo.

De esta forma apuntarle a la vocación turística del territorio, permite una educación ambiental, una incidencia psicosocial en las poblaciones y a su vez, una conservación y valoración en términos culturales de los servicios ecosistémicos. Con ello, se contribuye a un impacto positivo en la identidad local, en la preservación de la naturaleza y en la posible incidencia hacia el cambio climático.

1.5 **Restricciones**

Se analizan las siguientes restricciones en el desarrollo del proyecto:

- El bajo interés de la comunidad local por el desarrollo turístico en la zona, más allá del aprovechamiento del excursionismo.
- La informalidad empresarial en la prestación de servicios turísticos y un desconocimiento de los preceptos del desarrollo sostenible.
- La baja demanda turística de Ibagué
- La inexistente promoción de turismo receptivo en la ciudad.
- La desarticulación entre las administraciones públicas municipal y departamental.

1.6 **Objetivo general**

Proponer alternativas de desarrollo de productos y servicios turísticos sostenibles y comunitarios en la zona del Cañón del Combeima de la ciudad de Ibagué, Tolima – Colombia.

1.7 **Objetivos específicos**

- Analizar el potencial turístico del Cañón del Combeima con el fin de dinamizar y diversificar la oferta regional.
- Identificar los recursos culturales de la zona y valorar su potencial para aprovecharlos en el desarrollo de productos y servicios turísticos sostenibles.
- Identificar las áreas de oportunidad de la zona para propulsar el desarrollo de una prestación turística que genere estancias y que opere bajo los preceptos de turismo sostenible.
- Proponer los lineamientos estratégicos para el desarrollo de productos y servicios turísticos sostenibles del Cañón del Combeima, que pongan en valor los atractivos de la zona, al tiempo que éstos se puedan potenciar y preservar.
- Generar oportunidades de aprovechamiento al excursionismo que se da en la zona.

MARCO TEORICO

2.1. Marco referencial

El notable crecimiento del turismo en el mundo, ha despertado el interés de muchos gobiernos para posicionarlo en los renglones económicos de las naciones; por tanto, se han establecido programas para su fomento en diferentes regiones del mundo. Dadas las condiciones del desarrollo turístico y sus distintas particularidades, se hace necesario contemplar diferentes conceptos para dar claridad a ésta dinámica y variada industria.

Para muchos países, el turismo es la estrategia de desarrollo económico y social, generando empleos, diversificando la oferta de servicios y economías de segunda escala. La globalización en tal sentido, ha sido importante para acercar a los viajeros del mundo con las culturas locales; lo que mucho tiempo atrás parecía incluso impensable, hoy nos permite tener la posibilidad de llevar la cultura de una zona veredal al interés de muchos en lugares lejanos lo cual genera mayor valor a la identidad propia de un pueblo e interés en su protección.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), destaca que en el mundo durante el período de Enero – abril 2017, en comparación con el mismo período del año anterior el turismo internacional creció un 6%. Para América del Sur el crecimiento en la cantidad de llegadas internacionales

Las últimas seis décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor

envergadura y crecimiento del mundo, superándose así la previsión a largo plazo de la OMT que anticipaba una tasa de crecimiento del 3,8% anual para el periodo 2010-2030. (Instituto de Estudios Políticos para América Latina y África, 2010)

El informe Panorama del Turismo Internacional de la OMT, edición 2017, señala que las llegadas de turistas internacionales han registrado un crecimiento constante de 200 millones de llegadas internacionales a las Américas (Ver Ilustración 3).

Ilustración 3. Ingresos por Turismo Internacional



Fuente: Panorama OMT del turismo internacional, edición 2015

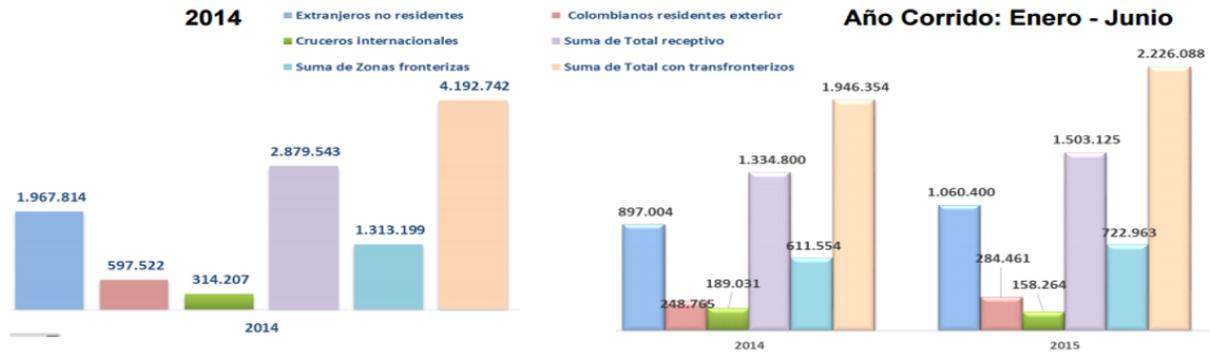
El documento de la OMT destaca que a pesar de que la economía mundial avanza lentamente, la demanda de turismo internacional en 2017 superó las expectativas con los 1235 millones de turistas viajando por el mundo.

La Organización Mundial del turismo (OMT) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en Nueva York, el 26 de noviembre de 2013, acordaron la implementación del Programa de Patrimonio Mundial y Turismo Sostenible de la UNESCO, con el fin de promover y proteger el patrimonio cultural, la identificación, el desarrollo y la creación de redes de cooperación en iniciativas y actividades de turismo sostenible y la salvaguardia del patrimonio en el mundo.

En Colombia el turismo es una de las principales apuestas del gobierno para el desarrollo económico y social del país. Se han concebido políticas para el mejoramiento de la competitividad y calidad del sector. Para el 2025 se ha establecido la Visión: Colombia en paz, con equidad y educada, que establece el Plan estratégico 2014 – 2018. “Turismo para la construcción de la paz”.

En los meses de enero a junio de 2015, el turismo receptivo total con transfronterizos ascendió a 2.226.088 llegadas, con un crecimiento de 14,4% frente al mismo periodo de 2014 (1.946.354). Del total de llegadas, 1.060.400 correspondieron a extranjeros no residentes, 158.264 pasajeros en cruceros internacionales y 284.461 a colombianos residentes en el exterior. Las llegadas de viajeros por zonas de integración fronteriza para Enero – junio de 2015, se estimaron en 722.963 según cálculos de la Dirección de Análisis Sectorial y Promoción del Viceministerio de Turismo. (Ver Ilustración 4).

Ilustración 4. Turismo Receptivo



Fuente: Dirección de Análisis Sectorial y Promoción del Viceministerio de Turismo, 2015.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) de Colombia, indica que el mercado estadounidense es la mayor fuente de visitantes internacionales a Colombia, con un 19,1% del total, seguido de latinoamericanos como Venezuela 11,6% y Argentina 8,2%. El Ministerio indica que Colombia se ha convertido en el cuarto destino de Sudamérica con mayor afluencia de extranjeros, después de Argentina, Brasil y Chile.

La política de mercadeo y promoción turística de Colombia y las acciones del Fondo Nacional de turismo (FONTUR) y la entidad encargada de promover el Turismo (PROCOLOMBIA), han dotado de herramientas para posicionar los productos turísticos en un mercado internacional. Se destaca el cambio de marca y los diferentes lemas que invitan a concebir un destino más seguro y mego diverso. La marca país es un tema de competitividad del estado que trabaja en el fortalecimiento de la imagen de Colombia en el exterior. Entre los lemas más recientes se destacan “Seguro te va a encantar”, “Colombia realismo mágico” y “El riesgo es que te quieras quedar”.

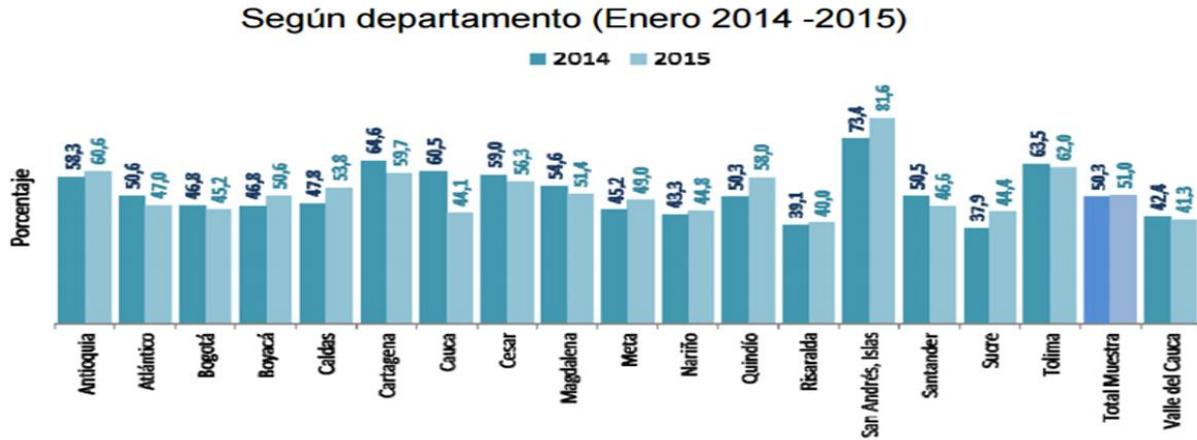
El compromiso del Gobierno con el turismo sostenible y las acciones puntuales para su cumplimiento se manifiestan en el Plan Sectorial de Turismo 2014-2018. En este sentido se acoge la directriz de gestión sostenible del turismo, promulgadas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), y que establecen un equilibrio entre los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico para garantizar su permanencia en el largo plazo. Dentro del turismo sostenible y esa transversalidad con otros tipos de turismo se encuentran la cultura y la naturaleza.

En el departamento del Tolima, el turismo viene adquiriendo una notoria importancia, que se manifiesta en el aumento del número de personas que se desplazan para disfrutar modalidades turísticas de avistamiento de aves, aventura, senderismo, folclor, cultura y gastronomía.

El Informe de Turismo del año 2015, del Ministerio de comercio industria y turismo, muestra que los departamentos con mayor ocupación hotelera en fueron San Andrés con 81,6%, Tolima 62,0%, Antioquia y Cartagena con 60,6% y 59,7%, respectivamente. El porcentaje de ocupación para el total de la muestra fue 51,0%, aumentando 0,7 puntos porcentuales frente a la cifra registrada en el 2014 (50,3%).

De acuerdo al Informe, la oficina de la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO) Capítulo Tolima indicó, que el porcentaje de ocupación a octubre de 2015 fue del 43% en el departamento del Tolima y del 47% en la ciudad de Ibagué. (Ver Ilustración 5)

Ilustración 5. Ocupación hotelera en el Tolima 2014 - 2015



Fuente: Informe de Turismo 2015 (MinCIT)

Para el Plan de Desarrollo Turístico del Tolima del año 2012; se contrata la consultoría de la unión temporal HUITONAVA, grupo que, para el diseño del mismo, realizó una serie de encuestas que dieron como resultado que la percepción del turista que visita el departamento es positiva. De acuerdo a la encuesta realizada el 99% respondió que estarían dispuestos de regresar a la región, mientras que una persona, afirma no estar interesada en volver al destino. Allí mismo se establece que la demanda de los turistas corresponde a el 98% nacionales frente a un 2% de visitantes extranjeros. Por su parte, el 32% de la muestra (representada en los turistas nacionales) informa visitar el departamento motivado por el plan de visita a familiares y amigos, un 47% por el motivo turismo convencional y el 1% por motivo de salud (ver ilustración 6).

Ilustración 6. Motivo de Viaje al departamento del Tolima



Fuente: Plan de Desarrollo Turístico del Tolima (HUITONAVA, 2012)

No se encuentra información estadística en relación a la zona del Cañón del Combeima; se necesitan productos y servicios que generen turismo en la localidad y que aporten al desarrollo social y económico de la región.

El Plan de Desarrollo Turístico del Tolima establece como idea fuerza para el 2025, consolidar un proceso regional sostenible y competitivo que permita posicionar al Tolima como destino turístico atractivo, con una oferta de productos y destinos que contribuyan al desarrollo social y económico del departamento del Tolima (ver ilustración 7).

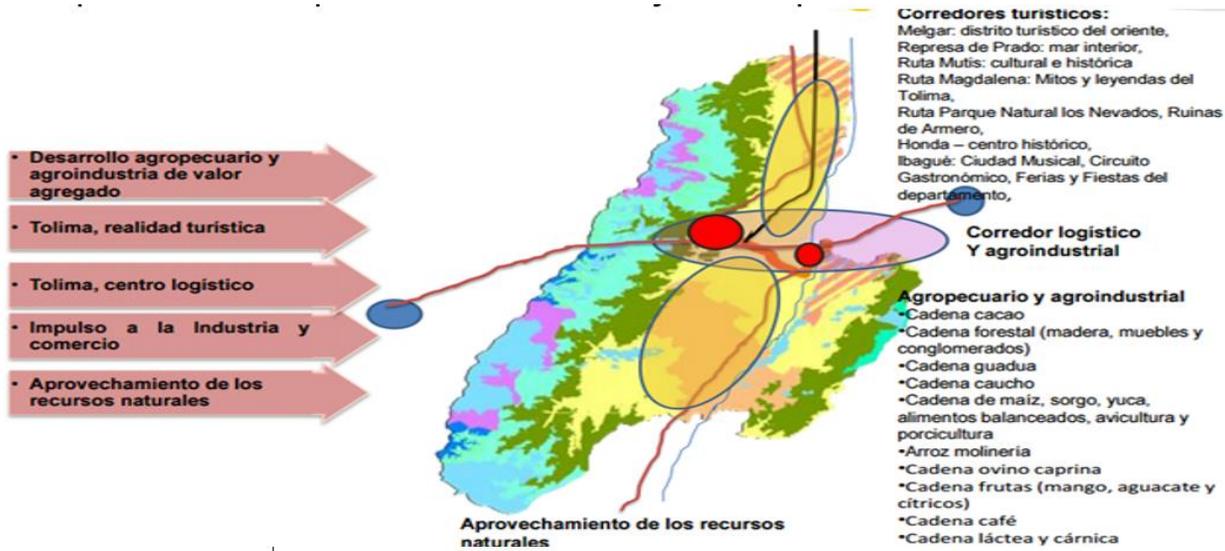
Ilustración 7. Visión Tolima 2025 - 2032



Fuente: Plan de Desarrollo Turístico del Tolima 2012- 2015

Adicionalmente, en el Plan se establecen varias apuestas productivas, para el Tolima, una de ellas, el turismo y los corredores turísticos a desarrollar (ver ilustración 8).

Ilustración 8. Oportunidades para el crecimiento y la competitividad del Tolima



Fuente: Plan de Desarrollo Turístico del Tolima 2012- 2015

Por otra parte, el departamento del Tolima cuenta con una política de turismo, según la ordenanza número 019 de 2011, cuyos objetivos han permitido impulsar el turismo a través de productos que diversifiquen la oferta turística, formar y capacitar a los prestadores de servicio turístico y la comunidad en general para mejorar la calidad de servicio al turista. También mejorar la sensibilización turística y el sentido de pertenencia hacia la identidad cultural. Posibilita la seguridad para el turista en carreteras y en atractivos turísticos a través de programas o acciones en coordinación del Concejo Departamental de Seguridad Turística. Desarrollar obras de infraestructura vial básica y de servicios públicos en áreas turísticas. Articular con las administraciones municipales y departamentales la implementación de acciones dirigidas a hacer del Tolima un destino turístico responsable.

2.2. Teorías y Conceptos Centrales

2.2.1. Teorías

El desarrollo del turismo como industria y actividad económica es incipiente; a medida de su posicionamiento como actividad económica en muchos lugares del mundo, se han generado diferentes conceptos que permiten dar unidad de criterio y mayor comprensión de esta importante industria.

Jafar Jafari, en su publicación “El turismo como disciplina científica” del 23 de febrero de 2005 del Departamento de Hospitalidad y Turismo – Universidad de Wisconsin-Stout, propone una clasificación del turismo en cuatro plataformas, cada uno de ellos indicativo de cierta posición o plataforma teórica. Estas plataformas (Apologética, Precautoria, Adaptativa y Científico céntrica) refieren un orden cronológico en continuidad y oposición con la anterior, sin llegar a reemplazarla.

La plataforma Apologética, habla de lo bueno del turismo como resultado de un trabajo social y colectivo; la plataforma Precautoria, habla de lo malo del turismo como la baja cualificación y oferta laboral beneficiando a grandes empresas y corporaciones; la plataforma Adaptativa, habla del cómo del turismo en el sentido de que éste debe generar experiencias gratificantes con participación comunitaria; por último, la plataforma Científico – Céntrica, habla del porqué del turismo en el sentido de estudiar el fenómeno de la actividad para evitar impactos negativos.

En relación a la anterior y de acuerdo con la publicación (Jafari, 2005) el turismo no debe quedarse solamente como un fenómeno social que genere impactos negativos, sino que debe construir un tejido social que nazca de la experiencia vivida del visitante en el destino.

2.2.2. Conceptos Generales

A continuación, se presentan algunos conceptos generales relacionados directa o indirectamente con la actividad turística, la cultura y el entorno natural como patrimonio de los destinos. Éstos conceptos son, en su mayoría; los aportados por la Organización Mundial del Turismo (OMT) como principal ente rector internacional².

Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se

² Entender el Turismo: Glosario Básico (<https://goo.gl/gHDx1B>) recuperado el 25 de Febrero de 2018

denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Destino Turístico:

El destino principal de un viaje turístico es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje.

El destino es el espacio geográfico determinado; con rasgos propios de clima, raíces, infraestructura y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; dotado de una marca, y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral.

Morfología Turística (Formas de turismo)

Son las clasificaciones y características como se puede dar la actividad turística bien sea por el espacio geográfico en que se da, en la organización del viaje, la duración, la edad, el medio de transporte, el volumen de visitantes, entre otros. (InterMark Consultores en Turismo).

Tipología Turística (Motivaciones para el turismo)

El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo

al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etc.)

Turismo Cultural

Se define como las visitas realizadas por personas externas a una localidad, motivadas total o parcialmente por el interés en la oferta histórica, artística, científica, estilo de vida o patrimonio de una comunidad, oferta regida por un grupo o institución.

Viajes que se realizan con el fin de disfrutar, conocer o estudiar rasgos específicos o combinados (historia, arqueología, arquitectura, religión, filosofía, política, etnología, folclore) de un pueblo, país o región en especial, donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente y por encima de otros recursos turísticos. (InterMark Consultores en Turismo)

Turismo Religioso

Hace parte del turismo cultural y las motivaciones pueden ser conocer la arquitectura religiosa como patrimonio cultural; visita a Iglesias, Templos, Parroquias, Santuarios o lugares sagrados (en especial de la doctrina católica) y en otros casos la sanación movida por la fe.

Turismo Gastronómico

Visita a destinos por su cocina y sabores típicos.

Turismo Rural

Desarrollado en un entorno natural, puede ser practicado a través del agroturismo, o turismo de aventura, desde algunos deportes extremos o en contacto directo con la naturaleza y las comunidades.

Ecoturismo

Turismo especializado y dirigido en atractivos naturales; el cual debe tener como objetivo la educación y sensibilización al turista sobre la conservación ambiental del entorno en el que se realiza. Sus ingresos deben ser destinados a la conservación de áreas naturales y debe tener como característica la interpretación natural.

Éste término se emplea para designar todas las formas de turismo que se basan en la naturaleza, observación y apreciación de la misma y de las culturas relacionadas con el entorno natural (OMT).

Turismo Deportivo

Dado por la motivación del deporte; el cual puede ser en la participación como espectador, en el disfrute de una actividad deportiva o en la participación en competición deportiva. (InterMark Consultores en Turismo)

El turismo de Aventura es una subtipología del turismo deportivo; se trata de la práctica de deportes de mayor dedicación, concentración, entrega o experiencia extrema.

Patrimonio Turístico

Luis Fernando Jiménez Guzman en su libro *Teoría General del Turismo* en 1986, define el Patrimonio Turístico como: "...el conjunto de Bienes, libres por lo general y no apreciables en dinero, pertenecientes a una comunidad determinada, los cuales, por estar en un espacio concreto, pueden producir una utilidad económica al ser empleados en actividades turísticas..."; por tanto, se entiende como el conjunto de Bienes, naturales y culturales, materiales e intangibles, que actúan como atractivos y promueven el desplazamiento de viajeros para su conocimiento y disfrute.

Cultura

El concepto de cultura, se ha analizado a lo largo de la historia, pero ha tenido dificultad de disponer de una sola definición clara y determinante, cuando se contextualiza en el marco de la relación entre cultura, turismo y desarrollo. Sir Edward Burnett, antropólogo inglés, en 1871 ofreció una de las definiciones más clásicas y su sentido sigue hoy en día: *Cultura Primitiva*: "La cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos.

La conferencia mundial sobre políticas culturales (Mundiacult, 1982) definió: "La cultura puede considerarse como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias".

Cultura es el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 2003).

Otras versiones entienden la cultura como expresión de las relaciones entre grupos humanos, en la que lo fundamental no es el proceso de creación de objetos y símbolos sino su apropiación y los conflictos entre clases que esto puede generar.

Existe una corriente en la cual se encuentran los antropólogos que entienden que la cultura se compone de ideas o de modelos cognitivos y no de objetos materiales mientras que otros perciben los objetos como parte del entorno de la vida social, incluyen las pautas de comportamiento, los valores y las creencias. Otra corriente surge cuando se trata la cultura desde el desarrollo, entendiéndose como vehículo y fundamento de la identidad territorial. Este último marco sería el más adecuado para cualquier consideración al entorno de la relación turismo, cultura y desarrollo.

Patrimonio Cultural

En marzo de 2001 se celebró en Turín (Italia) una mesa redonda internacional de expertos a fin de elaborar una definición práctica del término “patrimonio cultural inmaterial”. La Unesco llevó a cabo una serie de encuestas, dirigidas a las Comisiones Nacionales de los Estados Miembros, las organizaciones intergubernamentales y las organizaciones no gubernamentales, en relación con las diferentes terminologías utilizadas y la

legislación vigente en el ámbito del patrimonio cultural inmaterial. Sobre la base de las opiniones expresadas en la época de la Conferencia de Washington y de los resultados de las encuestas, la mesa redonda preparó una nueva definición del patrimonio cultural inmaterial: “Los procesos asimilados por los pueblos, junto con los conocimientos, las competencias y la creatividad que los nutren y que ellos desarrollan, los productos que crean y los recursos, espacios y demás aspectos del contexto social y natural necesarios para que perduren; además de dar a las comunidades vivas una sensación de continuidad con respecto a las generaciones anteriores, esos procesos son importantes para la identidad cultural y para la salvaguardia de la diversidad cultural y la creatividad de la humanidad” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 2003).

La Organización Mundial de Turismo (OMT), dice acerca del patrimonio: se entiende por «patrimonio cultural inmaterial» los usos, expresiones, conocimientos y técnicas, así como los objetos y espacios culturales asociados, que las comunidades y en algunos casos los individuos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Transmitido de generación en generación, es recreado constantemente, infundiendo un sentimiento de identidad y continuidad.

Identidad Cultural

Son el conjunto de rasgos y manifestaciones materiales e inmateriales que le permiten a una comunidad o colectividad, y a las personas, asumirse como perteneciente a una colectividad, a perpetuarse como tal y a diferenciarse de otras.

Salvaguarda del Patrimonio

Para la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) fue necesario preparar un instrumento normativo internacional sobre la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial denominada la Convención de 2003, especificando algunos de sus principales objetivos, como:

- a) Conservar las creaciones del ser humano que podrían desaparecer para siempre
- b) Darles un reconocimiento mundial
- c) Fortalecer la identidad
- d) Posibilitar la cooperación social dentro de los grupos y entre ellos
- e) Garantizar la continuidad histórica
- f) Promover la diversidad creativa de la humanidad
- g) Facilitar el acceso a los frutos de esa creatividad.

La Carta Internacional sobre Turismo Cultural del Consejo Internacional de Museos y Sitios (ICOMOS) promulga los siguientes principios para la valoración y protección de la identidad y el patrimonio cultural:

- Proporcionar oportunidades responsables y bien gestionadas a los integrantes de la comunidad anfitriona, así como suministrar a los visitantes la experimentación y comprensión inmediatas de la cultura y patrimonio de esa comunidad.

- Gestionar de modo sostenible la relación entre los sitios con patrimonio y el turismo, ya que al ser una relación dinámica puede implicar valoraciones encontradas.
- Planificar la conservación y el turismo en los sitios con patrimonio, para garantizar que la experiencia del visitante sea satisfactoria y agradable.
- Involucrar a las comunidades anfitrionas y a los pueblos indígenas en la planificación de la conservación del patrimonio y el turismo.
- Beneficiar a la comunidad anfitriona en las actividades del turismo y en la conservación del patrimonio.
- Proteger y ensalzar las características del patrimonio natural y cultural en los programas de promoción del turismo.

Turismo comunitario

El turismo es una actividad económica sustentada en las personas, construida sobre la interacción social, y en este sentido, solo puede prosperar si integra a la población local incentivando valores sociales como la participación, la educación y la mejora de la gobernanza local. Al mismo tiempo, no puede haber un verdadero desarrollo del turismo si ese desarrollo obra de algún modo en detrimento de los valores y la cultura de las comunidades receptoras, o si los beneficios socioeconómicos que genera no llegan a percibirse directamente en las comunidades (OMT, 2014).

El turismo es una fuerza viva al servicio de la paz y un factor de amistad y comprensión entre los pueblos, esto gracias al contacto directo, espontáneo e inmediato que permite entre hombres y mujeres de culturas y formas de vida distintas (OMT., 1999).

Turismo Sostenible

La Organización Mundial del Turismo definió, en el 2002, como turismo sostenible "...aquél que atiende las necesidades de los turistas de hoy y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege y amplía las oportunidades para el futuro. Se percibe como el marco principal para la gestión de todos los recursos, de tal forma que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas, sin detrimento de la integridad de la cultura, de los procesos ecológicos esenciales, de la diversidad biológica y de los sistemas que preservan el mantenimiento de la vida".

Según varios autores, el turismo es una actividad desequilibrante de la sostenibilidad de un territorio. Por tanto, en los modelos turísticos hay que tener siempre en cuenta la preservación, mantenimiento y desarrollo del patrimonio local. Una buena definición de turismo sostenible es la que nace de la Carta de Lanzarote, elaborada en la conferencia mundial de turismo sostenible, realizada en Lanzarote, Islas Canarias, España, en abril de 1995, que explicita que la actividad turística ha de ser "soportable ecológicamente a largo plazo, económicamente viable y equitativa, desde una perspectiva ética y social, para las comunidades locales".

Con estas consideraciones, a nivel global existen dos tendencias, una que comenta que sería socialmente injusto condenar a determinadas comunidades a mantener

sin evolución posible su cultura ancestral, simplemente por la oportunidad de exhibirla como atractivo turístico; y otra que establece que la evolución debe formar parte de la atraktividad de la cultura, como de hecho se demuestra en los países más desarrollados turísticamente, en los que gran parte de flujos turísticos muy notables se basan en lo más reciente de la producción o investigación cultural.

Sin embargo, desde fines del siglo XX y hasta el momento, comienzan a desarrollarse nuevos productos turísticos para satisfacer la creciente demanda en el cambio de los modelos sociales de los turistas, que demuestran aumento en el gusto de productos desarrollados en el medio rural y de productos culturales. Se ha podido comprobar que las razones que hacen que un visitante se desplace a un lugar ya no solo por el descanso, sino pasar mayor tiempo en el medio natural, y la vinculación con la cultura del lugar visitado a través de un reencuentro con los valores sociales tradicionales.

La sociedad contemporánea en el ritmo de producción, consumismo y tecnología, ha acelerado de una manera extraordinaria su vida y encuentra en relación con otras épocas la necesidad de acercarse cada vez más a los vestigios del pasado debido, probablemente, a que en ellos puede encontrar una fuente de identidad personal.

Producto Turístico

Servicio o conjunto de servicios, que se prestan en un lugar determinado, a un precio fijado y en unas condiciones de calidad comprometidas. En los productos turísticos se incorporan ingredientes remunerados (alojamiento, comida, actividades, etc.) y otros no remunerados (clima, paisaje, naturaleza, cultura, etc.). Estos últimos, a pesar de

no tener establecido un precio por su uso, influyen poderosamente en la decisión de compra del consumidor.

Competitividad

Michael Porter, en el libro “La Ventaja Competitiva de las Naciones, (1991)” presentó las bases de la teoría de la competitividad, que enuncia: “La prosperidad de una Nación depende de su competitividad, la cual se basa en la productividad con la cual esta produce bienes y servicios. Políticas macroeconómicas e instituciones legales sólidas y políticas estables, son condiciones necesarias, pero no suficientes para asegurar una economía próspera”.

La competitividad está fundamentada en las bases microeconómicas de una Nación: la sofisticación de las operaciones y estrategias de una compañía y la calidad del ambiente microeconómico de los negocios en la cual las compañías compiten. En otras palabras, son los sectores, empresas y productos en los que se evalúa la competitividad, este nivel de análisis es evaluado por lo que se podría llamar la aproximación moderna de la competitividad. Algunas de las formas de medir y definir la competitividad en este nivel se basan cuantitativamente en la participación del mercado, indicadores de productividad y/o costo, márgenes de ganancia y/o beneficios netos. Al igual que en el nivel macro, existen mediciones y definiciones de tipo cualitativo como la investigación y desarrollo además de las estrategias gerenciales.

Sistema Turístico

Roberto Boullón en su libro: planificación del espacio turístico, conceptualiza el sistema turístico como un conjunto de acciones y recursos que interactúan entre sí para cumplir un objetivo común, representado por elementos como: la oferta turística, la demanda turística, el espacio turístico, los operadores del mercado turístico y los organismos reguladores de la actividad.

Se puede comparar el sistema turístico con un edificio de tres pisos; en el primero, se tendría todo lo relacionado con la *estructura o planta turística*, siendo el conjunto de establecimientos que permiten la estadía y confort del turista, sumados a los atractivos propios de la localidad; aquí se encuentra el equipamiento (alojamiento, restauración, entretenimiento), las instalaciones (el hotel, el restaurante, el museo, el centro vacacional o recreativo) y los atractivos. En el segundo, la *infraestructura turística*, que facilita los diferentes servicios turísticos; son servicios que deben estar garantizados primordialmente para la comunidad donde se realiza la actividad turística tales como Transporte (carreteras, puertos), Comunicación (telefonía, internet), Sanidad (recolección y disposición de basuras, alcantarillado, acueducto, salud), Energía (pública y domiciliaria) y Seguridad.

Por último, el tercer piso estaría ocupado por la *súper estructura Turística*, en donde convergen los organismos especializados (públicos, privados o mixtos), encargados de la regulación, control, normalización del sistema con el fin de optimizar y armonizar su funcionamiento.

Dados los diversos efectos de la actividad turística, la variedad y cantidad de actores involucrados y de factores requeridos para la producción de bienes y servicios turísticos; hoy en día es necesario adoptar la gestión de modelos de sostenibilidad y sustentabilidad en la relación de los visitantes con los destinos y el resultado de las actividades y relaciones entre sí.

2.3. Marco Normativo

Es indispensable contemplar el marco normativo para la gestión, protección y salvaguardia del patrimonio en Colombia y el desarrollo del turismo. De igual forma tener en cuenta una serie de instrumentos internacionales que el Estado colombiano ha suscrito, comprometiéndose en la formulación de un marco legislativo y de una política en pro del patrimonio cultural. Igualmente es importante mencionar cuáles son los principios internacionales que Colombia acoge para el desarrollo del turismo.

Constitución Política de 1991

La Carta política vigente afirmó el papel de la cultura como fundamento de la nacionalidad, al considerarla una dimensión especial del desarrollo, un derecho de la sociedad y una instancia que identifica a Colombia como un país multiétnico y pluricultural. La Constitución garantiza los derechos culturales y proporciona los marcos para el desarrollo legislativo del sector. Los artículos 7, 8, 10, 63, 70, 71 y 72 de la Constitución Política de 1991 contemplan, en lo que respecta al patrimonio cultural, la protección que compete tanto al Estado como a los particulares; la libertad esencial que debe proyectarse en la búsqueda del conocimiento y la expresión artística; la propiedad exclusiva y pública de la Nación sobre

determinados bienes culturales, y la obligación estatal de incentivar la creación y la gestión cultural.

Artículos 44 y 52: Reconocimiento de las actividades del tiempo libre, como derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El turismo es considerado como una de las actividades del tiempo libre. Artículo 67: Definición de la educación como función social y desde allí el acceso a los bienes y valores de la cultura, guarda relación con la actividad turística en la medida que se debe impulsar la forma para llegar a los bienes y valores de la cultura, muchos de ellos generadores de atracción para visitantes.

Ley 1558 de 2012

Por la cual se modifica la ley 300 de 1996, Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

Ley del medio ambiente (Ley 99 de 1993)

Organización del Sistema Nacional Ambiental, SINA y definición de conceptos fundamentales que rigen los asuntos ambientales. Desarrollo sostenible acogida en la Cumbre de la tierra: el desarrollo conduce al crecimiento económico, mejoramiento de la calidad de vida y bienestar social, sin agotar los recursos naturales renovables que lo sustentan,

ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para satisfacer sus propias necesidades (artículo 3).

Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura)

El Título II de la Ley General de Cultura, modificado por la Ley 1185 de 2008, estableció los lineamientos generales para la gestión y la protección del patrimonio cultural de la nación. El artículo 4 da una primera definición de este patrimonio, todas las expresiones, productos y objetos representativos de la nacionalidad colombiana y dentro del cual algunos conjuntos o bienes individuales, debido a sus especiales valores simbólicos, artísticos, estéticos o históricos, requieren un especial tratamiento. Como mecanismo para el reconocimiento y protección del patrimonio cultural, la Ley plantea la categoría de los Bienes de Interés Cultural (BIC), a través de los cuales se declaran los bienes sobre la base de su representatividad territorial: nacional, departamental, distrital, municipal o de los territorios indígenas.

Ley 1185 de 2008

Uno de los avances más importantes, en lo que respecta el patrimonio cultural de la Nación, es la expedición de la Ley 1185 del 12 de marzo de 2008 “Por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura) y se dictan otras disposiciones”. La Ley 1185 actualiza la definición de patrimonio cultural de la nación de la Ley 397 de 1997; define un régimen especial de salvaguardia, protección, sostenibilidad, divulgación y estímulo para los BIC y para las manifestaciones de la Lista Representativa de Patrimonio

Cultural Inmaterial (LRPCI), y crea el Concejo Nacional de Patrimonio Cultural, máximo órgano asesor del Gobierno para la toma de decisiones respecto del Patrimonio Cultural de la Nación.

Igualmente define procedimientos para las declaratorias y las intervenciones de BIC, para el diseño e implementación de los Planes Especiales de Manejo y Protección (PEMP) de BIC, y para la exportación y enajenación de estos bienes. Por un lado, el artículo 8 se refiere únicamente al patrimonio cultural inmaterial, dando una definición de este, creando la LRPCI, los Planes de Salvaguardia, obligatorios para las manifestaciones de esta lista, y dando lineamientos para la identificación de manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial. Adicionalmente, esta Ley crea un Régimen de Estímulos al Patrimonio Cultural, que ya existía desde la expedición de la Ley General de Cultura pero que no había sido desarrollado.

Normas técnicas de Calidad y Sostenibilidad Turística

Las Normas Técnicas Sectoriales tienen como objetivo sensibilizar y desarrollar un sentido real y práctico de la importancia de atender con calidad al turista, mejorar la productividad y competitividad del sector turismo en la perspectiva regional y del desarrollo sostenible y establecer criterios de sostenibilidad para los prestadores de servicios turísticos. Cada prestador de servicio turístico cuenta con normas para mejorar el establecimiento como el talento humano.

A partir del año 2014; dos años después de entrada en vigencia de la Ley 1558; para la renovación del Registro Nacional de Turismo R.N.T., la cual se hace anual, los prestadores de servicios turísticos de aventura; las agencias de viajes y los establecimientos

de alojamiento y hospedaje deben declarar el cumplimiento de los requisitos de las respectivas normas de aventura y las normas de sostenibilidad. Se prospecta que la totalidad de prestadores deban cumplir a futuro con la totalidad de normas que les correspondan.

Decreto 1313 de 2008

El Decreto 1313 del 23 de abril de 2008, reglamenta la Ley 1185 de 2008 en lo relacionado con los Concejos de Patrimonio Cultural. Al respecto, establece la composición del Concejo Nacional de Patrimonio Cultural (CNPC), su régimen de sesiones y sus funciones, entre las que se encuentran asesorar al Ministerio de Cultura en la definición de la política y las estrategias para la protección y salvaguardia del patrimonio cultural y emitir conceptos previos y favorables sobre la declaratoria de bienes de interés cultural (BIC) y sobre la necesidad y los contenidos de los PEMP, así como sobre la inclusión de manifestaciones en la LRPCI y sobre los respectivos Planes Especiales de Salvaguardia (PES). Este decreto establece la creación de los Concejos Departamentales y Distritales de Patrimonio Cultural, con composición y funciones análogas a las del CNPC.

Decreto 763 de 2009

Para reglamentar “lo correspondiente al patrimonio cultural de la nación de naturaleza material”, el 10 de marzo de 2009 se expidió el Decreto 763, que define las competencias de las autoridades y los órganos asesores del Sistema Nacional de Patrimonio Cultural (SNPC) de la Nación; fija criterios y procedimientos para la declaratoria de BIC y establece los objetivos y los contenidos generales de los PEMP. Adicionalmente, el Decreto 763 de 2009, establece los tipos de obras y los principios generales para la intervención de BIC

inmuebles, así como los principios y los tipos de acciones e intervenciones que se pueden ejecutar para BIC muebles. Así mismo, el decreto reglamenta lo relacionado con la enajenación y los contratos sobre BIC de entidades públicas y con los estímulos tributarios para la conservación y mantenimiento de BIC.

Decreto 2941 de 2009

El 6 de agosto de 2009 se expidió el Decreto 2941 “Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 397 de 1997 modificada por la Ley 1185 de 2008, en lo correspondiente al patrimonio cultural de la Nación de naturaleza inmaterial”. Este decreto define los ámbitos de cobertura del patrimonio cultural inmaterial y reglamenta lo relacionado con la LRPCI, estableciendo sus campos de alcance, el procedimiento, los requisitos y los criterios de valoración para la inclusión de manifestaciones en esta lista. Adicionalmente, y como mayores innovaciones, el decreto define los contenidos de los PES necesarios para la inclusión de manifestaciones en dicha lista y reglamenta lo relacionado con los estímulos tributarios para la salvaguardia de estas manifestaciones.

Ley 45 de 1983

Por medio de la cual Colombia adhiere a la Convención de patrimonio mundial, cultural y natural (UNESCO, 1972).

Ley 63 de 1983

Por medio de la cual Colombia adhiere a la Convención sobre las medidas que deben adoptarse para prohibir e impedir la importación, la exportación y la transferencia de propiedad ilícitas de bienes culturales (UNESCO, 1970).

2

Ley 340 de 1996

Por medio de la cual Colombia adhiere a la Convención para la protección de los bienes culturales en caso de conflicto armado (UNESCO, 1954).

Ley 899 de 2004

Por la cual se aprueba el 2° Protocolo de la Convención de la Haya de 1954 para la protección de bienes culturales en caso de conflicto armado.

Ley 1037 de 2006

Por medio de la cual Colombia adhiere a la Convención para la Salvaguardia del patrimonio inmaterial (UNESCO, 2003).

Ley 1304 de 2009

Por medio de la cual se aprueba el Convenio de Unidroit sobre los bienes culturales robados o exportados ilícitamente, firmado en Roma el 24 de junio de 1995. Existen otros instrumentos internacionales que, aunque su misión principal no es esa, salvaguardan el patrimonio cultural colombiano en alguno de sus aspectos. Así mismo, existe una normatividad internacional importante que protege asuntos relacionados con el patrimonio

inmaterial y que es descrita ampliamente en la política para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial en Colombia.

MARCO METODOLOGICO

La clave de la puesta en valor de los recursos patrimoniales consiste en identificarlos, apropiarlos y exaltarlos dentro de su contexto territorial. Los turistas que visitan un área y encuentran un entorno que les permite satisfacer las motivaciones de su viaje, son los que regresan en el futuro para contribuir económicamente a una región y también son los que probablemente van a apoyar la sostenibilidad del ecosistema y de la cultura local.

La cultura, es el medio por el cual se puede evaluar el conocimiento, desarrollo y habilidades que poseen las comunidades. A través de ella las personas alcanzan su mayor integración con la identidad, por lo que no existen destinos sin cultura y esta es diferente para todas las naciones. Partiendo de ello, se puede hablar de una identidad cultural como el legado más representativo y máspreciado de la humanidad.

Los recursos naturales que rodean a las comunidades en su entorno y ambiente; igualmente definen la identidad cultural, un ejemplo es la materia prima que se encuentra en el entorno para la producción gastronómica, el clima con el uso de textiles, entre otros.

La valoración del patrimonio cultural y natural se remite a criterios históricos, estéticos y simbólicos que fluctúan a través del tiempo, de manera diversa y según la categoría de los bienes, así como a la representatividad de los ecosistemas locales.

El valorar los bienes culturales se aplica tanto en el ámbito de las ideas, costumbres, tradiciones, folklore, entre otros. Es decir, lo intangible o impalpable; como también en las manifestaciones materiales de la cultura, ejemplo de ello; los objetos de arte, la arquitectura o la artesanía, denominado tangible.

El valor histórico

La proyección de lo intangible se requiere para valorar lo tangible, es rescatar su expresión, comunicando su historia. Hacer del bien encontrado parte de la memoria, recordando las relaciones de pasado y presente. Promoviendo desde el presente, las huellas de un camino recorrido.

El valor estético

Lo primero que se percibe en un bien u objeto material es su estructura visible: el color, la línea, la forma, el ser significativo, el ser emblema. El objeto se siente y se le otorga significado, la acción cultural del patrimonio requiere de la acción sensible de quienes tienen como función conservarlos. No basta enumerarlos, describirlos, clasificarlos sino hay que ir más allá, e interpretarlos desde una mirada de contexto.

El valor simbólico

Los objetos tangibles son símbolos; no simples signos, que contienen variadas referencias de diferentes épocas, los cuales evocan, recuerdan, connotan; son abiertos al imaginario de quienes los analizan y a la comunidad. Enriquecen el legado o herencias de forma de ser, es conocer y relatar una diversidad de maneras que accionan al interior de las culturas y el encuentro de estas con otras.

2.3. Fuentes de información

Las fuentes de información permiten la obtención de datos para su valoración y análisis, que permita determinar el estado del arte, los antecedentes y toda la información relacionada con el objeto de estudio.

Fuentes Primarias:

Las fuentes primarias son aquellas que no han sido modificadas o alteradas y provienen directamente de la fuente. Para el presente Proyecto se utilizaron la observación directa, entrevistas y talleres prácticos con la comunidad. Es importante reconocer el valor de la información de la cual la población y la comunidad es tenedora; de igual forma, cuando se pretende desarrollar un turismo comunitario, debe ser la comunidad quien primero exprese sus anhelos y propósitos con el desarrollo de la actividad turística en el destino.

Fuentes Secundarias:

Las fuentes secundarias están a la mano en diferentes bases de datos, repositorios, bibliotecas, investigaciones previas u otros documentos.

Para el levantamiento del inventario turístico se ha obtenido la información de los antecedentes de los diferentes recursos y atractivos locales.

2.4. Técnicas de Investigación

Las técnicas de investigación utilizadas en el presente Proyecto fueron cualitativas con las entrevistas, con los grupos focales de participación en los talleres y con la observación directa In Situ. De igual forma se realizó análisis documental.

También se utilizaron técnicas cuantitativas para la valoración del patrimonio del Cañón del Combeima teniendo en cuenta la metodología para la elaboración de inventarios turísticos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

2.5. Método de Investigación

La metodología que se utilizó en éste Proyecto fue cualitativa donde se tuvo en cuenta:

- Levantamiento del Inventario Turístico
- Valoración de antecedentes de los recursos y atractivos
- Valoración del patrimonio
- Descripción del Perfil del Visitante del Cañón del Combeima
- Descripción del Perfil del Prestador de Servicios Turísticos del Cañón del Combeima
- Propuestas para diseño de productos turísticos

DESARROLLO

Entendiendo que el Sistema Turístico como se indica anteriormente, es el conjunto de acciones y recursos que interactúan entre sí para cumplir un objetivo común; el cual para éste caso es el desarrollo turístico de la zona del Cañón del Combeima; a continuación, se presenta el análisis de la conformación del sistema turístico local.

4.1. Análisis de la Infraestructura Turística del Cañón del Combeima

El Cañón del Combeima está conformado por 7 veredas: Juntas, Villa Restrepo, Pastales, Llanito, Tres Esquinas, Cay y Chapetón.

Transporte

Ibagué cuenta con un sistema integrado de transporte que es una alianza de diferentes empresas de transporte público municipal. En la actualidad existen tres rutas que llegan al Cañón del Combeima desde la ciudad de Ibagué con una frecuencia de rotación permanente por la ciudad.

Sólo hay una vía de acceso; la cual ha sido fuertemente afectada por los algunos deslizamientos o desbordamientos pasados que tuvo el río y que dejaron su huella en el borde de la carretera. Sin embargo, permite el acceso de todo tipo de vehículo hasta el punto de ingreso a la zona del Parque Nacional Natural Los Nevados. También se puede ver en carretera la práctica cotidiana del ciclismo.

La terminal de transporte terrestre de Ibagué queda ubicada en la Calle 19 con Carrera 2, muy cerca de allí es el paradero del transporte que se dirige al Cañón del Combeima.

Comunicación

Los operadores de telefonía móvil del país tienen cobertura en la zona del Cañón del Combeima, a veces por tratarse de zonas rurales se pierde un poco la señal. No se cuenta con mayor conectividad de Internet.

Sanidad

La empresa de Aseo de la ciudad hace jornadas de recolección de basuras en la zona del Cañón del Combeima dos veces por semana. No se cuenta con programas de manejo de residuos orgánicos o líquidos en la zona.

Lo que tiene que ver con el acueducto, justo en la entrada al Cañón del Combeima en el barrio Chapetón, se encuentra ubicada la bocatoma que abastece de agua potable de la ciudad de Ibagué gracias al río Combeima; más arriba junto con otras fuentes hídricas menores que desembocan al río, algunas veredas tienen sus propios sistemas de abastecimiento de agua potable. Sin embargo, las zonas más altas no tienen sistemas de tratamiento de aguas residuales.

En cuanto a la Salud, no se cuenta con Centros de Salud Inmediata o al servicio las 24 horas. Una vez a la semana la zona es visitada por jornadas médicas integrales. Se cuenta con una escuela en cada vereda y un buen alumbrado público en general.

El gobierno nacional firmo un documento del Consejo Nacional de Política Económica y Social –CONPES- (máxima autoridad de planeación). El CONPES 3570 “Estrategias de Mitigación del Riesgo en la Cuenca del Río Combeima para garantizar el abastecimiento de agua en la ciudad de Ibagué” propone la recuperación de la infraestructura vial y de servicios públicos.

4.2. Análisis de la Superestructura Turística del Cañón del Combeima

La Superestructura se encarga de la regulación del sistema turístico en el marco normativo, legal y de formalización de la actividad. Entre los organismos públicos se cuenta con:

- Policía Metropolitana de Ibagué – Grupo de Protección al Turista y al patrimonio

Su labor en la zona, además de la de vigilancia y control a los prestadores de servicios turísticos; es la de protección al patrimonio, al turista y a la comunidad. En la actualidad, el grupo de protección (Policía de Turismo) de la Policía Metropolitana de Ibagué; adelantan campañas de sensibilización sobre el patrimonio local, tienen brigadas o grupos de vigías del patrimonio con el apoyo de instituciones educativas que tienen formación

articulada con la educación superior. Realizan diferentes campañas dirigidas a la valoración del patrimonio en la comunidad del Cañón del Combeima.

- Secretaría de Desarrollo Económico de la Gobernación del Tolima – Dirección de Turismo Departamental

La Secretaría es la encargada de promover el territorio a través de la gestión de eventos; también tiene en su bien el acompañamiento al sector, articulando los diferentes prestadores de servicios a través de comités de participación empresarial y comunitaria.

- Secretaría de Cultura, Comercio y Turismo de la Alcaldía de Ibagué.

Al igual que la secretaría departamental, la secretaría de turismo de Ibagué participa en el acompañamiento local a los actores del turismo en la localidad y a la comunidad.

Algunos organismos o grupos del sector privado que contribuyen al ordenamiento de la actividad turística en la ciudad son:

- Asociación de Guías de Turismo del Tolima – ASGUITOL

Hacen parte los informadores y guías de turismo de la ciudad y el departamento del Tolima; algunos de ellos son activos en el ejercicio de la guianza en la localidad del Cañón.

- Asociación Hotelera de Colombia – COTELCO Capítulo Tolima.

No existen establecimientos de alojamiento y hospedaje con la infraestructura requerida para ser parte de la asociación.

- Asociación Colombiana de Restaurantes – ACODRES Capítulo Tolima.

Algunos restaurantes de la zona del cañón del Combeima están afiliados a ésta asociación; se realizan y promueven recorridos a través de éste gremio, pero no se han incorporado rutas a la zona.

- Cámara de Comercio de Ibagué

De las tres cámaras que tienen presencia en el departamento del Tolima del Tolima; sólo la Cámara de Ibagué tiene en su jurisdicción la zona del Cañón del Combeima. Es la encargada de la formalización empresarial.

No se cuenta con agremiación de operadores turísticos o agencias de viajes activas. La Asociación de Guías del Tolima está en figura solamente ya que la ciudad de Ibagué sólo tiene 11 guías profesionales registrados formalmente. Tampoco se cuenta con un gremio de transporte turístico.

4.3. Análisis de la Estructura o Planta Turística del Cañón del Combeima

En Colombia, la Ley 300 de 1996, Ley General de Turismo, estableció que toda entidad, institución, empresa o profesional que preste servicios turísticos (Prestadores de Servicios Turísticos), deben registrar y acreditar su labor ante el Registro

Nacional de Turismo; documento que inicialmente fue controlado por el Viceministerio de Turismo de Colombia y que a partir del año 2012 pasó a ser labor de las cámaras de comercio del país.

En el Tolima, existen tres (3) cámaras de comercio, la cámara de comercio de Honda, cuya jurisdicción corresponde al Norte del departamento del Tolima, la cámara del Sur y Oriente del Tolima y la cámara de Ibagué, para la capital y los pueblos centrales. Por tanto, para operar servicios turísticos en el Cañón del Combeima se debe tener el Registro Nacional de Turismo en la cámara de comercio de Ibagué solamente.

El Registro Nacional de Turismo (R.N.T.), se actualiza anualmente, las personas o entidades que operen o presten servicios turísticos sin éste documento o sin tenerlo actualizado, están sujetas a multas, cierres de establecimiento, sanciones o acciones legales y penales. Si bien, en el Cañón del Combeima existen diferentes establecimientos de alimentación, algunas fincas con zonas de camping y algunas personas que se interesan por la realización de actividades deportivas o extremas; se presenta en el siguiente cuadro con la información encontrada solamente de los prestadores de servicios turísticos registrados y activos a febrero de 2018.

Cuadro 2. Prestadores de Servicios Turísticos de Ibagué

| TIPO DE PRESTADOR | No. ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS |
|---|---|
| Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje | 145 |
| Agencias de Viajes | 132 |
| Establecimientos de Gastronomía y Similares | 22 |

| | |
|--|----|
| Empresas de Transporte Terrestre Automotor | 5 |
| Arrendadores de Vehículos para Turismo Nacional o Internacional | 2 |
| Oficinas de Representación Turística | 6 |
| Operadores Profesionales de Congresos, Ferias y Convenciones | 14 |
| Empresas Captadoras de Ahorro para Viajes y Servicios Turísticos | 1 |
| Guías de Turismo | 11 |
| Parques Temáticos | 1 |

Fuente: Elaboración Propia - <http://rntibague.confecamaras.co/establecimientos>

Se identifican 42 establecimientos en la zona del Cañón del Combeima que prestan servicios de Restaurante, Hospedaje, Actividades de Aventura, Artesanías, Senderismo, Avistamiento de Aves, Elaboración de Instrumentos, Dulcerías, entre otras actividades, productos y servicios; algunos en la informalidad o de manera incipiente con interés de participar en el desarrollo turístico de la zona.

Cuadro 3. Establecimientos Cañón del Combeima

| NOMBRE ESTABLECIMIENTO | TIPO DE SERVICIO |
|-------------------------------|-------------------------|
| Barbacoa Restaurante | Restaurante |
| Casa del Barco | Hospedaje |
| Casa Vieja | Restaurante y Hospedaje |
| El Chorizo de Toño | Restaurante |
| El Churrasco Campestre | Restaurante |
| El Corral | Restaurante |

| | |
|-------------------------------|---|
| El Holandés | Hospedaje |
| El Manantial del Sabor | Restaurante |
| El Parque | Restaurante |
| El Perol | Restaurante |
| El Pijao | Restaurante |
| Finca La Rivera | Restaurante, Hospedaje, Sendero, Teleférico |
| Finca Mis Amores | Finca para la recreación y el esparcimiento |
| IGUAIMA | Restaurante y Hospedaje |
| J.R. SABOGAL | Elaboración de instrumentos musicales folclóricos |
| Kachivachez | Artesanías |
| La Molienda | Restaurante |
| La Truchera | Pesca deportiva y restaurante |
| La Villa de Barba Blanca | Hospedaje |
| Lácteos Casa Loma | Productos a base de lácteos |
| Las Delicias de Don Ramon | Restaurante |
| Las Marías | Restaurante parrilla |
| Locombia - paraíso aventura | Actividades de Turismo aventura |
| Los Mirtos | Restaurante y Eventos |
| Los Rizomas | Restaurante |
| Mariscos y Pescados | Restaurante |
| Museo Veredal | Museo y postres |
| Posada Ibanasca | Hospedaje |
| Puro amor Artesanías | Artesanías |
| Quesadillas Chanita | Productos a base de lácteos y bizcochos |
| Restaurante Brisas del Nevado | Restaurante |
| Restaurante Kayros | Restaurante |
| Restaurante Yessy | Restaurante |
| Sabores Únicos | Restaurante |
| Santa Rosa | Restaurante, bar, zona de camping, sendero y mirador. |
| Sendero Mirador | Hostal, Sendero, Restaurante y Zona de Camping |
| Stetica Myriam Gil | Estética y Hospedaje |
| Tolima Biodiversa | Operadora de viajes especializada |
| Tupinamba | Restaurante y Hospedaje |
| UKUKU | Restaurante, Hospedaje, Avistamiento de Aves |
| Valle Escondido | Complejo turístico natural |
| Villaparrilla | Restaurante – bar |

Fuente: Elaboración Propia

Los empresarios y establecimientos del Cañón del Combeima indican que prestan los servicios descritos en el cuadro 3; cuando se les pregunta sobre qué servicios o actividades pudieran llegar a implementar mencionan los siguientes:

- ✓ Deportes de Aventura
- ✓ Música en Vivo
- ✓ Charlas y Talleres ambientales

Los operadores o prestadores de servicios turísticos son un eslabón importante en la cadena del turismo; son como empresa privada quienes dinamizan la oferta de la actividad turística en cada una de las regiones y aunque la intermediación de servicios esté mandada a recoger en razón a la dinámica tecnológica actual; se requiere una fuerza que impulse el turismo receptivo en las localidades (incluso a través de plataformas o redes sociales virtuales). Se carece precisamente de ésta oferta de turismo receptivo en el mercado turístico regional y nacional.

4.4. Atractivos Turísticos del Cañón del Combeima

A continuación, se presenta la valoración de antecedentes, historia, archivos e información general sobre los principales recursos y atractivos de Ibagué y el Cañón del Combeima sujetos al levantamiento del inventario y su respectiva valoración.

NEVADO DEL TOLIMA

Ilustración 9. Nevado del Tolima



Fuente: Daniel Simón Templeton

Nevado de Tolima, un volcán inactivo situado en el centro-oeste de Colombia, en la cordillera Central de los Andes, al noroccidente de la ciudad de Ibagué. Es el tercer pico más alto del país, con 5.200 metros. Este volcán supone una de las ascensiones más exigentes de Colombia. Con buen clima, la cima permite admirar todo el parque de los nevados, el Ruiz, Santa Isabel, y Huila, igualmente se observa el cañón del Combeima al sur.

El Parque Natural Nacional de los Nevados abarca uno de los sistemas montañosos más complejos de Colombia. Ubicado en la región central del país, este parque consta de cinco nevados: El más imponente de los volcanes es el Nevado del Ruiz (Kumanday) con 5.330 metros, el Nevado del Cisne con una altura de 4.700 metros, el Nevado de Santa Isabel con 4.950 metros de altura, el Nevado del Quindío, a 4.750 metros y el Nevado

del Tolima a 5.200 metros, acompañados por pequeñas lagunas que son una gran reserva hídrica para esta parte del país.

CONSERVATORIO DEL TOLIMA

Este sitio es uno de los símbolos más importantes de la ciudad, ubicado sobre la carrera 1ª con calle 9ª en el sector de la Pola, no en vano Ibagué es conocida como la ciudad musical de Colombia. Con una construcción de estilo republicano, el Conservatorio fue fundado en 1906 por el Maestro Alberto Castilla. En este lugar se han formado numerosos músicos que han dejado en alto el nombre de Tolima y de Colombia.

En 1906, el maestro Alberto Castilla fundó allí la Escuela Orquesta, la cual recibió el nombre de Conservatorio del Tolima. Con el mismo estilo republicano, fue construido el salón Alberto Castilla, el cual fue inaugurado el 11 de octubre de 1934, con mampostería en ladrillo, pisos en madera, cubierta en teja de zinc; cielorrasos hermosos decorados y en los muros, óleos en dieciséis medallones con los grandes maestros y compositores universales, obras del maestro Domingo Moreno Otero.

INICIOS DE LA CERVEZA EN COLOMBIA:

No se tiene un registro exacto de dónde, cómo o cuándo fue que la cerveza empezó a dar sus frutos en nuestro país, como tampoco se sabe con exactitud en qué momento se iniciaron los primeros intentos de fabricar en Colombia algo parecido a una cerveza. Las primeras cervezas fueron fabricadas por pequeñas industrias caseras con maquinaria y procesos muy rudimentarios, con los que fabricaban cervezas de muy regular

calidad. Los primeros registros llevan a lo que luego funcionó como convento de San Simón en la Ciudad de Ibagué por ahí en el año de 1850.

En el lugar hoy funciona una fábrica de licores, DESTILERIA PREMIER LTDA, dedicada a la producción y comercialización de vinos y licores, conservando la tradición y objeto principal de la creación de la fábrica.

MIRADOR LOS SAUCES

Ilustración 10: Mirador Los Sauces



Fuente: Archivo del Autor

Desde el mirador los sauces se puede percibir todo el Cañón del Combeima en su máxima expresión. Si el cielo se despeja hacia el norte, se puede observar desde allí el imponente Nevado del Tolima, justo allí comienza la ruta hacia El silencio, primera base para ascender al nevado, son casi 300 metros de escalera empinada que llevan a la cúspide del mirador en donde se observa gran parte del río y los coloridos techos de las

casas de juntas, una gran bocanada de aire es suficiente para purificar el alma y regresar de nuevo a la ciudad.

Este sector nació en predios de la antigua hacienda Tolima, de Don Martin Restrepo. Localizado en las confluencias de tres fuentes hídricas: el río Combeima y las quebradas Guamal y las Perlas y de tres caminos reales: a cruces por el norte, al páramo por el nororiente y a Toche por el occidente. Ese hecho sugirió el nombre de Juntas dado al nuevo caserío consecuencia de la migración Antioqueña de finales del siglo XIX, que llevo la fundación de Anzoátegui, al norte del departamento del Tolima.

CASONA LA MESETA – JORGE ISAACS

Jorge Isaacs, (Cali, 01 de abril de 1837 - Ibagué, 17 de abril de 1895). Escritor colombiano. Su padre, judío inglés procedente de Jamaica, se instaló primero en el Chocó, donde se enriqueció con la explotación minera aurífera y el comercio con Jamaica, y después en Cali. Allí, tras convertirse al cristianismo y obtener la ciudadanía colombiana, se casó con Manuela Ferrer Scarpetta, hija de un oficial de la Marina española. De la unión de ambos nació, en 1837, Jorge Isaacs. El padre fue propietario de dos haciendas cerca de Cali, llamadas "La Manuelita" y "El Paraíso". Ésta última, propiedad de la familia entre 1855 y 1858, sería el escenario de la obra más importante del escritor, su novela *María*. "El Paraíso" está conservado hoy día como museo, con numerosas referencias a esta novela.

En 1861, fue nombrado subinspector de los trabajos que se realizaban en la construcción del camino de Cali a Buenaventura. Durante este año aprovechando las horas de descanso y nocturnas durante sus labores en el campamento de La Víbora, inició la

redacción de su obra cumbre *María*. Allí contrajo paludismo, enfermedad que lo llevaría a una muerte prematura. Renunció al cargo y regresó a Cali a terminar la redacción de la obra.

Don Juan de Dios Restrepo le provee una casa en las afueras del poblado de Ibagué, corriendo el año 1895; Jorge Isaacs se encontraba muy enfermo pues el paludismo ya lo tenía invadido. Piensa en su muerte, sin embargo, llevaba la vida sobre el deseo de vivir como Cervantes: rodeado de paisajes amenos como los del río Combeima.

Respecto a su estadía en esta casa decía Jorge Isaacs: "No hay una sola flor en ella, que yo no haya cuidado amorosamente, y hay muchas." "En contorno paisajes amenos, aire de los desiertos, soledad; vida íntima con mi familia, libre, hasta donde es posible, de las vulgaridades y crónicas políticas de aldea. Recorro las cercanías; les doy lecciones a mis chicos, que son encantadores; me baño en el Combeima, suave pero selvoso y encañonado en sus vegas verdes..." El Billeto de 50.000 Pesos colombianos fue diseñado en homenaje a Jorge Issacs.

PARQUE DEL BARRIO LIBERTADOR (Portal del Cañón del Combeima)

Su nombre rinde homenaje al proclamador de la libertad en cinco naciones, Simón José Antonio de la Santísima Trinidad Bolívar y Palacios Ponte y Blanco; el 26 de junio de 1972 la colonia libanesa en el Tolima ofrece a la ciudad de Ibagué una escultura del libertador (única hecha con sus colores originales) para rendir tributo al paso de Bolívar el 8 de enero de 1830.

En el barrio funcionó la primera planta eléctrica de Ibagué en el año de 1954, servía de ingreso y salida a la ciudad para la campaña libertadora del sur (en donde

había un completo batallón tolimense con Sucre y Bolívar). Aquí nació el camino real del Quindío, fundado más o menos en el año de 1960.

Anteriormente llamado la Hoyada, cambian su nombre al libertador puesto que no estaba atrayendo visitas agradables, luego comienza el crecimiento del área urbana que ya hacia tránsito a la margen opuesta del río Combeima.

Desde la Hoyada, donde funcionaba la Casa de Ensayes, llegó el primer fluido eléctrico que alumbró las calles de la población. En esa época se contaba con cien lámparas de 16 y 32 bujías para el servicio público, las cuales tenían un valor de \$0.75 mensuales. Para el servicio a los habitantes se contaba con 1.136 focos de 16 bujías, a \$0.50. El cobro de la luz se efectuaba por el número de focos que cada usuario utilizara.

MUSEO VEREDAL (Casa de Ángel Lozano Ruiz)

Ilustración 11: Museo veredal del Cañón del Combeima – Ángel Lozano Ruiz



Fuente: Revista semana.com

Ibagué cuenta con un museo histórico, ubicado en el corregimiento 7 de la vereda de juntas, el cual está a cargo Ángel Lozano Ruiz, creador y fundador del museo Veredal, quien se hace llamar el “guardián mayor del Combeima”, un hombre cuyo sentido de identidad y pertenencia lo ha llevado a fundar y a pasar su vida dedicándola al museo. Este personaje de raíces antioqueñas, decide crear el museo en honor a su “señora madre”, Martina Ruiz Salazar quien nació en 1867 y murió en 1989 a sus 122 años, desde ese momento el museo que ya lleva 20 años, “los principios de una sociedad comienzan cuando comenzamos a respetar un pasado que nunca volverá” es lo que dice el guardián.

Según estudios realizados por la fundación ibaguereña Yulima, a lo largo del cañón se han llegado a encontrar vestigios arqueológicos dejados por los indígenas hace mucho tiempo como herramientas de combate, vasijas, urnas funerarias y hasta guacas, expuestos en el Museo Veredal, el cual nació con el objetivo de divulgar la historia del cañón del Combeima, a partir de la exposición de artefactos antiguos de uso campesino, entre ellos libros, tocadiscos, relojes, herramientas de trabajo y figuras precolombinas de los años 1800 y 1822.

MISA DE SANACIÓN

La iglesia “San Pio X”, situada en la vereda Villa Restrepo, es visitada por personas de todo el país y por habitantes de la zona, debido a las populares misas de sanación y liberación que realiza el padre “Fredy” el primer domingo de cada mes, la cual moviliza alrededor de 300 personas provenientes de distintas partes del país. La capilla san pio X

sirve como acopio de fe y esperanza para residentes y turistas, a la espalda de la iglesia y con clima abierto y despejado se puede ver el nevado del Tolima en toda su belleza y esplendor.

El territorio de Villarestrepo es montañoso y se conoce como la despensa agrícola de Ibagué. Fue construido sobre terrenos denominados Hacienda Tolima de propiedad de Don Martin Restrepo y Asociados. El trazado de las calles y carreras se dio en 1936. La iglesia era de madera y tejas de Zinc; hacia el año de 1948 se remodeló y se hizo de material, gracias a la colaboración de los finqueros de la región.

El desarrollo de la arquitectura moderna entre los años 1945 y 1960 determinó claramente un fuerte crecimiento de las principales ciudades colombianas, prevaleciendo solo el valor de carácter económico de la arquitectura y su proceso productivo. En Ibagué, llegó como un depredador, desapareciendo obras de arquitectura colonial y republicana de interés histórico y artístico. Un ejemplo es la antigua Gobernación republicana para construir el nuevo edificio de la Gobernación del Tolima (Ver Ilustración 12).

Ilustración 12. Gobernación de Tolima (Izq. 1920 Der. 1955-1960)



Fuente: Archivo Banco de la República sucursal de Ibagué (Niglio & Universidad de Ibagué, 2012)

Hoy en día, se podría decir que son pocas las casas patrimoniales que permanecen, la mayoría se encuentra en los barrios La Pola y Belén (Ver Ilustración 13), pero aún existe vacío jurídico para su conservación y los intereses comerciales de las constructoras prevalecen. Solo se encuentran a salvo de cualquier modificación por ser declaradas como Bien de Interés Cultural nacional, el Panóptico, el Claustro de San Jorge, el Teatro Tolima y la Sala Alberto Castilla, igualmente las edificaciones en donde se encuentran entidades e instituciones públicas y privadas de gran prestigio (Ver ilustración 14).

Ilustración 13. Vista Patrimonio Arquitectura Habitacional, Barrios La Pola y Belén



Fuente: Archivo del autor

Ilustración 14. Bienes Declarados de Interés Nacional y Patrimonio de Arquitectura Institucional



Conservatorio de Música



Teatro Tolima



Claustro San Jorge, hoy
Colegio Amina Melendro



Casa Urrutia, hoy
Universidad Cooperativa



Alcaldía de Ibagué



Panóptico de Ibagué

Fuente: Archivo del autor

En los escenarios del Cañón del Combeima, se conservan las casas fabricadas con bahareque y algunas aún de techos de paja, compuestas de patios espaciosos que en el ayer albergaban variedad de animales y árboles frutales, condición característica de las fincas más suntuosas de la región del Tolima Grande. Hoy en día se han restaurado o modificado con materiales de cemento ladrillo y cinc.

Ilustración 15. Patrimonio Arquitectura Habitacional, Vivienda Rural Cañón del Combeima



Vivienda Rural



Casa Jorge Isaac



Vivienda Rural Tres Esquinas



Vivienda Rural Juntas



Vivienda Rural Chapetón



Vivienda Rural La Vega

Fuente: Archivo del autor

4.4.1. Inventario Turístico

Se presenta el inventario de atractivos de la zona, en el cual se registraron ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos que servirán como base para elaboración de productos turísticos de acuerdo a la metodología que propone el Viceministerio de Turismo de Colombia.

La metodología para la elaboración de inventarios turísticos del Viceministerio de Turismo de Colombia ofrece las siguientes definiciones:

Patrimonio Cultural:

Se define como el conjunto de bienes y manifestaciones culturales materiales e inmateriales, que se encuentra en permanente construcción sobre el territorio transformado por las comunidades. Dichos bienes y manifestaciones se constituyen en valores que conforman sentidos y lazos de permanencia, identidad y memoria, para un grupo o colectivo humano.

Patrimonio Material:

Se caracteriza por tener un cuerpo físico que puede ser dimensionado y percibido sensorialmente. Está constituido por el territorio geográfico con sus recursos ambientales y naturales como hábitat humano; los hechos construidos, las manifestaciones físicas de la estructura productora y de los procesos de poblamiento; los sistemas de transporte y las obras de infraestructura como vías, caminos y puentes, entre otros; y

todo el universo de herramientas, utensilios, máquinas y demás objetos que apoyan la vida productiva y cotidiana de los seres humanos. Agrupa dos grandes áreas, la inmueble y la mueble.

Patrimonio Inmaterial:

Comprende las tradiciones y expresiones orales, prácticas sociales, rituales y actos festivos, el conocimiento y prácticas sobre la naturaleza y el universo; y expresiones artísticas, entre otras, que continuamente se están recreando en la sociedad y reproduciendo generacionalmente. Estas manifestaciones pueden agruparse bajo la denominación de folklore (entendido como la sabiduría del pueblo) y deben ajustarse a ciertas características, como lo son: la colectividad, la tradición, el anonimato, la espontaneidad y la popularidad.

Festividades y Eventos:

Son atractivos que se generan en la realización de eventos con contenido actual o tradicional, en los cuales la población es actora o espectadora.

Se realizó una evaluación objetiva (cualitativa y cuantitativa) de los atractivos y recursos de los cuales dispone el corredor del Cañón del Combeima, que comprende los corregimientos No. 7, 8 y 9 con el fin de seleccionar aquellos susceptibles de aprovechamiento turístico inmediato, o para establecer las acciones de mejoramiento de su calidad, que hagan visible su inclusión en el diseño de productos turísticos. Para los atractivos/recursos turísticos identificados, conforme con lo establecido por la metodología para la elaboración de Inventario de Atractivos Turísticos, se asignó a cada uno de ellos un significado que está determinado por el reconocimiento que se tenga en el entorno, en función de

su puesta en valor para el mercado. Es decir, los atractivos/recursos pueden tener reconocimiento a nivel local, regional, nacional e internacional.

Con base en esta información, se pudo establecer que: los atractivos de patrimonio cultural cuentan con reconocimiento frente a mercados turísticos, mientras que los recursos pueden ser parte de un producto susceptible de acciones de mejoramiento y promoción, para que sea viable su integración posterior en procesos de la cadena productiva del turismo.

Hay que destacar que parte del atractivo turístico del patrimonio cultural de Ibagué, reside en su memoria arquitectónica de la época republicana, representada en casas de vivienda de los barrios de Belén, La Pola, Interlaken y Cádiz. Asimismo, en casas de arquitectura institucional, o mejores casas en donde se encuentran las principales entidades e instituciones de gobierno, ubicadas en la zona centro de la ciudad. Los monumentos son emblemas que engalanan por todas partes la ciudad, ubicados en parques, plazas, andenes, destacando el eje cultural de la calle 10. La mayoría son bustos y estatuas elaboradas en bronce o piedra de personajes representativos de la historia o que han ocupado grandes cargos en el gobierno nacional. Las zonas del entorno de Ibagué y el Cañón del Combeima, se caracterizan por ser áreas recreativas para los ibaguereños; dada la variedad de centros recreacionales y fincas para el esparcimiento deportivo y recreación. Además, se puede disfrutar de la gastronomía típica de la región.

En épocas antiguas, en el territorio del Nevado del Tolima vivían los Dulimas, rodeados de vecinos Toches, Ambalás, Ibagués y Chipalos comunidades pertenecientes a los pijaos. Estos vivían ajustados a las leyes divinas del Sol y la luna, buscaron refugio en las

altas montañas y otros en las proximidades del río Yuma hoy Magdalena. Su poblamiento como hoy lo conocemos comenzó a finales del siglo XIX en la migración antioqueña, liderada por don Martín Restrepo, quien compró las tierras para montar la Hacienda Gran Tolima, llegaron de todo el país, para establecer cultivos de café, resaltando a comienzos del siglo XX otra migración, esta vez Cundi-boyacense, que se encargó de colonizar las tierras altas con cultivos de temperatura fría y ganadería.

Después de las luchas de 1936, la división de predios se da por sucesión familiar. En el Cañón del Combeima predomina el paisaje de montaña sobre un valle encajonado y el eje vial Ibagué – Juntas configura un corredor turístico que ha tenido un desarrollo centrado en los negocios de gastronomía. El mayor atractivo para los visitantes es el paisaje de montaña, el clima, la riqueza en saltos y cascadas y el patrimonio cultural representado en caseríos de vivienda rural típica, con gran significado de arquitectura colonial y republicano. Es el más popular de todos los circuitos que se desprenden de Ibagué siguiendo el curso del Río Combeima.

Teniendo en cuenta los niveles de clasificación y los criterios para la valoración de los atractivos turísticos que se establecen en la metodología del viceministerio de turismo; se determinan los siguientes recursos o atractivos del Cañón del Combeima, se les otorga una calificación de 0 a 100 según los siguientes criterios de valoración:

Cuadro 4. Criterios de Valoración Atractivos Turísticos

| VALORACIÓN POR SU CALIDAD | | |
|-------------------------------|-------------------------------|---------|
| TIPO | DETALLE | PUNTAJE |
| PATRIMONIO MATERIAL | Estado de Conservación | 21 |
| | Constitución del Bien | 21 |
| | Representatividad | 28 |
| PATRIMONIO INMATERIAL | Colectivo | 14 |
| | Tradicional | 14 |
| | Anónimo | 14 |
| | Espontaneo | 14 |
| | Popular | 14 |
| FESTIVIDADES Y EVENTOS | Organización del Evento | 30 |
| | Beneficios Socioculturales | 20 |
| | Beneficios Económicos Locales | 20 |
| GRUPOS DE ESPECIAL INTERÉS | Respeto por las Costumbres | 70 |
| SITIOS NATURALES | Sin Contaminación del Aire | 10 |
| | Sin Contaminación del Agua | 10 |
| | Sin Contaminación Visual | 10 |
| | Sin Contaminación Sonora | 10 |
| | Estado de Conservación | 10 |
| | Diversidad | 10 |
| | Singularidad | 10 |
| VALORACIÓN POR SU SIGNIFICADO | | |
| LOCAL | | 6 |
| REGIONAL | | 12 |
| NACIONAL | | 18 |
| INTERNACIONAL | | 30 |

Fuente: Elaboración Propia

Cuando se elaboran inventarios turísticos, la valoración permite identificar aquellos recursos potenciales para convertirse en atractivos o aquellos que ya pueden ser aprovechados en el diseño de productos turísticos. Se plantea que cada elemento, bien, recurso o atractivo sea valorado por un equipo interdisciplinario para otorgarle una calificación general tanto por su calidad como por su significado y que la suma de ambos no supere 100 puntos.

De acuerdo a lo anterior, a continuación, se presenta la propuesta de inventario y valoración a los recursos del Cañón del Combeima. Anexo al presente proyecto se cuenta con las fichas aplicadas al ejercicio del inventario en el formato establecido por el Viceministerio de Turismo.

Cuadro 5. Inventario de Atractivos Turísticos del Cañón del Combeima

| No. | Nombre | Clasificación | Valoración |
|-----|--|---|------------|
| 1 | Iglesia El Señor De Los Milagros De Juntas | Arquitectura Religiosa - Templo (Iglesia) | 57 |
| 2 | Parroquia San Pio X | Arquitectura Religiosa - Templo (Parroquia) | 72 |
| 3 | Iglesia El Carmen | Arquitectura Religiosa – Templo (Iglesia) | 60 |
| 4 | Capilla la Virgen de Aránzazu | Arquitectura Religiosa – Templo (Ermita) | 57 |
| 5 | Casona La Meseta “Jorge Isaac” | Arquitectura Habitacional – Vivienda Rural (Casa De Hacienda) | 34 |
| 6 | Hacienda San Miguel | Arquitectura Habitacional – Vivienda Rural (Casa De Hacienda) | 50 |
| 7 | Finca Las Marías | Arquitectura Habitacional – Vivienda Rural (Casa De Hacienda) | 54 |

| | | | |
|----|--|---|----|
| 8 | Puente Metálico Colgante El Corazón | Obra De Ingeniería E Infraestructura – Puente Colgante | 57 |
| 9 | Mina De Mármol | Realizaciones Técnico Científicas – Minera | 62 |
| 10 | Mural Plaza De Mercado | Obras En Espacio Público – Mural | 44 |
| 11 | Cacica Ibanasca | Obras En Espacio Público – Escultura | 59 |
| 12 | Finca Iguaima | Arquitectura Habitacional – Vivienda Rural (Casa De Hacienda) | 65 |
| 13 | Finca Agro turística La Rivera | Arquitectura Institucional – Finca Y Restaurante Agroturística | 70 |
| 14 | Museo Veredal | Arquitectura Institucional – Edificación Para La Cultura (Museo) | 55 |
| 15 | Institución Educativa Técnico Ambiental Mariano Melandro | Edificación Para La Educación (Institución De Educación Básica) | 60 |
| 16 | Institución Educativa Técnica Ambiental Combeima | Edificación Para La Educación (Institución De Educación Básica) | 62 |
| 17 | Puesto De Salud Villa Restrepo | Centro Hospitalario Y Asistencial (Puesto De Salud) | 54 |
| 18 | La Truchera | Arquitectura Institucional – Escenario Para La Recreación Y El Deporte (Club De Caza Y Pesca) | 55 |
| 19 | Finca La Chimba | Arquitectura Habitacional – Vivienda Rural (Casa De Hacienda). | 57 |
| 20 | Finca Las Codornices | Arquitectura Habitacional – Casa Rural (Vivienda Raizal) | 51 |
| 21 | Villa San Cayetano | Arquitectura Habitacional- Vivienda Rural (Casa De Hacienda). | 52 |
| 22 | Rocas Juntas “Rocódromo” | Sitios Naturales – Montañas (Desfiladero) | 75 |
| 23 | Mirador Los Sauces | Sitios Naturales – Alto | 73 |
| 24 | Rancho “Aguas Termales” | Sitios Naturales – Aguas Subterráneas (Aguas Termales). | 78 |
| 25 | Quebrada Y Cascada La Sierra | Sitios Naturales – Aguas | 69 |

| | | | |
|----|---|---|----|
| | | Loticas (Quebrada) | |
| 26 | Cascada El Salto | Sitios Naturales – Aguas Loticas (Quebrada) | 68 |
| 27 | Cascada González | Sitios Naturales – Aguas Loticas (Quebrada) | 74 |
| 28 | Mirador La Cruz | Sitio Natural – Montaña | 74 |
| 29 | Quebrada La Plata “El Salto” | Sitios Naturales – Aguas Loticas (Quebrada) | 76 |
| 30 | Cascada La Plata “El Salto” | Sitios Naturales : Aguas Loticas (Salto Y Cascada) | 76 |
| 31 | Cascada “Las Brisas” | Sitio Natural – Aguas Loticas (Cascada) | 76 |
| 32 | Cascada La Morisca | Sitios Naturales – Aguas Loticas (Cascada) | 64 |
| 33 | Cascada La Europa | Sitios Naturales - Aguas Loticas (Cascada) | 61 |
| 34 | Cascada Los Rozos | Sitios Naturales - Aguas Loticas (Cascada) | 63 |
| 35 | Sendero Finca El Placer | Sitio Natural – Montaña (Loma O Colina) | 63 |
| 36 | Cueva La Morisca | Sitios Naturales – Formaciones Cársicas (Cueva) | 55 |
| 37 | Cueva La Europa | Sitios Naturales – Formaciones Cársicas (Cueva) | 55 |
| 38 | Cueva La Argentina | Sitios Naturales – Formaciones Cársicas (Cueva) | 58 |
| 39 | Quebrada Los Laureles | Sitios Naturales - Aguas Loticas (Quebrada) | 58 |
| 40 | Nevado del Tolima | Sitios Naturales - Montaña (Nevado) | 74 |
| 41 | Planta de Beneficio y Procesamiento de Ganado | Arquitectura Para el Comercio – Edificación Comercial | 52 |

Fuente: Elaboración Propia

El corregimiento 7,8 y 9 Cañón del Combeima es una zona ecológica con grandes emblemas que componen su patrimonio Natural, ofreciendo

variedad de quebradas, cascadas, termales, bosques, fauna y flora de paramos y zona andina, en el proyecto solo se mencionan entre ellos las cascadas más importantes, su riqueza hídrica es impresionante, sin embargo se cuenta con una representativa cantidad de elementos del patrimonio cultural, entre puentes, iglesias, un museo y varias haciendas de arquitectura antigua rural que magnifican la interacción con el sector agropecuario conformado por granjas que pueden sensibilizar al turista para visitar y aprender la cultura del campesino.

4.5. **Perfil del Visitante**

Los destinos preferidos por los turistas internacionales en el país se concentran en Cartagena, Santa Marta, Medellín, San Andrés y el Eje Cafetero; éstos destinos son visitados por su riqueza cultural y por su desarrollo en materia de innovación. En la actualidad el turista contemporáneo tiene a su alcance toda la información que encuentra en Internet; que si bien puede llevarlo a engaños y en falsa en algunas ocasiones. La mayor información que se encuentra disponible le permite al turista conocer sobre el destino antes de visitarlo seleccionando el mismo por la información previa que obtiene de él.

La ciudad de Ibagué no tiene una fuerte presencia en el mapa turístico internacional, los visitantes de la ciudad son turistas nacionales. Con el fin de conocer de manera más precisa el perfil del visitante del Cañón del Combeima; se adaptó el método Design Thinking usado en la innovación de productos; se realiza la siguiente descripción del perfil del visitante del Cañón del Combeima a través de la formulación de

cuatro preguntas modo entrevista a quienes asisten al lugar los fines de semana a compartir un almuerzo familiar; las preguntas formuladas fueron:

¿Qué hace en el Cañón del Combeima?

De 145 personas entrevistadas, 26 respondieron que disfrutaban de la gastronomía del sector; es decir un 18%, seguido por 12 personas quienes gustan disfrutar de cabalgatas con un 8%. Las caminatas y observar el paisaje ocupan el tercer lugar con un 6%; algunos pocos practican ciclo montañismo.

Las personas que actualmente hacen excursionismo en el Cañón del Combeima no son atraídos por las actividades que allí puedan realizar, sino por la oferta gastronómica local; la cual incluso no se ve influenciada por la identidad cultural gastronómica; el plato principal es la Trucha y ésta ni siquiera se cultiva en la zona del Cañón del Combeima.

¿Qué ha escuchado sobre el Cañón del Combeima?

El 83% de los entrevistados ha escuchado sobre la gastronomía del lugar, seguido por un 54% que ha escuchado malos comentarios por el estado de la vía de acceso y un 46% que la seguridad del sitio es buena.

Se evidencia poca información del Cañón del Combeima a disposición de los turistas que llegan a Ibagué o sus zonas de influencia.

¿Qué opina o comenta sobre el Cañón del Combeima?

El 13% de los entrevistados dice que a sus amigos y familiares les habla sobre el agradable clima y la diversidad paisajística; también dicen que el sector es muy “amañador”; es decir, que al visitante le dan ganas de quedarse en el lugar.

¿Qué quiere encontrar en el Cañón del Combeima?

El total de los entrevistados coincide en manifestar que en el lugar les gustaría encontrar:

- ✓ Mejores vías de acceso
- ✓ Mayor información turística
- ✓ Facilidad para visitar sitios naturales
- ✓ Tener experiencias campesinas
- ✓ Más opciones de recorridos
- ✓ Practicar deportes
- ✓ Más consciencia ambiental
- ✓ Más limpieza en la zona

5. OPORTUNIDADES DE DESARROLLO TURÍSTICO

El desarrollo del turismo avanza hacia un turismo experiencial que respeta la cultura, el reconocimiento del otro, la comunidad y la vocación sostenible del territorio. La relación entre turismo, cultura y sociedad es muy diversa. Cada país responde diferente a los desafíos del desarrollo turístico, en función de su propia historia, su propia cultura y del tipo de turismo que se quiere implementar.

Hoy en día el turista busca un turismo experiencial, obligando a repensar el diseño de productos turísticos, que respeten el medio ambiente y preserven el patrimonio cultural, permitiendo la reafirmación de la identidad.

Por lo anterior, como oportunidad de desarrollo turístico para el Cañón del Combeima, se contempla un producto turístico basado en la cultura de su entorno natural y, por tanto, la generación de servicios y actividades reconociendo como atractivos principales aquellos relacionados con el turismo cultural.

La siguiente imagen expresa el sentido de un producto turístico basado en un sitio natural de gran importancia como lo es el Nevado del Tolima, cuyas condiciones y características (altura, flora, fauna, servicios ecosistémicos, biodiversidad, entre otros) definen la cultura de quienes habitan su entorno. Por tanto, se determina como potencial un producto de: **“CULTURA CON SABOR A MONTAÑA”**

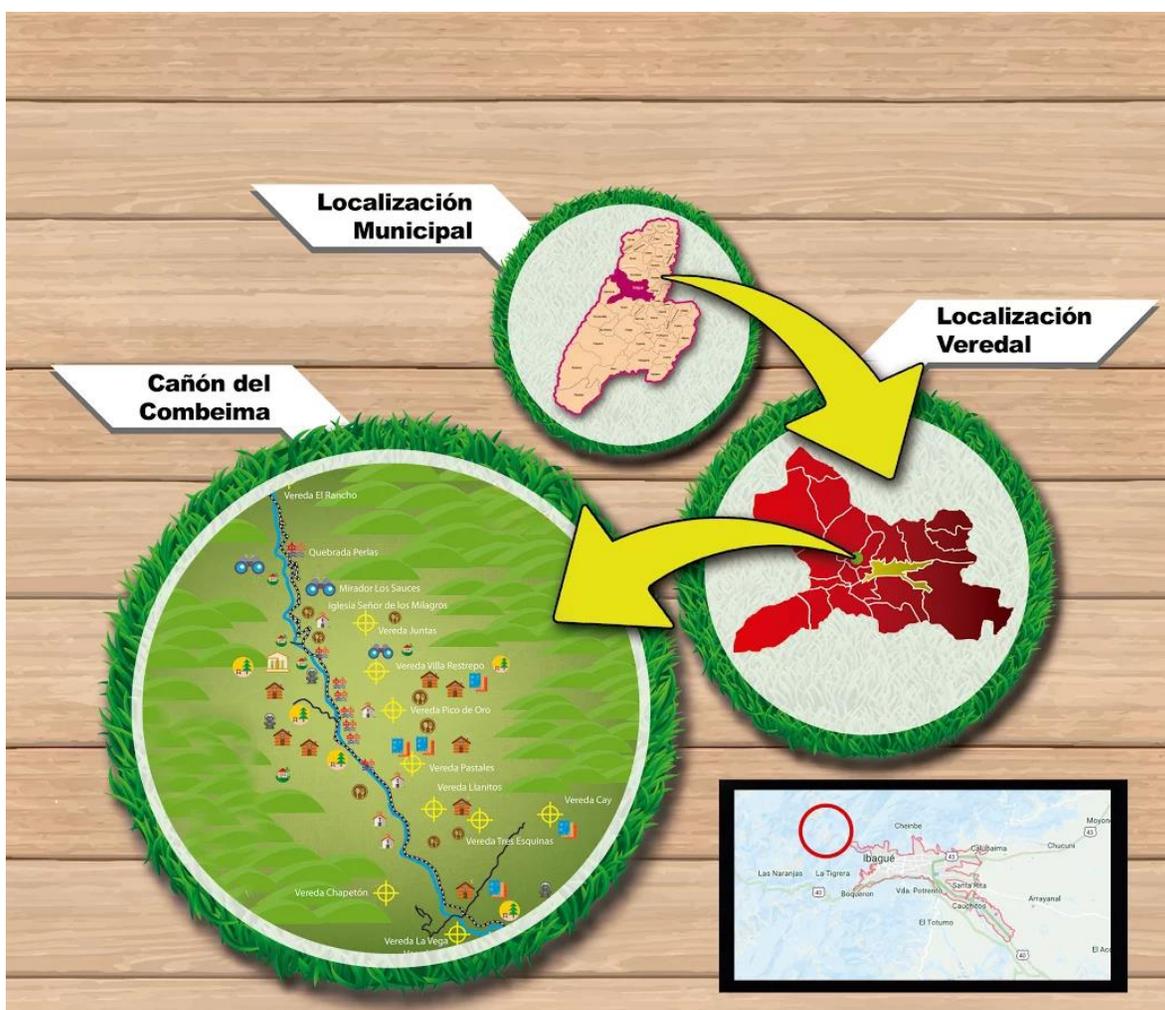
Ilustración 16. Producto Turístico “Cultura con Sabor a Montaña”

Fuente: Elaboración Propia – Foto: Daniel Templeton

El principal atractivo turístico natural de la zona del Cañón es el majestuoso Nevado del Tolima; si bien su acceso es difícil y en muchas ocasiones las autoridades ambientales y volcánicas en Colombia lo declaran en categoría amarilla o naranja lo cual no permite visibilizar una actividad de ascenso al nevado o ingreso al Parque Nacional y, de hecho, desde la óptica de la conservación ambiental no se debería tan siquiera pisar las altas montañas o glaciares como fuentes hídricas de la zona. Desde algunos puntos estratégicos del Cañón, cuando el clima lo permite, se puede a través de una ruta contemplar el nevado.

A continuación, se describe una ruta para el desarrollo turístico de la zona del Cañón del Combeima en donde se ubican sus veredas, centros de salud, casas patrimoniales, fincas, restaurantes, iglesias, puentes, parques, miradores, museos, artesanías y monumentos.

Ilustración 17. Ubicación de la Ruta



Fuente: Elaboración Propia – **Diseño:** James Córdoba

Ilustración 18. Ruta Turística Cañón del Combeima



Fuente: Elaboración Propia – Diseño: James Córdoba

Las mayores oportunidades de desarrollo turístico del Cañón del Combeima están representadas en:

- ✚ **Turismo Religioso:** Visitando los diferentes templos o parroquias de la localidad, también se cuenta con la misa de sanación mensual que realizan en la Parroquia San Pio X. La propuesta de desarrollo de éste producto se basa en la asistencia masiva

de personas de Ibagué y algunas otras ciudades del país. Se reúnen incluso llegando a las afueras de la iglesia y llenando por completo el parque de Villa Restrepo para asistir a la misa de sanación los primeros domingos de cada mes.

- ✚ **Etnoturismo:** El territorio tolimense fue ocupado por diferentes tribus indígenas, en un mayor grupo denominado *Los Pijaos* o *Pixaos*; las montañas eran de gran significado e importancia para éstas comunidades, sus culturas y creencias, así como la realización de eventos en torno a los dioses, al sol, a la luna o las estrellas. Éste tipo de experiencias surten el interés de los turistas.

- ✚ **Encuentros Campesinos:** El campo, importante para la vida cotidiana de las ciudades por la provisión y abastecimiento agrícola para el diario alimento, los manejos de cultivos, elaboración de panela, ordeño y demás actividades diarias del campesino, que muchos ciudadanos no tienen la oportunidad de vivir. Éste enfoque se representa en el *Agroturismo* o *Ecoturismo*.

- ✚ **Avistamiento de Flora y Fauna:** Las condiciones biográficas enriquecen la zona con una cantidad de especies como el Oso de Anteojos, la Danta, Aves de diversas especies, Águilas Cuaresmeras, Frailejones, Palmas de Cera, entre muchas más.

- ✚ **Senderismo:** Existen múltiples rutas para las prácticas del trekking o senderismo en la zona que benefician el desarrollo de productos de éste tipo.

✚ **Biking o Ciclismo:** Muchas personas de forma desarticulada realizan prácticas de éste deporte.

✚ **Gastronomía:** Por costumbre local, la historia es conocida como sitio para la degustación y disfrute de la gastronomía local.

Cuadro 6. Productos propuestos y motivadores de viaje

| PRODUCTOS Y SERVICIOS PROPUESTOS | MOTIVADORES DE VIAJE |
|---|---|
| Turismo Religioso | <p>Colombia es un país de fe; las prácticas religiosas predominantes en el catolicismo se viven día a día en el pueblo colombiano. Aquellas relacionadas con la demanda de sucesos milagrosos como la sanación, los retiros, los encuentros y demás son apetecidos y demandados por muchas personas.</p> <p>En el cañón del Combeima, ancestralmente sitio de encuentro espiritual; convergen éstos elementos culturales acompañados por las condiciones naturales de un ecosistema de bosque húmedo y pre montano.</p> <p>No se tiene un registro o estadística precisa de la cantidad de personas que van a las misas de sanación en Villa Restrepo; sin embargo, la misa no puede ser oficiada dentro de la Iglesia, sino que se debe hacer en el parque del corregimiento el cual se llena completamente por alrededor de unas 5.000 personas.</p> <p>Otros destinos en Colombia con éste tipo de producto son:</p> <p><i>Santuario del Señor de los Milagros</i> (Guadalajara de Buga – Valle del Cauca) 3 millones de turistas internacionales al año</p> <p><i>Santuario de las Lajas</i> (Ipiales – Nariño) 750.000 peregrinos al año</p> <p><i>Cerro de Monserrate</i></p> |

| | |
|-------------------------------|---|
| | (Bogotá D.C.) 50.000 visitantes por mes aproximadamente |
| Etnoturismo | <p>El territorio del Tolima era un territorio indígena; como muchos en Colombia. Aún se conservan algunas comunidades en pueblos del sur del departamento del Tolima.</p> <p>Para los indígenas que habitaron la zona; el Cañón del Combeima como puerta de entrada al sagrado Nevado del Tolima (tierra de cóndores, de montañas); éste factor cultural contiene una serie de elementos que permiten lo que en la actualidad el visitante demanda; una relación y experiencia con el destino.</p> |
| Encuentros Campesinos | La zona del Cañón del Combeima, es completamente campesina; se realizan prácticas culturales relacionadas con el campo; experiencias que son buscadas por el turista moderno. |
| Avistamiento de Flora y Fauna | <p>Éste mercado ha cobrado un significado especial en materia de la conservación ambiental y pasión por la naturaleza. Ejemplo de esto es el BirdWhatching o Avistamiento de Aves. Cuyo segmento es apetecido a nivel mundial y del cual la zona del Cañón del Combeima tiene mucho que ofrecer. Colombia incluso se ha posicionado como principal destino en registros de especies de aves en el mundo. En el país hay un creciente interés de profesionales en Guianza turística y amantes de las aves y la naturaleza por generar éste tipo de productos.</p> <p>Además la riqueza natural de la zona permite la apreciación de diversas especies de flora y fauna así como cuerpos de nacimiento de agua.</p> |
| Senderismo | El bienestar que buscan en la actualidad las diferentes personas, está latente en el caminar por la naturaleza. La zona permite un sin número de localidades para la realización de ésta práctica. |
| Ciclismo | Las condiciones climáticas y geográficas de la zona permiten la realización de éste deporte; también cobra importancia al pasar de los tiempos. |
| Gastronomía | De igual manera, la zona es tradicionalmente conocida para el disfrute de la gastronomía local. |

Fuente: Elaboración propia

En el proceso de promover una diversidad de oportunidades en la zona del Cañón del Combeima, un enfoque basado en las actividades en la que los visitantes participan no es lo más acertado. Estas actividades son más una indicación de lo disponible que de las reales preferencias de los visitantes y dan poca información sobre la satisfacción recibida. Además, la misma actividad puede tener un sentido diferente e involucrar una diversidad de expectativas para un público heterogéneo y dejar de ser un excursionismo que no genera desarrollo turístico social, sostenible y mucho menos comunitario.

En el manejo de los visitantes basado en experiencias la satisfacción del turista equivale a el logro de los fines psicológicos o a la realización de experiencias preferidas. Teniendo en cuenta esto se sugiere agrupar a los visitantes que buscan experiencias parecidas. Para ejemplificar la recomendación se acudirá al ejemplo de la oferta del Cañón del Combeima, debido a que el territorio en su mayoría goza de un área natural y que tanto los prestadores turísticos como los pobladores buscan ofertar turismo de naturaleza y bienestar es posible agrupar a una persona que quiera realizar avistamiento de aves, con un grupo familiar que desee pasar tiempo lejos del ruido de la ciudad y con un visitante que busque una oportunidad para realizar una caminata larga como ejercicio y una persona que quiere enfrentar y aprender de los riesgos de la naturaleza, puedan visitar el mismo entorno y lograr sus experiencias deseadas sin conflictos entre unos y otros.

El patrimonio del Cañón del Combeima, posee una singular belleza de arquitectura colonial y de la república, el patrimonio inmaterial es de una riqueza de la vida antigua y algo ancestral e interesante que permite con seguridad decir que es

susceptible al uso turístico. Es de una gran variabilidad e importancia que se pueden considerar atractivos turísticos, que aún no se perciben como significativos en recorridos o rutas turísticas.

Un fin de semana se puede encontrar una buena cantidad de visitantes en el Cañón del Combeima; sin embargo, ésta se limita a deleitar la gastronomía local dejando desapercibido el preponderante disfrute del turismo Cultural y el disfrute de un turismo de naturaleza.

6. FOMENTO Y DESARROLLO TURÍSTICO

Para crear oportunidades de desarrollo turístico, se sugiere tomar los atractivos patrimoniales como elementos distintivos pues son los principales símbolos e imágenes de los destinos turísticos, y como tales, constituyen un reflejo de la valoración diferenciada de ciertos recursos y lugares, y por lo tanto en el desarrollo de productos turísticos. Los actores pertenecientes a la comunidad como agentes relacionados al sistema productivo local; así como el sector público, deben apropiarse de la importancia y magnitud de la mayoría de los atractivos patrimoniales puesto que éstos prometen una experiencia turística. Igualmente preocuparse por la manera en que éste es presentado y comunicado a la demanda potencial, fundamental para estructurar la experiencia de visita.

Es importante concientizar a los actores del turismo tanto públicos como privados a que consideren a los atractivos como construcciones sociales,

constituidos por procesos de patrimonialización y activación turística, los atractivos son herramientas para la gestión de destinos turísticos.

La comunidad relacionada con los mencionados atractivos patrimoniales del Cañón del Combeima, y que poseen injerencia sobre la preservación de ellos, manifiestan un desconocimiento de ellos y una declinación en el interés de preservarlos. Es importante y urgente una política de salvaguardia del patrimonio y la elaboración de planes de manejo para cada atractivo patrimonial. Es indispensable crear conciencia en la comunidad receptora de la responsabilidad frente a la importancia de su identidad, tradición y la transmisión de esta a generaciones futuras.

La unión del patrimonio con el turismo no puede considerarse subjetiva, puesto que intervienen la mitología, la ideología, el nacionalismo, el orgullo local, las ideas románticas y el imaginario de la comunidad, especialmente en el diseño de productos y los respectivos planes.

La investigación ha generado un orden sistemático de la mayoría de valores patrimoniales en la zona del Cañón del Combeima, que son un insumo para considerar el diseño de productos turísticos competitivos y experienciales. Ofreciendo estar en el marco o en la vanguardia de los gustos del consumidor, el cual desea un tipo de turismo basado en las emociones y experiencias. Se trata de un nuevo turismo que busca vivir una experiencia diferente, y encontrar autenticidad que le transporte emocionalmente y haga de esa una experiencia irrepetible. Por lo tanto, exige tranquilidad, naturaleza,

belleza o una gran cantidad de recursos culturales como museos o monumentos y otros que Ibagué y su entorno puede ofrecer.

Ahora bien, lo que se busca es el desarrollo de productos y servicios que correspondan a los preceptos del turismo sostenible; por tanto, y teniendo en cuenta que la sostenibilidad se debe dar desde los enfoques económico, socio-cultural y ambiental; siendo transversal el desarrollo social y comunitario; se plantea:

- Establecer procesos de planeación basado en la participación comunitaria

La gestión sostenible del turismo debe nacer de la misma comunidad. Se deben establecer mediante cualquier modelo de planificación; estrategias que permitan la participación de la comunidad en el desarrollo turístico de la localidad.

- Gestión de beneficios sociales y económicos para la ciudad

Se deben establecer mecanismos para el manejo de los beneficios sociales dirigidos a la comunidad.

- Gestión de beneficios al patrimonio
- Reducción de impactos al ambiente y ampliación del desarrollo regenerativo

Se deben establecer políticas en pro del cuidado y manejo ambiental en la zona al igual que la definición de estrategias de desarrollo regenerativo local.

Lo ideal es comenzar por el desarrollo turístico de la zona, ya que el excursionismo, como se indica en la problemática de la presente tesina; no potencializa de manera eficiente los beneficios ni impactos positivos del turismo. Por tanto, para alcanzar ese desarrollo sostenible en el turismo en la zona del Cañón del Combeima; teniendo como base el excursionismo que se da; de sebe:

- 🧑‍🌾 Incentivar la participación comunitaria en los procesos de planeación.
- 🧑‍🌾 Generar procesos de emprendimiento y empresarismo local.
- 🧑‍🌾 Gestionar mecanismos de organización en redes, clubes o clúster locales.
- 🧑‍🌾 Promover la oferta de turismo receptivo por parte de los operadores turísticos de la ciudad de Ibagué.
- 🧑‍🌾 Incentivar políticas para la dinamización del empleo digno.
- 🧑‍🌾 Promover la organización de los artesanos y productores locales.
- 🧑‍🌾 Diseñar bases de datos de los productores de materias primas agropecuarias.
- 🧑‍🌾 Desarrollar procesos de difusión de la importancia del patrimonio local a la comunidad y a los visitantes.
- 🧑‍🌾 Realizar campañas con la comunidad local para la apropiación del patrimonio.
- 🧑‍🌾 Sensibilizar a la comunidad para el desarrollo turístico.
- 🧑‍🌾 Capacitar a la comunidad local.

- 😊 Diseñar experiencias para una mayor permanencia del turista en la zona.
- 😊 Diagnosticar y medir los impactos ambientales.
- 😊 Gestar procesos de permacultura, manejo de recursos y control de residuos, entre otros.

7. CONCLUSIONES

El Cañón del Combeima cuenta con una amplia oferta de sitios naturales y recursos culturales dispuestos a la orden de una experiencia turística y que permiten diseñar una serie de posibilidades, actividades y servicios en el marco de productos turísticos relacionados con la cultura campesina y ecosistemas de bosques húmedos y pre montanos.

La comunidad del Cañón del Combeima es de gentes lindas, agradables, sencillas y humildes; conocedoras del trabajo de la tierra, de los beneficios de vivir en un lugar lleno de naturaleza.

No hay mayor experiencia que la que pueda brindar el patrimonio inmaterial de una localidad, sus saberes, sus prácticas, sus formas de expresión; éstos elementos conjugados además con la exótica variedad y belleza natural de la zona del Cañón del Combeima; con su riqueza histórica, indígena y ancestral; son elementos que aún

no son percibidos completamente por los visitantes, que limitan su visita al esparcimiento de una tarde de fin de semana acompañada de gastronomía local.

Los actores turísticos (públicos y privados) no son conscientes de la construcción y desarrollo social a partir del turismo que se puede generar en la zona del Cañón del Combeima; ni la misma comunidad dimensiona los beneficios de un turismo más organizado.

La comunidad desconoce sus recursos, sus atractivos y sobre todo desconoce la importancia y el valor de su patrimonio cultural; por tanto, la preservación y conservación de su identidad se ve en riesgo.

En el contexto natural, el avistamiento de aves es un producto relativamente nuevo en Colombia, pero ya maduro en países oferentes como Costa Rica, y países demandantes como Reino Unido, siendo los turistas de este último país unos de los más expertos en la materia. Antes de iniciar el desarrollo y operación del producto de avistamiento de aves en el Tolima, es importante analizar la experiencia que otros países han tenido en su implementación, y también que otros departamentos de Colombia han tenido, sobresaliendo el caso de Caldas, Risaralda y Quindío, entre otros departamentos que hoy en día ofrecen ya este producto. Para la estructuración del producto deben identificarse las zonas del departamento del Tolima aptas para el desarrollo de este producto y ricas en aves, así como la identificación de las zonas donde se tenga conocimiento de la existencia de aves endémicas, aspecto que otorga un altísimo valor agregado al producto. En forma

paralela, debe realizarse una revisión de los trabajos que se hayan escrito sobre aves del departamento del Tolima, así como establecer un convenio de trabajo conjunto con las organizaciones y fundaciones relacionadas con esta actividad y las entidades de educación superior que ofrecen carreras relacionadas con la biodiversidad y en particular con la ornitología. Esta alianza es clave no solo durante la planeación y diseño del producto turístico, sino de manera permanente, de forma tal que el inventario de aves presentes en el departamento del Tolima se enriquezca de manera continua y se haga un trabajo investigativo juicioso y permanente que fortalezca el producto y le permita diferenciarse de aquel ofrecido en otras regiones del país y del mundo. Finalmente, debe elaborarse una guía de observación de aves para las áreas priorizadas del departamento del Tolima, y estructurarse un programa de formación para guías especializados en avistamiento de aves a quienes deberá entregarse la guía de observación.

8. RECOMENDACIONES

Para zonas como el Cañón del Combeima se propone delimitar los espacios geográficos de manera concertada con los operadores turísticos y con la comunidad a fin de garantizar que la experiencia de los usuarios este acorde con los productos diseñados. Una de esas delimitaciones permite agrupar de manera homogénea deferentes tipos de usuarios con expectativas similares. Se ha demostrado que no existe un visitante o turista típico lo que implica la necesidad de ofrecer una diversidad de oportunidades y entornos para satisfacer una demanda bastante compleja.

Se debe adelantar un trabajo de investigación, acción y participación (IAP) con los actores de las comunidades claves, desarrollando el fortalecimiento del tejido social para la planificación, gestión y comercialización del turismo en el Cañón del Combeima.

Es necesario incluir a las comunidades para el desarrollo turístico local, así como una serie de estudios y análisis de impactos sostenibles para evitar el deterioro del patrimonio local.

Se requiere Fortalecer y dotar con infraestructura y equipamiento los sitios de interés para ofrecer al mercado productos atractivos y pertinentes que atraigan y además crear un ambiente que motive al turista a desplazarse al Tolima, a

prolongar su estadía en la región, volver al destino y referenciar positivamente su experiencia.

Incrementar el nivel de satisfacción de los visitantes y mejorar la experiencia turística integral en el Tolima mediante la conformación de un variado y competitivo portafolio de productos.

Fortalecer la estructura productiva, empresarial, gerencial y cultural de los prestadores de servicios turísticos en el Tolima para desarrollar en ellos habilidades que contribuyan a la competitividad de las empresas y el sector.

Implementar una dirección coherente, eficiente y estratégica de la política pública de turismo que incluye una gran estrategia de promoción y mercadeo y la articulación y coordinación del sector público y privado en el Tolima.

Diseñar los guiones turísticos que se utilizarán en la operación de la ruta. Estos deben construirse en conjunto con los diferentes actores que se involucren en las actividades y servicios seleccionados para la misma, pues son ellos justamente los que pueden tener la memoria histórica que hacen que el producto aporte elementos diferenciadores.

Con el ánimo de no afectar los atractivos vinculados al producto y conservarlos, es importante implementar todas las medidas necesarias que minimicen los impactos generados por las actividades turísticas que se definan sobre ellos.

La mala planeación en el desarrollo de actividades turísticas en áreas naturales puede generar impactos que alteran las condiciones y funciones ecológicas de dicha área. Una de las situaciones más comunes es el escaso control en el acceso de un número excesivo de visitantes, que puede generar impactos como la compactación de los senderos, erosión del suelo o huida de la fauna silvestre. Con el objetivo de evitar dichos disturbios se requieren los estudios de la capacidad de carga del atractivo, la cual corresponde al cálculo de la cantidad de personas que el recurso o área puede soportar en un tiempo determinado sin alterar sus características. Esta se define según 3 niveles: capacidad de carga física (dado por la relación simple entre el espacio disponible y la necesidad normal de espacio por visitante), capacidad de carga real (se determina sometiendo la capacidad de carga física a una serie de factores de corrección que son particulares a cada sitio) y la capacidad de carga efectiva o permisible (toma en cuenta el límite aceptable de uso, al considerar la capacidad de manejo de la administración del recurso)

Es muy importante que el material que se diseñe permita modificaciones controladas para incluir las nuevas especies que se vayan encontrando en el marco del trabajo de los prestadores de servicios turísticos y del convenio con las entidades académicas especializadas en el tema, y también que este material esté disponible para su reproducción de manera fácil, pues este material hace parte importante del producto y debe entregarse al turista.

La zona del Cañón del Combeima requiere la organización comunitaria con el acompañamiento estatal para la organización de Planes de Manejo y políticas para la salvaguarda del patrimonio natural y cultural.

9. BIBLIOGRAFIA

- ASOCIACION PARA EL DESARROLLO DEL TOLIMA 2025. (15 de Diciembre de 2017). *Vision Tolima 2025*. Obtenido de Vision Tolima 2025:
<http://www.visiontolima2025.org/>
- Boullón, R. (1991). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Campos, A. (2006). *FESTIVAL NACIONAL DE LA MUSICA COLOMBIANA Y CONCURSO NACIONAL DE DUETOS “Príncipes de la Canción”*. Ibagué.
- Cardona Cedano, F. (2012). *La ciudad de Ibagué*. Ibagué .
- Chávez de la Peña, J. (2011). *Ecoturismo TAP: metodología para un turismo ambientalmente planificado*. México D.F. : Trillas.
- Coymat. (1994). *Ibagué Ciudad Histórica*. Ibagué.
- Grupo de Investigación GRICS - SENNOVA. (2016). *Caja de Herramientas Experienciales del Turismo de Naturaleza*. Manizales: SENNOVA.
- Instituto de Estudios Políticos para América Latina y África. (2010).
- InterMark Consultores en Turismo. (s.f.). *Los Elementos del Producto Turístico*. San José , Costa Rica.
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*.
- Jiménez Bulla , L. (2013). *Ecoturismo: oferta y desarrollo sistémico regional* . Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Milio Balanzá, I. (2004). *Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales*. Madrid: Thomson Editores Spain.

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2010). *METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS*. Bogotá.
- Organización Mundial del Turismo. (2015). *Panorama del Turismo Internacional* .
- Palma Capera, A. (2007). *Patrimonio cultural en comunidades indígenas del Tolima*. Ibagué.
- Parra Ruiz , D. (2007). *Turismo Básico*. Neiva : D.P.R. Producciones.
- Socatelli Porras, M. (2016). *Fundamentos para Emprendimientos Turísticos Sostenibles* . San José: Universidad Estatal a Distancia.
- Villena Lescano , C. (2012). *Planificación Turística de Nuevos Destinos - Un estudio de casos*. Lima : Carlos Villena Lescano.

10. ANEXOS

Anexo 1: Acta del proyecto final de graduación



UCI

Universidad para la
Cooperación Internacional

ACTA (CHARTER) DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN (PFG)

Nombre y apellidos: Jorge Alejandro Castellanos Bravo
Lugar de residencia: Ibagué, Tolima - Colombia
Institución: SENA Regional Tolima
Cargo / puesto: Instructor Área de Turismo

| Información principal y autorización de proyecto | |
|---|---|
| Fecha: 10 de Diciembre de 2017 | Nombre de Proyecto: Identificación del potencial turístico del Cañón del Combeima como zona de influencia de la ciudad de Ibagué, Tolima – Colombia, para el desarrollo de productos y servicios bajo los preceptos del turismo sostenible. |
| Áreas de conocimiento: Planificación Turística Desarrollo Sostenible Turismo Comunitario Turismo de Naturaleza Turismo Cultural | Área de aplicación: Cañón del Combeima, ubicado en la ciudad de Ibagué, Capital del Departamento del Tolima en Colombia. |
| Fecha de inicio del proyecto: 11 de Diciembre de 2017 | Fecha tentativa de finalización del proyecto: 11 de Marzo de 2018 |



UCI

Universidad para la
Cooperación Internacional

Tipo de PFG: Tesina

Objetivos del proyecto:

Objetivo General:

Proponer alternativas de desarrollo de productos y servicios turísticos sostenibles y comunitarios en la zona del Cañón del Combeima de la ciudad de Ibagué, Tolima – Colombia.

Específicos:

- Analizar el potencial turístico del Cañón del Combeima con el fin de dinamizar la oferta regional y reducir el excursionismo en la zona.
- Identificar los recursos naturales de la zona y valorar su potencial para aprovecharlos en el desarrollo de productos y servicios turísticos sostenibles.
- Identificar las áreas de oportunidad de la zona para propulsar el desarrollo de una prestación turística que genere estancias y que opere bajo los preceptos del turismo sostenible.
- Proponer los lineamientos estratégicos para el desarrollo de productos y servicios turísticos sostenibles en Cañón del Combeima, que pongan en valor los atractivos de la zona, al tiempo que estos se puedan potenciar y preservar.

Descripción del producto:

El proyecto final de graduación se llevará a cabo en la zona del Cañón del Combeima de la ciudad de Ibagué con el fin de realizar un análisis del patrimonio (natural y cultural) así como de las condiciones del entorno para el desarrollo de actividades turísticas.



UCI

Universidad para la
Cooperación Internacional

Se plantearán los lineamientos estratégicos para el desarrollo turístico de la zona del Cañón del Combeima partiendo de la generación de productos y servicios que permitan un desarrollo social, turístico y comunitario bajo los preceptos del turismo sostenible.

El proyecto brindará alternativas para el desarrollo de productos y servicios turísticos en la zona, de modo tal que se posibilite el desarrollo turístico sostenible y comunitario.

Necesidad del proyecto:

En la ciudad de Ibagué no se han definido Productos Turísticos conforme a lo establecido en los Planes de Desarrollo del Departamento del Tolima que permitan la dinamización del turismo en la región.

La zona del Cañón del Combeima recibe una cantidad significativa de visitantes los fines de semana que sólo realizan actividad de excursionismo en la zona, generando un impacto social y ambiental negativo y poco desarrollo turístico o comunitario.

Justificación de impacto:

Como resultado del proyecto se aportarán insumos importantes como plataforma de desarrollo turístico, en los efectos de posibilitar la diversificación de la oferta turística de Ibagué, desde el reconocimiento de la memoria cultural, recuperación del patrimonio tangible e intangible, el reconocimiento del patrimonio en sitios naturales y la realización de los inventarios turísticos siguiendo los lineamientos de la Metodología para Inventarios Turísticos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Restricciones:

- El bajo interés de la comunidad local por el desarrollo turístico en la zona, más allá del aprovechamiento del excursionismo.
- La informalidad empresarial en la prestación de servicios turísticos y un



UCI

Universidad para la
Cooperación Internacional

desconocimiento de los preceptos del desarrollo sostenible.

- La baja demanda turística de Ibagué.
- La inexistente promoción de turismo receptivo en la ciudad.
- La desarticulación entre las administraciones públicas municipal y departamental

Entregables:

1. Documento con el diagnóstico del potencial turístico de la zona del Cañón del Combeima y los lineamientos estratégicos para la generación de productos y servicios que conduzcan a una transformación del excursionismo en turismo y permitan un desarrollo social, turístico y comunitario bajo los preceptos del turismo sostenible.
2. Inventario Turístico del Cañón del Combeima
3. Directorio de prestadores turísticos de Ibagué y zonas de influencia al Cañón del Combeima
4. Análisis de las actividades turísticas potenciales a realizar en la zona.

Identificación de grupos de interés:

Empresarios del sector turístico de la ciudad.

Visitantes del destino.

Residentes de la comunidad del Cañón del Combeima.

Estudiantes de turismo de las diferentes instituciones.

Secretaría de Cultura y Turismo de Ibagué

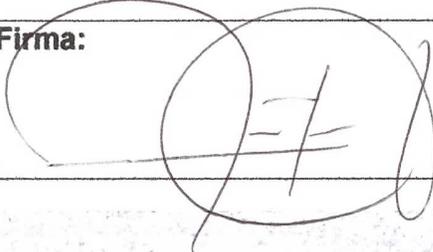
Dirección de Turismo Departamental

Secretaría de Desarrollo Económico.



UCI

Universidad para la
Cooperación Internacional

| | |
|--|---|
| Aprobado por Tutor: Ing. Mario A. Socatelli P. | Firma:  |
| Estudiante: Jorge Alejandro Castellanos Bravo | Firma:  |