



República de Colombia
Departamento del Valle del Cauca
Alcaldía Municipal de Palmira



ALCALDÍA MUNICIPAL DE PALMIRA – VALLE DEL CAUCA

DIRECCIÓN DE EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO ECONÓMICO

POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DEL MUNICIPIO DE PALMIRA PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE PALMIRA

INFORME No.04 – ENTREGA DE PRODUCTO FINAL
(Referencia: Contrato MP – 531 – 2019)

PRESENTADO A:

JAIRO ORTEGA SAMBONI

Alcalde Municipal

GRACE VÉLEZ MILLÁN

Directora DEDE

MAURICIO GALÁN CAMPO

Líder de Turismo - Supervisor

ELABORA Y PRESENTA

MAURICIO ARANHA VILLA - Consultor

Equipo Técnico

HÉCTOR FABIO TRUJILLO R. - DULCE MARÍA PENA P.





República de Colombia
Departamento del Valle del Cauca
Alcaldía Municipal de Palmira



Junio 2019

POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO

MUNICIPIO DE PALMIRA

Valle del Cauca - Colombia

INFORME No.04 – ENTREGA DE PRODUCTO FINAL
(Referencia: Contrato MP – 531 – 2019)



Mauricio Aranha Villa - Consultor



República de Colombia
Departamento del Valle del Cauca
Alcaldía Municipal de Palmira



Junio 2019

PRESENTACIÓN. Funcionarios de la administración.



Mauricio Aranha Villa - Consultor



TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN. Funcionarios de la administración.....	3
TABLA DE CONTENIDO	4
INTRODUCCIÓN.....	9
1. JUSTIFICACIÓN.....	11
1.1 La Planificación Del Desarrollo Turístico.....	11
2. OBJETIVOS.	15
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	15
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	15
3. MARCO CONCEPTUAL	17
4. MARCO METODOLÓGICO.	32
4.1 BASES METODOLÓGICAS DE REFERENCIA:.....	32
4.1.1 Organización Mundial del Turismo – O.M.T.	32
4.1.2 Roberto Boullón – Planificación del Espacio Turístico.....	33
4.1.3 Metodología para la formulación de políticas públicas – Departamento Nacional de Planeación:.....	34
4.1.4 Metodología “Competitividad turística” de Geoffrey Croutch & Brent Ritchie.	37
4.1.5 Metodología para la política pública de turismo del municipio de Palmira.	40
5. FASE I. LA AGENDA PÚBLICA: INSUMOS + DIAGNÓSTICO	42
5.1 MARCO NORMATIVO Y LEGAL.....	42
5.2 DIAGNÓSTICO DEL ESTADO DE DESARROLLO DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO PALMIRA	52
5.2.1 Reseña desde 2008.....	52
5.2.2 Sobre el Diagnóstico realizado	53
5.2.3 Los Resultados obtenidos	55
5.2.4 La Matriz FODA	73
6. FASE II. FORMULANDO LAS 2 HERRAMIENTAS DE PLANIFICACIÓN.....	89
6.1 SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS POSIBLES Y ANÁLISIS ESTATRÉGICO:...	89





6.1.1	Identificación de la problemática turística en el municipio de Palmira. Resumen consolidado por factor.	89
7.	COMPONENTE ESTRATÉGICO: PROPUESTA ESTRATÉGICA.....	96
7.1	FORMULACIÓN DEL ÁRBOL DE OBJETIVOS.....	96
7.1.1	Factor de atracción:.....	96
7.1.2	Factor de gestión:	97
7.1.3	Factor de producción:	98
7.1.4	Factor de soporte:.....	99
7.2	MISIÓN Y VISIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO PARA EL MUNICIPIO DE PALMIRA.....	99
7.2.1	Misión.....	99
7.2.2	Visión:.....	100
8.	LA POLÍTICA PÚBLICA MUNICIPAL DE TURISMO DE PALMIRA A 2030.....	101
8.1	EJES ESTRATÉGICOS DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO - Descripción.....	101
8.1.1	Primer eje es el factor de Gestión:.....	101
8.1.2	El segundo eje estratégico es el factor de Soporte:	101
8.1.3	El tercer eje es el factor de atracción:	102
8.1.4	El Cuarto Eje es el factor Producción:.....	102
9.	LINEAMIENTOS Y ACCIONES ESTRATÉGICOS DE LA POLÍTICA PÚBLICA MUNICIPAL DE TURISMO	102
9.1	EJE ESTRATÉGICO No.01: GESTIÓN.....	102
9.1.1	Objetivo:	103
9.1.2	LÍNEA ESTRATEGICA No.01: "PALMIRA POSICIONADA TURÍSTICAMENTE BAJO UNA GOBERNANZA EFICIENTE"	103
9.1.3	LÍNEA ESTRATÉGICA No.02: "PALMIRA BAJO UNA GESTIÓN DE MARKETING TURÍSTICO DE DESTINO".	104
9.2	EJE ESTRATÉGICO No.02: SOPORTE "SOPORTE ESTRUCTURAL PARA EL DESTINO PALMIRA".	105
9.2.1	Objetivo:	105





9.2.2	LÍNEA ESTRATÉGICA No.01: CONDICIONES GENERALES DEL DESTINO.....	105
9.2.3	LÍNEA ESTRATÉGICA No.02: CONECTIVIDAD Y ACCESIBILIDAD	106
9.2.4	LÍNEA ESTRATÉGICA No.03 INFRAESTRUCTURA	106
9.2.5	LÍNEA ESTRATÉGICA No.04: ORDENAMIENTO TERRITORIAL	107
9.3	EJE ESTRATÉGICO No.03 ATRACCIÓN: “DESTINO PALMIRA, ATRACTIVA Y DIFERENTE”	108
9.3.1	Objetivo:	108
9.3.2	LÍNEA ESTRATÉGICA No.01: DESTINO PALMIRA “VOCACIÓN TURÍSTICA BASADA EN LO ESENCIAL”	108
9.3.3	LÍNEA ESTRATÉGICA No.02: ATRACTIVOS TURISTICOS	108
9.3.4	LÍNEA ESTRATÉGICA No.03: CLÚSTERS Y MICROCLÚSTERS (COMPLEJOS TURÍSTICOS)	109
9.3.5	LÍNEA ESTRATÉGICA No.04: CONCIENCIA AMBIENTAL.....	110
9.3.6	LÍNEA ESTRATÉGICA No.05: PRODUCTOS TURÍSTICOS.....	111
9.4	EJE ESTRATÉGICO No.04 PRODUCCION: “EL TURISMO EN PALMIRA ORIENTADO A UNA PRODUCTIVIDAD ALTAMENTE COMPETITIVA”.....	111
9.4.1	Objetivo.....	111
9.4.2	LÍNEA ESTRATÉGICA No.01: FORTALECIMIENTO DE LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL DEL TURISMO	111
9.4.3	LÍNEA ESTRATÉGICA No.02: TURISMO EN PALMIRA, DA VALOR AL CONOCIMIENTO.....	112
10.	PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE TURISMO DE PALMIRA 2020 – 2030.	113
10.1	PROYECTOS ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RESÚMEN.	113
10.2	Plan de Acción e inversiones - BANCO DE PROYECTOS ESTRATÉGICOS (Fichas para su formulación)	121
10.2.1	FACTOR ATRACCIÓN.....	121
10.2.1.1	Programa: Descubre Palmira y su entorno regional (Producto rural y de naturaleza)	122
10.2.2	FACTOR SOPORTE.....	144





10.2.3	FACTOR PRODUCCIÓN	160
10.2.4	FACTOR GESTIÓN	167
11.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PARA SU IMPLEMENTACIÓN 181	
11.1	GENERALES:.....	181
11.2	ESPECÍFICAS: FRENTE AL EJE ESTRATÉGICO ATRACCIÓN	181
11.3	ESPECÍFICAS: FRENTE AL EJE ESTRATÉGICO SOPORTE	182
11.4	ESPECÍFICAS: FRENTE AL EJE ESTRATÉGICO PRODUCCIÓN:.....	182
11.5	ESPECÍFICAS: FRENTE AL EJE ESTRATÉGICO GESTIÓN:.....	182
12.	Bibliografía – Webgrafía	184
13.	Anexos:	187
13.1	Talleres de socialización (Fotos, presentación y formatos).....	187
13.2	Talleres de cocreación (Fotos, presentación y formatos)	187
13.3	Marco normativo y legal (actualización):.....	187
13.3.1	Plan de Desarrollo Nacional.....	187
13.3.2	Políticas públicas de turismo de Cali	187
13.3.3	Política pública de turismo del Valle del Cauca	187
13.3.4	Plan Sectorial de Turismo 2018 - 2022.....	187
13.4	Otros ¿??	187





República de Colombia
Departamento del Valle del Cauca
Alcaldía Municipal de Palmira



Mauricio Aranha Villa - Consultor



INTRODUCCIÓN.

Este documento presenta la Política Pública de Palmira, Valle formulada como instrumento normativo y estructurante que direcciona y da soporte a la gestión turística, que constituye una necesidad dado el potencial turístico que la caracteriza y particularmente la oportunidad de crecimiento ante las proyecciones y tendencias del mercado nacional e inter nacional estableciendo las directrices y acciones para el desarrollo sostenible del sistema turístico en el municipio

“El turismo es un tema prioritario para el desarrollo regional”¹. El turismo cada día cobra más fuerza dentro de la Economía Nacional y Mundial y se distingue por su transversalidad, que impacta positivamente el desarrollo económico, social, cultural y ambiental de cualquier país o región. Según el informe Latam² 2019 sobre las tendencias del turismo, la OMT prevé que América Latina recibirá 78,2 millones de turistas hacia 2027

La tendencia de crecimiento del turismo en América Latina es muy alentadora, y Colombia dispone del potencial para ser uno de los destinos más demandados del continente. Los hallazgos de la encuesta aplicada por LATAM sobre las últimas tendencias turismo convergen que es necesario establecer nuevas estrategias de desarrollo del turismo y los proveedores turísticos deben adaptar su enfoque hacia nuevos mercados y diseñar productos de acuerdo a las necesidades actuales aspectos que requieren de una planeación estratégica integrada, al sistema y tendencias mundiales, a la perspectiva de desarrollo Nacional departamental y local orientados por las políticas de turismo particulares de cada región y municipio.

Palmira es un municipio de vocación turística por excelencia, un territorio de contrastes cobijados en su Naturaleza, su cultura y gastronomía, adornados por la majestuosidad de sus paisajes, su legado arqueológico y su infraestructura deportiva que posibilita el desarrollo de eventos de alto nivel de competencia.

La Política establece Visión, Misión y 4 Ejes estratégicos, que dan lugar a trece Líneas Estratégicas con sus respectivas acciones; fijando los

¹ Gustavo Toro. La Política Pública de Turismo en Colombia. Bogotá. Universidad Externado.

² Informe de Tendencias Turísticas: Latinoamérica (Latam 2019) Copyright © 2019 by TrekkSoft AG www.trekksoft.com/en/academy





República de Colombia
Departamento del Valle del Cauca
Alcaldía Municipal de Palmira



fundamentos y principios que guiarán el actuar público en materia de turismo en el municipio de Palmira en Valle del Cauca.

La política de turismo planteada en este documento ha tenido en cuenta El plan de desarrollo nacional 2018-2023 que plantea 7 pilares que integran las estrategias para dinamizar el desarrollo turístico del país teniendo en cuenta las particularidades (regionales y locales) de cada destino y se soportan en la gestión integral del destino: ofrecer una oferta turística de talla mundial; implementar la educación productiva; el desarrollo de emprendimientos y productividad; calidad de la infraestructura turística; disponer de los medios necesarios para brindar una información y promoción efectiva sobre los atractivos y destinos y dar impulso al turismo interno. También se fundamenta en la política pública del Departamento del Valle del Cauca establece en su artículo 2: “Consolidar el destino Valle del Cauca mediante la gestión efectiva de un proceso de desarrollo turístico integral, con alto impacto económico, social y territorial, liderado por las instancias gubernamentales del departamento articulado con el sector privado, la academia y con las comunidades, que se caracterice por ser incluyente, competitivo y planificado. Bajo un modelo de turismo sostenible, competitivo e innovador”³

³ Políticas Públicas de Turismo del Departamento del Valle (2019-2029)





1. JUSTIFICACIÓN

1.1 LA PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO

La Organización Mundial del Turismo señala que el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con los desplazamientos de las personas a destinos que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual..., esta diversidad de impactos genera la necesidad de procesos de planificación que aborden dinámicas globales de desarrollo, gestión y supervisión. (OMT, 2008, p. 1)

Para los próximos años se prevé que habrá acceso universal al turismo y comportamientos tales como la personalización de los viajes; el aumento de las demandas por lo "auténtico"; la mayor exigencia por destinos y servicios sostenibles y responsables con el medio ambiente, la cultura y la calidad de vida de las comunidades receptoras.

Mientras que de 2012 a 2013 el promedio de crecimiento en las llegadas en el mundo fue de 4,5%, en Colombia fue de 8,5 es decir 4 puntos porcentuales superior al crecimiento de las economías avanzadas y emergentes. La cuenta de viajes y transporte Los ingresos por exportaciones de la cuenta de viajes y transporte crecieron 49,55% respecto al cuatrienio anterior. En 2013 los ingresos alcanzaron la suma de US\$ 4.758 millones representando un crecimiento de 9% respecto a 2012 (US\$ 4.364).

El plan nacional sectorial de turismo 2014-2018 "Turismo para la construcción de la paz" busca posicionar al Colombia como un destino turístico sostenible y sustentable, reconocido en los mercados mundiales y valorado en los mercados nacionales, por su multiculturalidad y megadiversidad, con oferta altamente competitiva, que lleve a su máximo nivel a la industria de los viajes y al turismo como potenciador del desarrollo regional y constructor de paz.

En su Objetivo estratégico 1: "Fomentar el desarrollo competitivo y sustentable de la industria de los viajes y el turismo, tanto en destinos, como en empresas del sector, a partir del aprovechamiento responsable de la diversidad natural y cultural, la inclusión diferenciada de comunidades étnicas, y la innovación en los productos y servicios que se ofertan en las distintas regiones y territorios de Colombia." En desarrollo de este objetivo, contempla acciones concretas derivadas de conceptos como:

- Desarrollo de Productos Turísticos
- Información y estadísticas para el turismo





- Infraestructura para el turismo
- Calidad, seguridad y productividad empresarial
- Turismo Social

El trabajo en torno a la planificación del desarrollo turístico en Palmira se articulará sobre la base de estas acciones considerando focalizar su esfuerzo y destinación de recursos sobre la base de acciones⁴ como:

1. Diversificar y especializar la oferta turística a través del desarrollo de productos competitivos, que contemplen un aprovechamiento óptimo y responsable de los recursos naturales y culturales.
2. Apoyar la investigación e innovación en el desarrollo de nuevos productos mediante estudios y servicios de asesoría y asistencia técnica en las regiones.
3. Ampliar y mejorar la oferta de destinos y productos con énfasis en las experiencias turísticas únicas, a partir del desarrollo de los siguientes productos turísticos: naturaleza, cultural, aventura, sol y playa, náutico, congresos, eventos e incentivos, salud y bienestar.
4. Diseñar productos turísticos para los destinos piloto de turismo y paz.
5. Definir con la Unidad de Parques Nacionales Naturales de Colombia, productos y actividades ecoturísticas en los Parques Nacionales y áreas protegidas.
6. Actualizar con el Ministerio de Cultura, la Política de Turismo Cultural y orientar su implementación. El proceso de planificación establece dos elementos estructurales y estructurantes que complementándose orientan, delimitan, priorizan y proyectan la gestión del fortalecimiento y desarrollo sectorial como lo son la política sectorial y los planes de desarrollo turístico.

Adicionalmente, Colombia ha visto y reconocido dentro las enormes potencialidades que posee, alternativas que en referencia a las tendencias mundiales resultan prometedoras como alternativas de cambio y crecimiento. Estas apuestas se han priorizado y se apoyan desde el programa de transformación productiva. Este programa es una alianza público - privada, creada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que fomenta la productividad y la competitividad de sectores con elevado potencial exportador, por medio de una coordinación más eficiente entre ellos.

“Los planes de desarrollo turístico como carta de navegación para las

⁴ Tomado del Plan Sectorial de desarrollo turístico 2014 – 2018. “Turismo para la construcción de la paz”





Regiones.⁵

El Fondo Nacional del Turismo – FONTUR- y el Ministerio de Comercio Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo, invirtieron recursos por más de 2 mil millones de pesos como apoyo a las regiones, con el fin de elaborar o actualizar, según la necesidad, los planes de desarrollo turístico departamentales en todo el país.

De esta manera, expertos han trabajado de la mano con las instancias responsables de turismo en cada uno de los Departamentos, bajo los parámetros y guía de la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para desarrollar los lineamientos que abarcan todos los temas prioritarios para los departamentos y sus municipios, en materia de turismo, contribuyendo a orientar, de esta forma, el ordenamiento de este sector prioritario para el país.”

Departamentos como Amazonas, Antioquia, Arauca, Bolívar, Caldas, Caquetá, Cundinamarca, Guainía, Guajira, Nariño, Norte de Santander, Santander, Tolima, **Valle Del Cauca**, Vaupés, Vichada y Huila, entre otros, cuentan ya con esta herramienta de trabajo para avanzar en el cumplimiento de las metas regionales y nacionales para hacer de Colombia un destino de clase mundial.”

Estos planes de desarrollo han sido entregados oficialmente a los mandatarios de los departamentos para que de esta manera puedan implementarlos de manera inmediata y sean referencia orientativa para que cada municipio, como Palmira, se articule y desarrollen su plan de desarrollo y su plan de acción estratégico sectorial.

2. Contexto Que Justifica – Municipio de Palmira

Palmira es la segunda ciudad en importancia en el departamento del Valle del Cauca, siendo por muchos años líder en agroindustria, la que se convirtió en su principal actividad económica y que hoy por los procesos dinámicos regionales, se complementa con la fuerte oferta de servicios a la altura de las capitales nacionales.

⁵ Comunicado oficial del FONTUR: Ver <http://fondodepromocionturistica.com/destacado.php?id=57>





El municipio de Palmira cuenta con una gran infraestructura y en conectividad se precia de contar con el principal aeropuerto y único internacional, del suroccidente del país, el Alfonso Bonilla Aragón. Este portal aéreo en la actualidad se encuentra en un proceso de reestructuración y ampliación a fin de incrementar su capacidad y competitividad, proyectando su funcionalidad operativa para los retos de los próximos años.

La Administración municipal, liderada por el doctor Jairo Ortega Samboní, ha asumido el reto de consolidar diferentes procesos en la ciudad, expresando en diferentes espacios los compromisos en favor del desarrollo del turismo, ha expuesto que su programa de gobierno “Por Una Palmira Segura, Competitiva y Moderna”⁶ se ha estructurado sobre cuatro Ejes Dinamizadores en donde el eje No.02 Palmira Generadora de ingresos contiene una referencia directa al TURISMO en el que, entre otros, propone:

“En este sentido nuestro programa de gobierno propone:

- Fortaleceré el sector turístico del municipio.
- Promoveré el turismo cultural y Eco sostenible con identidad y desarrollo del territorio.
- Promoveré eventos académicos, convenciones, exposiciones, talleres formativos y eventos periódicos como mecanismo de esparcimiento, movilidad social y fomento del comercio.
- Convertiré el bosque municipal en un atractivo turístico internacional.
- Gestionaré recursos para el desarrollo de la señalética turística del municipio.
- Desarrollaré el plan sectorial de turismo.
- Desarrollaré una política persuasiva y masiva de incentivos para que los establecimientos comerciales turísticos adopten los registros nacionales de turismo (formalización turística).”

Para cumplir estos compromisos, el Dr. Ortega Samboní ha definido, en su plan de Acción 2016 – 2016, trabajar unas importantes metas con su equipo de gobierno, las cuales se resumen así:

⁶ Fuente: <http://www.palmira.gov.co/gobierno/programa-de-gobierno> Programa de Gobierno presentado a la Registraduría Nacional del Estado Civil – Delegación Palmira. Según documento fechado el 14/Julio/2015.





PDM – "Con Inversión Social Construimos Paz"		
Subprog.	Obj. Subprog.	Meta de Producto
Palmira Atractiva al Turismo	Hacer atractivo el municipio al turista mediante una imagen de territorio amable, próspero y sostenible.	2 Puntos de Información Turística ubicados y en operación
		50 Prestadores de Servicios Turísticos con acompañamiento institucional
		4 Corredores turísticos con acompañamiento institucional para su desarrollo
		1 Política de Turismo formulada
		5 Acciones ejecutadas promocionales del turismo
		2 Alianzas estratégicas formalizadas para el fomento y desarrollo del sector turístico

2. OBJETIVOS.

2.1 OBJETIVO GENERAL

Establecer un proceso orientador que articule acciones y gestiones de manera sinérgica, liderando voluntades, ratificando compromisos, optimizando recursos y esfuerzos con los que se alcance un desarrollo competitivo y sostenible del turismo, consolidándose como generador de oportunidades e inclusión productiva en favor de las comunidades en el municipio de Palmira – Valle del Cauca.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Los objetivos específicos tienen relación directa con los cuatro factores establecidos en la metodología de planificación y son los siguientes:

1. Desarrollar las condiciones de atracción y la puesta en valor turístico del municipio, con la mejora y diversificación de sus productos turísticos, así como también la adecuación de los sitios de interés identificados en el destino, con el fin de satisfacer las expectativas de la demanda.

2. Habilitar y optimizar la infraestructura, el equipamiento y las instalaciones que den soporte y favorezcan la calidad y eficiencia de los servicios turísticos del municipio de Palmira y que a la vez mejore las condiciones de vida de sus habitantes.





República de Colombia
Departamento del Valle del Cauca
Alcaldía Municipal de Palmira



3. Fortalecer la competitividad de la cadena de valor turística en los clústeres, microclústeres, rutas y circuitos, de manera que se cuente con una red empresarial que genere nuevas unidades productivas responsables, eficaces y comprometidas para el desarrollo especializado del turismo en las tipologías priorizadas.

4. Fortalecer la institucionalidad y la capacidad de gestión de los actores públicos, privados y la comunidad, para lograr que el turismo se posicione y convierta en una estrategia de desarrollo económico y social para el departamento.





3. MARCO CONCEPTUAL

Para llegar a establecer un marco conceptual del turismo es necesario tomar como referencia las recomendaciones internacionales aprobadas por Naciones Unidas, así como, la OMT (Organización Mundial del Turismo), las cuales establecen los conceptos, las definiciones, clasificaciones y el conjunto básico de datos e indicadores que deben formar parte de cualquier sistema nacional de Estadísticas de 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 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.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales.

El marco conceptual resulta pertinente teniendo en cuenta el carácter técnico del proceso que lleva la formulación de la presente Política Pública de Turismo. Es así, que se hace referencia y claridad conceptual a algunos términos técnicos utilizados para su estructuración tomando como base los utilizados en el campo sectorial y haciendo énfasis complementario en lo referente a una política pública:

Agencias de Viajes: Son las empresas comercializadoras, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a vender planes turísticos. Se clasifican en minoristas, mayoristas y operadoras. (Definiciones y Actividades Prestadores de Servicios Turísticos, MinCIT).

Agencia de Viajes Operadora: Son las empresas comerciales, debidamente constituidas como personas naturales o jurídicas que se dediquen





profesionalmente a operar planes turísticos. (Definiciones y Actividades Prestadores de Servicios Turísticos, MinCIT).

Agencias de Viajes Mayoristas: Son las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a operar planes turísticos. (Definiciones y Actividades Prestadores de Servicios Turísticos, MinCIT).

Atractivo Turístico: Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es el componente fundamental del producto turístico.

Cadena Productiva: Conjunto de agentes económicos que participan directamente en la producción, en la transformación y en el traslado hacia el mercado del mismo producto.

Calidad: Resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto de los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad: seguridad, higiene, accesibilidad, transparencia, autenticidad y armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural. (Definición preparada y modificada por el Comité de Apoyo a la Calidad en la sexta reunión Varadero. 2003 Organización Mundial de Turismo).

Capacitación: Proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal, como consecuencia de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas. La capacitación mejora los niveles de desempeño y es considerada como un factor de competitividad en el mercado actual.

Capacidad de Carga: Es el número máximo de personas para el aprovechamiento turístico que una zona puede soportar, asegurando una máxima satisfacción a los visitantes y una mínima repercusión sobre los recursos naturales y culturales. (Ley 1558 de 2012).

Circuito Turístico: Es una gira turística con regreso al mismo sitio de partida.





Clúster Turístico: Concentraciones geográficas de compañías interconectadas, proveedores especializados, empresas relacionadas e instituciones asociadas en campos particulares que compiten y al mismo tiempo cooperan.

Código Ético Mundial para el Turismo: Documento aprobado en 1999 por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, su reconocimiento dos años después por las Naciones Unidas alentó explícitamente a la OMT a promover el cumplimiento real de sus disposiciones.

Comercialización: Consiste en dar a un producto las condiciones y la organización adecuada para su venta; comprende aspectos como la distribución, la estrategia de venta, las condiciones de venta, la política de precios, etc. (Manual de Presentación de Proyectos –Fontur).

Competitividad Turística: El concepto de competitividad turística comprende dos enfoques: el de producto y el netamente empresarial. La competitividad del producto es la capacidad de que un atractivo turístico conjugue a su alrededor unas condiciones que lo diferencien y lo hagan ofertable con posibilidades de venta. Por consiguiente, la competitividad del producto se refiere no solo a la calidad del recurso turístico en sí, sino también a los factores que lo diferencian y que lo hacen deseable para los turistas. Entre estos factores se incluye la accesibilidad, la infraestructura, la planta turística, la relación calidad/precio, la seguridad, la imagen y la calidad de la superestructura. La competitividad empresarial no es otra cosa que la capacidad de los empresarios de generar rentabilidad y de mantener el negocio en el tiempo.

Congresos: Son reuniones organizadas por entidades, con un eje temático, en las que participan personas que no necesariamente pertenecen a una misma empresa u organización. (Manual de Presentación de Proyectos – Fontur).

Convenciones: Son reuniones en las que participan miembros de una misma organización, con el fin de analizar aspectos inherentes a la labor que desarrollan. (Manual de Presentación de Proyectos – Fontur).

Corredor Turístico: Es un espacio homogéneo, en el que por la cercana distancia de los atractivos y servicios se llega a una natural complementariedad (OMT).





Destino Turístico: Espacio físico en el que un visitante pernocta por lo menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes, y percepciones que definen su competitividad en el mercado. Los destinos locales lo incorporan a varias partes interesadas que a menudo incluyen una comunidad local, y pueden albergar o formar una red para conformar destinos amplios.

Destino Turístico Sostenible: Unidad de planificación y gestión del territorio que cumple con los requisitos ambientales, socioculturales y económicos establecidos en presente norma NT-TS 001.

Desarrollo Sostenible. El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. La determinación de la capacidad de carga constituye un elemento fundamental de la aplicación de este principio. El desarrollo sostenible se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.

Desarrollo Territorial: Proceso de cambio progresivo, que propicia la armonía entre el bienestar de la población, el uso del territorio, la conservación y protección de los recursos naturales y de las actividades productivas; para el mejoramiento de la calidad de vida de la población, bajo un enfoque de sostenibilidad.

Entidades Territoriales: Son entidades territoriales los departamentos, los distritos, los municipios, los territorios indígenas, las regiones y las provincias (Manual de Presentación de Proyectos, Fontur).

Establecimiento de Alojamiento. El conjunto de bienes destinados por una persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorios de alojamiento, mediante contrato de hospedaje, el cual es un contrato de arrendamiento, de carácter comercial y de adhesión, que una empresa dedicada a ésta actividad celebra con el propósito principal de prestar alojamiento a otra persona denominada huésped, mediante el pago del precio respectivo día a día, por un plazo inferior a 30 días. (MinCIT)

Excursionista: No residentes que sin pernoctar ingresan al país con un fin diferente al tránsito. (Ley 1558 de 2012).





Facilidades: son aquellos servicios complementarios de los atractivos que permiten la permanencia y disfrute de la estancia.

Factor Demanda: Consta de mercados turísticos actuales y potenciales, nacionales e internacionales. Se encuentran en estrecha relación con tendencias de desarrollo en el mercado internacional y los mecanismos de globalización, además de encontrarse constantemente afectados por eventos políticos y financieros.

Factor Oferta: Representado por el desarrollo de productos turísticos consistentes en: atractivos, instalaciones y servicios de diversa índole. La oferta turística, integrada en general por el sector privado consta de alojamiento turístico en sus diversas formas, tour operadores, servicios de gastronomía y otras actividades de recreación.

Ferias: Eventos turísticos, nacionales o internacionales, a los que concurren oferentes y demandantes de productos turísticos, que se caracterizan porque normalmente los oferentes se organizan en stands en los que promueven sus productos y servicios. (Manual de Presentación de Proyectos, Fontur).

Fortalecimiento Empresarial: Se basa en mejorar el nivel de competitividad de las empresas a través de intervenciones en áreas de gestión específicas.

Gasto Turístico: Total de gastos de consumo efectuados por un visitante o por cuenta de un visitante durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar de destino. (Secretaría de Turismo de México).

Gestión Del Conocimiento: capacidad para generar conocimiento de una manera sistemática y eficiente con el fin de lograr un mejor desempeño en las áreas de la organización y mejorar sus ventajas competitivas, involucra a personas trabajando dedicada al servicio turístico.

Gobernabilidad: Es el conjunto de normas y principios a través de los cuales se organiza, se estructura y se gobierna un grupo de personas que interactúan con un interés específico. (Glosario. Cámara de Comercio de Medellín).

Gobernanza: Organización para gobernar y ejercer el poder que genere gobernabilidad, bajo principios basados en las estructuras, procesos, reglas





y prácticas eje de las interacciones entre los actores afectados por el ejercicio de gobierno; la manera de tomar decisiones en lo público, buscando la participación de diferentes actores locales. (Figueredo, RM.)

Guía de Turismo: Se considera guía de turismo a la persona natural que presta servicios profesionales en el área de guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, conducir, instruir y asistir durante la ejecución del servicio contratado. Se conoce como profesional en el área de Guionaje o Guianza turística en cualquiera de sus modalidades, a la persona que esté inscrita en el Registro Nacional de Turismo, previa obtención de la correspondiente tarjeta profesional como guía de turismo, otorgada por la entidad u organismo que el gobierno designe. (Ley 1558 de 2012).

Gremio: Entidad sin ánimo de lucro que agrupa a sectores aportantes de la contribución parafiscal para la promoción del turismo. Se entiende también por gremio, la organización regional que, formando parte del gremio nacional del sector aportante, tiene entidad y personería jurídica propias; es decir, diferentes a las de la nacional. (Manual de Presentación de Proyectos, Fontur).

Impacto: Es el cambio logrado en la situación de la población como resultado de los productos y efectos obtenidos con el proyecto. Se trata del nivel más elevado de resultados o de la finalidad última del ciclo del proyecto, cuando se genera la totalidad de los beneficios previstos en su operación.

Indicador: Son instrumentos útiles para medir el logro de las metas, así como para el logro del objetivo. Un indicador es una señal que se puede observar y medir fácilmente. Es la conjugación de mínimo dos variables específicas, verificables objetivamente, para determinar los cambios o resultados de una actividad, objetivo o meta. Es decir, hace medible los objetivos de un proyecto. Medición utilizada para determinar una situación específica.

Infraestructura Turística: Es la obra básica en materia de accesos, comunicaciones, abastecimientos de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, entre otros. Constituyen la base para la estructura requerida por los turistas a favor del desarrollo turístico.





Marca: Es un nombre, termino, señal, símbolo o diseño, o una combinación de todos; que deben identificar los bienes y servicios ofrecidos por un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlos de los demás competidores (AMA s.f, en Barroso et.al., 2010, p.8).

Mercado Turístico: Es el lugar donde confluyen, por un lado, la oferta de productos y servicios turísticos y, por el otro, la demanda de los mismos productos y servicios turísticos.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo: (MinCIT) es un ministerio de la República de Colombia encargado de apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las diferentes regiones. El actual ministerio es el resultado de la fusión, operada en 2002, entre los ministerios de Desarrollo Económico y Comercio Exterior.

Oferta Turística: Es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado. La demanda turística.

Oficinas de Representación Turística: Las constituidas por personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras que actúan por virtud del contrato de agencia comercial u otra forma de mandato de acuerdo a con lo previsto en el título XIII del Libro IV del Código de Comercio, como intermediarios para la venta, promoción o explotación de servicios turísticos ofrecidos por otras personas, en el territorio nacional o en el extranjero. (Definiciones y Actividades Prestadores de Servicios Turísticos, MinCIT).

Operador profesional de congresos, ferias y convenciones: Son las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial. (Definiciones y Actividades Prestadores de Servicios Turísticos, MinCIT).

Organización Mundial del Turismo (OMT): Es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y





accesible para todos. Como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas. Defiende la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo para maximizar la contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos, y se ha comprometido a promover el turismo como instrumento para alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible, encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible en todo el mundo. Genera conocimiento de los mercados, promueve políticas e instrumentos de turismo competitivo y sostenible, fomenta la enseñanza y la formación en materia de turismo y trabaja con el fin de hacer del turismo una herramienta eficaz para el desarrollo mediante proyectos de asistencia técnica en más de 100 países del mundo. Entre sus miembros figuran 157 países, 6 miembros asociados y más de 480 Miembros Afiliados que representan al sector privado, a instituciones de enseñanza, a asociaciones de turismo y a autoridades turísticas locales. (UNWTO).

Patrimonio: Conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales e inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer las necesidades turísticas. (OMT)

Patrimonio Mundial Unesco: Conformado por monumentos, conjuntos y parajes que poseen valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, el arte, o de la ciencia; también por bienes naturales, formaciones geológicas, paisajes naturales que poseen un valor excepcional desde el punto de vista estético o científico. (UNESCO).

Planeación: En términos públicos es la orientación adecuada de los recursos procurando el cumplimiento de objetivos de desarrollo económico y social. (Glosario. Departamento Nacional de Planeación).

Planificación: Proceso continuo que busca aprovechar las oportunidades, reducir o mitigar las amenazas, potenciar las fortalezas, transformar las debilidades, dar soluciones a problemas y atender las necesidades, a través de estrategias que apunten, de manera eficiente, al cumplimiento de metas y objetivos.





Política de Calidad: Es la estructura que permite mejorar los niveles de calidad de la presentación de los servicios turísticos al generar una cultura de excelencia en los prestadores de servicios turísticos y destinos, como estrategia para posicionar a Colombia como un destino diferenciado, competitivo y sostenible. (MinCIT 2015).

Prestador de Servicios Turísticos: Toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere esta ley y que se encuentre inscrito en el registro nacional de turismo. (Ley 300 de 1996).

Procolombia: Es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país. (PROCOLOMBIA).

Producto Turístico: Es la combinación de atractivos y conjunto de servicios que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades, requerimientos o deseos de los turistas.

Producto Turístico Experiencial: es aquel producto turístico capaz de ser multisensorial, responsable, personal, único y cualitativo emocionalmente, así como tener la capacidad de generar conexión a partir de su creación creado en función de los deseos del turista. Es de resaltar que las empresas y los destinos turísticos no pueden crear experiencias, sino productos experienciales que tienen posibilidades de convertirse en experiencias gracias al proceso de creación que han seguido y su interacción con el turista, él único que la termina validando como tal.

Recursos turísticos: Son los elementos primordiales de la oferta turística. Son aquellos elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas, es decir, generar demanda.

Redes empresariales: Es una forma de interacción con empresarios que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades, problemáticas y retos estratégicos, y que se organizan bajo ciertos criterios y reglas de juego para potenciar sus recursos y alcanzar un propósito común. En el marco de las redes empresariales se genera una instancia de comunicación y diálogo que estimula el trabajo sistemático, deliberado y comprometido de colaboración para el logro de objetivos comunes. (Glosario. Cámara de Comercio de Medellín).





Registro Nacional de Turismo. Inscripción a la que se encuentran obligados los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia partir de la Ley 300 de 1996, Este registro será obligatorio para el funcionamiento de dichos prestadores turísticos y deberá actualizarse anualmente.

Ruta Turística: Es el camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. Las rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia.

Sector: Es el conjunto de empresas que desarrollan una misma actividad económica y venden un producto (bien o servicio) definido o una línea de productos afines.

Seguridad Turística: La seguridad turística comprende la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras, aspectos que pueden englobarse en: seguridad pública; seguridad social; seguridad médica; seguridad informativa; seguridad económica; seguridad de los servicios turísticos; seguridad en eventos; seguridad vial y del transporte.

Servicios complementarios: Son los servicios requeridos o empleados por los turistas que no dependen del sector turismo, tales como: Sistema bancario, Servicios de transporte diversos, Servicios de salud, Comercio en general, Otros (policía, bomberos, etc.).

Sistema Turístico: Es un conjunto de acciones y de 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 del turismo.

Sostenibilidad en el Turismo: Atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respaldando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.





Súper Estructura Turística: Es entendida como aquel soporte del cual hacen parte los institutos e identidades públicas y privadas, nacionales e internacionales, que tienen como función principal el desarrollo y fomento del turismo.

Territorio: Espacio construido por los grupos sociales a través del tiempo, a la medida y a la manera de sus tradiciones, pensamientos, sueños y necesidades – territorios que significan mucho más que espacio físico poblado por distintas formas de vida que se relacionan cooperan y compiten entre sí; lo que permite concebir al territorio como un campo relacional.

Turismo. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) consiste en aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año. De acuerdo al desplazamiento de los viajeros, el turismo puede ser: Turismo emisor (El realizado por nacionales en el exterior); Turismo interno (El realizado por los residentes en el territorio económico del país); Turismo receptivo (El realizado por los no residentes, en el territorio económico del país).

Turismo accesible: El Turismo Accesible o Turismo para Todos no se limita a la eliminación de barreras físicas, sensoriales o de la comunicación, sino que tiene por finalidad lograr que los entornos, productos y servicios turísticos puedan ser disfrutados en igualdad de condiciones por cualquier persona con o sin discapacidad (OMT)

Turismo cultural: El turismo cultural o histórico es una modalidad de turismo motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico. (OMT)

Turismo MICE: El concepto MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) hace referencia al turismo de negocios como un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales, de ocio, profesionales y/o asociativas a través de la realización de reuniones de negocio, congresos, convenciones, viajes de incentivo y otras reuniones similares a estas (jornadas, presentaciones de producto, conferencias, simposios, foros, seminarios, cursos...) convocados con diferentes propósitos y magnitudes





Turismo Temático: se puede definir como la oferta turística vinculada al tema o motivación de viaje, en donde adquiere una importancia primordial la especialización en una actividad. Algunos ejemplos de turismo temático son: el ecoturismo, turismo cultural, el turismo de congresos y convenciones, turismo de salud, turismo de aventura, etno-turismo entre otros.

Turista: Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, descanso, ocupación del tiempo libre, peregrinaciones, salud, u otra diferente a una actividad en el lugar de destino. También se consideran turistas internacionales los pasajeros de cruceros y los colombianos residentes en el exterior de visita en Colombia.

Viajes de Familiarización: Viajes de cortesía preparados especialmente para:

- a) Agentes de viaje y/o mayoristas, con el objetivo de familiarizarlos con un determinado destino turístico o para facilitar el contacto con los prestadores de servicios locales y estimular de esta forma las negociaciones destinadas a incorporar la oferta del lugar, en la programación de venta de los agentes de viajes.
- b) Para periodistas, con el propósito de que su visita al destino turístico, surjan notas y reportajes periodísticos en los medios de difusión a los cuales representan. (Manual de Presentación de Proyectos – Fontur).

Viajes de Incentivo: Son viajes organizados por las empresas para premiar a sus trabajadores o para generar motivación en el trabajo. (Manual de Presentación de Proyectos – Fontur).

Visitante: Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.

Para una política pública, el Departamento Nacional de Planeación plantea tener presentes los siguientes conceptos:





Política Pública: Es el arte de construir acuerdos en torno a los grandes objetivos que convienen a todos los miembros de la comunidad.

Acuerdos Sociales: Son consensos relacionados con los logros mínimos que deben alcanzarse, sobre el proceso que debe emprenderse para alcanzarlos, sobre los esfuerzos financieros y operativos que corresponden a cada uno de los responsables de lograrlos, sobre las acciones en torno a las cuales se moviliza la comunidad y sobre el mecanismo para vigilar los avances del proceso emprendido.

Enfoque Diferencial: Es un método de análisis y una guía para la acción. En el primer caso, emplea una lectura de la realidad que pretende hacer visibles las formas de discriminación contra aquellos grupos o pobladores considerados diferentes por una mayoría o por un grupo hegemónico. En el segundo caso, toma en cuenta dicho análisis para brindar adecuada atención y protección de los derechos de la población. Siendo, así las cosas, el enfoque diferencial juega un papel importante como herramienta que debe manejar todo funcionario público, y en especial aquellas instituciones cuya obligación está en velar por el bienestar y el goce de los derechos de los ciudadanos.

Garantía de derechos humanos: Son mecanismos de protección y tutela de los derechos encomendados a órganos institucionales como el gobierno, el legislador, la administración o los jueces

Movilización social o ciudadana: Proceso basado en el aprendizaje social, la cooperación entre actores, en su calidad de ciudadanos electores, contribuyentes y beneficiarios de las decisiones de política que se adoptan, incorpora la corresponsabilidad de todos en la búsqueda de mejores condiciones de desarrollo.

Ruta Metodológica: Es el instrumento destinado a orientar el proceso y responsables de las políticas en la gestión y acompañamiento

Plan de Implementación: Hace referencia a las acciones que se ejecutarán anualmente para dar cumplimiento a las líneas de política definidas por el ente municipal.





Sistematización: Proceso mediante el cual se registra, de manera ordenada, secuencial, permanente y acumulativa los aspectos más relevantes de una experiencia que se quiere compartir con los demás.

Diagnóstico: Procedimiento ordenado, sistemático para conocer o establecer una circunstancia a partir de observaciones y datos concretos.

Diagnóstico Situacional: Tipo de diagnóstico que permite conocer de manera aproximada las diversas problemáticas de un sector o grupo poblacional, a partir de la identificación de los factores y agentes que determinan la situación.

Plan de acción cuatrienal de política pública: Instrumento que determina la programación anual de las actividades por dependencia de la Administración, según la estrategia diseñada por ellas para ejecutar el presupuesto asignado y garantizar el cumplimiento del Plan Operativo Anual de Inversiones (POAI), y con él, el del Plan Indicativo (PI) y el Plan de Desarrollo Municipal (PDM).

Adoptar: Hacer legar una decisión mediante la expedición de un acto administrativo

Eje Estratégico: Rutas básicas que agrupan varios objetivos y metas que desarrollará una política durante su vigencia. Líneas maestras de intervención sistemática para operativizar metas y objetivos, agrupan grandes líneas de acción.

Dimensión: El concepto tiene diversos usos de acuerdo al contexto, puede tratarse de una característica, una circunstancia o una fase de una cosa o de un asunto.

Área: Campo de acción

Estrategia: Conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

Línea de acción: Organización de diferentes actividades relacionadas con un campo de acción.





El DNP también señala unas CONDICIONES GENERALES⁷:

- La obligatoriedad de formular la PP proviene del Plan de Desarrollo o de un mandato legal. En el contexto colombiano y debido a la alineación de los diferentes planes de desarrollo tanto nacional como departamental, las Políticas Públicas vienen direccionadas desde el nivel central.
- Las políticas públicas (PP) deben dar respuesta a situaciones problemáticas identificadas en el municipio, a través de los diagnósticos sectoriales y en articulación con los lineamientos nacionales.
- Todas las PP Deberán tener definido un marco legal e institucional y deberá quedar documentado en el Acuerdo o Decreto que las promulguen.
- El Plan de Acción Cuatrienal para la implementación de la PP, deberá ser adoptado por Acto Administrativo dentro de los 60 días calendario, siguientes a la fecha de publicación de dicho Decreto o Acuerdo.
- Cada sector responsable de formular la PP hará las apropiaciones presupuestales necesarias que garanticen la realización del proceso.
- El o los Secretarios de Despacho del sector dentro del cual se enmarque la política a formular, adaptar y adoptar, designará los funcionarios responsables de liderar el respectivo proceso e informará de la delegación de dicho equipo de trabajo, enviando copia del acto administrativo a la Secretaria de Planeación.
- La Secretaria o dependencia responsable de la gestión de la PP deberá presentar en el respectivo Comité, el plan de acción para la formulación de la política, para que sea aprobado y viabilizado por las dependencias involucradas, y para generar el compromiso que garantice resultados exitosos del proceso.
- Una vez quede aprobado en el Plan de Desarrollo Municipal las PP a adoptar, el proceso de formulación debe iniciar a partir del segundo año del gobierno, dado el tiempo requerido para concretar productos.
- Aplicar doble estructura en la definición de las líneas de intervención. Vale decir, en el Nivel 1, bajo cualquiera de las siguientes

⁷ Tomado del documento elaborado por el departamento nacional de planeación: "Formulación, adopción o adaptación de Políticas Públicas" Versión 3 - Código PIM-PDL-PR-002.





denominaciones que se quieran adoptar: Eje Estratégico, Estrategias, Dimensiones u Áreas, y en el Nivel 2: Líneas de Acción.

4. MARCO METODOLÓGICO.

Es muy valioso poder hacer énfasis en que el este proceso ha mantenido una misma línea metodológica en sus diferentes componentes y fases, siendo, de esta manera, estructuralmente sólidos y coherentes. El proceso, se he enriquecido al tener como referencia varias autoridades y personalidades que han trabajado teorías clásicas y modernas del turismo centrados en el ámbito de la planificación, los referentes son:

4.1 BASES METODOLÓGICAS DE REFERENCIA:

4.1.1 Organización Mundial del Turismo – O.M.T.

Como máximo organismo mundial, debe ser el referente institucional para cualquier proceso de planificación; “La planificación es fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad” (OMT 2004). Como la planificación debe tratarse desde todos los ámbitos, es decir, debe ser interdisciplinar e interinstitucional, son variados los aspectos a considerar para estructurar el desarrollo de los destinos⁸; La planificación turística constituye un requerimiento fundamental en el desarrollo de la actividad turística puesto que garantiza, por una parte, la correcta integración del turismo en la economía, la sociedad, la cultura y el medio ambiente locales; y por otro lado, la adecuada satisfacción de la demanda turística, elemento indispensable para la viabilidad y posibilidad económica de los proyectos turísticos de competencia creciente.

Ahora bien, la esencia de la planificación está en el marco estratégico que se determina para las localidades, que, en éste caso, para Palmira, el punto de vista debe direccionarse desde dos puntos de vista: desde el informe presentado en el año 2013 y su actualización al presente año; La planificación estratégica turística está enfocada hacia la organización del destino turístico y hacia el aprovechamiento de las fortalezas internas y oportunidades externas del entorno (análisis FODA) mientras que la planificación tradicional se exenta de ningún análisis interno del destino sino que más bien se enfoca en la resolución de un determinado problema en

⁸ O.M.T. 2004





vez de servir adecuadamente como una herramienta al servicio de la organización del destino turístico.

Desde el informe del año 2013, el estudio debe centrarse en determinar las estrategias, programas y proyectos allí planteados, su realización o concreción, su vigencia al presente año y su proyección a futuro; para luego hacer el análisis diagnóstico que permita traer a colación un renovado marco estratégico; durante los procesos de planificación, es importante tomar en cuenta los elementos internos y externos que estén directa e indirectamente relacionados con el turismo, así como la visión de los distintos actores y expertos internos y externos en el tema, fomentando el desarrollo de una visión integral y holística que promueva la innovación, para superar paradigmas y barreras al desarrollo del turismo.

Como conclusión del referente teórico de la O.M.T para la presente actualización del plan, se enfatiza en que es adecuado tener una mirada holística y estratégica para el turismo.

4.1.2 Roberto Boullón – Planificación del Espacio Turístico

Es un gran turistólogo argentino de la escuela clásica del turismo, su especialidad se centra en la planificación sectorial de los destinos, modelo de los planificadores contemporáneos, expresa en su libro “La Planificación del espacio turístico - 1973”, lo siguiente:

“Los dogmatismos que, en todos los campos, aprisionan las posibilidades de pensar en América Latina, también han ejercido su influencia negativa sobre el turismo; pero curiosamente en nuestro sector padecemos de un dogmatismo autóctono, que proviene de aquellos “teóricos” que para analizar el fenómeno turístico toman prestado de otras áreas del conocimiento algunas ideas y las trasladan textualmente al turismo; por eso hablan y opinan de él, con la frágil seguridad y la pobre autoridad de todo aquél que no ve de la realidad, sino lo que las circunstancias le hacen visible. Por esta vía, sobre la materia turística se han elaborado conceptos desarticulados entre sí, los cuales más que ilustrar confunden”.

Lo anterior invita a que se planifique el turismo desde un punto de vista homogéneo, que lleve a una misma dirección y no, a diferentes direcciones, de manera que el turismo se piense de manera ordenada.





La planificación entendida como un proceso en el que se busca un futuro deseado, debe entenderse desde varios puntos de vista, pero en especial desde el ordenamiento del territorio, “Clarificar un aspecto tan importante de la planificación, como lo es el que se ocupa de ordenar las acciones del hombre sobre el territorio. Al desarrollar los conocimientos mencionados se cuidó de ser lo suficientemente explícito, sin ser reiterativo, como para que todos los estudiosos del turismo, ya sean éstos licenciados en turismo, arquitectos, ingenieros, expertos en comercialización, planificadores regionales o economistas, puedan desempeñar las labores de su especialidad en el marco de las tareas interdisciplinarias destinadas a lograr el ordenamiento del espacio turístico”.

El autor es claro, el turismo debe ser visto desde un aspecto interdisciplinario, donde cada profesional en su campo, si ha de pensar el turismo y su desarrollo, lo haga bajo una misma perspectiva, direccionada por los lineamientos que las escuelas teóricas reconocidas establecieron.

4.1.3 Metodología para la formulación de políticas públicas – Departamento Nacional de Planeación:

Para la administración municipal es claro que la política de turismo de Palmira, debe tener como referente los parámetros nacionales que propone el Departamento Nacional de Planeación (DNP) para la formulación de políticas públicas. La posterior articulación metodológica con las bases del turismo en el contexto de competitividad, es resultado del trabajo del equipo técnico y se detalla más adelante en este mismo marco. A continuación, se presenta la metodología completa del DNP:

Documento: (Metodología) Formulación, adopción o adaptación de Políticas Públicas. Ver. 3 Fuente: DNP - Código PIM-PDL-PR-002			
Qué se hace	Responsable	Registro	Cómo lo hace
Incluir en el Plan de Desarrollo a entrar en vigencia, las Políticas Públicas correspondientes	Secretaría de Planeación	Plan de Desarrollo Municipal	Se deben incluir las Políticas Públicas que el municipio considera pertinentes y necesario adoptar de manera formal, lo cual se realiza siguiendo el procedimiento metodológico adoptado para la formulación del Plan de Desarrollo.
Aplicar la ruta metodológica para adoptar Políticas Públicas	Secretaría de Planeación	Cronograma y Plan de Trabajo para la Formulación de	Para realizar el proceso de adopción de Políticas Públicas, se debe hacer el siguiente análisis: Si existe la política nacional se debe tomar la decisión de adoptarla, y si no existe, se debe formular la política municipal para lo





		Políticas Públicas	<p>cual se deberá tener en cuenta la ruta metodológica adoptada por el municipio.</p> <p>La ruta metodológica determina el proceso que se seguirá dependiendo del avance de construcción de la política y cuyas decisiones deben ir encaminadas a realizar los siguientes procesos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formulación: Cuando no existen Políticas Nacionales formal y oficialmente adoptadas. - Adaptación: Cuando existen Políticas Nacionales de obligatorio cumplimiento por parte de las Entidades Territoriales, en cuyo caso el municipio toma la decisión de adaptar y/o ajustar sus acciones al modelo Nacional. - Adopción: El proceso de la adopción hace referencia al proceso de hacer formal la decisión de contar con una Política Pública, en cuyo caso puede ser mediante Acuerdo del Consejo o mediante Acto Administrativo firmado por el Señor Alcalde.
Conformar y poner en marcha los Comités Técnicos Intersectoriales de Política Pública (Alistamiento Institucional)	Secretarios de Despacho	<ul style="list-style-type: none"> - Acto Administrativo de conformación del Comité técnico intersectorial - Registro de Asistencia del Comité técnico intersectorial - Acta de reunión del Comité donde conste la aprobación del Plan de acción del proceso de construcción de la política 	<p>Esta etapa incluye la conformación del comité intersectorial de apoyo a la Política, en caso que no exista, así como la formulación y validación del plan de acción por parte del Comité estratégico respectivo, en concordancia con el Decreto vigente. Para el caso de las Políticas de carácter social, esta se hará ante el Comité Social.</p> <p>Para la conformación del Comité Técnico Intersectorial, el Secretario de Despacho responsable de la Política Pública, debe delegar una persona que se encargará de elaborar el Acto Administrativo, señalando las dependencias y/o Secretarías que deben conformar el Comité.</p>
Realizar diagnóstico situacional sectorial donde afectará la Política Pública.	Comités Técnicos de Políticas Publicas	Diagnóstico situacional sectorial de la Política Pública	<p>El Comité Intersectorial de apoyo a la Política, deberá participar y validar cada fase del proceso, entre ellas el diagnóstico situacional. Para esto se debe contratar una entidad de reconocida experiencia e idoneidad para hacer el acompañamiento técnico (Definir la estructura del diagnóstico, el tipo de información requerida y las fuentes de información, el diseño metodológico para el análisis de la información, así como el enfoque investigativo que se aplicará).</p> <p>El abordaje de las situaciones más relevantes deberá acompañarse de datos estadísticos, los cuales se constituirán en la línea de base para la definición de los indicadores con los cuales se hará seguimiento y evaluación de la Política.</p>





Alcaldía Municipal
de Palmira
NIT.: 891.380.007-3

República de Colombia
Departamento del Valle del Cauca
Alcaldía Municipal de Palmira



<p>Construir la política a partir de la gestión y ejecución del proceso de movilización ciudadana</p>	<p>Comités Técnicos de Políticas Públicas</p>	<p>de</p>	<p>Memorias y registros de asistencia de los talleres adelantados, material y registros auditivos y visuales del plan de medios adelantado</p>	<p>Se debe desarrollar un componente de comunicación con el fin de convocar el mayor número de actores sociales, para lo cual el Comité Intersectorial debe realizar talleres con los actores de la comunidad convocados para la movilización ciudadana y debe definir los momentos del proceso en los cuales participarán los agentes formados con el fin de:</p> <p>1) Validar diagnósticos 2) Formular líneas estratégicas de política</p>
<p>Sistematizar permanentemente el proceso (experiencia en la ruta de gestión de la Política Pública)</p>	<p>Comités Técnicos de Políticas Públicas</p>	<p>de</p>	<p>Documentos elaborados</p>	<p>Se debe sistematizar el proceso, según la definición de la metodología, la conformación del equipo intersectorial y la vinculación de la entidad de apoyo. El objetivo de realizar la sistematización es registrar, de manera ordenada, secuencial, permanente y acumulativa los aspectos más relevantes de todo el desarrollo del Plan de acción establecido para la construcción de la Política Pública.</p>
<p>Elaborar y legalizar el acto administrativo de adopción de la política pública mediante Acuerdo y/o Decreto</p>	<p>Comités Técnicos de Políticas Públicas</p>	<p>de</p>	<p>Acto administrativo aprobado</p>	<p>Presentar a la secretaría jurídica el proyecto de acuerdo de aprobación de la política o el borrador de decreto para su respectiva revisión y aprobación.</p>
<p>Entregar y publicar de los resultados del proceso</p>	<p>Comités Técnicos de Políticas Públicas</p>	<p>de</p>	<p>- Evento de socialización de resultados - Libro publicado en físico o en la Página WEB</p>	<p>La estructura del documento de política pública debe contener los siguientes capítulos: Diagnóstico situacional, Fundamento conceptual y normativo de la Política, Objetivos de la Política, Líneas Estratégicas de la Política, plan de acción, Sistema de Seguimiento y Evaluación de la Política y marco institucional.</p>
<p>Elaborar y legalizar la Resolución para adoptar el Plan de Acción de la Política Pública</p>	<p>Comités Técnicos de Políticas Públicas</p>	<p>de</p>	<p>- Plan de Acción Cuatrienal para la Implementación de Políticas Públicas - Resolución de adopción del Plan de Acción</p>	<p>El Plan de Acción Cuatrienal para la implementación de la Política Pública, deberá ser adoptado por Acto Administrativo dentro de los 60 días calendario, siguientes a la fecha de publicación de dicho Decreto o Acuerdo.</p>





4.1.4 Metodología “Competitividad turística” de Geoffrey Croutch & Brent Ritchie.

Como se referenció al principio del Plan, se busca un complemento entre lo clásico y lo moderno del turismo, por tal razón, el modelo teórico contemporáneo se desea establecer desde la planificación estratégica para la competitividad y la sostenibilidad; los autores o expositores que marcan la pauta en éste sentido son Geoffrey Croutch y Brent Ritchie, quienes contemplan las siguientes definiciones:

Por **Factores de Atracción** se entienden los elementos primarios del atractivo que son los que, en principio, convocan a que una persona considere visitar el destino.

Están representados en los recursos naturales, en la cultura, considerando todas las expresiones que hacen diferente y caracterizan a una comunidad; su tradición, historia, los acontecimientos especiales y eventos que allí se llevan a cabo y el entretenimiento que ofrecen a disposición del turista o visitante.

Sus variables de análisis son:

- Vocación turística del destino
- Atractivos turísticos
- Clústers y microclústers (Complejos turísticos)
- Rutas y circuitos
- Factor ambiental

Los **Factores de Soporte** son los relacionados con las condiciones económicas, políticas y sociales, particulares del departamento y que son determinantes para el desarrollo turístico.

Incluye los antecedentes que ha tenido el sector y que han incidido en su desarrollo como Planes Sectoriales, Convenios de Competitividad, Visiones Compartidas de Región y el Marco Legal en que el mismo se ha desarrollado.

Otro tema que incluye este factor tiene que ver con el nivel de conectividad de todo tipo, el estado de su conectividad vial, sea por carretera o vías férreas, la calidad y capacidad del aeropuerto que sirve la zona, la fluvial y las redes que les permitan una conectividad virtual, que en el turismo de hoy son vitales para su crecimiento.

Sus variables de análisis son:

- Condiciones generales del destino





- Conectividad y accesibilidad
- Infraestructura
- Ordenamiento territorial
- Comunidad receptora (Cultura turística)
- Gestión Marketing (Análisis Demanda actual y potencial, esfuerzos de posicionamiento, análisis variables del marketing)
- Gestión institucional (Mapa de actores estratégicos, análisis superestructura del turismo)

El **Factor de Producción** es el que analiza la oferta de prestadores de servicios turísticos, el nivel de formalización frente a las inscripciones en el Registro Nacional de Turismo RNT y presenta el estado de este entramado de empresas que conforman el sector. Mediante encuestas y visitas a los sitios se determinó la calidad de los servicios ofrecidos, el desarrollo de la cultura organizacional, la formación del equipo, entre otros.

Sus variables de análisis son:

- Estructura empresarial (Desde la oferta)
- Formación y capacitación (Academia para el turismo)

Y en lo relativo a los **Factores de Gestión**, se valora la gestión del destino frente a las acciones que se desarrollan para el crecimiento del sector, en aspectos relacionados con sus canales de comercialización y promoción, la demanda y oferta. Igualmente se analizó la relación entre los diferentes actores del sector público y privado que tienen que ver con el desarrollo del sector”.

Sus variables de análisis son:

- Gestión Marketing (Análisis Demanda actual y potencial, esfuerzos de posicionamiento, análisis variables del marketing)
- Gestión institucional (Mapa de actores estratégicos, análisis superestructura del turismo)

Es una propuesta metodológica que resulta conveniente para las condiciones y dinámicas contemporáneas, que se ilustra a continuación:





Modelo de competitividad turística – Elaboración propia.

VARIABLES DE ANÁLISIS POR FACTOR

FACTOR DE ATRACCIÓN

- Vocación turística del destino
- Atractivos turísticos
- Clústers y microclústers (Complejos turísticos)
- Rutas y circuitos
- Factor ambiental

Al articular la metodología del DNP con la propuesta de planificación para la competitividad turística que hacen los autores Geoffrey Croutch & Brent Ritchie (2003), se tiene el siguiente cuadro metodológico:

Fase	Componente	Acción	Actividades
Fase 1	El proceso Diagnóstico Sectorial	Síntesis Diagnóstica de los factores básicos del turismo	Formulación del árbol del problema y evaluación diagnóstica de cada factor básico del turismo



Fase 2	El proceso de formulación – Componente estratégico	Validación de cada factor de competitividad turística	Formulación del árbol de objetivos y lineamientos estratégicos metodología del marco lógico con la herramienta de escenarios. Formulación del documento final del componente estratégico
Fase 3	El proceso de formulación – Componente de gestión	Empoderamiento institucional del turismo para la gestión y el desarrollo local. Formulación de la Política pública de turismo.	Aplicación de lineamientos para el diseño de la política pública y Ciclo de movilización y gestión para la política pública

4.1.5 Metodología para la política pública de turismo del municipio de Palmira.

Basados en las metodologías antes referenciadas, el equipo consultor junto con la administración municipal propone un esquema metodológico para la formulación ajustada a los requerimientos planteados, consolidando su fase estratégica de manera que pueda darse continuidad al proceso por parte de la dirección de emprendimiento y desarrollo económico:





Fase II. Formulación

1. Selección de alternativas posibles y análisis estratégico:

- a. Identificación de la problemática. Resumen consolidado por factor basado en el diagnóstico de la fase I.
- b. Formulación del árbol de problemas por factor.

2. Componente estratégico: Propuesta estratégica.

- a. Formulación del árbol de objetivos.
- b. Misión y Visión de la política pública de turismo de Palmira.
- c. Lineamientos y acciones estratégicos de la política pública.

/-/





5. FASE I. LA AGENDA PÚBLICA: INSUMOS + DIAGNÓSTICO

5.1 MARCO NORMATIVO Y LEGAL

El municipio de Palmira, Valle del Cauca en el desarrollo de sus actividades turísticas, se ha articulado con los lineamientos nacionales, departamentales y municipales, para que la ciudad con su plan de acción atemperado a la dinámica sectorial integral, garantice una viabilidad conceptual y estructural donde se faciliten estrategias y proyectos que se desarrollen a corto, mediano y largo plazo. Se mencionan los principales referentes normativos y legales:

- OOBJETIVOS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS – PNUD // Naciones Unidas:

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), también conocidos como Objetivos Mundiales, son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad.

Estos 17 Objetivos se basan en los logros de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, incluyendo nuevas esferas como el cambio climático, la desigualdad económica, la innovación, el consumo sostenible y la paz y la justicia, entre otras prioridades. Los ODS conllevan un espíritu de colaboración y pragmatismo para elegir las mejores opciones con el fin de mejorar la vida, de manera sostenible, para las generaciones futuras.

Los ODS constituyen una ambiciosa agenda mundial en favor de las personas, el planeta, la prosperidad y la paz mediante la creación de alianzas. Su finalidad es poner fin a la pobreza, combatir las desigualdades y las injusticias y hacer frente al cambio climático en el período comprendido hasta 2030. La relevancia económica del sector turístico, que representa hasta un 10 % del PIB y el empleo mundial, hace que sea esencial aprovechar todo su potencial para progresar en la consecución de los ODS.

«El turismo desempeña un papel fundamental en muchos - si no en todos - de los 17 Objetivos», afirmó el Secretario General de la OMT, Zurab Pololikashvili. «El sector turístico ha alcanzado su madurez como una actividad económica transversal con ramificaciones sociales muy profundas, y esta plataforma ofrece a la comunidad global del turismo





un espacio de creación conjunta para participar y cumplir con la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible», añadió.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



- LEY 300 DE 1996: “Rige el turismo nacional bajo 9 principios generales de concertación, coordinación descentralización, planeación, protección al ambiente, desarrollo social, libertad empresarial, protección al consumidor y fomento; incorpora aspectos de relevancia para el desarrollo del turismo como: descentralización de las funciones, planeación del sector, turismo de interés social, el mercadeo del sector, la promoción y cooperación internacional, los prestadores de servicios turísticos y algunas disposiciones finales”
- LEY 1101 DE 2006: “Modifica la ley general de turismo. Con el ánimo de adquirir mayores recursos para la promoción y competitividad del sector, por medio de la contribución para fiscal y su destinación al turismo como inversión social, propone dentro de sus lineamientos aumentar la base de contribuyentes para el sector y recaudar un impuesto a los turistas extranjeros; igualmente reglamenta el uso de los recursos y la administración del Fondo de Promoción Turística”
- LEY 1558 DE 2012: Modifica la ley general de turismo y la ley 1101 de 2006. Con el ánimo de dictar otras disposiciones para mejorar la calidad y la competitividad en el sector, por medio de nuevos contribuyentes a la





parafiscalidad, suspensión de incentivos tributarios, protección al consumidor, control a la para hotelería, organización de playas, entre otras.

- CONPES 3397: “Conocido como el Conpes de Turismo, contiene los lineamientos para el desarrollo integral del sector en el país, partiendo de un diagnóstico general (para ese entonces), Propone 6 estrategias para alcanzar su objetivo principal:
 1. Fortalecimiento institucional necesario para el desarrollo de la actividad.
 2. Mejoramiento de las condiciones de seguridad para los viajeros.
 3. Establecimiento de una campaña agresiva y sostenida de promoción y mercadeo.
 4. Preparación de la oferta turística
 5. Formación del recurso humano y sensibilización turística.
 6. Consolidación de un sistema de información turística que permita formular políticas de gobierno y el uso de tecnologías de la información y la comunicación”.

- PLAN NACIONAL DE DESARROLLO “Todos por un nuevo País” 2014 – 2018: El propósito del plan es que el país brinde una contribución a la paz, la equidad, y la educación; paz para que la sociedad cierre capítulos de violencia y genere calidad de vida, equidad para que la estabilidad socio-económica sea apta para las condiciones humanas, y educación para que en conjunto con lo anterior los ciudadanos generen soluciones a los conflictos sin necesidad de llegar a la violencia. Las 5 estrategias del momento daban cumplimiento a los objetivos planteados en el plan, las estrategias son:
 1. Infraestructura y competitividad estratégicas.
 2. Movilidad social.
 3. Transformación del campo y crecimiento verde.
 4. Consolidación del Estado Social de Derecho.
 5. Buen gobierno.

Lo que evidencia que el país necesita una organización territorial para lograr armonizar los objetivos de la política con las regiones y se logre acciones y recursos para el mismo.

- PLAN SECTORIAL DE TURISMO “Turismo para la construcción de paz 2014 - 2018”: Juega un papel importante en el progreso turístico del país, ya que





el turismo está tomando un fuerte posicionamiento en el desarrollo social, económico y en la nueva visión destinada para el país en el año 2025 donde el gobierno está apostando por una Colombia en paz, con equidad y educada.

Lo anterior se genera una transformación en el territorio y así está demostrado en el plan nacional de desarrollo y en el objetivo principal de este plan el cual es: “Posicionar a Colombia como destino turístico sostenible y sustentable, reconocido en los mercados mundiales y valorado en los mercados nacionales, por su multiculturalidad y megadiversidad, con oferta latamente competitiva que lleve a su máximo nivel a la industria de los viajes y al turismo como potenciador del desarrollo regional y constructor de paz.”

Este objetivo tiene cumplimiento con 3 estrategias planteadas y de las cuales se derivan unas acciones concretas que tiene como fin la armonía de todo el plan sectorial; estas estrategias son:

- Turismo responsable y sostenible.
- Cultura turística.
- turismo para la construcción de paz.

Por lo que se concluye que en el territorio nacional es necesario continuar fortaleciéndolo de tal manera que aumente la inversión, el empleo y calidad de vida.

- PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2018 - 2022 “TURISMO: EL PROPÓSITO QUE NOS UNE”. MINISTERIOS DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO – MINCIT: “...Dado el enfoque transversal del turismo, su importancia como industria y para los territorios, los diferentes pactos del PND contemplan acciones que fortalecerán al sector integralmente, en materia de política social, legalidad y especialmente, en materia de emprendimiento y productividad. Igualmente, los alcances de los pactos referentes a sostenibilidad, innovación, transporte, transformación digital, identidad, creatividad y construcción de paz, contienen estrategias y acciones que mejorarán la competitividad del sector turístico colombiano.

Sin embargo, las acciones puntuales de política pública de turismo se contemplan en el PND en el Pacto II, “Pacto por el emprendimiento y la productividad: una economía dinámica, incluyente y sostenible que potencie todos nuestros talentos”, en la línea C, “Un mundo de





posibilidades: aprovechamiento de mercados internacionales y atracción de inversiones productivas”, en el numeral C, “Impulsar la productividad, generación de valor y sostenibilidad del turismo en las empresas, destinos y comunidades

Con esta premisa, el objetivo del presente Plan Sectorial de Turismo 2018 - 2022 “Turismo: el propósito que nos une”, es el de mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico a partir de iniciativas de fortalecimiento de la productividad, la generación de valor y la corresponsabilidad entre los actores del sector turismo, así como su posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales.

De esta manera, se busca promover mayor eficiencia y articulación en la relación entre la oferta y la demanda, así como maximizar los beneficios del turismo en la productividad empresarial, la equidad territorial y la calidad de vida de las comunidades receptoras.

Para lograr este objetivo, este plan establece seis grandes líneas estratégicas del Gobierno Nacional para el cuatrienio 2018 -2022 que definen la ruta de actuación que, a mediano y largo plazo, solucionen los cuellos de botella que enfrenta el sector. Las líneas estratégicas son:

1. Generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo.
 2. Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística del país.
 3. Más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo.
 4. Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo.
 5. Fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo.
 6. Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad.
- PLAN DE DESARROLLO DEL VALLE DEL CAUCA 2016 – 2019 “El valle está en vos”: Este plan establece tres pilares para el desarrollo del departamento, los cuales son permeados por las dimensiones del desarrollo territorial. La formulación del plan ha tenido en cuenta cada uno de sus pilares, la articulación con los Sectores de Desarrollo establecidos por el Departamento Nacional de Planeación, así como las Rutas Especializadas de la Planificación sugerida por la misma entidad, los





Objetivos del Desarrollo Sostenible, hacia los cuales se entran orientados el plan, a través de las diferentes metas planteadas en el mismo, para cerrar con la articulación con el Plan Nacional de Desarrollo 2014 – 2018 “Todos por un nuevo país”.

Visión

El Valle del Cauca, al 2019, será un departamento líder, nacional e internacional, en desarrollo humano, paz y reconciliación; con una gestión pública transparente, participativa, plural, eficiente y con alto compromiso social; que promueva el desarrollo sostenible, garantía de la conservación del capital natural, rico en biodiversidad, servicios ecosistémicos, riqueza étnico-cultural; con fuerza productiva, turística, infraestructura, tecnología, atractivo para la inversión; que incentive la innovación, el emprendimiento, la cooperación, la equidad, la convergencia regional y la competitividad para la integración global de la región Pacífico con el mundo.

Misión

Recuperar el liderazgo del departamento fomentando los valores de transparencia, buen gobierno, y la participación activa a nivel nacional e internacional, mediante la implementación de dinámicas sociales, políticas, económicas e institucionales para fortalecer la capacidad institucional y de inversión con el fin de responder a los desafíos del entorno y lograr mayores niveles de competitividad, seguridad, paz y convivencia, equidad y sostenibilidad, del medio ambiente que permitan mejorar la calidad de vida de los Vallecaucanos.

- ORDENANZA No. DEL 2019 “POR MEDIO DE LA CUAL SE ESTABLECE LA POLITICA PÚBLICA DE TURISMO DEL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”

ARTICULO 2.- OBJETIVO GENERAL DE LA POLITICA PÚBLICA DE TURISMO. Consolidar el destino Valle del Cauca mediante la gestión efectiva de un proceso de desarrollo turístico integral, con alto impacto económico, social y territorial, liderado por las instancias gubernamentales del departamento articulado con el sector privado, la academia y con las comunidades, que se caracterice por ser incluyente, competitivo y planificado. Bajo un modelo de turismo sostenible, competitivo e innovador.





ARTÍCULO 3.- OBJETIVOS ESPECIFICOS. Para el fortalecimiento del sector turístico, la presente Política Pública se deberá centralizar en objetivos específicos que permitan consolidar el proceso de desarrollo turístico departamental: a. Fortalecer el liderazgo y la capacidad ejecutora del gobierno Departamental en la gestión del desarrollo del turismo. b. Concertar con los actores correspondientes acciones que propendan por el reconocimiento, investigación, conservación, protección, recuperación, uso sostenible y divulgación de los recursos y atractivos de tipo natural y cultural en el Valle del Cauca. c. Reforzar el turismo vallecaucano como una actividad económica planificada con competitividad, productividad, innovación, emprendimiento y desarrollo que por su acción transversal promueve la asociatividad e innovación social al tiempo que dinamiza otros sectores de la economía.

ARTÍCULO 4.- PRINCIPIOS: La implementación de la presente Política Pública de Turismo deberá adelantarse con los siguientes principios: 1. Concertación. En virtud del cual las decisiones y actividades del sector se socializarán en acuerdos para asumir responsabilidades, esfuerzos y recursos entre los diferentes agentes comprometidos, tanto del sector estatal como del sector privado nacional e internacional para el logro de los objetivos comunes que benefician el turismo. Las comunidades se constituyen en parte y sujeto de consulta en procesos de toma de decisiones en circunstancias que así lo ameriten, para ello se acudirá al consentimiento previo libre e informado como instrumento jurídico ajustado al marco internacional de Naciones Unidas. 2. Coordinación. En virtud del cual las entidades públicas que integran el sector turismo actuarán en forma coordinada en el ejercicio de sus funciones. 3. Descentralización. En virtud del cual la actividad turística es responsabilidad de los diferentes niveles del Estado en sus áreas de competencia. 4. Planeación. En virtud del cual las actividades turísticas serán desarrolladas de acuerdo con el plan sectorial de turismo, el cual formará parte del plan de desarrollo departamental. **5. Libertad de empresa.** En virtud del cual, y de conformidad con lo establecido en el artículo 333 de la Constitución Política, el turismo es una industria de servicios de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, sujeta a los requisitos establecidos en la ley y en sus normas reglamentarias. Las autoridades de turismo en los niveles nacional y territorial preservarán el mercado libre, la competencia abierta y leal, así como la libertad de empresa dentro de un marco normativo de





idoneidad, responsabilidad y relación equilibrada con los usuarios. **6. Fomento.** En virtud del cual el Estado protegerá y otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades turísticas, recreacionales y en general, todo lo relacionado con esta actividad en todo el territorio nacional. **7. Facilitación.** En virtud del cual los distintos organismos relacionados directa o indirectamente con la actividad turística, simplificarán y allanarán los trámites y procesos que el consejo superior de turismo identifique como obstáculos para el desarrollo del turismo. **8. Desarrollo Sostenible** El turismo conforme al artículo 52 de la Constitución Política, es un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades. El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. La determinación de la capacidad de carga constituye un elemento fundamental de la aplicación de este principio. El desarrollo sostenible se aplica en tres ejes básicos: ambiental, sociocultural y económico. **9. Calidad.** En virtud del cual, es prioridad optimizar la calidad de los destinos y de los servicios turísticos en todas sus áreas, con el fin de aumentar la competitividad del destino y satisfacer la demanda nacional e internacional. **10. Competitividad.** En virtud del cual, el desarrollo del turismo requiere propiciar las condiciones necesarias para el mejoramiento continuo de la industria turística, de forma que mediante el incremento de la demanda genere riqueza y fomente la inversión de capital nacional y extranjero. **11. Accesibilidad.** En virtud del cual, es deber del sector turístico propender conforme al artículo 13 de la Constitución Política, la eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los sectores de la sociedad, incentivando la equiparación de oportunidades. **12. Protección al consumidor.** Con miras al cabal desarrollo del turismo, el consumidor será objeto de protección específica por parte de las entidades públicas y privadas. **13. Universalidad.** Busca garantizar a todos los ciudadanos, las protecciones y apoyos fundamentales para que participen plenamente de una amplia y justa distribución de los beneficios económicos y sociales de la política sectorial. La universalidad genera cohesión social y pertenencia y, en última instancia, la gobernabilidad indispensable para la construcción de un consenso alrededor de los temas pertinentes a las implicaciones sociales y económicas de la actividad turística. **14.**





Formación: en virtud del cual el turismo constituye una oportunidad para brindar formación y sensibilización a los visitantes, al igual que la identidad de la comunidad anfitriona como una herramienta pedagógica inmersa en sector educativo. 15. Derechos Humanos: El Departamento deberá promover y garantizar la implementación y ejecución de la estrategia nacional de prevención de la ESCNNA (explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes) de conformidad con lo establecido en la ley 1336 del 2009, resolución 3840 de 2009 del MINCIT, el plan sectorial del turismo 2018, 2022 y demás normas concordantes.

- PALMIRA: PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2016 – 2019 “Por una Palmira Segura, Competitiva y Moderna”: El enfoque del momento en este plan está orientado hacia el desarrollo humano y sostenible, con énfasis en la inversión social para que la población esté en el centro del desarrollo del municipio contando con mayor acceso y disfrute de los servicios con calidad.

Los siguientes pilares constituyen las dimensiones las políticas, y demás aspectos del componente estratégico del plan:

1. Programa de gobierno.
2. Objetivos de desarrollo sostenible.
3. Competitividad.
4. Paz.
5. Impacto poblacional.

Ejes transversales:

- o Innovación en el modelo de gestión pública territorial.
- o Visibilidad de todos los grupos y sectores de la población.
- o Buen gobierno y gobernanza.
- o Sostenibilidad y resiliencia.

Para este plan municipal se realizó el plan de ejecución en el 2017 llamado “Planificación y fomento del turismo en la ciudad de Palmira – Valle del Cauca” en el cual se designaron, entre otras, las siguientes funciones, compromisos y acciones que la dirección de emprendimiento debe desarrollar en el campo turístico. Funciones:

8. Formular la política pública de turismo municipal, y el Plan Decenal de Turismo 2016 – 2026. Proyección e infraestructura turística y promoción.





9. Ejecutar las políticas, planes y programas de desarrollo del sector turístico, aprovechando los recursos, atractivos y ventajas del Municipio.
10. Trabajo conjunto con la Secretaría de Cultura para posicionar turísticamente a Palmira (Diseñar, implementar y evaluar planes, proyectos y programas)
11. Estrategias y Programas que lleven a la Implementación de:
 - Plan de Desarrollo Turístico • El producto turístico • Articulación con las empresas del sector.

Subprog.	Obj. Subprog.	Meta de Producto
Palmira Atractiva al Turismo	Hacer atractivo el municipio al turista mediante una imagen de territorio amable, próspero y sostenible.	2 Puntos de Información Turística ubicados y en operación
		50 Prestadores de Servicios Turísticos con acompañamiento institucional
		4 Corredores turísticos con acompañamiento institucional para su desarrollo
		1 Política de Turismo formulada
		5 Acciones ejecutadas promocionales del turismo
		2 Alianzas estratégicas formalizadas para el fomento y desarrollo del sector turístico

Subprog.	Meta de Producto	ICLD	
Palmira Atractiva al Turismo	2 Puntos de Información Turística ubicados y en operación	50.000.000	S
	50 Prestadores de Servicios Turísticos con acompañamiento institucional	40.000.000	P
	4 Corredores turísticos con acompañamiento institucional para su desarrollo	481.268.694	A
	1 Política de Turismo formulada	200.000.000	
	5 Acciones ejecutadas promocionales del turismo	400.000.000	G
	2 Alianzas estratégicas formalizadas para el fomento y desarrollo del sector turístico	150.000.000	

\$1.321.268.694





Acciones

1. Investigación e identificación de antecedentes.
2. Formulación de la política de turismo municipal y del plan de desarrollo de turismo municipal para el periodo 2020 – 2030 y su adopción por acuerdo municipal.
3. Fortalecimiento interno: capacitación del equipo de trabajo de la Oficina de Turismo de la Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial – Administración Municipal.
4. Gestión para articular con otras dependencias municipales
5. Participación y visibilización en espacios sectoriales
6. Gestión interinstitucional sectorial – Departamental y Nacional
7. Articulación con otros municipios para trabajo conjunto.”

5.2 DIAGNÓSTICO DEL ESTADO DE DESARROLLO DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO PALMIRA

5.2.1 Reseña desde 2008

El Plan de desarrollo municipal, 2008 – 2011, para el sector turístico de Palmira se enfocó en la búsqueda de inversión y en el planteamiento de una política propia sectorial, que direccionara el desarrollo turístico de y permitiera generar instrumentos de planificación y desarrollo derivados.

Al evaluar el plan de desarrollo municipal 2012 – 2015, se observa que hasta el momento, no se cuenta con un direccionamiento claro y específico que lo determine, soporte y oriente, las premisas son sustentabilidad ambiental para un desarrollo socio – económico, cultura ciudadana y apropiación del patrimonio cultural y natural, competitividad e innovación empresarial pero los avances han sido realmente limitados, por lo que la administración actual, realiza el esfuerzo de encontrar soluciones concretas que coadyuven al desarrollo turístico del Palmira y se pueda posesionar como uno de los destinos preferenciales de Colombia y el Valle del Cauca.

En el Plan sectorial 2011-2021 (no oficial) se planteaba el fortalecimiento institucional, el desarrollo sostenible y la creación de la infraestructura adecuada para el desarrollo de productos y de la inversión. También se han detectado otras dificultades que no son de menor importancia como: la Ausencia de stand con información turística de Palmira en el sector aledaño al Aeropuerto Internacional de Palmaseca ni en la propia ciudad; las condiciones de infraestructura para la actividad turística son insuficientes, se





aprecia un alto grado de Informalidad en las agencias de viaje y operadores turísticos; ausencia de un plan estratégico de desarrollo turístico de Palmira; falta de monitoreo y seguimiento al sector turístico; existe conflicto entre las discotecas y el Plan de Ordenamiento Territorial (POT); no hay un icono que identifique a Palmira como sitio turístico ni marca del destino.

La misión y visión plasmada en el plan sectorial 2011- 2021 (no oficial) no corresponden con las necesidades que se vislumbran en 2017 y al evaluar el estado actual del proceso de desarrollo del turismo es acertado concluir que las siguientes estrategias propuestas han sido medianamente cumplidas.

En el caso de la matriz DOFA aplicada en el 2012, enfocada a los factores de gestión atracción, producción, ambiental y soportes se identificó un potencial importante el cual no fue nunca priorizado dentro de la gestión de la administración, haciendo que no se llevara a cabo la ejecución ni la implementación de las estrategias planteadas.

Por lo anterior, este esfuerzo, por parte de la actual administración municipal, de modificar el presente evaluado, por un futuro deseado que se planifica y orienta desde el hoy, procurando una ruta viable, a partir de un horizonte de oportunidades que se abren y requieren de un liderazgo, dinámico, comprometido y competente.

5.2.2 Sobre el Diagnóstico realizado

El diagnóstico fue realizado en un periodo de dos meses, en el que se realizó un sondeo liderado por este equipo consultor siendo acompañado por las autoridades de la Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial, regente de turismo en actualidad.

Este sondeo se aplicó entre los prestadores de servicios turísticos y otros actores de la comunidad turística, durante los talleres programados para el proceso de planificación.

Metodológicamente se aprovecharon espacios y momentos de encuentro con los diferentes actores convocados y derivado de la priorización de intereses, el equipo técnico a cargo diseñó y aplicó diferentes instrumentos para la recopilación de información. A continuación, se mencionan las temáticas abordadas y que se plantearon en los instrumentos aplicados:





1. Análisis sectorial de Palmira.
2. La oferta actual.
3. El desarrollo del producto.
4. Cultura turística.
5. Análisis de los factores de competitividad.
6. Construcción de Visión.

Propuestas para el desarrollo

Se aplicaron otros instrumentos denominados "Otros puntos de Vista" (OPV) que aportan insumos relevantes para la toma de decisiones y permite obtener los diferentes puntos de vista de los actores involucrados, lo que facilita el análisis de las alternativas posibles. Las sesiones convocadas para esto, exigen una labor más dedicada, planeada y monitoreada que exige liderazgo y orientación por parte de los facilitadores y del apoyo de las autoridades de turismo, las cuales hacen parte activa de las dinámicas adelantadas.

Se realizaron alrededor de 10 talleres con los actores locales teniendo como objetivos:

- a) Conocer cuál era el imaginario sobre el futuro del turismo en Palmira.
- b) Conocer los niveles de relación entre los diferentes actores.
- c) Visibilizar las necesidades actuales y potenciales del destino Palmira y su cadena productiva asociada.

Para los talleres, también se tuvo presente las siguientes referencias estratégicas, tenidas en cuenta para el análisis y el diálogo entre los participantes:

1. Fortalecer la actividad turística sostenible en todos los ámbitos
2. Establecer un sistema adecuado de administración del turismo
3. Transformar el sistema turístico de Palmira hacia el turismo sostenible
4. Instrumentalizar la actividad turística para contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio
5. Modernizar los elementos necesarios para la creación, mejora y consolidación de los destinos turísticos de Palmira
6. Innovar productos turísticos y desarrollar mercadeo estratégico con gestión.
7. Fortalecer microempresas, pequeñas empresas y comunidades turísticas
8. Desarrollar inteligencia e información estratégica y operativa





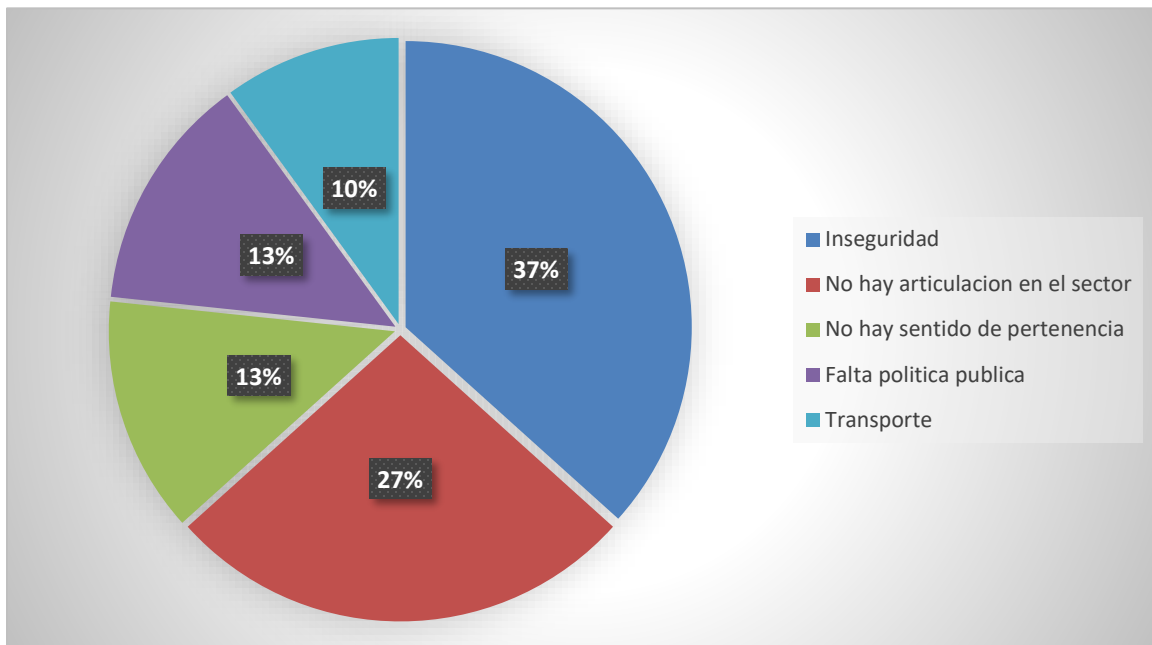
9. Fortalecer y sistematizar la gestión de promoción y mercadeo turístico del Municipio
10. Capacitar y brindar formación integral en turismo sostenible
11. Establecer mecanismos de consecución de fondos, incentivos económicos y mecanismos financieros y no financieros, sistemas de microcrédito y de dinamización empresarial.

5.2.3 Los Resultados obtenidos

Luego de las diferentes jornadas de interacción con los prestadores de servicios y miembros de la comunidad turística, se obtuvieron los siguientes resultados.

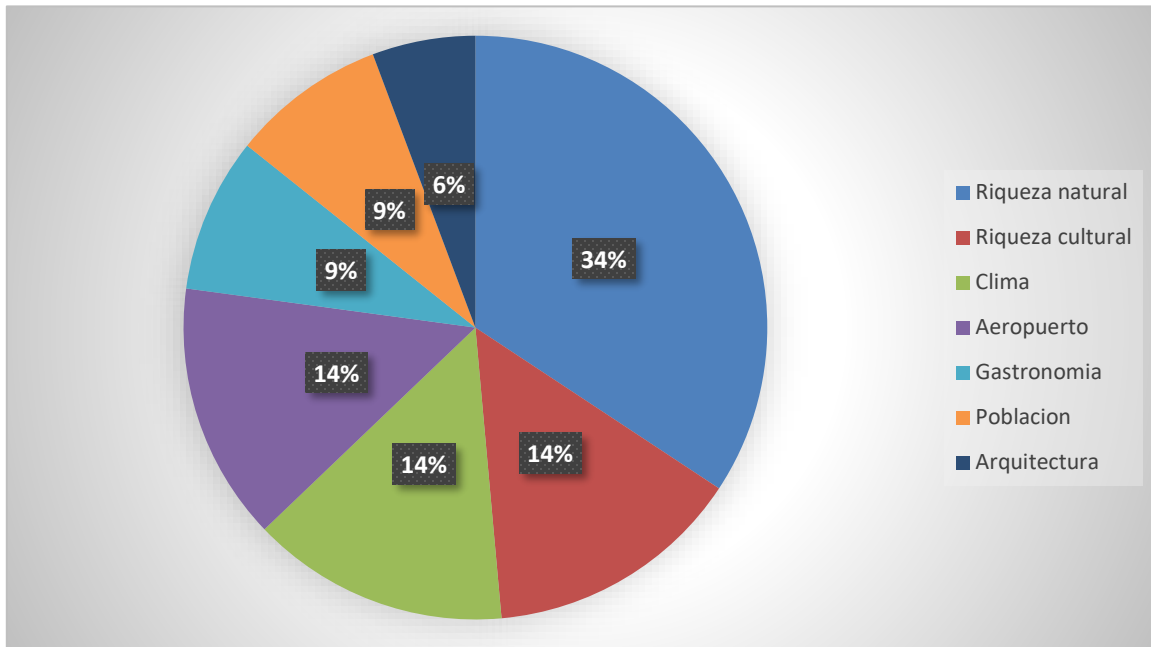
2.4.1.1 Primera Encuesta: Taller de socialización y análisis sectorial.

1. ¿Cuáles considera que son las tres principales problemáticas que afectan el desarrollo turístico del municipio de Palmira? Explique brevemente porque:

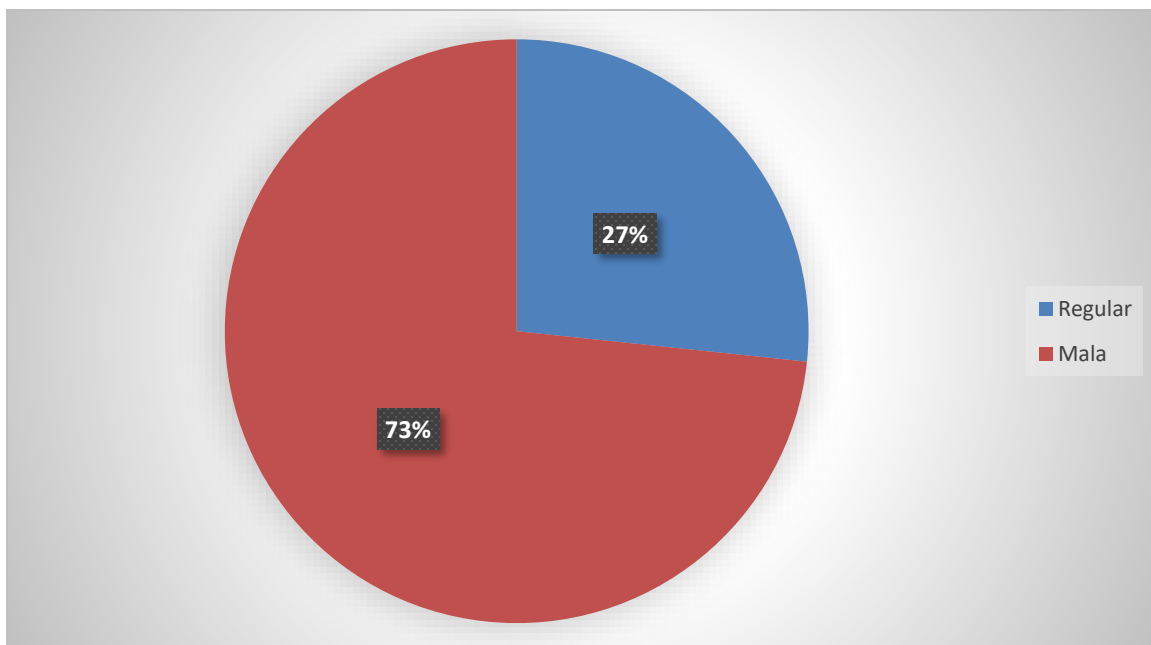




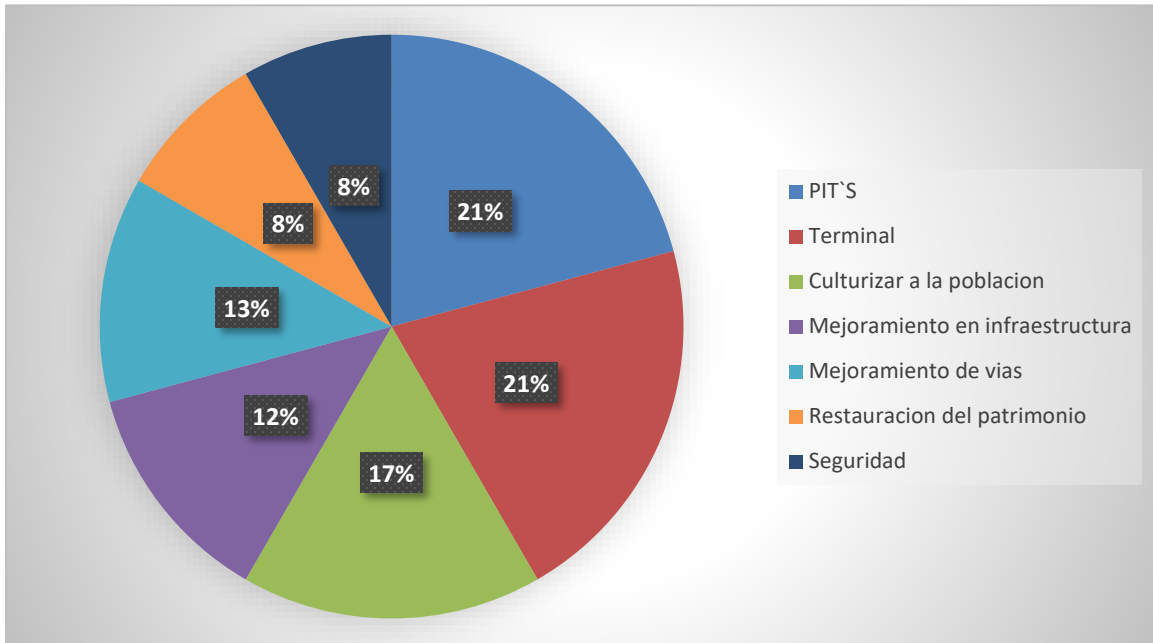
2. Por favor indique las tres principales fortalezas y las tres principales debilidades relacionadas con el desarrollo turístico en Palmira:



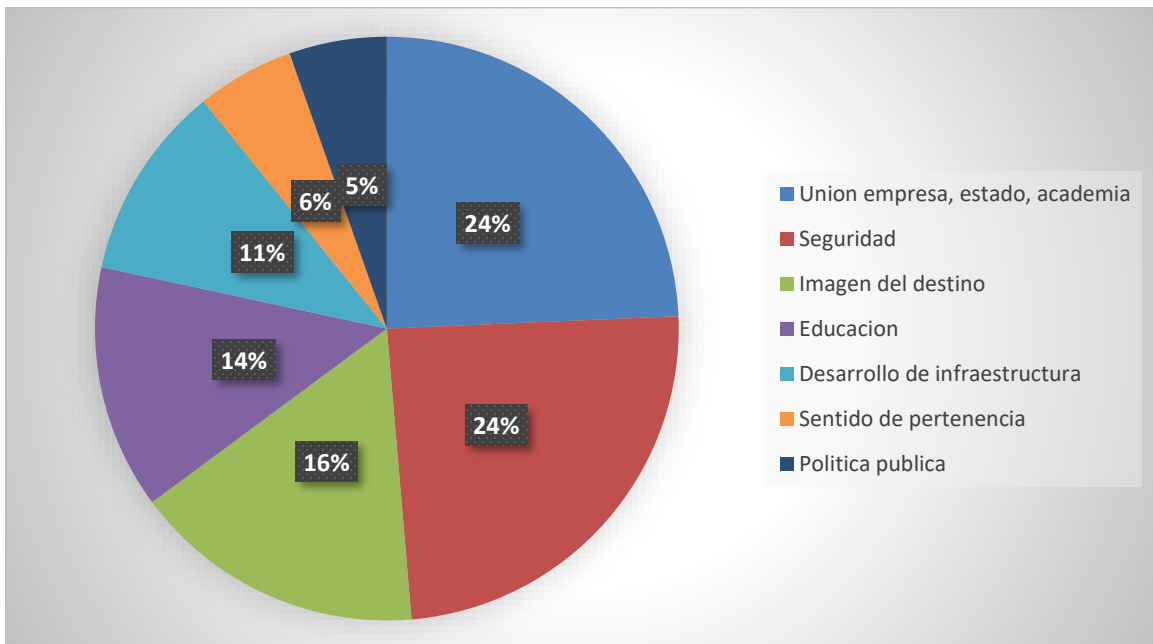
3. Como considera que son las relaciones entre los actores turísticos: empresarios, turistas, gremios, sector público con la comunidad residente en el municipio de Palmira, por favor comente:



4. Por favor indíquenos tres proyectos que usted considere prioritarios para el desarrollo turístico de Palmira:

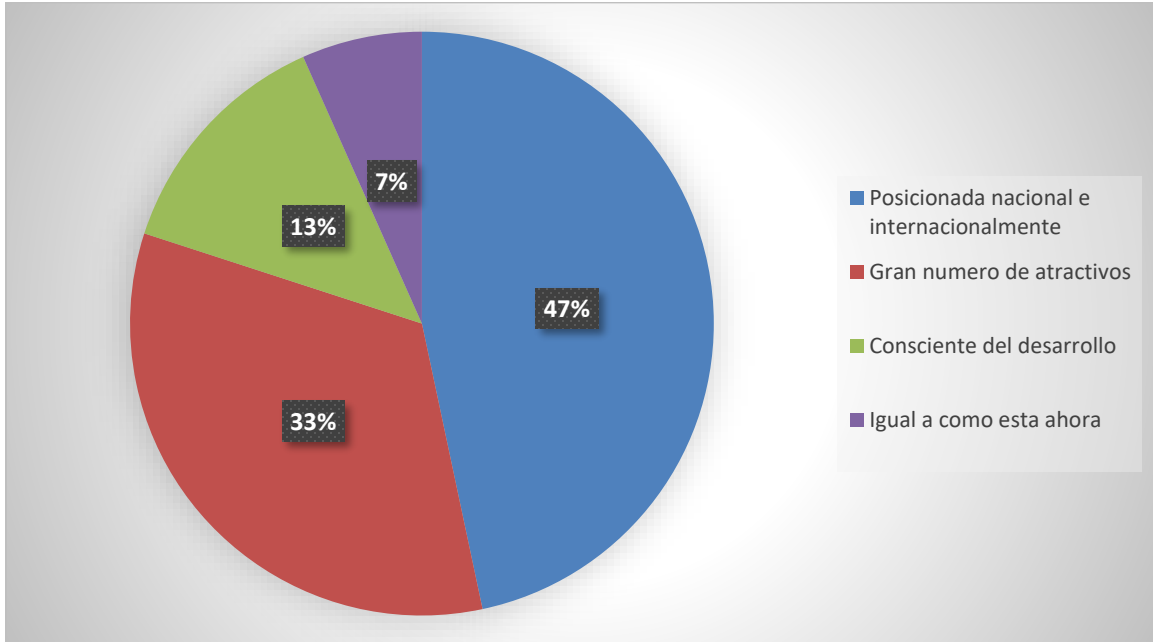


5. ¿Enumere los tres principales retos que considera que son estratégicos para el desarrollo turístico de Palmira en los próximos 5 años?

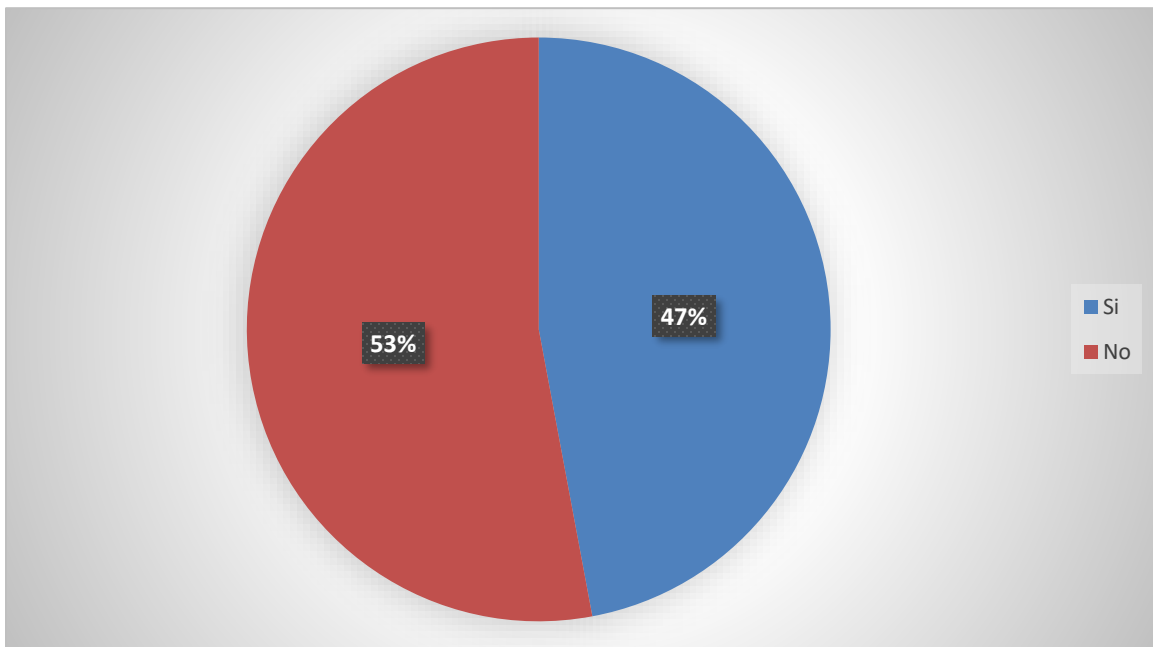




6. ¿Dónde considera que debe estar Palmira en términos de desarrollo turístico en diez años?

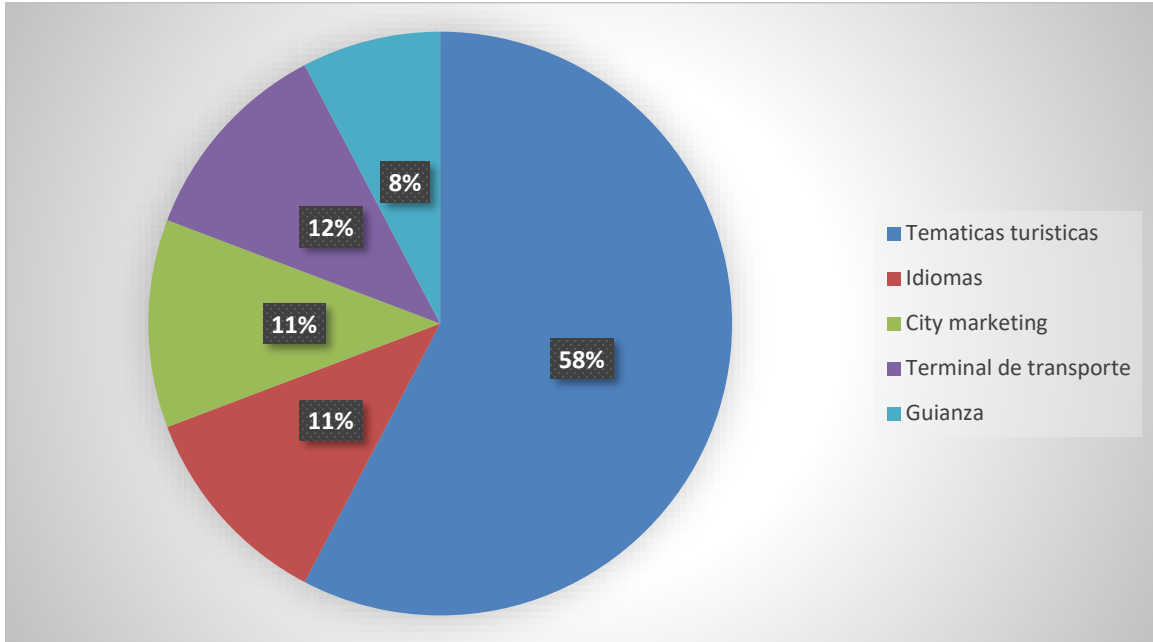


7. ¿Conoce en el destino de alianzas o convenios entre actores, que soporten el desarrollo del turismo? Mencione objetivo y participantes.

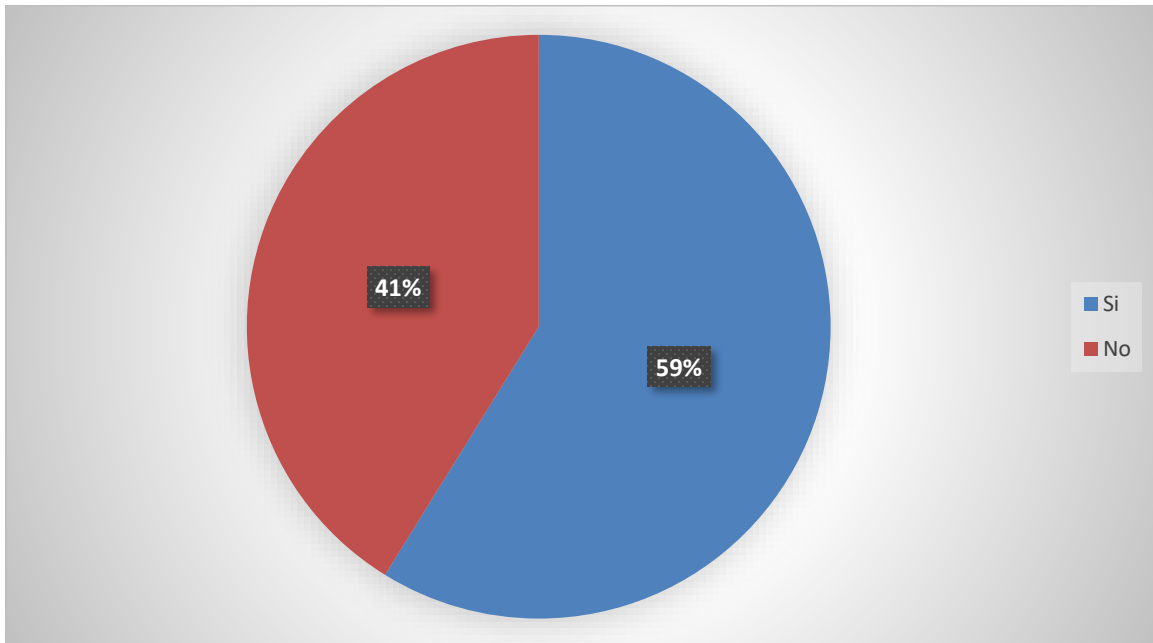




8. Por favor indíquenos 3 proyectos que usted considere estratégicos para el desarrollo turístico en Palmira:



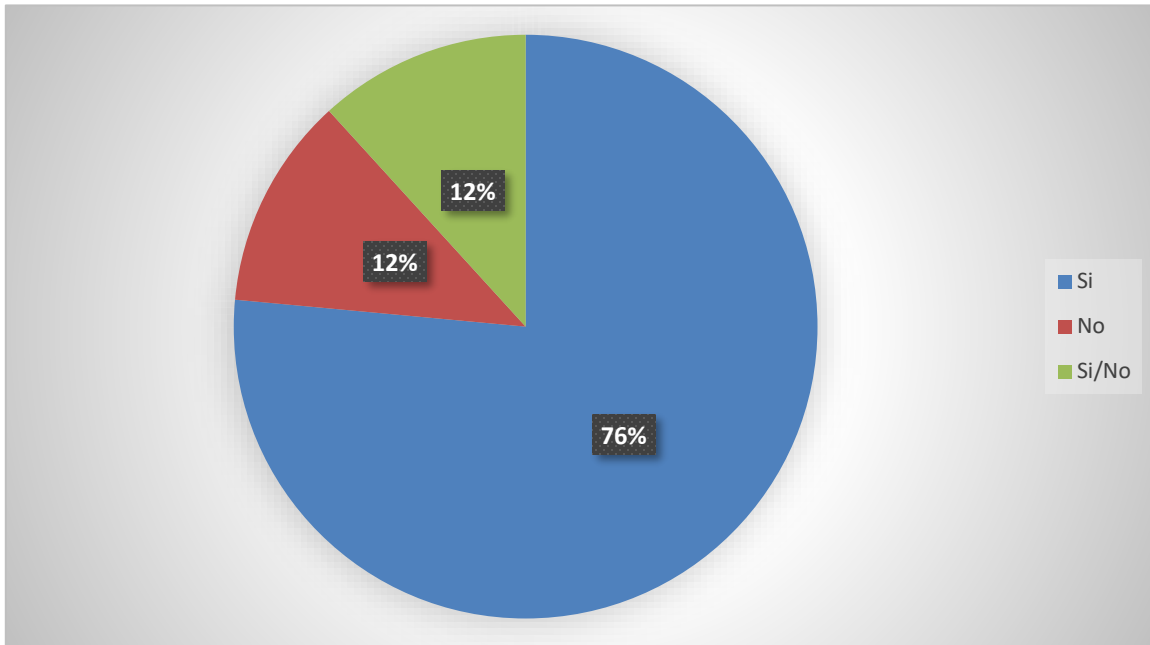
9. ¿Conoce algún proyecto que se encuentre en proceso de ejecución y que aporten al desarrollo turístico del destino? por favor descríballo:



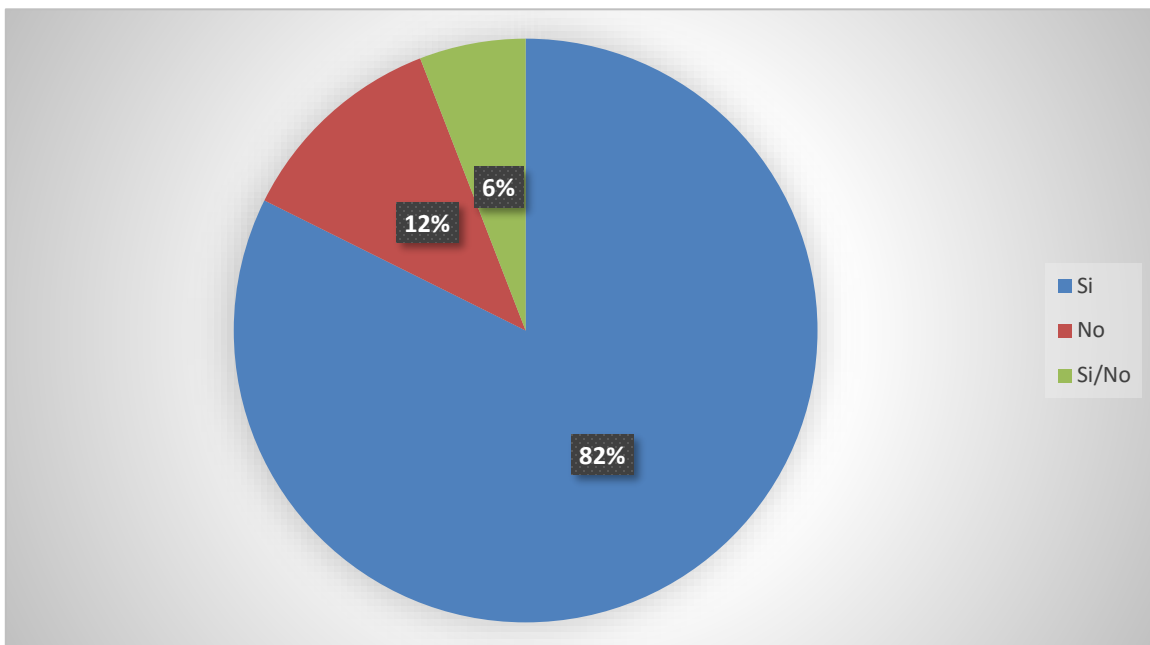


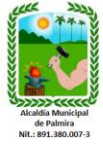
2.4.1.2 Segunda encuesta PDT y PPT

1. ¿Es consciente de la importancia de la actividad turística para la economía local, regional y nacional?

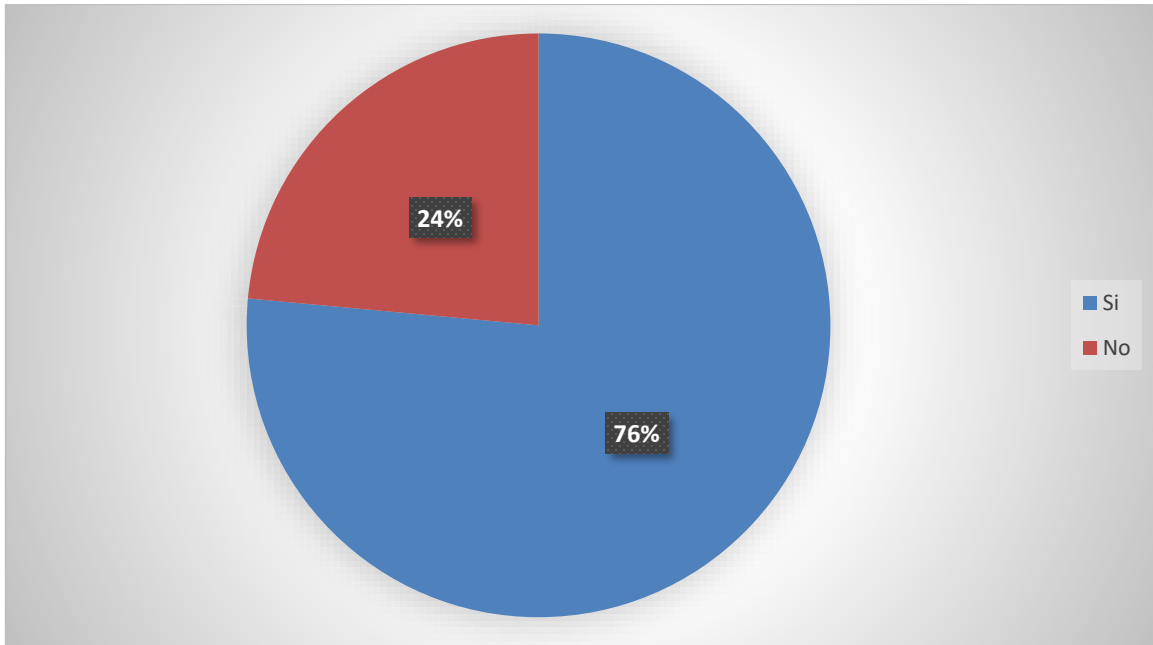


2. ¿Recibe al turista con calidez y amabilidad?

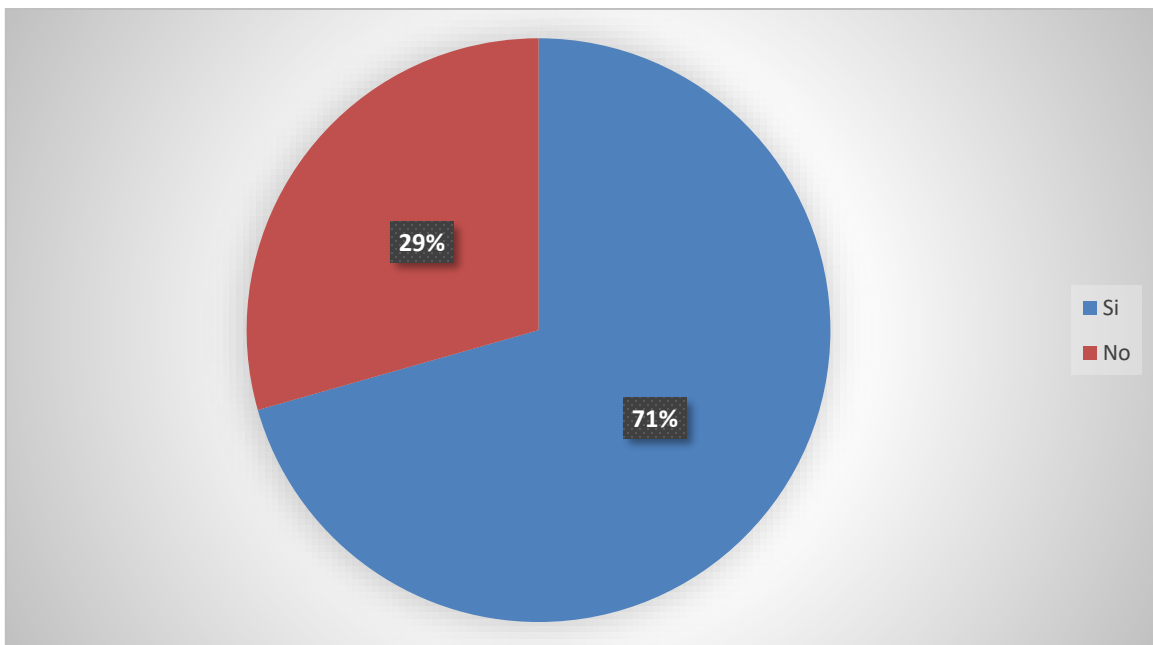




3. ¿Trata al turista como le gustaría que lo tratarasen?

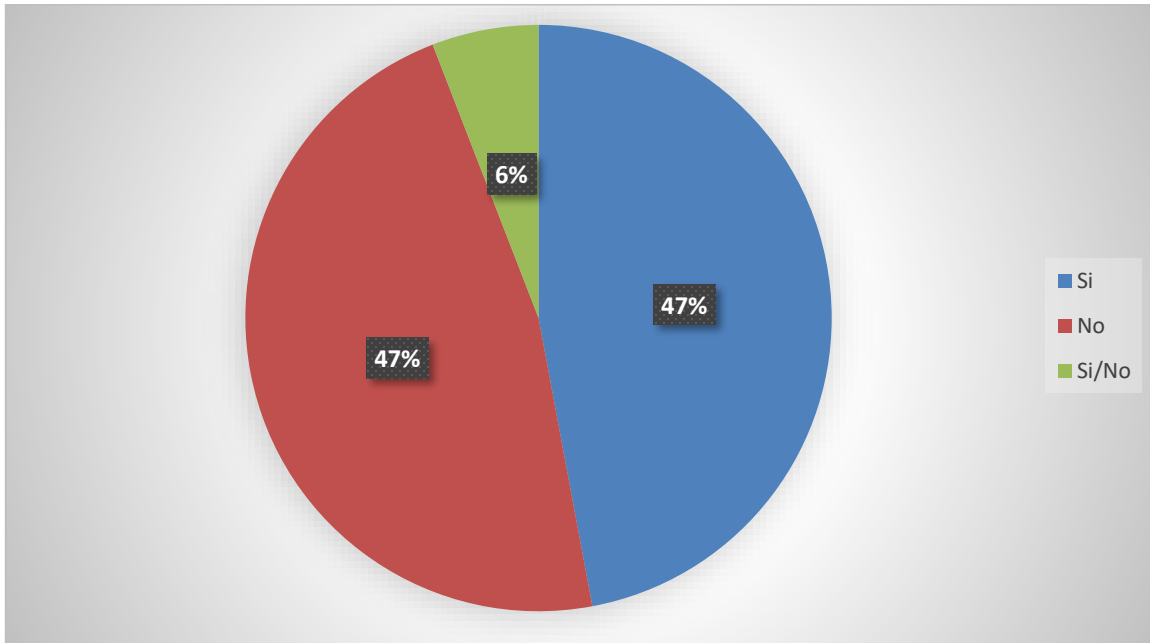


4. ¿Conoce su ciudad y su oferta de atractivos para ofrecer al turista una información oportuna y confiable?

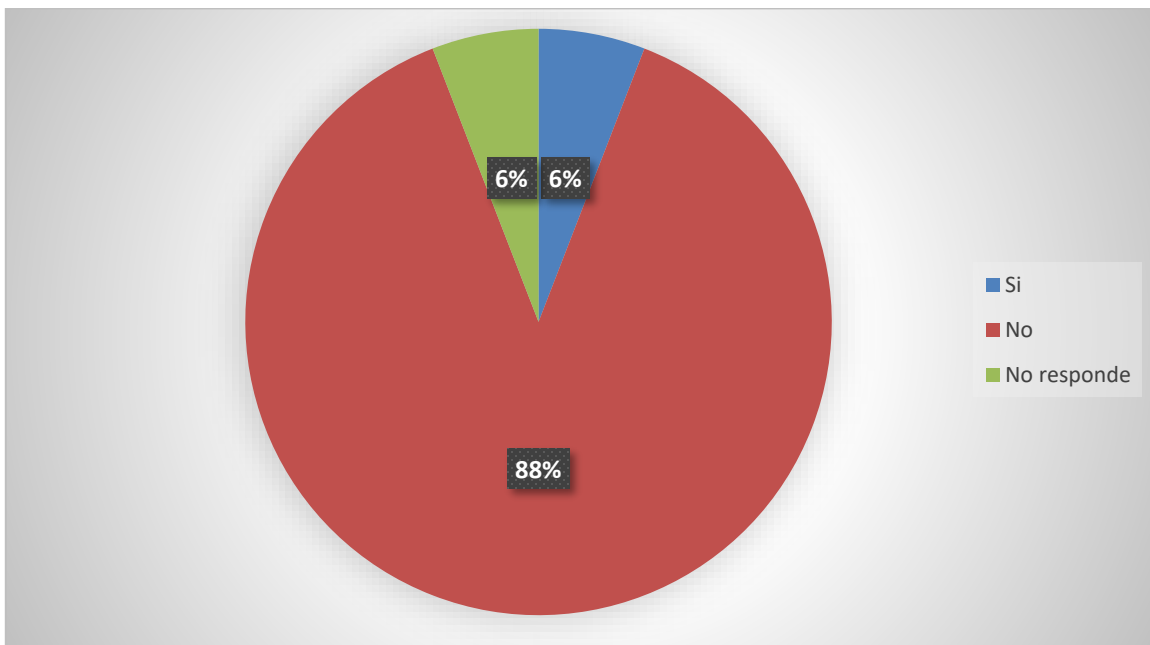




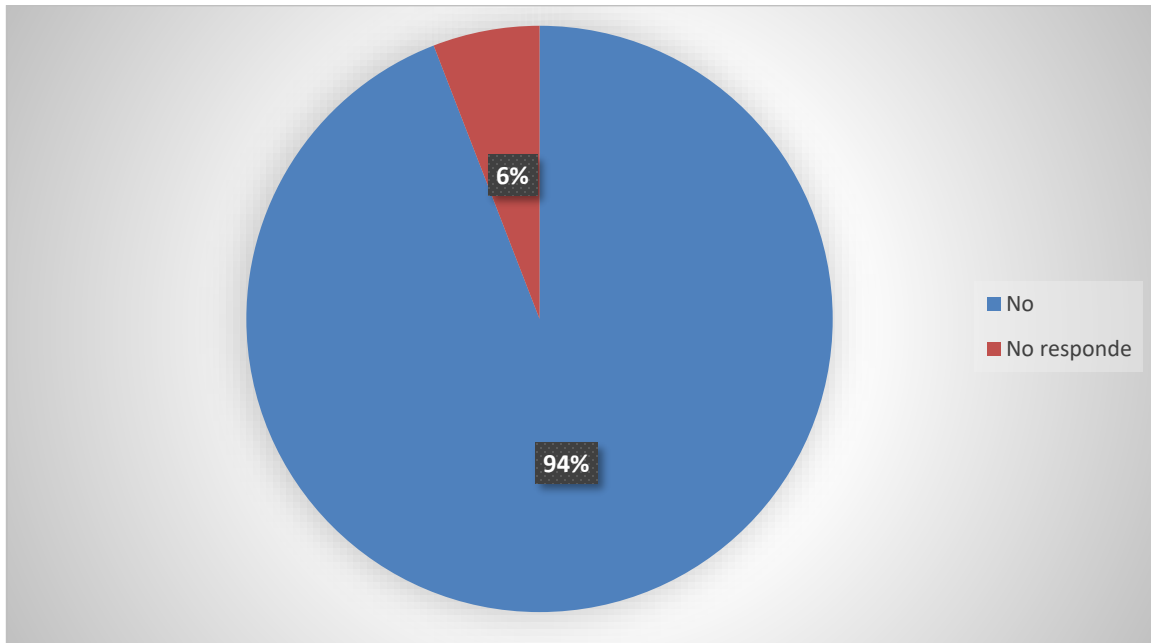
5. ¿Conoce la oferta de alojamiento y restaurantes que su ciudad ofrece al turista?



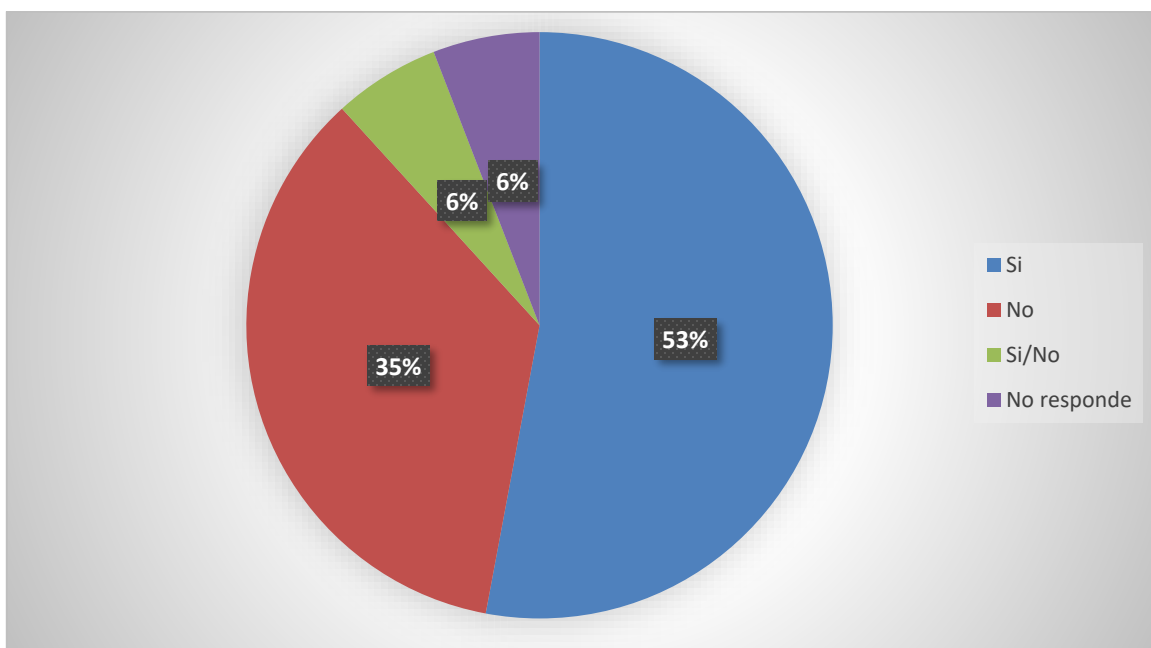
6. ¿El recurso humano es eficiente?



7. ¿El recurso humano tiene orientación hacia el turista?

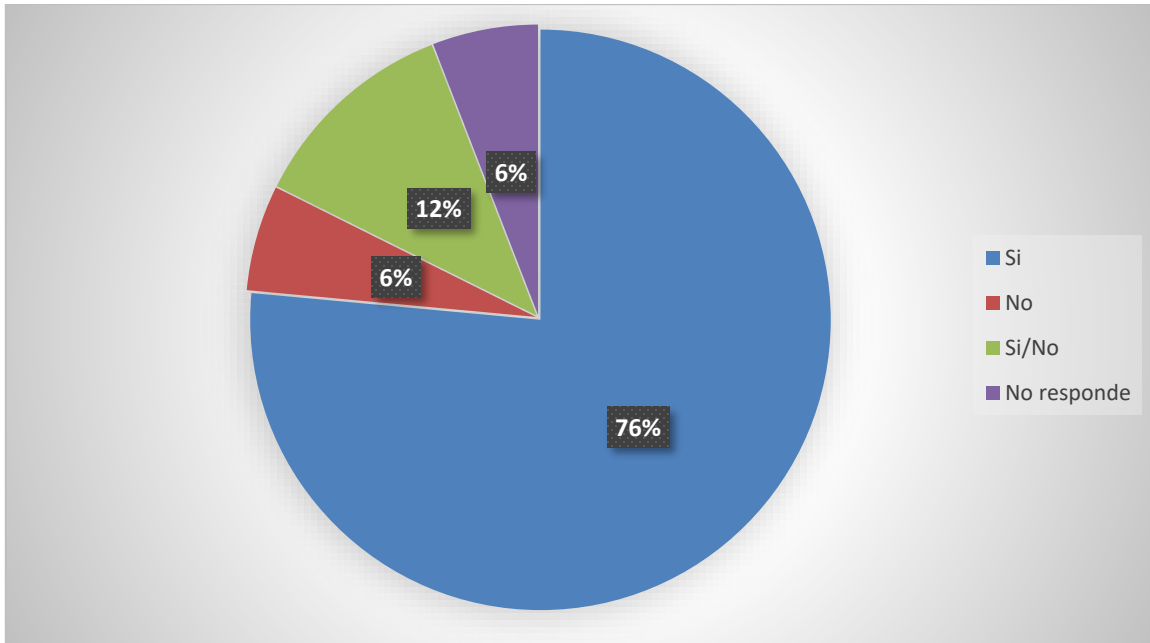


8. ¿El recurso humano está interesado en formarse o estudiar de manera permanente?

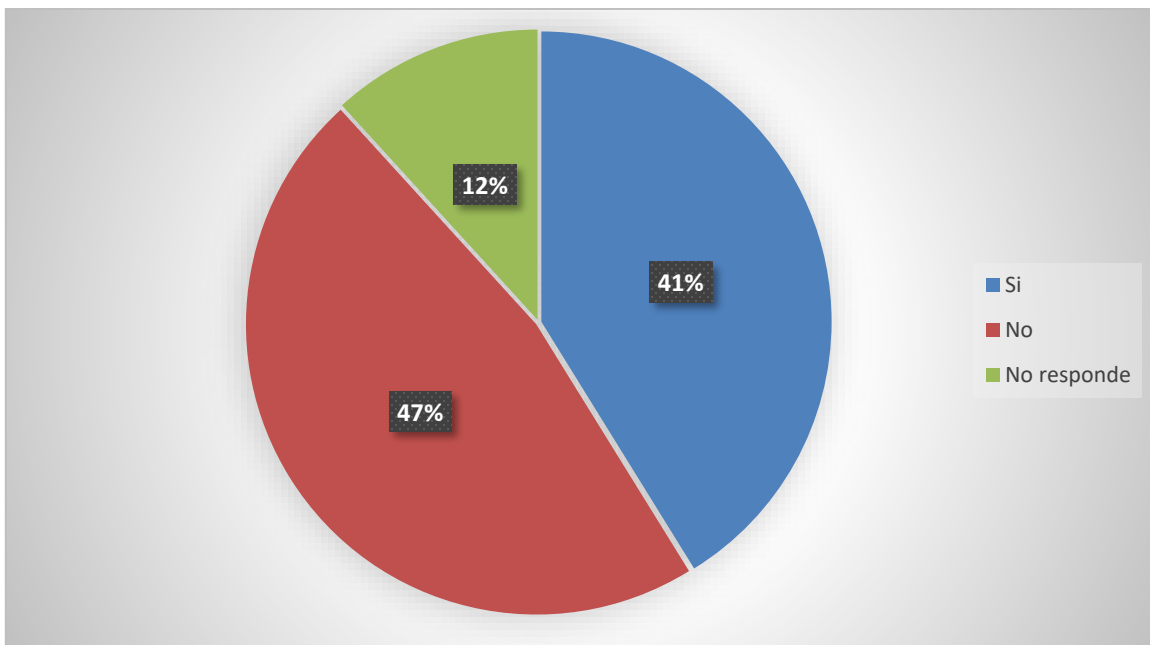




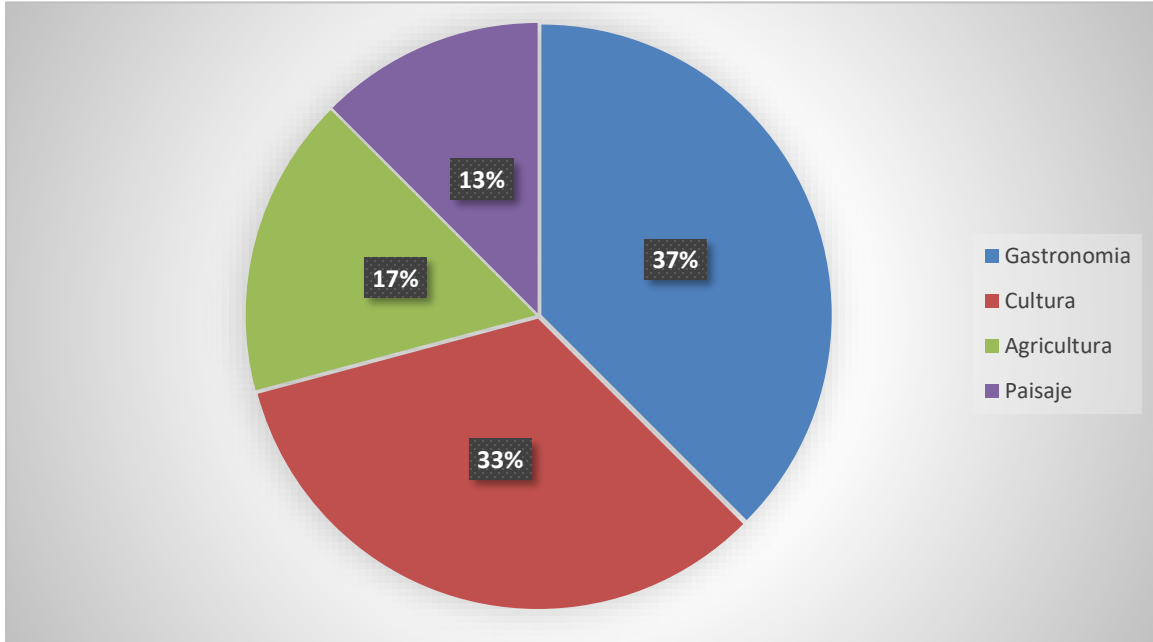
9. ¿Los turistas son amables y respetuosos con la comunidad local?



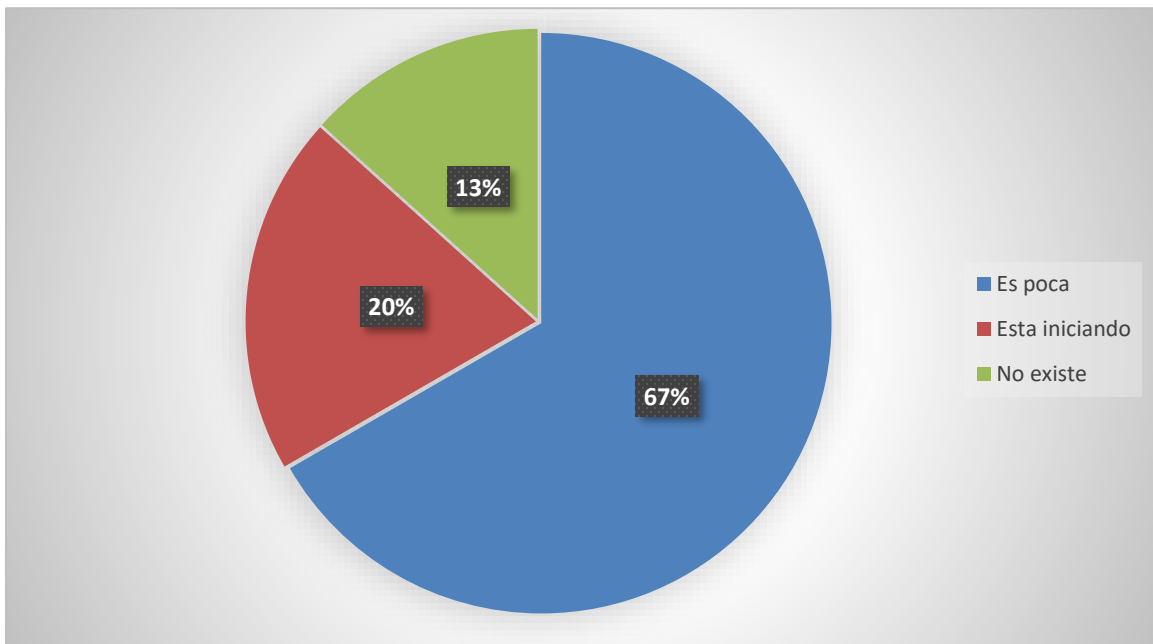
10. ¿Se generan conflictos o problemas en la comunidad por la afluencia de turistas? Ej.: basuras, drogadicción, prostitución, contaminación, aculturación, etc.



11. ¿Conoce las variables que son identitarias y que atraen al turista? Ej.: folclor, costumbres, gastronomía, etc.

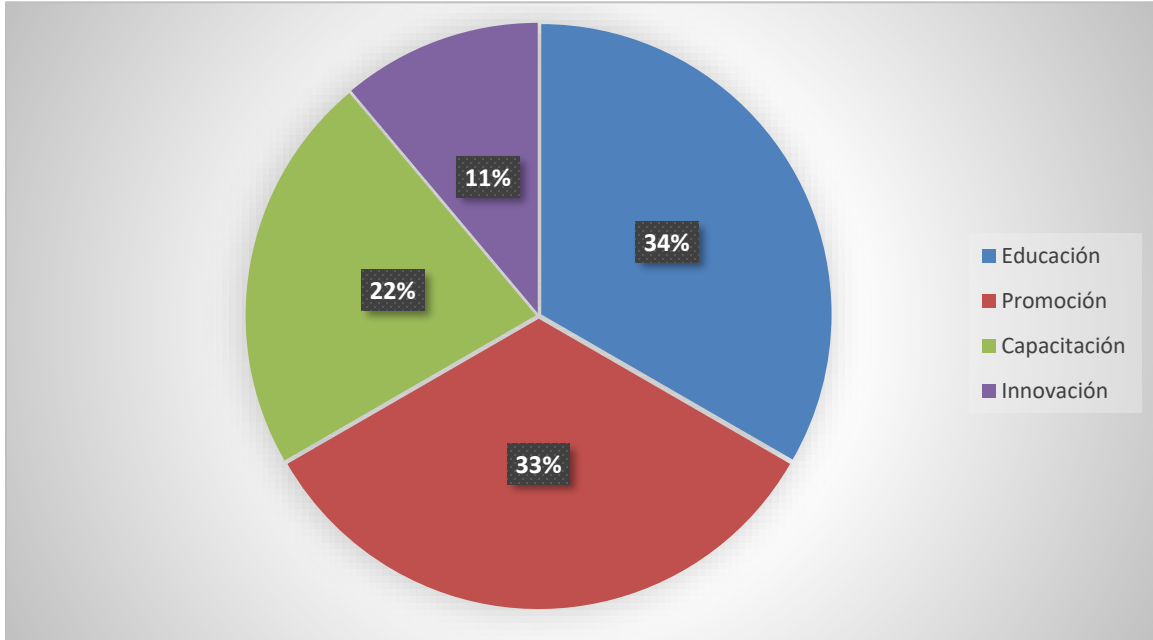


12. En términos generales ¿Que opina sobre la cultura turística de la población en Palmira?

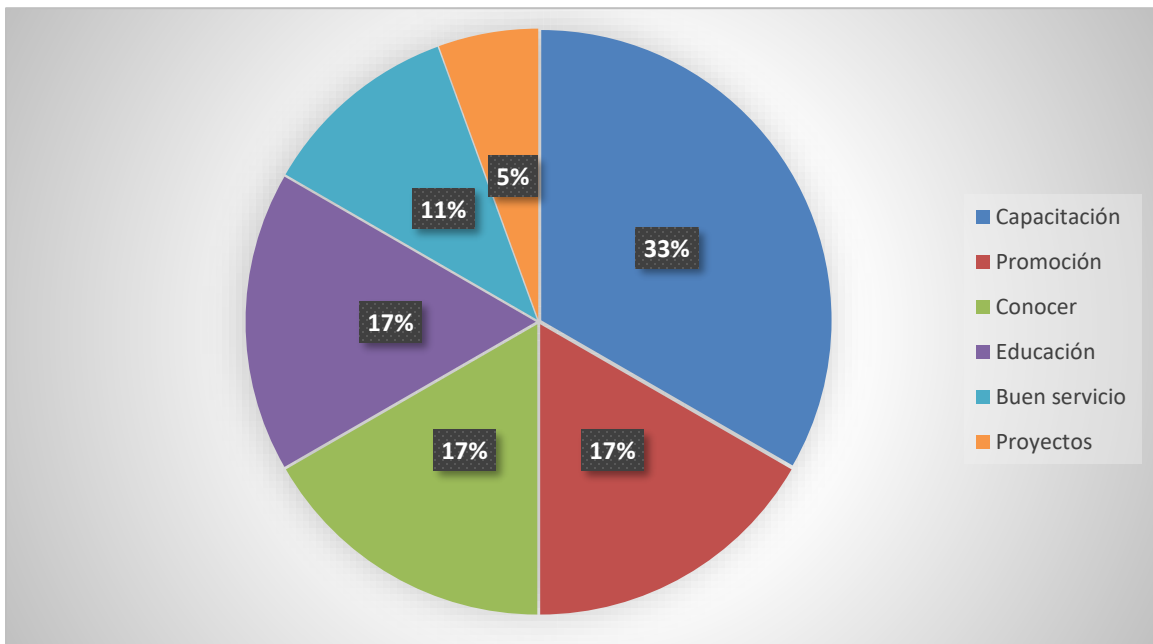




13. ¿Qué haría usted para mejorar la cultura turística en Palmira?



14. ¿Qué haría usted, hoy para mejorar SU cultura turística?





2.4.1.3 Tercera encuesta: ¿Cuál es la imagen que representa a la ciudad de Palmira y cuáles son sus principales atractivos?

Imagen + Atractivos	No. de coincidencias
La Bicicleta	15
Las Victorias	11
Museo Arqueológico	9
Catedral	5
Bosque Municipal	5
CIAT	4
Haciendas	3
Turismo de aventura	3
Estación del ferrocarril	3
Museo Aéreo Fénix	3
PNN Las Herosas	3
Puerto Amor	2
Avifauna	2
ingenios	2
Casa de la Cultura	1
Ruta Gastronómica	1
La Casa en el Aire	1
Turismo de Salud	1
Ríos, Lagunas, cuerpos hídricos	1
Alimento saludable	1
Reserva Natural	1

Se recogió la opinión sobre la principal vocación del municipio de Palmira:

La Vocación	No. de coincidencias
Cultural – Histórico	10
Naturaleza	9
Turismo Rural	7
Negocios, Trabajo y Educativo	7
Ecoturismo	2
Compras	1





Se solicitó a los prestadores de servicio refirieran su percepción sobre cuáles atractivos y/o destinos son competencia para Palmira, manifestaron:

La Vocación	No. de coincidencias
Cali	6
Triángulo del café	3
San Agustín – Tierra Adentro	3
Quindío	3
PNN de los Nevados	2
Medellín	2
Bogotá	1

Analizados los elementos anteriores y el estado actual del sector, se identificaron unas brechas (vacíos o necesidades), constituyendo un tensor constante y sobre las cuales se debe centrar la máxima atención, pues constituyen los cimientos estructurales para alcanzar el estado deseado. Estas brechas son:

1. La necesidad clara del fortalecimiento institucional (gobernanza) y de establecer un liderazgo compartido que concentre el interés y fomente el compromiso con el desarrollo del sector.
2. La necesidad de organización, planificación y monitoreo de la gestión de todos los actores sectoriales, tanto públicos como de los privados, entendiendo la complementariedad como mecanismo de cocreación.
3. Reconocimiento de espacios de participación como la conformación y operación del “Consejo Municipal de Turismo”, hoy denominado “Consejo Consultivo Municipal de Turismo” y conformado oficialmente en 2017.
4. Los objetivos compartidos no se reconocen como motivación que aúne esfuerzos para su logro. Esto es producto de la falta de comunicación y voluntad para resolver posiciones dicotómicas radicales y conflictos entre los diferentes actores.
5. La necesidad manifiesta de contar con una política pública de turismo que permita establecer un orden y direccionar el desarrollo sectorial del municipio de Palmira para consolidarse en un futuro cercano como Destino Turístico competitivo y sostenible.
6. Se identifica la carencia de gestión del conocimiento para el desarrollo de competencias que permitan enfrentar los retos que la dinámica del turismo demanda en la actualidad.





7. Es evidente la baja implementación de los sistemas de gestión asociados a las normas sectoriales afectando la competitividad y la calidad de los servicios ofrecidos a los turistas.
8. Se resalta la importancia de una marca de destino, que permita identificar los símbolos patrimoniales y la identidad turística que se le debe dar al destino según la existencia y fortaleza de sus productos.
9. Ampliar la capacidad de infraestructura vial, hotelera, los terminales aéreo y terrestre y la oferta turística local.

Al hacer el análisis comparativo de estos resultados con las cuatro constantes apreciadas en los procesos anteriores (2008- 2015) se puede estimar lo siguiente:

Cuadro Comparativo	
Constantes - Tensores	Comentarios
1. Falta de un liderazgo compartido que concentre el interés y compromiso real por el desarrollo del sector.	1. La necesidad clara del fortalecimiento institucional (gobernanza) y de establecer un liderazgo compartido que concentre el interés y fomente el compromiso por el desarrollo del sector.
2. La necesidad de organización de la gestión.	2. La necesidad de organización, planificación y monitoreo de la gestión del gobierno y de conformación del Comité Municipal de Turismo.
3. La falta de comunicación entre los actores.	3. Las posiciones dicotómicas entre los diferentes actores que no permite aunar esfuerzos para lograr objetivos comunes que denotan la falta de comunicación.
4. El fortalecimiento institucional.	4. La necesidad de que exista la política pública de turismo que permita establecer orden y direccionamiento en el desarrollo del Destino.





También han surgido otras necesidades que se conectan con el estado actual del desarrollo del turismo en tiempo real y las tendencias vigentes.

Otras necesidades identificadas	
Necesidades - Tensores	Comentarios
1. La necesidad de gestión del conocimiento para el desarrollo de competencias que permitan enfrentar los retos que la dinámica del turismo hoy demanda.	(la calidad del servicio se ve afectada por la deficiente capacitación del personal para dar atención al turista, los casos más críticos son el bilingüismo, estrategias de mercadeo, desarrollo de productos, manejo del ecommerce y aplicaciones de avanzada)
2. La necesidad de una marca de destino, que permita identificar la identidad turística que se le debe dar a destino según la fortaleza de sus productos.	(para determinar la marca del destino es preciso identificar las reales vocaciones, símbolos patrimoniales, atractivos naturales o construidos y amenidades que permitan desarrollar productos turísticos sostenibles)
3. Disponer de tecnologías (TIC) de nueva generación.	Que permitan visibilizar el destino y sus principales atractivos, geo localizar sitios y zonas, informarse, preguntar, reservar.
4. Ampliar la capacidad de infraestructura vial, hotelera y de oferta turística.	Para poder desarrollar un turismo competitivo y sostenible hay que ampliar y fortalecer la infraestructura que lo soporta, en cuanto de inversiones recreativas y hoteleras, vías, señalización.

Los resultados del **OPV** permitieron complementar algunos criterios aplicando el modelo CONSIDERAR TODOS LOS FACTORES (**CTF**) diseñada para aprovechar exhaustivamente una situación o evento y abarcar todos los factores involucrados en él evitando que los resultados obtenidos conduzcan a una conclusión errada.





El estado de los Factores

Factores	Observaciones
1. Factor Gestión	<p>Este factor sigue sesgado por la falta de una política que permita, liderar, orientar, planificar y diseñar estrategias tendientes al desarrollo del turismo, así como establecer las normas, reglamentaciones y su monitoreo.</p> <p>Es importante para Palmira y sus municipios introducir tecnologías de punta en la informática, disponer de software y aplicaciones que faciliten el acceso a la información turística del destino, Palmira adolece de campañas promocionales.</p> <p>Es importante aplicar herramientas de mercadeo para el desarrollo de productos nuevos o fortalecimiento de los actuales teniendo en cuenta los ciclos de vida de los productos turísticos.</p>
2. Factor Soporte	<p>No hay avances en este factor, Palmira requiere del mejoramiento de las vías, la señalización, incrementar su capacidad hotelera, infraestructura de recreación, la accesibilidad, la cualificación (formación y Capacitación en todos sus niveles) y la seguridad.</p>
3. Factor Atracción	<p>No se ha avanzado, es necesario identificar la oferta turística y determinar la marca de ciudad, amenidades, atractivos, diseño de productos identitarios y de calidad.</p> <p>Se han reconocido unas vocaciones enfocadas a productos de naturaleza, Cultural (que incluye la gastronomía), producto deportivo, aunque no sería de momento de los más fuertes.</p> <p>En cuanto al patrimonio natural, Palmira cuenta con una diversidad topográfica con variados pisos térmicos, que le permiten contar</p>





	<p>con potenciales atractivos susceptibles de ser puestos en valor turístico y derivar múltiples ofertas ajustadas a las tendencias actuales y mostrar tasas de crecimiento interesantes.</p> <p>Otra alternativa es el encadenamiento regional, de manera que se integren a la oferta importantes atractivos ya posesionados presentes en su entorno inmediato.</p> <p>Desarrollar los Corredores Turísticos declarados en el municipio de Palmira en 2005</p> <p>Trabajar sobre el diseño de tres productos emblemáticos que generarán una ventaja competitiva y experiencias únicas memorables:</p> <ol style="list-style-type: none">1. La Ruta de la Caña de Azúcar2. El paso de las Victorias3. Parque Biopacífico: Innovación, ciencia, agricultura, tradición.
4. Factor Producción	<p>La comunicación intersectorial es débil, se hace necesario fortalecer procesos asociativos con los diferentes actores para el fortalecimiento de la cadena de valor.</p> <p>Aunque se he venido trabajando en la formalización aún son pocas las empresas formalizadas y con RNT.</p> <p>Palmira cuenta con gran potencial para el desarrollo de las industrias culturales que prestan servicio al turismo por lo que requiere incentivar a estos segmentos.</p> <p>Las agencias operadoras receptoras son muy pocas, lo que no favorece la interacción con el mercado ni la promoción del destino.</p>





5.2.4 La Matriz FODA

FACTOR DE ATRACCION		
DEBILIDADES	Atractivos	<ul style="list-style-type: none"> • Baja integración articulada entre los actores, públicos y privados, que conforman el sector. • Falta desarrollo, consolidación e integración de productos turísticos. • Recursos culturales y naturales NO puestos en valor para su uso turístico. • Deficiente señalización turística (Vías y en los atractivos). • La oferta emergente con baja visibilización y soporte (Producto y Comercial). • Poco diseño y difusión de rutas y circuitos turísticos dentro de la ciudad. • Los atractivos culturales y naturales no cuentan con una acción interinstitucional que permitan su uso y aprovechamiento adecuado en la actividad turística, garantice su sostenibilidad, su conocimiento y reconocimiento, su mantenimiento, regulación y control. • Baja dinámica de la cadena del turismo. • Se cuenta con pocos datos estadísticos. • Ausencia de diseño de producto turístico. • Poco diseño y difusión de rutas y circuitos turísticos dentro de la ciudad. • Poca la innovación y creatividad para generar experiencias en torno a los atractivos turísticos con los que se cree valor en la visita. • Muchos de los BIC declarados y atractivos no cuentan con PEMP o no se ejecuta adecuadamente. • El PDM no establece una propuesta para el sector turismo ¿cuál es el PES?
DEBILIDADES	Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo y uso inadecuado de los recursos naturales. • Muy pocos estudios de capacidades de carga en los atractivos. • Baja cultura e inadecuado manejo de residuos. • Contaminación auditiva y visual, en ocasiones ajena a la vocación del destino. • Falta de cultura ambiental para un manejo y uso adecuado de los recursos naturales.
FACTOR SOPORTE		
DEBILIDADES	Condiciones del entorno	<ul style="list-style-type: none"> • Ineficiente apoyo y control estatal a los prestatarios de servicios turísticos. • Limitado espacio público para habitantes, turistas y visitantes.





		<ul style="list-style-type: none">• Baja preparación en la región para eventos y procesos trascendentales (TLC).• Falta de protección y promoción del verde urbano.• Poco equipamiento turístico en el municipio.• Limitada generación de empleo, condiciones laborales desfavorables.• Incremento de la economía informal.• Políticas crediticias poco favorables para las Pymes.• Muy limitados presupuestos se asignan para turismo.• Poca articulación entre los actores sectoriales, públicos y privados.• No hay identidad cultural.• No hay calidad política y no hay compromiso político hacia el desarrollo del turismo.
DEBILIDADES	Conectividad y accesibilidad	<ul style="list-style-type: none">• Ineficiente gestión de proyectos estratégicos en malecones, vías secundarias y vías férreas para la competitividad.• Dificultad de desplazamiento en el destino por el mal estado de las vías.• Mínimo uso de las TICs en la promoción del destino.• Escasa cobertura de señal de internet en las zonas rurales.• Reducida y poco adecuada señalización turística.• Mal estado de los accesos a los sitios turísticos naturales.• No se cuenta con una terminal terrestre.• Vías secundarias en regular estado y vías terciarias en pésimas condiciones.• No hay un control para el mantenimiento de los buses de servicio especial.• No hay vehículos diseñados para el uso turístico.
DEBILIDADES	Cobertura y Calidad de la Infraestructura	<ul style="list-style-type: none">• Infraestructura en saneamiento básico es agresiva para el recurso natural.• Escasa utilización de energías alternativas.• Insuficiencia en la cobertura de los servicios públicos de gas, energía, acueducto y alcantarillado en las zonas rurales de los municipios.• Red Vial Secundaria y Terciaria en regular y mal estado.• Debilidades en la red hospitalaria como soporte a la actividad turística.• Insuficiente infraestructura para el turismo.





		<ul style="list-style-type: none">• Debilidad en los horarios para el manejo de residuos.
DEBILIDADES	Seguridad	<ul style="list-style-type: none">• Activa presencia de grupos armados al margen de la ley.• Recrudescimiento de actos violentos.• Percepción de inseguridad.• Bajo pie de fuerza de la división de policía de turismo en el municipio.• Baja articulación interinstitucional (programas) con la policía de turismo.• Desarticulación generalizada entre las entidades de salud, gobierno y turismo que afecta la prevención y atención en los momentos y zonas de alta afluencia de turistas.• En lo policial se es débil (Falta pie de fuerza) Percepción de Alta.• Inseguridad (Grupos al margen de la ley, corrupción, extorsión).• Infraestructura hospitalaria débil.• Falta participación activa del municipio en el Consejo de Seguridad Turística, de manera que se fortalezca y su gestión sea más efectiva.• Limitada capacidad para la movilidad y equipamiento de la fuerza pública.• Atractivos turísticos y turistas expuestos a las condiciones de Inseguridad.





DEBILIDADES	Comunidad Receptora	<ul style="list-style-type: none">• Desconocimiento de la oferta de atractivos y de servicios por parte de la comunidad.• Desconocimiento de la actividad turística por parte de los habitantes del municipio. (Lo que se sabe surge de la percepción).• Carencia de programas que eduquen y sensibilicen tanto al residente como al turista. Cultura Turística.• Desarticulación entre los actores sectoriales y la comunidad local.• Falta de liderazgo y bajo sentido de pertenencia y cultura ciudadana.• Baja organización comunitaria y sensibilización frente al turismo.• Personal con baja preparación para el sector prestando servicios turísticos.• El turismo es una alternativa productiva relativamente nueva, por lo que la cultura de la acogida es muy débil, a pesar de la calidez y la calidad humana de la comunidad Palmirana y en general en el departamento.• La comunidad tiene una mala percepción de la ciudad.• No hay cultura ciudadana• Hay una mala percepción frente al compromiso político.
FACTOR PRODUCCION		
DEBILIDADES	Estructura Empresarial	<ul style="list-style-type: none">• Desconocimiento generalizado por parte de los actores, sobre las Normas Técnicas Sectoriales (NTS). La incorporación de estándares es baja.• Baja incorporación de TICs en la prestación y venta de servicios turísticos.• Deficiente organización y planeación administrativa.• Desarrollo de acciones en forma empírica (tradición) en la mayoría de empresas del sector.• Falta capacitación en el personal que presta el servicio.• No se conocen las definiciones y actividades de sus negocios y servicios.• Baja inversión en lo estructural. Se amplía para captar más clientes.• No hay cultura empresarial orientada a la calidad y a la competitividad.• Infraestructura no adecuada en alojamientos rurales en la zona.• Personal no bilingüe (guías, mesa y bar, transporte).• Baja ocupación hotelera





		<ul style="list-style-type: none"> • Baja relación entre calidad precio de los servicios ofertados • Poca visión empresarial del negocio, no se tiene en cuenta satisfacción del cliente, fidelización se piensa en el día a día. • Se genera presión sobre los turistas • Los prestadores compiten por precio no por calidad.
DEBILIDADES	Formación y Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta académica profesional Vs. capacidad económica de los interesados. • Escaso nivel de bilingüismo en el sector. • Escasez de docentes calificados para los programas académicos. • Numerosos empresarios y dirigentes del sector con limitada formación en turismo • Repetidas capacitaciones que desinteresan al sector. • Dificultad para encontrar patrocinadores y empresas donde hacer prácticas. • Poca oferta de capacitación a los prestadores de servicios turísticos rurales. • Limitada contratación del personal calificado por razones como: el costo que ello implica y la informalidad del sector.
FACTOR GESTION		
DEBILIDADES	Gestión Marketing del Destino	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de promoción y comercialización turística del destino. • Pocos mecanismos para informar y orientar al turista en el destino. • Escasa promoción de lugares representativos y competitivos turísticamente • Material promocional no disponible fácilmente para el turista. • No hay un funcionamiento adecuado de los PITs. • Insuficientes guías e informadores turísticos en el destino. • No hay promoción de las bondades naturales del municipio. • Actividades y servicios de baja Calidad y competitividad, inadecuados para la conquista y manejo de mercados o el aprovechamiento de la llegada de turistas a la zona que demandan una buena oferta de experiencias. • Poca presencia y visibilización de ofertas comerciales en mercados turísticos nacionales e internacionales (ruedas de negocios y ferias).





DEBILIDADES	Gestión turística del destino	<ul style="list-style-type: none"> • Débiles procesos de planificación turística. • Frágil institucionalidad turística. • Alta dependencia del empresario turístico con las administraciones públicas. • Desarticulación público – privada y falta de asociatividad para el turismo. • Históricamente se cuestiona la competencia e idoneidad de los funcionarios de turismo en los entes territorial (Gobernación y alcaldías). • Desconocimiento de la reglamentación y legislación turística por actores del turismo. • No operan efectivamente los espacios de encuentro sectorial para el desarrollo del sector. (Comité Departamental, Comités municipales, etc.) • Lentitud institucional en la puesta en marcha e implementación de acciones que conlleva a falta de credibilidad de la institucionalidad.
FACTOR ATRACCION		
OPORTUNIDADES	Atractivos	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de políticas que respaldan el sector: Turismo cultural, Política de turismo y artesanías, Turismo comunitario, entre otras. • El Departamento, sectorialmente cuenta con su Política y el Plan de desarrollo. Ambos articulados a la Política Nacional y al P.N. de Desarrollo. • Priorización del turismo cultural y de naturaleza desde el orden nacional • El MCIT y el FNT. Incrementan los recursos de apoyo a proyectos. • En el PDM no se cuenta con una apuesta definida para el turismo. • Demanda mundial, interesada en el turismo Cultural y de naturaleza. • Expedición de la Ley 1508 – Alianzas público privadas. • Desarrollo, diversificación y particularidad de la Industria de la Caña de azúcar. • Plan nacional de competitividad – Comisión Regional de Competitividad.
OPORTUNIDADES	Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso manifiesto de las autoridades ambientales para la gestión, apoyo, desarrollo y control del turismo, en especial el que pueda darse en áreas protegidas. • Innovación en el uso y aprovechamiento de la biodiversidad (biocomercio). • Actualización del POT, permitirá ajustes para el uso y protección de suelos en relación con la actividad turística.





Alcaldía Municipal
de Palmira
NIT: 891.380.007-3

República de Colombia
Departamento del Valle del Cauca
Alcaldía Municipal de Palmira



		<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas para adecuar espacios naturales susceptibles de uso turístico, que permiten la mitigación y control del impacto. • El turismo a nivel mundial se concibe como una actividad enmarcada dentro del desarrollo sostenible. • Política de ecoturismo para la preservación del medio ambiente. • Adecuación de espacios naturales susceptibles de uso turístico, con novedosas herramientas que permiten la mitigación y control del impacto. • Demanda de experiencias turísticas asociadas con los escenarios naturales, sus dinámicas vivas y la convivencia con las tradiciones y culturas locales. • La integración y gestión conjunta que se deriva: o Por la Región Pacífico, o Por el Paisaje Cultural Cafetero, o El Destino Paraíso y las áreas metropolitanas de Cali y Buga.
FACTOR SOPORTE		
OPORTUNIDADES	Condiciones del entorno	<ul style="list-style-type: none"> • Espacio para la competitividad y productividad (TLC, CRC, Regalías, Ley 1508). • La actividad productiva muestra una dinámica generada y compartida con otras ciudades (Cali, Buga, Buenaventura, Tuluá). • Se cuenta con un plan regional de competitividad que incluye al turismo. • Posibilidades de desarrollar bloques subregionales de integración productiva. • Fuerte presencia institucional de gran capacidad y gestión. • Las condiciones de la ciudad atraen nuevas inversiones: Centros comerciales y almacenes de grandes superficies que mejoran la oferta del formato 4. • La integración entre actores como la Gobernación, las Cámaras de Comercio, los Gremios y la Academia. • La actualización del POT permite reorientar la actividad turística y sus implicaciones favorables del municipio. • Canalización de recursos para proyectos estratégicos desde el nivel central. • Recursos del orden nacional vía regalías para infraestructura turística.
OPORTUNIDADES	Conectividad y Accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación geográfica altamente estratégica. • Integración Regional – Región Pacífico: Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño.





		<ul style="list-style-type: none"> • Integración Regional: PCC – Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca. • Integración subregional: Ciudad región. • Extensión y cobertura del corredor férreo. La infraestructura aérea puede potenciar el turismo en la medida que se logre su adecuación y modernización, a la vez que los actores reconozcan en ella un aliado y una ventaja competitiva.
OPORTUNIDADES	Cobertura y Calidad de la Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Destinación de recursos nacionales y departamentales para la recuperación de la red vial. • La puesta en servicio y operación sobre la red férrea y el tren de cercanías • Recuperación del río cauca, navegabilidad. • Proyectos de infraestructura turística regional (municipios cercanos Cali, Yumbo, Guacarí, el Cerrito, Pradera y Candelaria).
OPORTUNIDADES	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción de seguridad por parte de turistas y visitantes. • La buena disposición y actitud de la fuerza pública para el apoyo al sector. • El mejoramiento de la imagen y la confianza que general la fuerza pública. • Política de seguridad turística • Voluntad del Gobierno por mantener la seguridad turística en los atractivos turísticos relevantes. • Leyes 679 de 2001 y Ley 1336 de 2009 contra la explotación, la pornografía y el turismo sexual con niños, niñas y adolescentes.
OPORTUNIDADES	Comunidad Receptora	<ul style="list-style-type: none"> • Alternativas de empleo y proyectos productivos locales con proyección • Existencia de políticas de turismo social y de turismo comunitario, con programas de apoyo y desarrollo a favor de las comunidades locales. • Creciente demanda a nivel mundial, relacionada con el conocimiento de las tradiciones y costumbres de las poblaciones. • Oferta de formación y capacitación para calificar el recurso humano. • Políticas Nacionales que buscan la integración de las comunidades en el desarrollo turístico de sus localidades.
FACTOR PRODUCCION		
OPORTUNIDADES	Estructura Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Fondos de apoyo del orden Nacional para mejorar la competitividad y la productividad empresarial turística.





		<ul style="list-style-type: none"> • Tratados de libre comercio que exigen servicios de calidad. • Presencia de los gremios y las cámaras de comercio que misionalmente trabajan por el fortalecimiento y la competitividad empresarial del sector. • Fortalecimiento de la oferta educativa para formar profesionales del sector. • Oferta agroindustrial con posibilidad de integración hacia el turismo. • Grandes posibilidades de articulación productiva, encadenamiento y productividad entre los actores, Ej.: Red de Proveeduría empresarial para el sector.
OPORTUNIDADES	Formación y Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • La conciencia creciente sobre la necesidad de cualificar el personal en las empresas del sector para atender la exigente demanda. • Existencia del programa nacional de bilingüismo. • Recursos del FPT para formación y capacitación del sector. • Programa educativo dirigidos al fomento de una cultura del emprendimiento. • Fortalecimiento de la oferta educativa profesional para el sector. • Los gremios relacionados con el Sector como Cotelvalle, Acodrés, Anato, Asonod, y otras asociaciones buscan oportunidades de capacitación para sus miembros.
FACTOR GESTION		
OPORTUNIDADES	Gestión Marketing del Destino	<ul style="list-style-type: none"> • Creciente demanda por el turismo cultural y de naturaleza que sugiere desarrollo de productos basados en el aprovechamiento endógeno. • Recursos del FPT para la promoción del destino y la participación en espacios de comercialización nacionales e internacionales. • Los programas regionales desarrollados por Procolombia para la promoción internacional. • Recursos del FPT para el desarrollo de productos turísticos e investigación de mercados. • Complementariedad entre los actores y los municipios en torno del sector para diseñar planes alternativos a la demanda actual.
OPORTUNIDADES	Gestión turística del destino	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de entidades internacionales en la ejecución de proyectos turísticos. • Generación de empleos directos e indirectos por parte del sector turístico. • La articulación con las políticas nacionales permite el acceso a recursos económicos y apoyos técnicos desde el gobierno central.





		<ul style="list-style-type: none"> • Apoyos de recursos del gobierno central para obras de infraestructura que benefician al turismo. • La operación de Bureau de convenciones como apoyo a la promoción del destino. • Recursos del FONTUR.
FACTOR ATRACCION		
FORTALEZAS	Atractivos	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos y atractivos susceptibles de un uso turístico • Bienes declarados de interés cultural nacional. • La ciudad cuenta con instituciones muy fuertes y serias que manifiestan su respaldo al proceso de desarrollo del turismo. • La ciudad cuenta con una agenda de competitividad. • Se cuenta con un CCMT. • Se cuenta con un ente articulador, dinámico, eficiente y de amplio reconocimiento regional, nacional, (Corp. Destino Paraíso). • Se cuenta con un alto nivel de talento humano dedicado a las artesanías. • Patrimonio arqueológico propio.
FORTALEZAS	Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo e industrialización agrícola de alto nivel. • Importante sistema de áreas protegidas y presencia de organizaciones que apoyan la conservación y protección de los recursos naturales. • Variedad de ecosistemas (clima y paisajes) con características que permiten diversificar el producto turístico. (cordillera, recursos hídricos, zona plana). • Oferta de actividades relacionadas con el turismo de naturaleza (agro, rural).
FACTOR SOPORTE		
FORTALEZAS	Condiciones del entorno	<ul style="list-style-type: none"> • Posición estratégica. • Sectores productivos de servicios e industria productivamente sólidos y en permanente crecimiento, (Caña de Azúcar, Salud) • Ser paso conectivo entre los municipios del clúster regional. • Se cuenta con la agencia de atracción de inversión Invest Pacífico. • Presencia de Instituciones directas e indirectas que consideran al turismo como alternativa importante de desarrollo. (Cámara de Comercio, Sena, Universidades, Cajas de compensación, Coomeva). • En lo económico se cuenta con empresas Agroindustriales, comerciales y de servicios



		<p>(Ingenios, que no son aprovechados para el turismo).</p> <ul style="list-style-type: none"> • En lo social se cuenta con buena cobertura en salud a nivel urbano; el contar con empresas constructoras a nivel nacional para hacer obras de Vivienda (Desarrollo urbano). • En lo social no se presenta la tugurización en los espacios urbanos y rurales. • Se cuenta en lo ambiental con todos los pisos térmicos.
FORTALEZAS	Conectividad y Accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Red vial primaria de doble calzada. • En términos generales la cobertura de servicios públicos es aceptable. • Convenios activos para la ejecución del programa "Colombia vive digital" (MinTIC - Gobernación del Valle del Cauca). • La cobertura del servicio de internet y telefonía, buenos en el área urbana. • Se cuenta con un terminal aéreo internacional.
FORTALEZAS	Cobertura y Calidad de la Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Buena infraestructura y cobertura de los servicios de energía eléctrica en el municipio. • Buena cobertura del servicio de acueducto y alcantarillado en la zona urbana. • La red vial primaria del municipio • Doble calzada Cali – Palmira – Buga • Se cuenta con eficientes servicios públicos en lo urbano y rural 100% de Energía. • Buen manejo de residuos sólidos frente a su recolección.
FORTALEZAS	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • El municipio incluido en el plan de seguridad turística departamental-2011. • La seguridad turística cuenta con el apoyo y presencia del ejército, la fuerza aérea y la armada nacional. Estas fuerzas tienen presencia en la ciudad. • Vía troncal con alto nivel de seguridad • Existen servicios de salud en buena parte del municipio. • Se cuenta con un buen servicio de salud por ser una ciudad intermedia.
FORTALEZAS	Comunidad Receptora	<ul style="list-style-type: none"> • La percepción sobre los Palmiranos es de gente alegre, amable y cálida. • Las búsquedas de alternativas productivas propician la disposición al cambio y una buena receptividad del local hacia el turismo y el turista. • Interés de la población por aprender sobre el tema sectorial de turismo. • Ejemplos de comunidades organizadas para la prestación de servicios turísticos (Destino paraíso).





		<ul style="list-style-type: none"> • Identidad cultural fortalecida.
FACTOR PRODUCCION		
FORTALEZAS	Estructura Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Interés de los empresarios por conocer y aprender sobre procesos de calidad y competitividad. • Existencia de oferta variada de alojamiento y restauración • Fuerte vinculación de la cámara de comercio en el desarrollo del turismo • Voluntad de trabajo cooperado entre empresarios del sector. • Voluntad de la Alcaldía por generar asociatividad y emprendimientos turísticos. • Existencia de fondos con recursos del Gobierno Central para apoyar el mejoramiento de la competitividad y la productividad empresarial turística.
FORTALEZAS	Formación y Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de instituciones educativas Técnicas, tecnológicas y Universitarias con oferta académica especializada. Vigilados por MinEducación. • Se desarrollan las TICs para ofertar programas virtuales o semipresenciales • Contar con un colegio amigo del turismo • Oferta de alternativas para la financiación de las carreras – ICETEX • Proceso de profesionalización del empresario turístico. • Presencia del Sena. Ofrece formación por competencias al talento humano. • Existencia de programas de bilingüismo en colegios públicos.
FACTOR GESTION		
FORTALEZAS	Gestión Marketing del Destino	<ul style="list-style-type: none"> • Organización de la comunidad en áreas rurales para la prestación de servicios turísticos. • Voluntad de la comunidad rural en procesos de sensibilización turística. • Voluntad expresa de los mandatarios entrantes, priorizando acciones que en su gestión promuevan el desarrollo turístico en sus municipios. • Hay una oferta identitaria del destino asociada al turismo religioso y al turismo cultural. (Señor de los milagros, bienes patrimoniales). • Existe posibilidades de una variada oferta para diferentes nichos de mercado.
FORTALEZAS	Gestión turística del destino	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad organizada en comités de turismo, (Destino Paraíso).





		<ul style="list-style-type: none"> • La riqueza cultural y ambiental permite claramente que el municipio trabaje en la identificación de su vocación turística primaria. • Articulación de instituciones como la cámara de comercio y la secretaría de cultura y turismo en el tema turístico. • Se cuenta con Plan de Desarrollo, POT y PEMP que vincula el tema turístico. • Se cuenta con una Cámara de Comercio local.
FACTOR ATRACCION		
AMENAZAS	Atractivos	<ul style="list-style-type: none"> • Destinos con oferta cultural y natural mejor consolidados y posicionados. • Permisividad sobre un desarrollo espontaneo de la oferta (no técnico). • Una actitud pasiva sobre la realidad y las necesidades sectoriales. • Debilidad institucional para un liderazgo sectorial regional. • Exceso de institucionalidad con acciones paralelas y reducida efectividad. • Inseguridad, presencia de grupos al margen de la ley que fragilizan el proceso de desarrollo sectorial y limitan el uso turístico de algunas zonas. • Uso inadecuado de los recursos culturales y naturales considerados atractivos y sobre los que se proyecta la oferta de productos turísticos. • Creciente deterioro y/o pérdida de estructuras urbanas, arqueológicas patrimoniales y recursos naturales. • La quema de la caña de azúcar en la zona plana, cuyas pavesas contamina el aire y afecta las infraestructura y dotación turística.
AMENAZAS	AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de residuos sólidos y líquidos contaminantes en espacios naturales aprovechados para la actividad turística. • Gran presión antrópica ambiente: cambio en los usos del suelo, uso intensivo de agroquímicos deforestación, crece el área agrícola y pecuaria. • La falta de planificación de la actividad turística en áreas protegidas, o áreas de visita tradicional (ríos) pero ambientalmente sensibles. • La falta de conciencia y educación ambiental en la población local. • Pocas campañas de educación ambiental para visitantes y turistas.
FACTOR SOPORTE		
AMENAZAS	Condiciones del entorno	<ul style="list-style-type: none"> • Poca integración regional con pocas iniciativas subregionales





		<ul style="list-style-type: none">• No es fuerte ni eficiente la presencia del municipio en espacios determinantes como: a. Bloque parlamentario, Asamblea departamental, Comisión Regional de Competitividad, Gobierno central, entre otros.• Altos niveles de informalidad de los empresarios del sector.• Falta de claridad y conocimiento de la ley de regalías y como aprovecharla para apalancar el desarrollo regional sectorial.• Deterioro del tejido social.• Muy baja creatividad, innovación y utilización de la tecnología aplicada.• Traslados de importantes empresas a regiones que ofrecen EID.
AMENAZAS	Conectividad y Accesibilidad	<ul style="list-style-type: none">• La compleja conectividad aérea• La poca celeridad en la intervención a favor de la operación competitiva y modernización del aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón.• No culminación de los tramos pendientes en el eje principal de la vía central
AMENAZAS	Cobertura y Calidad de la Infraestructura	<ul style="list-style-type: none">• La pérdida y deterioro del patrimonio arquitectónico• Contaminación de las fuentes hídricas de uso turístico por mal manejo y disposición de residuos sólidos y líquidos.• Retrasos en la recuperación y operación de la red férrea• Retrasos en las obras del sistema de transporte departamental• Mala planeación y manejo de los recursos en algunas obras de infraestructura
AMENAZAS	Seguridad	<ul style="list-style-type: none">• La alteración del orden público en algunas partes del municipio.• La restricción de acceso a sitios turísticos por orden público.• La presencia de vendedores ambulantes y mendicidad entorno a los sitios turísticos.• El crecimiento del tráfico turístico sin medidas planificadas, puede generar hechos que violenten la integridad y la seguridad de residentes y turistas (prostitución, abuso de menores, robo, drogadicción, mendicidad); todo en detrimento del destino.• Incremento de la percepción de inseguridad
AMENAZAS	Comunidad Receptora	<ul style="list-style-type: none">• Llegada de gente calificada de otras ciudades atraída por la necesidad de recurso humano preparado que desplace a la comunidad local





		<ul style="list-style-type: none"> • Descomposición social como efecto de un turismo mal planificado. • Aumento del abuso sexual infantil. • Aumento de precios con resultados inflacionarios • No consolidar la oferta turística local y los procesos comunitarios asociados, en mercados regionales y nacionales, puede generar falsas expectativas, frustración y rechazo en la población local.
FACTOR PRODUCCION		
AMENAZAS	Estructura Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada al mercado de prestadores de servicios turísticos foráneos. • Empresas turísticas que desarrollan la actividad de manera no adecuada, incumpliendo las exigencias normativas del ente regulador. • La temporalidad y los picos de la demanda, genera bajos índices de ocupación e inestabilidad en la operación empresarial. (empleo temporal) • Altos niveles de informalidad. Presencia de operadores piratas. • Demanda insatisfecha por la baja calidad en la prestación de los servicios. • Falta de conocimiento de mecanismos para acceso a recursos de inversión.
AMENAZAS	Formación y Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • Baja demanda en los programas de Turismo lo cual está provocando el cierre de programas. • Oferta laboral limitada para los egresados del sector turístico. • Deserción escolar alta, en la mayoría de las veces por razones económicas. • El sector turístico no cuente con personal Vallecaucano capacitado para la laborar en el sector y contribuir a su desarrollo competitivo
FACTOR GESTION		
AMENAZAS	Gestión Marketing del Destino	<ul style="list-style-type: none"> • No lograr una articulación sectorial para abordar los retos propios. • No lograr consolidar alianzas con mayoristas para la oferta de la región. • Calidad de actividades y de servicios no adecuada para la conquista y • manejo de mercados receptivos. • Continuar en un activismo en la promoción. • Falta de personal para atender a los turistas interesados en la historia, cultura y naturaleza del departamento. • Ofrecer producto turístico centrado en la temporalidad (ferias eventos fiestas).





AMENAZAS	Gestión turística del destino	<ul style="list-style-type: none">• Falta de credibilidad por parte de operadores y/o mayoristas para trabajar en la promoción y comercialización el destino.• Destinos con mejor gestión institucional en el ámbito nacional e internacional.• Inversiones foráneas para proyectos turísticos redireccionadas por falta de estímulos que los atraigan• Falta de direccionamiento del turismo hacia un enfoque de competitividad.• Mayor exigencia del turismo en la relación costo beneficio• Exceso de institucionalidad con acciones paralelas y reducida efectividad.
----------	-------------------------------	--

/-/





6. FASE II. FORMULANDO LAS 2 HERRAMIENTAS DE PLANIFICACIÓN

En esta fase se desarrolla todo el proceso para la formulación de las dos herramientas de planificación sectorial para el municipio de Palmira: 1. Política Pública Municipal de Turismo. 2. Plan de Desarrollo Municipal de Turismo.

6.1 SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS POSIBLES Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO:

6.1.1 Identificación de la problemática turística en el municipio de Palmira. Resumen consolidado por factor.

A continuación, se presenta un resumen consolidado del diagnóstico realizado en la fase I, el cual se llevó a cabo por cada uno de los cuatro factores sobre los cuales se ha fundamentado el análisis sectorial durante todo el proceso.

El municipio de Palmira, es la segunda ciudad en importancia en el departamento del Valle del Cauca, líder en agroindustria, con una gran infraestructura y conectividad, bajo una administración comprometida en los últimos años, se ha ido abriendo camino en el desarrollo turístico para una consolidación en el tema cultural con la promoción de eventos, ferias y exposiciones, y en el tema ambiental con el fortalecimiento de su bosque municipal como atractivo natural

Del Plan de desarrollo municipal 2016-2019 "Con Inversión social construimos paz" del alcalde Jairo Ortega Samboni, vale la pena tener presente iniciativas relacionadas con el sector como el avance en la consolidación del Parque Biopacífico y la segunda la fase de la Renovación Urbana y Ambiental.

Sobre programas puntuales planteados para el sector, la administración ha asumido los siguientes compromisos:

- Poner en funcionamiento 2 Puntos de Información Turística.





- Brindar acompañamiento institucional a 50 Prestadores de Servicios Turísticos.
- Acompañamiento institucional para los Corredores turísticos.
- La formulación de la Política de Turismo.
- 5 Acciones de promoción.
- 2 Alianzas estratégicas formalizadas para el fomento y el desarrollo del sector.

Sumado a lo anterior, varias son las fortalezas generales que se han destacado durante el proceso diagnóstico, las cuales dan soporte efectivo al análisis estratégico. Cabe mencionar las siguientes:

- Un Importante sistema de áreas protegidas y presencia de organizaciones que apoyan la conservación y protección de los recursos naturales.
- La presencia de bienes declarados de interés cultural nacional.
- El Potencial para la economía naranja y las industrias culturales.
- La Identificación de potenciales Productos identitarios, innovadores, diferenciados, endémicos, como la Ruta de la Caña de Azúcar, el paso de las Victorias, la cultura arqueológica Malagana y el Parque Biopacífico de ciencia y tecnología.
- Buena infraestructura y cobertura del servicio de energía eléctrica.
- Buena cobertura del servicio urbano de acueducto y alcantarillado.
- El buen estado de la red vial primaria del municipio.
- Convenios activos para la ejecución del programa “Colombia vive digital” (MinTIC- Gobernación del Valle del Cauca).
- Se está ampliando la cobertura del servicio de internet y telefonía.





- Se cuenta con una terminal aérea internacional.
- Se tiene una Identidad cultural fortalecida.
- Los empresarios del turismo están interesados en ser parte de procesos con lo que logren incrementar su calidad y competitividad.
- Voluntad de trabajo cooperado entre empresarios del sector.
- Voluntad de la Alcaldía por generar asociatividad y emprendimientos turísticos.
- Sectores productivos de servicios e industria productivamente sólidos y en permanente crecimiento, (la industria asociada a la Caña de Azúcar, servicios de salud, oferta de educación superior y recreación).
- Es conexión para los municipios del clúster regional, que según la división regional proyectada para el Valle 2032, está integrado por los municipios de Cali, Dagua, Jamundí, La Cumbre, Vijes, Yumbo, Candelaria, Florida, Ginebra, Pradera, El Cerrito y Palmira.
- Se cuenta con un Consejo consultivo de turismo, activo y operando.

Para la identificación de la problemática se hace necesario analizar aquellos elementos que resultan limitantes para Palmira, de manera que del cruce de estas variables diagnósticas se definan en los ejes estratégicos, las líneas y acciones que fundamentan la presente política y den respuesta a las necesidades sectoriales, así como su ruta crítica para alcanzar el desarrollo propuesto. Estos son los problemas más relevantes:

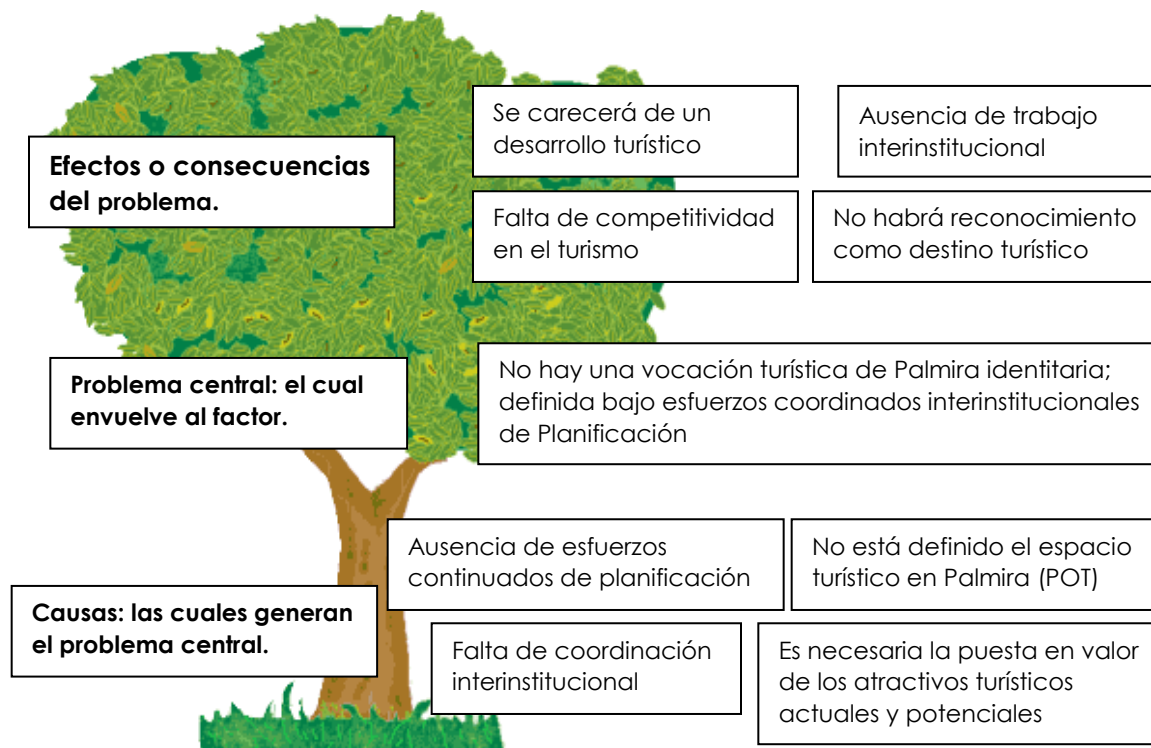




2.4.1.4 Frente al factor Atracción:

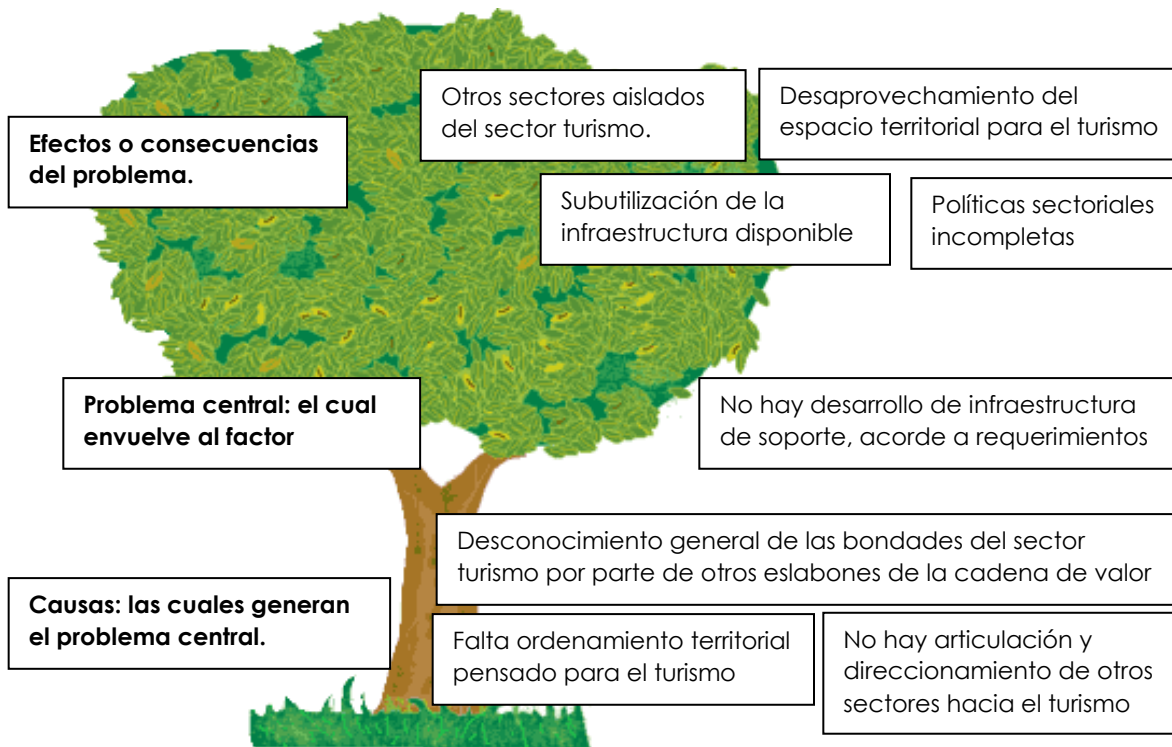
- Se presenta la necesidad de contar con una identidad propia y particular que identifique y haga resaltar a Palmira como destino turístico competitivo y de vanguardia.
- Los procesos de planificación no son una constante para mantener un desarrollo turístico continuo a lo largo de los años.
- Falta una actualización permanente del inventario turístico, adecuado a las metodologías cambiantes.
- No se tiene definido un espacio turístico para Palmira en aras de proyectar acertadamente su desarrollo.
- La falta de actores encadenados y articulados para desarrollar esfuerzos conjuntos hacia fines específicos.

De lo anterior se puede determinar el árbol del problema para el factor Atracción que ilustra a Palmira:



2.4.1.5 Frente al factor Soporte.

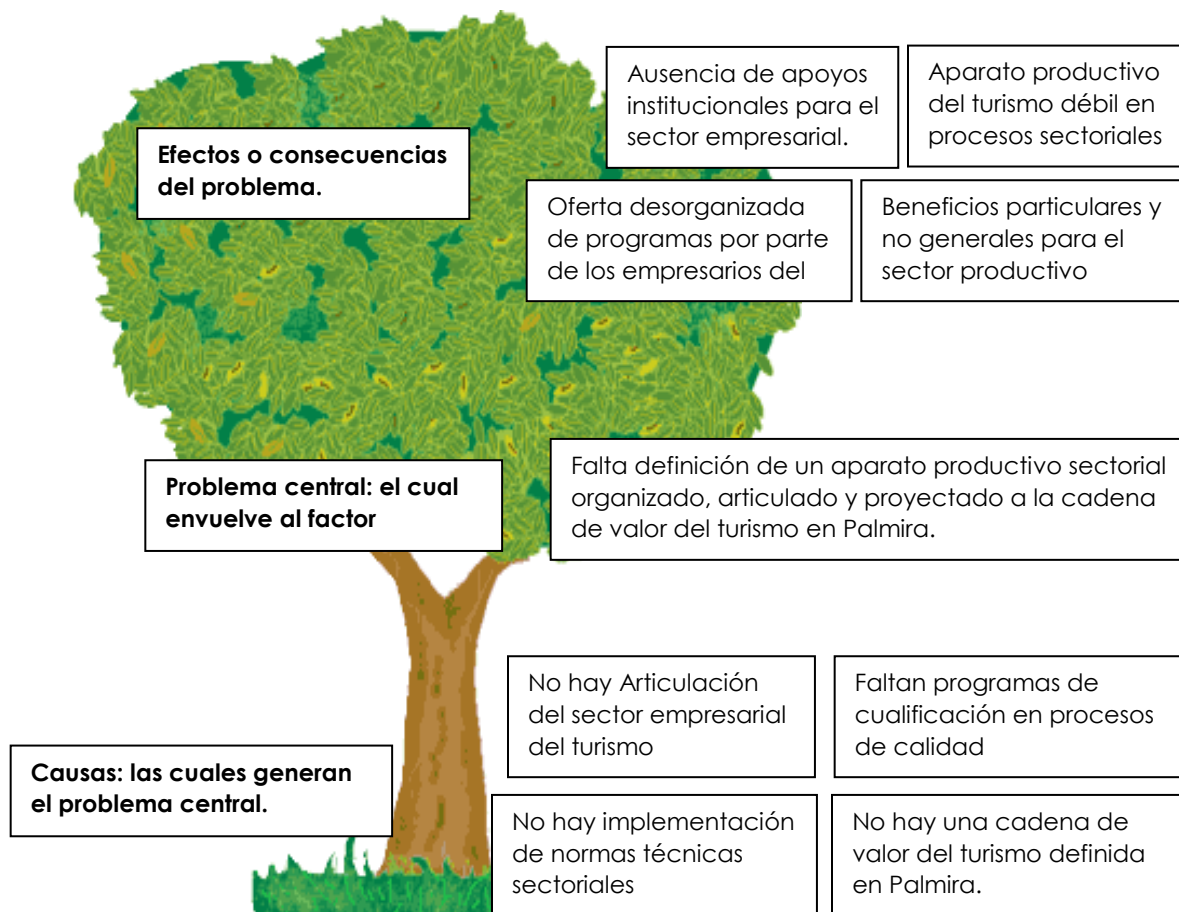
- Falta desarrollo e investigación para la generación de conocimiento de destinación turística.
- Necesidad de continuidad en procesos de actualización en políticas sectoriales.
- Carencia de un sistema de información propio del sector, con estrategias de comunicación que lo dinamicen.
- Falta Infraestructura civil acorde con los estándares internacionales exigidos para la actividad turística
- Necesidad de articulación de los sectores de salud, comercio, servicios, seguridad y educación con el turismo.
- No hay un ordenamiento territorial para el sector turístico.





2.4.1.6 Frente al factor Producción.

- Necesidad de procesos de cualificación en calidad para prestadores de servicios turísticos.
- Se requiere de cualificación permanente y actualizada del talento humano en el sector empresarial del turismo.
- Falta la implementación de Normas Técnicas sectoriales por parte del sector productivo del turismo.
- Necesidad de programas formativos en turismo por parte de los centros educativos técnicos, tecnológicos y universitarios de Palmira.
- Falta involucrar los centros educativos regionales con programas en turismo, para la oferta de capacitación a los actores del turismo.





2.4.1.7 Frente al factor Gestión.

- Necesidad de fortalecimiento institucional en procesos sector turístico.
- Falta definición de un sistema turístico organizado en Palmira.
- No hay encadenamiento interinstitucional para el desarrollo de actividades dirigidas al sector.
- Se debe fortalecer los comités y organizaciones sectoriales actuales.
- Se necesita definir una gobernanza firme y continua del sector.
- No hay procesos de seguimiento a los esfuerzos de planificación sectoriales desarrollados.
- Se requiere mayores esfuerzos para la atracción de la inversión al sector turísticos de Palmira.
- Se requieren desarrollar esfuerzos promocionales para el municipio.
- Ausencia de un plan de marketing de destino.
- Falta proyectar el marketing de productos identitarios de Palmira.
- Falta orientar la competitividad del destino hacia el logro de superar las expectativas del turista.





7. COMPONENTE ESTRATÉGICO: PROPUESTA ESTRATÉGICA.

7.1 FORMULACIÓN DEL ÁRBOL DE OBJETIVOS.

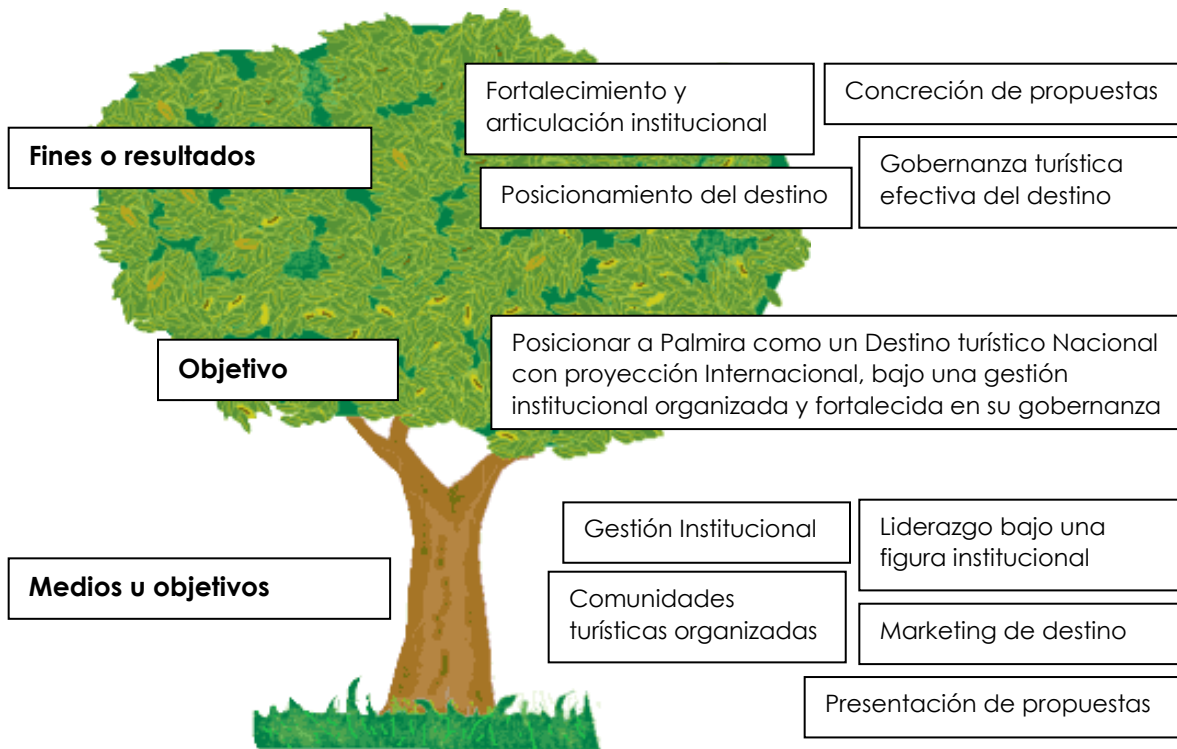
Se presenta el siguiente esquema – propuesta para la ilustración del árbol de objetivos, base de la formulación estratégica de la política de turismo de Palmira.

7.1.1 Factor de atracción:





7.1.2 Factor de gestión:

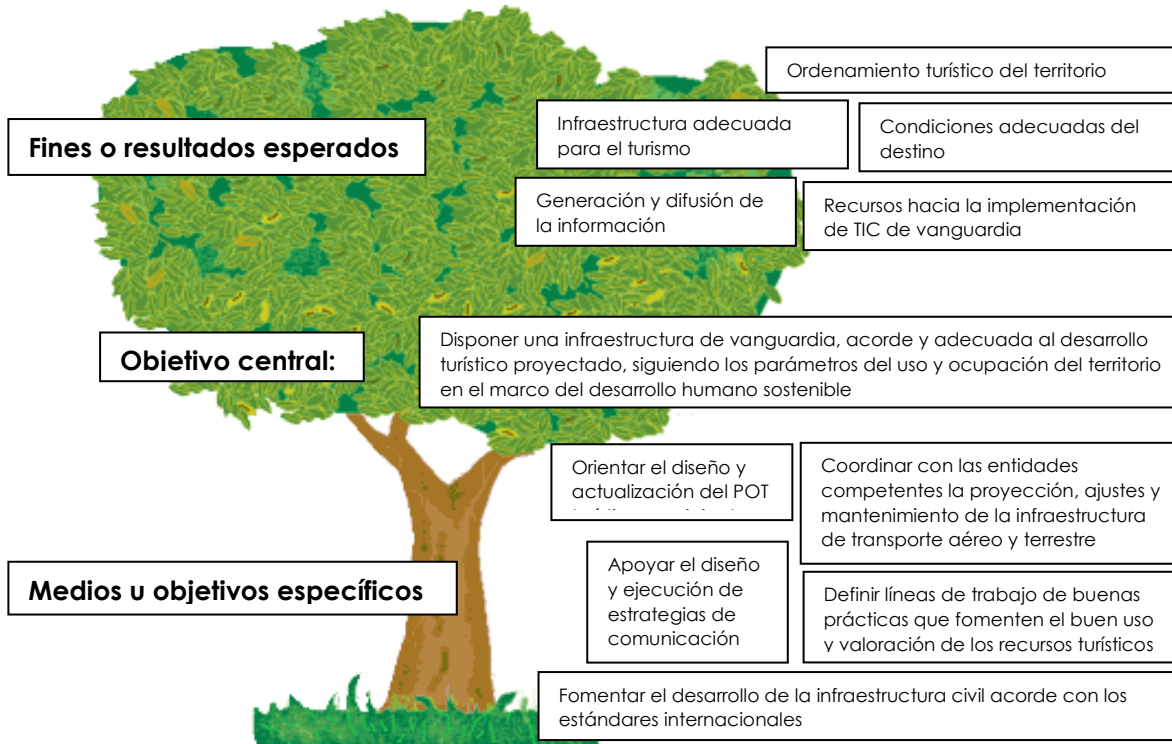




7.1.3 Factor de producción:



7.1.4 Factor de soporte:



7.2 MISIÓN Y VISIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO PARA EL MUNICIPIO DE PALMIRA

7.2.1 Misión

Lograr la acción coordinada de todos los actores involucrados en el desarrollo del sector, a través de una justa gobernanza, aprovechando las sinergias que se producen por la acción público privada en el sistema turístico, a fin de consolidar la actividad, incentivando la generación de nuevos productos, innovando en el desarrollo de nuevos mercados turísticos diferenciales, mejorando la calidad de los servicios turísticos, fomentando su crecimiento, mejorando cualitativa y cuantitativamente la promoción turística y la calidad de la oferta, potenciando la inversión, resguardando el patrimonio cultural y natural del país, velando por su sustentabilidad y fomentando el enriquecimiento de saberes que aseguren el éxito.



República de Colombia
Departamento del Valle del Cauca
Alcaldía Municipal de Palmira



7.2.2 Visión:

El Municipio de Palmira en el 2029, consolidará una de las mayores transformaciones sectoriales en el departamento del Valle del Cauca, se habrá posicionado como uno de los principales destinos turísticos sostenibles de Colombia dada la diversidad y competitividad de su oferta turística, así como la calidad de los servicios asociados y habrá desarrollado los productos turísticos de naturaleza, cultura y deportivo, los que contarán con una plataforma tecnológica avanzada para su promoción.

Para este propósito, logrará una gobernanza de alta gestión en donde prime la articulación entre los actores sectoriales (directos e indirectos), contará con una institucionalidad fortalecida, con empresarios certificados según las NTS vigentes, con personal capacitado y bilingüe; fomentará una cultura turística sustentada en los principios del desarrollo sostenible y valores con los que se preserve el equilibrio del territorio y la identidad cultural de sus habitantes.

Lo anterior hará parte de la Política pública y del Plan de Desarrollo Turístico; ambos proyectados al año 2030.





8. LA POLÍTICA PÚBLICA MUNICIPAL DE TURISMO DE PALMIRA A 2030

8.1 EJES ESTRATÉGICOS DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO - DESCRIPCIÓN

El modelo para la competitividad turística propuesto por Geoffrey Crouch & Brent Ritchie (2003) plantea para su implementación cuatro factores, los cuales, manteniendo la coherencia metodológica son los que también se establecen como ejes estructurantes para la Política Pública de Turismo.

En este sentido se contará con 4 ejes estratégicos que derivan en 13 líneas estratégicas que orientarán la planificación y el desarrollo sectorial, contemplando acciones directas para propiciar su implementación y posterior seguimiento a su ejecución, así como su evaluación y actualización en caso de ser pertinente o necesaria.

8.1.1 Primer eje es el factor de Gestión:

El enfoque está dirigido a los procesos relacionados con la gestión de las instituciones comenzando por su fortalecimiento. Pretende coadyuvar a la integración de objetivos públicos, privados y comunitarios frente a las acciones que se desarrollen para: el crecimiento del sector, el mejoramiento de sus canales de comercialización y promoción teniendo en cuenta las el comportamiento de la demanda y oferta, el fomento de emprendimientos turísticos innovadores, la creación de incentivos para la inversión, el mejoramiento de la infraestructura del turismo, la conectividad y accesibilidad del destino procurando que integralmente sea una prioridad para el Municipio.

8.1.2 El segundo eje estratégico es el factor de Soporte:

Estos elementos propenden al equilibrio de las condiciones económicas, políticas, socioculturales y ambientales del municipio, las cuales son determinantes para el desarrollo turístico. Incluye los antecedentes que ha tenido el sector y que han incidido en su desarrollo como Planes Sectoriales, Convenios de Competitividad, Visiones Compartidas de Región y el Marco Legal en que el mismo se ha desarrollado. Otro tema relacionado es el nivel de conectividad de todo tipo, el estado de su conectividad vial, sea por carretera o vías férreas, la calidad y capacidad del aeropuerto que sirve la zona, la fluvial y las redes tecnológicas que les permitan una conectividad virtual efectiva, teniendo en cuenta que en el turismo y en la vida de hoy





son esenciales en el esfuerzo superar las expectativas de los visitantes al destino.

8.1.3 El tercer eje es el factor de atracción:

En este eje se contemplan los elementos primarios del atractivo que en principio, convocan y logran que una persona considere y/o elija visitar un destino; están representados en los recursos naturales, en la cultura, considerando todas las expresiones que hacen diferente y caracterizan a una comunidad; su tradición, su historia, los acontecimientos especiales y eventos que allí se llevan a cabo y el entretenimiento, creando productos turísticos diferenciados que apuntan a fortalecer la oferta y aumentar la demanda turística del Municipio.

8.1.4 El Cuarto Eje es el factor Producción:

Este es el eje en el que se analiza la competitividad y la calidad de la oferta de prestadores de servicios turísticos, el nivel de formalización de acuerdo con las inscripciones en el Registro Nacional de Turismo (RNT) y evalúa a través de diversos instrumentos el estado de las empresas que conforman el sector integrando la gestión de conocimiento a las necesidades puntuales que garanticen el alcance de los propósitos de crecimiento.

La implementación de esta Política, se concreta en las acciones entrelazadas de los ejes mencionados y requiere de la participación de diversos actores municipales, departamentales y nacionales, para hacer realidad el reto de convertir a Palmira en un destino turístico de excelencia, que conjugue la calidad de una oferta con estándares internacionales, la inclusión de las comunidades locales y la protección del patrimonio cultural y ambiental para ser un destino sostenible.

9. LINEAMIENTOS Y ACCIONES ESTRATÉGICOS DE LA POLÍTICA PÚBLICA MUNICIPAL DE TURISMO

9.1 EJE ESTRATÉGICO NO.01: GESTIÓN





9.1.1 Objetivo:

Posicionar a Palmira como un destino turístico nacional con proyección internacional bajo una gestión institucional organizada, fortalecida e innovadora.

9.1.2 LÍNEA ESTRATEGICA No.01: "PALMIRA POSICIONADA TURÍSTICAMENTE BAJO UNA GOBERNANZA EFICIENTE"

6.4.1.1 ACCIONES

- 6.4.1.1.1 Crear la secretaria de turismo de Palmira, disponiendo de recursos propios que abriguen el fortalecimiento y desarrollo de productos competitivos e inclusivos al alcance de todo ciudadano, visitantes, turistas sin distinción de etnia, genero, edad, tendencia sexual o discapacidad.
- 6.4.1.1.2 Garantizar el fortalecimiento Institucional para una Administración sectorial comprometida y consciente que identifique las necesidades objetivas para el desarrollo turístico del Municipio definiendo las prioridades de acción a desarrollarse y proyectando los alcances recursos necesarios para su realización a corto, mediano y largo plazo.
- 6.4.1.1.3 Fortalecer el Consejo consultivo del turismo para la construcción colectiva análisis y toma de decisiones facilitando una red de espacios interdestinos teniendo en cuenta las organizaciones de gestión local.
- 6.4.1.1.4 Fomentar el encadenamiento institucional del turismo enfocado a dar solución a las prioridades del turismo y las vocaciones locales y municipales.
- 6.4.1.1.5 Fortalecer la articulación turística interinstitucional de Palmira. Pública, Privada y Solidaria teniendo en cuenta los principios de sostenibilidad, cohesión social, desarrollo humano, desarrollo local, desarrollo territorial integrado.





- 6.4.1.1.6 Posicionar a Palmira como destino turístico bajo una Gobernanza turística planificada, contextualizada en la dimensión económica, política, social, cultural y ambiental del Municipio.
- 6.4.1.1.7 Implementar las regulaciones del sistema legal vigentes, de las normas técnicas sectoriales y otras como garantes de la calidad, competitividad y sostenibilidad del destino y medir su cumplimiento a través de un monitoreo permanente.
- 6.4.1.1.8 Dar apoyo al fomento de la inversión pública y privada para el desarrollo del potencial turístico que permita desarrollar productos diferenciados y competitivos.
- 6.4.1.1.9 Crear programas de estímulos a emprendimientos que forman parte de la cadena de valor del turismo, para el desarrollo de iniciativas que propendan al fortalecimiento del sistema turístico del municipio.
- 6.4.1.1.10 Gestionar recursos para el desarrollo del turismo de forma sistémica y planificadamente a través de las diversas vías de financiación existentes considerando la inclusión de líneas de turismo en el Sistema General de Regalía.
- 6.4.1.1.11 Gestionar con las autoridades sectoriales competentes la creación y mantenimiento de infraestructuras requeridas para la actividad turística tendientes a fortalecer la competitividad del destino.

9.1.3 LÍNEA ESTRATÉGICA No.02: "PALMIRA BAJO UNA GESTIÓN DE MARKETING TURÍSTICO DE DESTINO".

6.4.1.2 ACCIONES

- 6.4.1.2.1 Planificar el posicionamiento de Palmira como destino turístico según sus características geográficas y culturales locales para crear la identidad del destino(s) y diseñando estrategias de Mercadeo eficientes de productos y servicios turísticos Palmiranos.
- 6.4.1.2.2 Enfocar la segmentación de mercado, tomando como base las vocaciones turísticas locales y las tendencias del turismo mundial orientando a los proveedores de servicio a que oferten paquetes turísticos competitivos que contemplen diversos productos y experiencias.





6.4.1.2.3 Fomentar acciones que faciliten la cocreación entre diferentes actores para armonizar labores que brinden una experiencia integral al destino y/o atractivos.

9.2 EJE ESTRATÉGICO NO.02: SOPORTE “SOPORTE ESTRUCTURAL PARA EL DESTINO PALMIRA”.

9.2.1 Objetivo:

Disponer una infraestructura de vanguardia, acorde y adecuada al desarrollo turístico proyectado, siguiendo los parámetros del uso y ocupación del territorio en el marco del desarrollo humano sostenible.

9.2.2 LÍNEA ESTRATÉGICA No.01: CONDICIONES GENERALES DEL DESTINO

6.4.1.3 ACCIONES:

- 6.4.1.3.1 Implementar estrategias encaminadas a la articulación de los actores sectoriales e institucionales para aunar esfuerzos para el desarrollo de investigaciones y creación de controles estadísticos pertinentes que aseguren el fortalecimiento integral del turismo responsable en lo económico, social, cultural y ambiental.
- 6.4.1.3.2 Garantizar la seguridad turística como función prioritaria que garantice la protección y bienestar de ciudadanos, turistas y visitantes y de sus bienes prestando especial atención a la seguridad de los turistas extranjeros, por su particular vulnerabilidad y con ese fin, se facilitar el establecimiento de medios de información, prevención, protección, seguro y asistencia específicos que correspondan a sus necesidades.
- 6.4.1.3.3 Priorizar el cumplimiento de las regulaciones legales para promover un turismo responsable estableciendo sistemas de vigilancia y control del programa ESCNNA (EXPLORACION SEXUAL COMERCIAL DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES).





- 6.4.1.3.4 La autoridad de turismo municipal debe afianzar la seguridad turística, minimizando los índices de riesgos en cuanto a: transparencia de los negocios, delitos, tráfico de drogas, negocios ilícitos, protección de las instalaciones, comentarios de prensa y medios de comunicación, protección ante catástrofes naturales, higiene, la concesión de licencias de establecimientos, guías turísticos, medios de transportes, servicios de alimentación, así como la concesión de los seguros turísticos y asistencia de viaje.
- 6.4.1.3.5 Impulsar la Innovación como dinamizadora del desarrollo y mejoramiento continuo de los productos y servicios mediante propuestas de ofertas atractivas y diversas.
- 6.4.1.3.6 Mantener actualizada la política pública de turismo de Palmira, en línea con las políticas sectoriales (internacional, nacional y regional) que la soportan para el desarrollo prospectivo del turismo.

9.2.3 LÍNEA ESTRATÉGICA No.02: CONECTIVIDAD Y ACCESIBILIDAD

6.4.1.4 ACCIONES

- 6.4.1.4.1 Apoyar el diseño y ejecución de estrategias de comunicación para la gestión y difusión de la información a través de la implementación de soportes digitales de nueva generación bajo los conceptos de veracidad, oportunidad y pertinencia para la promoción de los diferentes atractivos, rutas y circuitos.
- 6.4.1.4.2 Fortalecer la conectividad aérea y terrestre aprovechando la infraestructura vial y el aeropuerto internacional Alfonso Bonilla Aragón incentivando la creación de nuevas rutas, ampliando la llegada de vuelos y ofreciendo nuevos servicios.
- 6.4.1.4.3 Crear los mecanismos intersectoriales que garanticen los accesos a los atractivos turísticos tanto en la movilidad como vías de acceso.

9.2.4 LÍNEA ESTRATÉGICA No.03 INFRAESTRUCTURA

6.4.1.5 ACCIONES

- 6.4.1.5.1 Fomentar el desarrollo de la infraestructura civil acorde con los estándares internacionales exigidos para la actividad turística. (relacionados con: Vías vehiculares y peatonales, accesos, señalización, servicios básicos, transporte).





- 6.4.1.5.2 Dar respuesta a las necesidades las personas con discapacidad y necesidades especiales reclaman cada vez más su sitio en la actividad turística realizando una gestión eficiente en la accesibilidad teniendo en cuenta que los destinos accesibles pueden contribuir a mejorar la calidad de vida de los habitantes de esos lugares.
- 6.4.1.5.3 Coordinar con las entidades competentes la proyección, ajustes y mantenimiento de la infraestructura de transporte aéreo y terrestre, así como de sus terminales.
- 6.4.1.5.4 Articular los sectores de salud, comercio, transporte, servicios, seguridad, educación, CVC, DAGMA, PNN, gremios, entre otros como importantes contribuyentes al desarrollo del turismo para el logro de objetivos comunes.
- 6.4.1.5.5 Coordinar con las entidades competentes la adecuación y fortalecimiento de la infraestructura de saneamiento básico para el uso adecuado del turismo.
- 6.4.1.5.6 Orientar el diseño e implementación de una señalización que reúna los requerimientos y expectativas de los visitantes, proporcionándoles orientación suficientemente clara sobre los corredores viales hacia los diferentes atractivos que se ofertan.
- 6.4.1.5.7 Fomentar el servicio de medios de transporte con horarios más flexibles priorizando líneas de acceso hacia los atractivos turísticos de naturaleza.
- 6.4.1.5.8 Rescatar los medios de transporte tradicionales de la zona urbana y rural (Victorias, chivas) como parte del atractivo turístico - cultural.

9.2.5 LÍNEA ESTRATÉGICA No.04: ORDENAMIENTO TERRITORIAL

6.4.1.6 ACCIONES.

- 6.4.1.6.1 Orientar el diseño y actualización del POT turístico municipal.
- 6.4.1.6.2 Direccionar procesos de recuperación de espacios urbanos y rurales susceptibles para el uso turístico.
- 6.4.1.6.3 Propender por la mitigación de riesgos e impactos que puedan derivarse de la actividad turística, afectando al destino en los aspectos económico, social, cultural y ambiental estableciendo los mecanismos necesarios.





6.4.1.6.4 Definir líneas de trabajo de buenas prácticas que fomenten el buen uso y valoración de los recursos turísticos.

9.3 EJE ESTRATÉGICO NO.03 ATRACCIÓN: “DESTINO PALMIRA, ATRACTIVA Y DIFERENTE”.

9.3.1 Objetivo:

Hacer de Palmira un destino atractivo, sostenible, particular e innovador en su oferta turística; que potencie y complemente su vocación cultural, natural y deportiva con productos competitivos.

9.3.2 LÍNEA ESTRATÉGICA No.01: DESTINO PALMIRA “VOCACIÓN TURÍSTICA BASADA EN LO ESENCIAL”

6.4.1.7 ACCIONES:

- 6.4.1.7.1 Orientar la vocación del destino teniendo en cuenta los elementos identitarios y esenciales de su patrimonio natural, cultural y deportivo referenciados en el inventario turístico del municipio.
- 6.4.1.7.2 Establecer los lineamientos para la creación de productos identitarios con fines de posicionamiento nacional e internacional.
- 6.4.1.7.3 Determinar los medios de evaluación y de diagnóstico para potencializar la vocación turística del destino Palmira.

9.3.3 LÍNEA ESTRATÉGICA No.02: ATRACTIVOS TURISTICOS

6.4.1.8 ACCIONES:

- 6.4.1.8.1 Mantener actualizado el inventario de recursos y atractivos turísticos actualizado basado en su patrimonio natural y cultural; el cual será referente obligado para una eficiente gestión y el desarrollo competitivo del sector.
- 6.4.1.8.2 Implementar mecanismos que permitan la recuperación y protección del patrimonio histórico cultural que identifican a Palmira.
- 6.4.1.8.3 Enriquecer sistemáticamente el portafolio ofertas y atractivos turísticos con la programación de actividades generadas por otras entidades, tanto públicas como privadas, que tengan como epicentro el destino Palmira.





República de Colombia
Departamento del Valle del Cauca
Alcaldía Municipal de Palmira



6.4.1.8.4 Apoyar la gestión que en torno a las declaratorias y Planes Especiales de Manejo y Protección – PEMP hagan las autoridades competentes sobre bienes patrimoniales y atractivos turísticos en el destino.

9.3.4 LÍNEA ESTRATÉGICA No.03: CLÚSTERS Y MICROCLÚSTERS (COMPLEJOS TURÍSTICOS)

6.4.1.9 ACCIONES:

- 6.4.1.9.1 Planear el espacio turístico de Palmira y su ajuste permanente (zonas, áreas, centros, complejos, unidades y núcleos turísticos) de manera que sea insumo para el ordenamiento territorial y la estructuración de los clústers y microclústers.
- 6.4.1.9.2 Identificar el mapa de actores locales en la cadena de valor turística y puedan hacer parte de los clústers y microclústers en el destino Palmira.





9.3.5 LÍNEA ESTRATÉGICA No.04: CONCIENCIA AMBIENTAL

6.4.1.10 ACCIONES

- 6.4.1.10.1 Establecer las directrices legales y normativas para todas las actividades turísticas, en cualquiera de sus dimensiones de gestión y operación en favor de la protección ambiental y la sostenibilidad.
- 6.4.1.10.2 Crear regulaciones para la protección y conservación del patrimonio cultural y natural, midiendo los impactos que las actividades de turismo puedan causar.
- 6.4.1.10.3 Fomentar estudios sobre impacto ambiental de los territorios y mapas de riesgos asociados a las actividades turísticas actuales y potenciales dentro del destino.
- 6.4.1.10.4 Generar condiciones para el desarrollo sostenible del turismo con programas que fortalezcan la conciencia ambiental en el territorio.
- 6.4.1.10.5 Establecer regulaciones para el uso de vehículos, manejo de residuos, peligro contaminación de las aguas, fauna silvestre especies de flora y fauna, capacidad de carga en los diferentes tipos de atractivos.
- 6.4.1.10.6 Regular los accesos, actividades y conductas de los visitantes según el inventario de áreas protegidas privadas y parques.





9.3.6 LÍNEA ESTRATÉGICA No.05: PRODUCTOS TURÍSTICOS

6.4.1.11 ACCIONES

- 6.4.1.11.1 Desarrollar un proceso innovador en la creación de experiencias memorables y únicas para los productos turísticos actuales y potenciales que basados en la vocación y fortalezas del territorio atiendan los gustos, exigencias, preferencias y expectativas de los segmentos de mercados elegidos para el destino Palmira.
- 6.4.1.11.2 Establecer corredores, rutas y circuitos articulados con las iniciativas locales, departamentales o nacionales para ser implementados en la oferta como facilitadores que enriquezcan los productos y experiencias turísticas en el destino.
- 6.4.1.11.3 Priorizar la búsqueda sistemática de elementos diferenciadores que den identidad y valor agregado a los productos turísticos en el destino Palmira.
- 6.4.1.11.4 Priorizar el desarrollo productos inclusivos que contemplen el Turismo Social, proponiendo estrategias que faciliten el acceso al turismo de amplios segmentos de la población, entre los que se incluya a jóvenes, adultos mayores y discapacitados.

9.4 EJE ESTRATÉGICO NO.04 PRODUCCION: "EL TURISMO EN PALMIRA ORIENTADO A UNA PRODUCTIVIDAD ALTAMENTE COMPETITIVA"

9.4.1 Objetivo

Consolidar un sistema productivo del turismo encadenado y calificado, para el desarrollo de productos y servicios acordes a su vocación turística en mercados plenamente identificados.

9.4.2 LÍNEA ESTRATÉGICA No.01: FORTALECIMIENTO DE LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL DEL TURISMO

6.4.1.12 ACCIONES:

- 6.4.1.12.1 Establecer un sistema normativo que incluya procesos de clasificación y certificación para prestadores de servicios turísticos, garantizando la sostenibilidad turística.
- 6.4.1.12.2 Crear una estructura adecuada y una planta profesional acorde al perfil del sector, encargada del diseño, planificación y coordinación para el desarrollo del turismo.





- 6.4.1.12.3 Establecer normas e instrumentos que faciliten los procedimientos y cumplimiento para la formalización e implementación de las Normas Técnicas Sectoriales, garantizando la calidad y competitividad de los productos y del destino.
- 6.4.1.12.4 Crear incentivos que motiven a hoteleros, comerciantes, industrias culturales, transportistas, agremiaciones, entidades de servicios, gastronómicas entre otras a contribuir en el desarrollo turismo con ofertas novedosas.

9.4.3 LÍNEA ESTRATÉGICA No.02: TURISMO EN PALMIRA, DA VALOR AL CONOCIMIENTO

6.4.1.13 ACCIONES:

- 6.4.1.13.1 Crear, en alianza con la academia, rutas de conocimiento que ofrezcan programas de formación y capacitación que propendan a garantizar la cualificación sistémica del capital humano del turismo, elevando el nivel competitivo según necesidades actuales y potenciales.
- 6.4.1.13.2 Apoyar el fortalecimiento de los procesos de cualificación del capital humano, priorizando el bilingüismo para todo el sector de turismo de Palmira
- 6.4.1.13.3 Propiciar la Integración de las universidades y centros de enseñanza especializados en procesos continuos de investigación en todos los niveles para el mejoramiento continuo de la oferta turística y sus componentes
- 6.4.1.13.4 Proponer a las universidades y centros de enseñanza especializados se estudie la posibilidad de homologar algunas titulaciones atendiendo al nivel de conocimiento y experiencia.





10. PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE TURISMO DE PALMIRA 2020 – 2030.

10.1 PROYECTOS ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RESÚMEN.

Con este contenido se busca referenciar los proyectos planteados dentro del plan, como una referencia rápida de consulta.

La Gobernanza según Pablo Chir “es una suma de gobierno y confianza. Es el estilo de funcionamiento de una sociedad” que permite llegar a acuerdos entre todos los actores para la solución de problemas y abrir brechas para generar oportunidades y construir con eficacia y calidad con una buena orientación.

Es tarea obligada del Estado proporcionar a los sectores involucrados beneficios económicos y sociales tendientes al mejoramiento de la calidad de vida y al fortalecimiento del destino, ofreciéndole al turista o visitante la posibilidad del disfrute de una experiencia de ALTA calidad de su Región.

La Política de Turismo, marca la ruta, orienta, facilita, controla y establece las normas que condiciona un desarrollo sostenible y garantiza la destreza en la gestión del destino para **competir** de modo eficiente y rentable el mercado turístico actual. Para esto, se requiere del desarrollo de habilidades de negocio, planeación estratégica, mercadotecnia, buena administración del recurso humano, patrimonial y financiero e inversión que permitan que respalden el desarrollo proporcional de las zonas de influencia de la región.

Los proyectos turísticos constituyen la base del desarrollo del modelo de turismo que se propone para lograr un destino sostenible y competitivo, son en esencia, el conjunto de acciones debidamente planeadas que facilitan alcanzar el estado deseado según perspectivas de desarrollo a corto, mediano y largo plazo, obtener los recursos necesarios para estos fines teniendo en cuenta el equilibrio entre los componentes económico, socio-cultural, ambiental y educativo.

Según las brechas y oportunidades analizadas anteriormente, se proponen los siguientes proyectos teniendo en cuenta el soporte metodológico de los cuatro factores: Atracción, Soporte, Producción y Gestión:





FACTOR DE ATRACCIÓN		
PROGRAMA	PROYECTO	PLAZO
DESTINO PALMIRA	1. Elaboración del inventario turístico, según la metodología del MinCIT-VT.	CORTO
	2. Elaboración de un calendario unificado de actividades del municipio de Palmira.	CORTO
	3. Diseño del producto de naturaleza en la ruta de las Palmas	CORTO
	4. Diseño del producto de naturaleza en La Buitrera	CORTO
	5. Diseño de la ruta Palmaventura extrema	CORTO
	6. Estructuración y fortalecimiento del turismo rural en todas sus expresiones en Palmira.	CORTO
	7. Articulación de las áreas protegidas a la oferta turística de Palmira.	CORTO
	8. Palmira Antique I (Patrimonio fílmico y fotográfico de la Palmira antigua)	CORTO
	9. Palmira Antique II (Historia Acrónicas – Ruta por la Palmira arqueológica)	CORTO
	10. Palmira Antique III (Historia Acrónicas – Palmira desde la conquista hasta el siglo XX)	CORTO
	26. Diseño del producto turístico (Ruta Las Victorias)	CORTO
	25. Incorporación a la oferta turística del Parque Biopacífico – Diseño del producto.	MEDIO
11. Palmira Antique IV (Historia Acrónicas – Palmira contemporánea – Siglo XXI)	MEDIO	
12. Diseño de experiencias turísticas asociadas a la producción agrícola (Hortofrutícola) en el municipio de Palmira	MEDIO	
	13. Ruta dulce de la caña de azúcar	MEDIO
	14. Puesta en valor de la diversidad de las cocinas típicas como producto turístico.	MEDIO
	15. Fortalecimiento de la vocación artesanal de Palmira.	MEDIO





PALMIRA DESDE SIEMPRE	16. Consolidación de las principales festividades rurales y urbanas.	MEDIO
	17. Fortalecimiento y puesta en valor turístico de la Fiesta Nacional de la Agricultura.	MEDIO
	18. Fortalecimiento y puesta en valor turístico de los museos y otros escenarios similares.	MEDIO
	19. Diseño de producto Centro Histórico y su incorporación a la oferta turística	MEDIO
	20. Diseño de producto congresos y convenciones (MICE) – Diseño Productos Complementarios	LARGO
	21. Puesta en valor y marcha del Bosque Municipal. Recuperación de espacios urbanos para el turismo.	LARGO
	22. Sensibilización y acompañamiento a iniciativas de turismo comunitario	LARGO
	23. Declaratoria de centro histórico y elaboración de los planes especiales de manejo y protección – PEMP - para la ciudad de Palmira y sus principales bienes patrimoniales.	LARGO
	24. Incorporación de Palmira en la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia.	LARGO





FACTOR DE SOPORTE		
PROGRAMA	PROYECTO	PLAZO
PALMIRA CONEXIÓN VIAL	1. Plan de señalización vial, peatonal e interpretativa	CORTO
	2. Proyección competitiva del aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón para el turismo del Valle del Cauca	CORTO
	3. Operación del servicio de transporte masivo integrado con la ciudad de Cali	CORTO
PALMIRA CAPITAL COMPETENTE	4. Mejoramiento de los alcantarillados de las zonas rurales priorizadas	CORTO
	5. Mejoramiento del acueducto en la zonas rurales priorizadas	CORTO
	6. Ampliación de la cobertura del internet y telefonía móvil en las zonas rurales priorizadas	CORTO
	7. Elaboración del plan integral de seguridad turística en el municipio de Palmira	CORTO
	8. Concertación y monitoreo a los programas académicos que se oferten para el turismo en el municipio de Palmira	CORTO
	9. Certificación al personal de servicios turísticos en competencias laborales	CORTO
	10. Inclusión de las instituciones educativas al programa "Colegios Amigos del Turismo"	CORTO
	11. Implementación del bilingüismo en la academia	CORTO
12. Implementación de un plan de bilingüismo dirigido a las autoridades y prestadores de servicios turísticos	CORTO	
PALMIRA ¡POR TODOS	13. Estructuración de un programa de sensibilización turística, dirigido a la comunidad en general	CORTO





Y PARA TODOS!	14. Campaña de buenas prácticas de sostenibilidad para los destinos turísticos	CORTO
	15. Plan para la incorporación de las TIC'S para el sector turístico	CORTO
PALMIRA “LA VILLA DE LAS PALMAS”	16. Articulación del planteamiento turístico con la planificación y el ordenamiento territorial	CORTO
	17. Adopción final del plan de acción del turismo para el municipio de Palmira	CORTO
	18. Reglamentación y manejo para el aprovechamiento económico del espacio público, incluidas ventas informales	CORTO
	19. Diseño y ejecución de planes de emergencia y contingencia en los prestadores de servicios turísticos	CORTO
PALMIRA CONEXIÓN VIAL	20. Gestión para fortalecer la conectividad terrestre a sitios de interés y atractivos turísticos	MEDIO
	21. Apoyo en la gestión para la construcción del terminal de transporte terrestre en Palmira	MEDIO
	22. Acompañamiento para la puesta en valor de 4 corredores turísticos prioritarios en las zona urbana y rural	MEDIO
PALMIRA “LA VILLA DE LAS PALMAS”	23. Recuperación y enlucimiento del Parque Lineal	MEDIO
	24. Incentivar inversiones para ampliar la capacidad de infraestructura hotelera y de la oferta turística	MEDIO





FACTOR PRODUCCION		
PROGRAMA	PROYECTO	PLAZO
PALMIRA: EMPRESAS TURÍSTICAS FORMALES Y COMPETITIVAS	1. Creación de alianzas entre los actores sectoriales.	CORTO
	2. Fortalecimiento de operadores de turismo local y receptivo (10)	CORTO
	3. Formulación de un plan de capacitación a la medida de los prestadores de servicios turísticos.	CORTO
	4. Inclusión Instituciones educativas al programa "Colegios Amigos del Turismo" Soporte	CORTO
	5. Piloto: Creación e Inclusión de la cátedra "Palmira" que incluya el componente turístico en instituciones educativas seleccionadas del municipio.	CORTO
PALMIRA: EMPRESAS TURÍSTICAS FORMALES Y COMPETITIVAS	6. Acercamiento de los empresarios turísticos a las líneas de financiación. (20) Planes de Negocio.	MEDIO
	7. Mejoramiento de la capacidad operativa de las empresas turísticas (60).	MEDIO
	8. Formalización de empresas turísticas (30)	MEDIO
	9. Fortalecimiento de la cadena de valor para el turismo en Palmira	MEDIO
PALMIRA: EMPRESAS TURÍSTICAS FORMALES Y COMPETITIVAS	10. Implementación de procesos de calidad y sostenibilidad para empresas turísticas. (35)	LARGO
	11. Creación e institucionalización de un premio a la gestión turística: Competitividad y Sostenibilidad.	LARGO
	12. Certificación del personal operativo y administrativo turístico en competencias laborales. (100)	LARGO





FACTOR GESTION		
PROGRAMA	PROYECTO	PLAZO
PALMIRA TECHTUR	1. Creación de una plataforma web informativa especial para turismo, dirigida a turistas y agentes implicados en la gestión de la información sectorial.	CORTO
PALMIRA SE VÉ	2. Realización de viajes de familiarización para VTs y mayoristas.	CORTO
	3. Realización de viajes de reconocimiento para periodistas.	CORTO
	4. Generación de estrategias de reconocimiento –Stakeholders approach (personalidades – generadores de opinión, grupos de interés). (6)	CORTO
	5. Diseño e implementación de la marca de ciudad definida en la estrategia de citymarketing.	CORTO
	6. Plataforma virtual de promoción y comercialización (Portal único) feria y rueda de negocios	CORTO
	7. Diseño y ejecución campaña promocional – Destino Palmira (estrategia creativa, diseño de La Campaña, diseño del plan De medios y diseño, elaboración y suministro del material publicitario).	CORTO
	8. Diseño y puesta en funcionamiento de dos (2) puntos de información turística (conexo con el factor Soporte).	CORTO
	9. Integración de la oferta regional para complementariedad de los productos turísticos (Conexo con el factor Atracción).	CORTO
	10. Participación en ferias especializadas (Conexo F. Atracción)	CORTO





	11. Planeación y realización de misiones comerciales	CORTO
	1. Diseño y ejecución de una campaña conjunta con los municipios vecinos para la promoción regional.	CORTO
TURISMO DE PALMIRA, UNA NUEVA GESTIÓN FORTALECIDA	2. Desarrollo de una aplicación con información turística del municipio para dispositivos móviles.	CORTO
	3. Fortalecer la gestión de la DEDE o la dependencia de la Alcaldía, a cargo del manejo del turismo en el municipio	CORTO
	4. Fortalecimiento del Consejo Consultivo Municipal de Turismo	CORTO
	5. Articulación con secretarías estratégicas (Planeación Desarrollo Económico, Educación, Infraestructura) e instituciones gremiales para una efectiva gestión sectorial	CORTO
	6. Creación del Comité Subregional de Turismo, en donde el municipio de Palmira lidere su acción colectiva	CORTO
	7. Creación de un programa educativo para entidades públicas y privadas en turismo	CORTO
	8. Implementación estímulo a la inversión y a las AP&P, así como la reglamentación de los existentes para el desarrollo turístico. (conexo con proyecto F. Producción)	CORTO

/-/





10.2 PLAN DE ACCIÓN E INVERSIONES - BANCO DE PROYECTOS ESTRATÉGICOS (FICHAS PARA SU FORMULACIÓN)

Teniendo como base la estructura metodológica por factores: Atracción, Soporte, Producción y Gestión; y de referencia estratégica los lineamientos y las acciones que se plantean en la Política de turismo propuesta para el municipio, se presenta un plan de acción que le da respuesta coherente y pertinente a la orientación establecida de esta y en el marco de tiempo proyectado para su implementación.

Para ello, este plan de acción contiene:

- Programas y proyectos,
- Metas y actividades,
- Los indicadores,
- Los actores responsables y
- Costo aproximado.

El plan de acción e inversiones se estructura desde la continuidad metodológica del proceso. Plantea y explica los esquemas de intervención para los cuatro factores, y se detalla, para su operatividad, la estructuración de cada uno los proyectos. Toda esta información se reúne en fichas individuales que facilitan su formulación final, la gestión e implementación de los mismos.

De esta manera se entrega al municipio de Palmira, una herramienta muy útil y viable para encaminar el proceso de estructuración del sector turismo, así como la proyección sostenible y su consolidación competitiva.

10.2.1 FACTOR ATRACCIÓN.

A luz del Plan de desarrollo turístico para el Valle del Cauca 2012, “son los elementos primarios del atractivo que son los que, en principio, convocan a que una persona para que considere visitar el destino. Están representados en los recursos naturales, en la cultura, considerando todas las expresiones que hacen diferente y caracterizan a una comunidad; su tradición, historia, los acontecimientos especiales y eventos que allí se llevan a cabo y el entretenimiento que ofrecen a disposición del turista o visitante”.





Basados en lo anterior la materia prima del turismo en el municipio está apoyada en el siguiente marco estratégico apoyada en el siguiente marco estratégico:

10.2.1.1 Programa: Descubre Palmira y su entorno regional (Producto rural y de naturaleza)

En común acuerdo con los actores sectoriales se define que el municipio tiene su mayor fortaleza en lo rural, la Caña en el Valle del Cauca tiene su mayor piso en Palmira y complementariamente la fruticultura, lo que invita a tener un sentido de pertenencia y apropiación por parte de los Palmiranos y de descubrimiento por parte de visitantes y turistas.

En lo natural, Palmira cuenta con una diversidad topográfica con variados pisos térmicos, que le permiten contar con potenciales atractivos naturales para ser aprovechados sosteniblemente por el turismo.

El factor de atracción, termina siendo el que hace visible el engranaje competitivo de los actores y el funcionamiento eficiente del sistema turístico que hace que la experiencia en el territorio sea positivamente memorable.

El trabajo que se propone desde el factor de atracción, mantendrá un enfoque hacia la competitividad, la sostenibilidad y la calidad de la oferta integral; para ello mantendrá sus líneas de acción estratégicas orientadas a la Identificación de la oferta turística de Palmira con énfasis en la vocacionalidad priorizada para la ciudad.

Referente al plan de acción y los proyectos, con sus respectivas especificaciones, se han propuestos los siguientes:





FACTOR ATRACCIÓN		01
Programa	DESTINO PALMIRA	
Proyecto	Elaboración del inventario turístico, según la metodología del MinCIT-VT.	
Meta	Inventario Turístico de Palmira (Recursos y Servicios) elaborado	
Actividades	a. Formulación del proyecto para la elaboración del inventario turístico – Términos de referencia	
	b. Gestión de recursos para la ejecución	
	c. Ejecución técnica del proyecto	
Responsable	Alcaldía municipal - DEDE	
Indicador	Documento técnico contentivo del Inventario Turístico (recursos y servicios) de Palmira. Realizado con la metodología del MinCIT-VT	
Costo aprox.	\$10.000.000	

FACTOR ATRACCIÓN		02
Programa	DESTINO PALMIRA	
Proyecto	Elaboración de un calendario unificado de actividades del municipio de Palmira.	
Meta	Uno (1) documento de referencia con la información de las actividades en el municipio de Palmira.	
Actividades	a. Identificación de actores y fuentes	
	b. Elaboración de cronograma y ejecución	
	c. Registro y difusión masiva de la información recolectada	
Responsable	Alcaldía municipal - DEDE	
Indicador	Número de documentos técnicos (actividades en Palmira)	
Costo aprox.	\$0	





FACTOR ATRACCIÓN		26
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Diseño del producto turístico (Ruta) Las Victorias	
Meta	Producto turístico diseñado e implementado	
Actividades	a. Identificación de los atractivos vinculados a la ruta.	
	b. Establecer las capacidades de carga (física, real y efectiva) en los atractivos.	
	c. Identificación de actividades y servicios complementarios	
	d. Adecuación y señalización de la ruta, vías y atractivos	
	e. Diseño de guiones interpretativos y capacitación para los equipos de trabajo	
Responsable	Alcaldía – DEDE, Gobernación del Valle	
Indicador	Número. Uno (1) producto (ruta de Las Victorias) diseñado.	
Costo aprox.	\$60.000.000	

FACTOR ATRACCIÓN		03
Programa	DESTINO PALMIRA	
Proyecto	Diseño del producto de naturaleza en la ruta de las Palmas	
Meta	1 Producto ruta de las palmas diseñado e implementado.	
Actividades	a. Identificación de los atractivos vinculados a la ruta.	
	b. Establecer las capacidades de carga (física, real y efectiva) en los atractivos.	
	c. Identificación de actividades y servicios complementarios	
	d. Adecuación y señalización de accesos y senderos	
	e. Diseño de guiones interpretativos	
	f. Articulación del producto con la oferta cultural local	
Responsable	Alcaldía municipal - DEDE	
Indicador	Uno (1) producto de naturaleza diseñado - Ruta de las palmas.	





Costo aprox.	\$120.000.000
---------------------	---------------

FACTOR ATRACCIÓN		04
Programa	DESTINO PALMIRA	
Proyecto	Diseño del producto de naturaleza en La Buitrera	
Meta	1 Producto de naturaleza en La Buitrera diseñado e implementado.	
Actividades	a. Identificación de los atractivos vinculados al producto en LA Buitrera. Definición.	
	b. Establecer las capacidades de carga (física, real y efectiva) en los atractivos.	
	c. Identificación y fortalecimiento de actividades y servicios que dan soporte.	
	d. Adecuación y señalización de accesos y senderos interpretativos,	
	e. Diseño de guiones interpretativos	
	f. Articulación del producto con la oferta complementaria.	
Responsable	Alcaldía municipal - DEDE	
Indicador	Número. Uno (1) producto de naturaleza diseñado en La Buitrera.	
Costo aprox.	\$120.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		05
Programa	DESTINO PALMIRA	
Proyecto	Diseño de la ruta Palmaventura extrema	
Meta	1 Producto diseñado e implementado.	
Actividades	a. Identificación de los atractivos vinculados, para las actividades potenciales.	
	b. Reconocimiento ambiental de la ruta, en especial cuerpos hídricos y humedales.	
	c. Formulación de planes de manejo y definición de capacidades de carga (F,R,E)	
	d. Revisión de la infraestructura básica requerida para las actividades propuestas.	
	e. Inclusión de servicios en el programa de fortalecimiento empresarial.	
	f. Identificación y fortalecimiento de actividades que dan soporte al producto.	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE	
Indicador	Número de productos diseñados e implementados en la Ruta Palmaventura Extrema	
Costo aprox.	\$130.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		06
Programa	DESTINO PALMIRA	
Proyecto	Estructuración y fortalecimiento del turismo rural en todas sus expresiones en Palmira.	
Meta	Uno (1) Documento identificando y evaluando las actividades turismo rural.	
Actividades	a. Identificación de los atractivos presentes en la zona rural de Palmira.	
	b. Diagnóstico sobre las condiciones para el turismo en la zona rural del municipio.	
	c. Identificación de propuestas e iniciativas de desarrollo turístico rural	
	d. Estructuración de un programa de fortalecimiento de las capacidades locales.	
	e. Acompañamiento al desarrollo de las iniciativas priorizadas.	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE	
Indicador	Número de productos diseñados e implementados en la Ruta Palmaventura Extrema	
Costo aprox.	\$70.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		07
Programa	DESTINO PALMIRA	
Proyecto	Articulación de las áreas protegidas a la oferta turística de Palmira.	
Meta	1 documento que evalúe las AP para su puesta en valor para ser parte de la oferta turística de Palmira.	
Actividades	a. Identificación de las AP presentes en el municipio de Palmira.	
	b. Análisis de los planes de manejo de las AP para su articulación a la oferta turística.	
	c. Identificación de las necesidades de infraestructura requerida.	
	d. Identificación de la oferta de servicios turísticos en las áreas protegidas.	
	e. Gestión ante los responsables de las AP para la prestación de los servicios.	
	f. Gestión para el diseño de productos en las áreas protegidas identificadas y que estratégicamente resulten con mayor potencialidad para el uso turístico.	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE UASPNN	
Indicador	Número, 1 documento elaborado para articular las áreas protegidas al turismo	
Costo aprox.	\$40.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		08
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Palmira Antique I (Patrimonio fílmico y fotográfico de la Palmira antigua)	
Meta	1 Producto diseñado e implementado.	
Actividades	a. Identificación de anécdotas, mitos y leyendas vinculados al producto.	
	b. Identificación de atractivos culturales vinculados al producto	
	c. Convocatorias para recuperar y exhibir el material recopilado	
	d. Identificación y fortalecimiento de actividades que den soporte al producto.	
	e. Diseño de guiones interpretativos.	
	f. Evento Palmira Antique I – Muestra audiovisual y conversatorios en la Estación	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE	
Indicador	Número de productos cultural e histórico diseñados – Palmira Antique II	
Costo aprox.	\$60.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		09
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Palmira Antique II (Historia Acrónicas – Ruta por la Palmira arqueológica)	
Meta	1 Producto diseñado e implementado.	
Actividades	a. Identificación de los atractivos culturales vinculados al producto.	
	b. Investigación y diseño de guiones interpretativos que den soporte al producto.	
	c. Identificación de posibles servicios y actividades que pueden ofrecerse a través las comunidades rurales.	
	d. Inclusión de los emprendimientos de las comunidades rurales en los proyectos de procesos asociativos y fortalecimiento del tejido empresarial.	
	e. Identificación actividades de soporte al producto.	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE	
Indicador	Número de productos cultural e histórico diseñados – Palmira Antique II	
Costo aprox.	\$60.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		10
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Palmira Antique III (Historia Acrónicas – Palmira desde la conquista hasta el siglo XX)	
Meta	1 Producto diseñado e implementado.	
Actividades	a. Identificación de los atractivos culturales vinculados al producto.	
	b. Investigación y diseño de guiones interpretativos que den soporte al producto.	
	c. Identificación de posibles servicios y actividades que pueden ofrecerse a través las comunidades.	
	d. Recopilación de las historias de tradición (oral o registradas en medios).	
	e. Evento Antique III: Encuentro con la Palmira desde la conquista hasta el siglo XX.	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE	
Indicador	Número de productos cultural e histórico diseñados – Palmira Antique III	
Costo aprox.	\$60.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		25
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Incorporación a la oferta turística del Parque Biopacífico – Diseño del producto.	
Meta	Uno (1) Producto Turístico – Parque Biopacífico diseñado	
Actividades	a. Identificación y definición del tipo de producto	
	b. Definición términos de referencia para la consultoría	
	c. Convocatoria, adjudicación, ejecución, supervisión y seguimiento	
	d. Identificación de atractivos, necesidades de infraestructura y de servicios	
	e. Diseño de experiencias turísticas	
	f. Puesta en operación del parque Biopacífico como parte de la oferta turística local	
Responsable	Alcaldía – DEDE, Parque Biopacífico	
Indicador	Número - Producto Turístico Parque Biopacífico diseñado	
Costo aprox.	\$140.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		11
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Palmira Antique IV (Historia Acrónicas – Palmira contemporánea – Siglo XXI)	
Meta	1 Producto (evento) diseñado e implementado.	
Actividades	a. Estructuración del proyecto	
	b. Investigación y diseño de experiencias y actividades.	
	c. Gestión de recursos.	
	d. Actividades de soporte	
	e. Evento Antique IV: Encuentro con la Palmira del siglo XXI.	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE	
Indicador	Número de productos cultural e histórico diseñados – Palmira Antique IV	
Costo aprox.	\$60.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		12
Programa	DESTINO PALMIRA	
Proyecto	Diseño de experiencias turísticas asociadas a la producción agrícola (Hortofrutícola) en el municipio de Palmira	
Meta	Tener hasta dos (2) experiencias diseñadas e implementadas.	
Actividades	a. Identificación iniciativas agroturísticas en la zona rural productiva de Palmira.	
	b. Caracterización de las actividades agrícolas demostrativas.	
	c. Adecuación y señalización de accesos y senderos interpretativos	
	d. Diseño de experiencias, actividades y guiones interpretativos	
	e. Formación de los interpretes ambientales y jornaleros locales.	
	f. Articulación del producto con la oferta complementaria.	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE	
Indicador	Número. Hasta dos (2) experiencias diseñadas sobre la producción Agrícola.	
Costo aprox.	\$100.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		13
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Ruta dulce de la caña de azúcar	
Meta	1 Producto diseñado e implementado. Inicia en el año 01 y dura hasta el año 03.	
Actividades	a. Identificación de los atractivos naturales y culturales vinculados al producto ruta de la caña de azúcar (Clúster, historia, cultura, tradición, fisiografía)	
	b. Formulación de planes de manejo para los atractivos que lo ameriten.	
	c. Diseño de una red de actores, bienes y reservas de Palmira, articulados.	
	d. Identificación de infraestructuras necesarias.	
	e. Identificación de servicios y actividades que puedan ofrecer comunidades rurales.	
	f. Inclusión y fortalecimiento de los emprendimientos rurales en el proceso asociativo.	
	g. Identificación y fortalecimiento de actividades que den soporte al producto.	
	h. Diseño de guiones interpretativos.	
	i. Elementos de infraestructura - soporte y complementarios	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE, Asocaña, Cámara de Comercio de Palmira	
Indicador	Número de producto rural, cultural e histórico de la Ruta de la Caña de Azúcar	
Costo aprox.	\$200.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		14
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Puesta en valor de la diversidad de las cocinas típicas como producto turístico.	
Meta	1 evento (producto) diseñado e implementado.	
Actividades	a. Identificación de los portadores de la tradición gastronómica y restaurantes comprometidos con la gastronomía en el municipio de Palmira.	
	b. Investigación y documentación sobre la comida tradicional del Valle del Cauca y Palmira.	
	c. Asesoría y acompañamiento a los cocinero tradicionales y a los restaurantes en buenas prácticas de manufactura (BPM).	
	d. Creación de un premio que reconozca la preservación de la comida vallecaucana.	
	e. Creación de una ruta gastronómica y una guía de establecimientos que oferten la gastronomía tradicional Vallecaucana en Palmira.	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE, Cámara de Comercio de Palmira	
Indicador	Número de producto rural, cultural e histórico diseñados e implementados	
Costo aprox.	\$80.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		15
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Fortalecimiento de la vocación artesanal de Palmira.	
Meta	1 Programa para el fortalecimiento artesanal de Palmira.	
Actividades	a. Identificación de las líneas artesanales con potencialidad.	
	b. Identificación y caracterización de los artesanos que trabajan estas líneas.	
	c. Estructuración de un plan de asistencia técnica dirigido a los artesanos para que se innove, mejore el diseño, la diferenciación y la comercialización de sus productos.	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE, Gobernación del Valle del Cauca: Sec. de Cultura	
Indicador	Número programas de fortalecimiento artesanal de Palmira	
Costo aprox.	\$30.000.000	

FACTOR ATRACCIÓN		16
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Consolidación de las principales festividades rurales y urbanas.	
Meta	Siete (7) festividades fortalecidas.	
Actividades	a. Caracterización de festividades del municipio – Base Inventario Turístico.	
	b. Selección y Diagnóstico de las actividades priorizadas.	
	c. Programa de intervención para su fortalecimiento.	
	d. Gestión de recursos para el programa de intervención.	
	e. Implementación del programa.	
	f. Evaluación y seguimiento.	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE	
Indicador	Número de festividades fortalecidas	
Costo aprox.	\$50.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		17
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Fortalecimiento y puesta en valor turístico de la Fiesta Nacional de la Agricultura.	
Meta	Un (1) documento propuesta para fortalecer la FNA	
Actividades	a. Evaluación diagnóstica; administración, operación y programación.	
	b. Elaboración propuesta de intervención para su fortalecimiento y puesta en valor turístico.	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE	
Indicador	Número de documentos propuesta para fortalecer la FNA	
Costo aprox.	\$60.000.000	

FACTOR ATRACCIÓN		18
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Fortalecimiento y puesta en valor turístico de los museos y otros escenarios similares.	
Meta	2 museos fortalecidos y puestos en valor turístico.	
Actividades	a. Diagnóstico situación actual.	
	b. Investigación y propuesta museo – gráfica y museológica.	
	c. Diseño de experiencias.	
	d. Promoción y comercialización	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE	
Indicador	Número de museos fortalecidos y puestos en valor turístico.	
Costo aprox.	\$85.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		19
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Diseño de producto Centro Histórico y su incorporación a la oferta turística	
Meta	Un Producto turístico para el centro histórico diseñado	
Actividades	a. Identificación de los atractivos culturales (historia, cultura, tradición, fisiografía)	
	b. Formulación de planes de manejo para los atractivos que lo ameriten.	
	c. Diseño de una red de actores, bienes y reservas de Palmira, articulados	
	d. Identificación de infraestructuras necesarias.	
	e. Identificación de posibles servicios y actividades que puedan ofrecer	
	f. Inclusión de emprendimientos tradicionales y fortalecimiento del tejido empresarial.	
	g. Diseño de guiones interpretativos.	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE – Secretarías: Cultura – Planeación – Infraestructura	
Indicador	Documento técnico contentivo del producto turístico Centro Histórico diseñado	
Costo aprox.	\$80.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		20
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Diseño de producto congresos y convenciones (MICE) – Diseño Productos Complementarios	
Meta	1 Producto diseñado e implementado.	
Actividades	a. Adecuación de las infraestructuras existentes para MICE	
	b. Definición de un Plan de Acción que contenga las actividades primordiales relacionadas con la gestión y consecución de congresos y convenciones de mediano tamaño.	
	c. Puesta en marcha del Plan de Acción.	
	d. Alianzas estratégicas con diferentes entidades promotoras.	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE, Corfepalmira	
Indicador	Plan de acción estratégico para el producto MICE	
Costo aprox.	\$80.000.000	

FACTOR ATRACCIÓN		21
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Puesta en valor y marcha del Bosque Municipal. Recuperación de espacios urbanos para el turismo.	
Meta	1 Atractivo funcionando.	
Actividades	a. Elaboración del estudio de factibilidad.	
	b. Gestión de recursos para la adecuación de espacios.	
	c. Modelos para para su funcionamiento y operación	
	d. Elaboración plan de acción con diseño de experiencias.	
	e. Convocatoria para la implementación del plan de acción.	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE, Administración Bosque Municipal	
Indicador	Plan de acción estratégico para el Bosque Municipal	
Costo aprox.	\$60.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		22
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Sensibilización y acompañamiento a iniciativas de turismo comunitario	
Meta	1 Producto diseñado.	
Actividades	a. Sensibilización turística y propuesta de desarrollo local y turístico.	
	b. Identificación de los atractivos naturales y culturales vinculados al comité de turismo comunitario.	
	c. Reconocimiento ambiental y ajuste de las actividades y de posibles rutas.	
	d. Diseño de capacidades de carga y/o planes de manejo, donde se requieran.	
	e. Definición de las necesidades de infraestructura y su adecuación, según la ruta.	
	f. Identificación de posibles servicios y actividades a ofrecer las comunidades rurales.	
	g. Apoyo a los emprendimientos de las comunidades rurales para su fortalecimiento.	
	h. Diseño de guiones interpretativos para cada ruta.	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE	
Indicador	Número de productos diseñados e implementados por los comités de turismo comunitario.	
Costo aprox.	\$80.000.000 el modelo base. Todo el proyecto puede llegar a los \$400.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		23
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Declaratoria de centro histórico y elaboración de los planes especiales de manejo y protección – PEMP - para la ciudad de Palmira y sus principales bienes patrimoniales.	
Meta	1 declaratoria de centro histórico y 1 PEMP formulado.	
Actividades	a. Coordinación con MinCultura y entidades del Plan Nacional de Recuperación de Centros Históricos –PNRCH- (incluido el Vic. de turismo) para la declaratoria y elaboración de PEMP del centro histórico y los bienes patrimoniales susceptibles de ser o que ya estén declarados como BIC del nivel nacional.	
	b. Definir presupuestos, cronogramas y cofinanciación para elaboración del PEMP.	
	c. Elaboración de los términos de referencia de consultorías orientadas a la elaboración del PEMP.	
	d. Convocatoria pública para las consultorías. Adjudicación, Supervisión y seguimiento.	
	e. Proceso de concertación, aprobación y adopción de los PEMP	
	f. Definición de compromisos para la implementación de los planes y proyectos de los PEMP.	
	e. Implementación de programas y proyectos según cronograma y prioridades definidas.	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE, Gobernación del Valle del Cauca, MinCultura	
Indicador	Número de declaratorias Y PEMP formulado	
Costo aprox.	\$750.000.000	





FACTOR ATRACCIÓN		24
Programa	PALMIRA DESDE SIEMPRE	
Proyecto	Incorporación de Palmira en la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia.	
Meta	Incorporar a Palmira en la RPPC en el 2024.	
Actividades	a. Preparación según requisitos de la red.	
	b. Solicitud, seguimiento y concreción de la vinculación a la RPPC.	
	c. Realizar un encuentro de la RPPC en la ciudad de Palmira.	
Responsable	Alcaldía municipal – DEDE, MinCIT	
Indicador	Incorporación a la red oficializada.	
Costo aprox.	\$50.000.000	

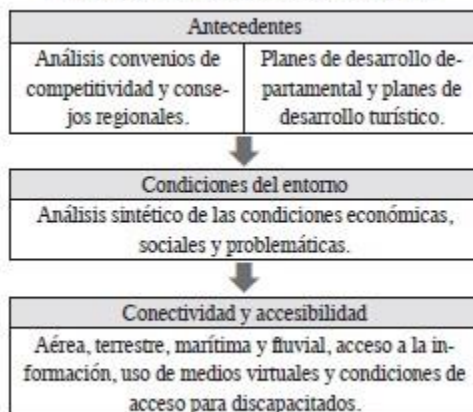
/-/



10.2.2 FACTOR SOPORTE

Se define como el factor que “Se relaciona con las condiciones económicas, políticas y sociales, particulares del departamento y que son determinantes para el desarrollo turístico. Incluye los antecedentes que ha tenido el sector y que han incidido en su desarrollo como Planes Sectoriales, Convenios de Competitividad, Visiones Compartidas de Región y el Marco Legal en que el mismo se ha desarrollado. Otro tema que incluye este factor tiene que ver con el nivel de conectividad de todo tipo, el estado de su conectividad vial, sea por carretera o vías férreas, la calidad y capacidad del aeropuerto que sirve la zona, la fluvial y las redes que les permitan una conectividad virtual, que en el turismo de hoy son vitales para su crecimiento”;

Figura 6. Criterios del factor de soporte



Fuente: Unión Temporal de Turismo, 2012.

Este factor soporte permite al municipio fortalecer las variables implicadas como la infraestructura, la conectividad y accesibilidad, dando una mejora a las debilidades presentes y potencializando el municipio a un desarrollo turístico de calidad; todo esto sustentado en programas y proyectos que están dentro del presente informe y que generan proyección de competitividad orientado en las siguientes líneas de acción:

Proyecto: Palmira conexión vial

Líneas de acción:

- Mejoramiento de la infraestructura vial para el desarrollo turístico en Palmira: Esto permite un crecimiento económico y social y un desarrollo sostenible en la región, con el fin de brindar seguridad, comodidad y un tránsito efectivo en las vías.



- Implementación de señalización turística en el municipio: Es importante el fortalecimiento del sistema de movilidad en el país y en especial en la región, porque mejorando las condiciones accesibles, permitiendo comodidad y estética en el esquema de las vías facilitara el recorrido de las mismas.
- Acompañamiento para el desarrollo de miradores turísticos Palmiranos: Debido al progreso que genera la actividad turística, los destinos se están viendo obligados a potencializar sus recursos y atractivos de una manera sostenible, de esta manera el municipio de Palmira dentro de su competitividad debe acompañar en la gestión de miradores que demuestren una vez más esa gran riqueza natural y cultural con la que cuenta para así fortalecer el sector.
- Gestión, desarrollo y operación competitiva de movilidad en los terminales aéreo y terrestre del municipio de Palmira: Es necesario la conectividad del destino para beneficiar el aumento de la demanda, en el municipio es de gran importancia el aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón ya que es el principal aeropuerto internacional de la región Sur-Occidente y al cual se le ha realizado una inversión para la implementación del puente aéreo por el cual mejorara la competitividad regional.

Proyecto: Palmira capital competente

Líneas de acción:

- Instalación y mejora de los servicios públicos en áreas rurales con vocación turística (agua, luz, gas e internet): Dentro de la actividad turística es fundamental el funcionamiento de estos recursos para brindar una oferta básica y obtener una realización efectiva de las actividades diarias; además el obtener estos servicios genera igualdad, bienestar, desarrollo individual y económico.
- Aumento de la seguridad turística en Palmira: La seguridad es una de las condiciones esenciales para la realización de la actividad turística y el fortalecimiento de la misma, ya que permite a los usuarios de servicios turísticos estar protegidos, informados, prevenidos, controlados en el desarrollo de la misma.





- Estructuración de programas de formación técnica, profesional y universitaria: La formación académica es importante para el municipio, ya que entre mayor número de recurso humano capacitado y educado exista en la actividad turística mayor fortalecimiento habrá del sector, por lo que es necesario ofertar programas de calidad que desarrollen las capacidades intelectuales de las personas.
- Articulación entre el estado, el gremio y la academia para la cualificación del recurso humano del sector turismo en Palmira: Es esencial que todas las partes involucradas en la actividad turística estén vinculadas entre ellas mismas, ya que permite un desarrollo competitivo y de calidad en el sector, además se generan ganancias mutuas que permiten potencializar la oferta.

Proyecto: Palmira ¡Por todos y para todos!

Líneas de acción:

- Inclusión social para el desarrollo turístico de Palmira y generación de una cultura turística: El turismo es una actividad que involucra a toda la sociedad en la prestación de los servicios ya que es una cadena que genera valor en cada momento, por lo que es necesario transformar los procesos sociales donde la vulnerabilidad y la desigualdad sean excluidas de las condiciones poblacionales y así brindar condiciones de vida estables.

Proyecto: Palmira “La Villa de las Palmas”

Líneas de acción:

- Fortalecimiento del sistema turístico del municipio: El sistema turístico es el todo dentro de la actividad por eso es importante que las partes involucradas en el sector estén unidas entre sí ya que esto permite un desarrollo óptimo del municipio y pretende apostar a un mismo objetivo donde el producto turístico final sea beneficioso para todos.

De estas líneas de acción ya mencionadas se desprenden unos proyectos específicos que favorecen a la competitividad del municipio de Palmira y se





clasifican según el tiempo de cumplimiento necesario de la siguiente manera:

- Proyecto a corto plazo (0 - 2 años)
- Proyecto a mediano plazo (2 y 1 día – 5 años)
- Proyecto a largo plazo (5 años en adelante)

FACTOR SOPORTE		01
Programa	PALMIRA CONEXIÓN VIAL	
Proyecto	Plan de señalización vial, peatonal e interpretativa	
Meta	Desarrollar un plan de señalización turística vial	
Actividades	a. Identificación de los puntos susceptibles de señalización	
	b. Gestión de los recursos	
	c. Ejecución de la obra	
Responsable	Alcaldía Municipal	
Indicador	Propuesta del plan elaborada	
Costo aprox.	\$ 35.000.000	





FACTOR SOPORTE		02
Programa	PALMIRA CONEXIÓN VIAL	
Proyecto	Proyección competitiva del aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón para el turismo del Valle del Cauca	
Meta	Gestión para la proyección y presupuesto definido	
Actividades	a. Gestión: estudio de demanda - aeropuerto de Palmira	
	b. Concertación institucional, Alianza Sector Turístico, Aero civil, Autoridades Regionales, MCIT	
	c. Realización de un diagnóstico de necesidades de infraestructura y operación en aquellos aeropuertos que resulten viables en el estudio de la demanda	
	d. Elaborar un presupuesto de las necesidades de inversión	
	e. Gestionar la vinculación de las aerolíneas comerciales y las inversiones requeridas por parte de la Aeronáutica Civil	
Responsable	Alcaldía Municipal	
Indicador	Gestiones realizadas	
Costo aprox.	\$ -	

FACTOR SOPORTE		03
Programa	PALMIRA CONEXIÓN VIAL	
Proyecto	Operación del servicio de transporte masivo integrado con la ciudad de Cali	
Meta	Operación en marcha del transporte intermunicipal	
Actividades	a. Gestión entre las secretarías de las Alcaldías Municipales	
	b. Elaboración del diagnóstico de necesidades	
	c. Elaboración del programa de operación	
	d. Puesta en servicio del transporte masivo	
Responsable	Alcaldía Municipal	
Indicador	Programa de operación diseñado	
Costo aprox.	\$ -	





FACTOR SOPORTE		04
Programa	PALMIRA CAPITAL COMPETENTE	
Proyecto	Mejoramiento de los alcantarillados de las zonas rurales priorizadas	
Meta	Programa de mejoramiento diseñado	
Actividades	a. Identificación de necesidades en puntos priorizados	
	b. Diseño de la propuesta de mejoramiento	
	c. Diseño del presupuesto del alcantarillado	
	d. Ejecución del mejoramiento del alcantarillado	
Responsable	Alcaldía Municipal	
Indicador	Programa de mejoramiento	
Costo aprox.	\$ -	

FACTOR SOPORTE		05
Programa	PALMIRA CAPITAL COMPETENTE	
Proyecto	Mejoramiento del acueducto en la zonas rurales priorizadas	
Meta	Programa de mejoramiento diseñado	
Actividades	a. Identificación de necesidades en puntos priorizados	
	b. Diseño de la propuesta de mejoramiento	
	c. Diseño del presupuesto del acueducto	
	d. Ejecución del mejoramiento del acueducto	
Responsable	Alcaldía Municipal	
Indicador	Programa de mejoramiento	
Costo aprox.	\$ -	





FACTOR SOPORTE		06
Programa	PALMIRA CAPITAL COMPETENTE	
Proyecto	Ampliación de la cobertura del internet y telefonía móvil en las zonas rurales priorizadas	
Meta	Programa de cobertura diseñado y ejecutado	
Actividades	a. Gestión ante la secretaria de telemática para este proceso	
	b. Plan de ampliación de la cobertura	
	c. Habilitación de los servicios	
Responsable	Alcaldía Municipal	
Indicador	Propuesta para el programa de cobertura	
Costo aprox.	\$ -	

FACTOR SOPORTE		07
Programa	PALMIRA CAPITAL COMPETENTE	
Proyecto	Elaboración del plan integral de seguridad turística en el municipio de Palmira	
Meta	Plan de seguridad turística	
Actividades	a. Gestión ante la Policía Nacional para el apoyo al sector turístico	
	b. Elaboración de la propuesta para el plan de seguridad	
	c. Plan operativo y monitorio	
Responsable	Alcaldía Municipal	
Indicador	Propuesta del plan de seguridad turística	
Costo aprox.	\$ 120.000.000	





FACTOR SOPORTE		08
Programa	PALMIRA CAPITAL COMPETENTE	
Proyecto	Concertación y monitoreo a los programas académicos que se oferten para el turismo en el municipio de Palmira	
Meta	Concertación y monitoreo de la oferta académica	
Actividades	a. Identificación de instituciones	
	b. Diseño del programa de monitoreo	
	c. Ejecución del programa de monitoreo	
	d. Evaluación y seguimiento de los programas académicos	
Responsable	Municipio de Palmira	
Indicador	Propuesta del programa de monitoreo	
Costo aprox.	\$ -	

FACTOR SOPORTE		09
Programa	PALMIRA CAPITAL COMPETENTE	
Proyecto	Certificación al personal de servicios turísticos en competencias laborales	
Meta	Personal calificado y competente	
Actividades	a. Identificación de las necesidades laborales	
	b. Formación del recurso humano en competencias laborales	
	c. Creación de premios e incentivos para el sector y así estimular la certificación	
Responsable	Municipio de Palmira	
Indicador	Propuesta cualificación del recurso humano	
Costo aprox.	\$ -	





FACTOR SOPORTE		10
Programa	PALMIRA CAPITAL COMPETENTE	
Proyecto	Inclusión de las instituciones educativas al programa "Colegios Amigos del Turismo"	
Meta	Instituciones educativas articuladas al sector	
Actividades	a. Identificación de las instituciones	
	b. Diseño del programa "Colegios Amigos del Turismo"	
	c. Ejecución del programa	
	d. Evaluación y seguimiento del programa	
Responsable	Municipio de Palmira	
Indicador	Propuesta cualificación del recurso humano	
Costo aprox.	\$ -	

FACTOR SOPORTE		11
Programa	PALMIRA CAPITAL COMPETENTE	
Proyecto	Implementación del bilingüismo en la academia	
Meta	Bilingüismo en la academia	
Actividades	a. Diseño del programa de bilingüismo	
	b. Educación y formación del bilingüismo en la academia	
Responsable	Municipio de Palmira	
Indicador	Propuesta cualificación del recurso humano	
Costo aprox.	\$ -	





FACTOR SOPORTE		12
Programa	PALMIRA CAPITAL COMPETENTE	
Proyecto	Implementación de un plan de bilingüismo dirigido a las autoridades y prestadores de servicios turísticos	
Meta	Bilingüismo en el sector turístico	
Actividades	a. Caracterización de los instrumentos del plan de bilingüismo.	
	b. Diseño del plan de bilingüismo	
	c. Ejecución y evaluación de lo contemplado en el plan	
Responsable	Municipio de Palmira	
Indicador	Propuesta cualificación del recurso humano	
Costo aprox.	\$ -	

FACTOR SOPORTE		13
Programa	PALMIRA ¡POR TODOS Y PARA TODOS!	
Proyecto	Estructuración de un programa de sensibilización turística, dirigido a la comunidad en general	
Meta	Programa de sensibilización turística	
Actividades	a. Identificación de actores	
	b. Diseño del programa de sensibilización	
	c. Ejecución y evaluación del programa de sensibilización	
Responsable	Alcaldía Municipal	
Indicador	Propuesta del programa de sensibilización	
Costo aprox.	\$ -	





FACTOR SOPORTE		14
Programa	PALMIRA ¡POR TODOS Y PARA TODOS!	
Proyecto	Campaña de buenas prácticas de sostenibilidad para los destinos turísticos	
Meta	Campaña de sostenibilidad en el destino Palmira	
Actividades	a. Identificación de los criterios ambientales que se priorizaran en la campaña de buenas prácticas de sostenibilidad	
	b. Diseño: Campaña de buenas prácticas de sostenibilidad	
	c. Promoción con énfasis en la educación y la sensibilización	
	d. Articulación a la academia para el fomento de una cultura turística en buenas prácticas de sostenibilidad	
	e. Creación de un premio ambiental para los destinos y los empresarios que incorporen criterios ambientales en su gestión turística	
Responsable	Alcaldía Municipal	
Indicador	Propuesta de la campaña	
Costo aprox.	\$ 47.000.000	

FACTOR SOPORTE		15
Programa	PALMIRA ¡POR TODOS Y PARA TODOS!	
Proyecto	Plan para la incorporación de las TIC'S para el sector turístico	
Meta	Implementación de las TIC'S en el sector	
Actividades	a. Identificación de las necesidades en puntos estratégicos	
	b. Gestión ante la secretaria de telemática para la incorporación de las TIC'S	
	c. Plan de ampliación y cobertura	
	d. Habilitación de los servicios	
Responsable	Alcaldía Municipal	
Indicador	Propuesta del programa de sensibilización	
Costo aprox.	\$ -	





FACTOR SOPORTE		16
Programa	PALMIRA "LA VILLA DE LAS PALMAS"	
Proyecto	Articulación del planteamiento turístico con la planificación y el ordenamiento territorial	
Meta	Planes articulados con el POT frente al componente turístico	
Actividades	a. Identificación y análisis de los instrumentos de planeación en su respectivo componente turístico	
	b. Identificación y análisis del POT municipal	
	c. Evaluación del sector contemplado en el POT	
	d. Talleres especializados dirigidos a los entes territoriales para la incorporación del componente turístico y articulación con otros instrumentos de planeación	
Responsable	Alcaldía Municipal, DEDE y Secretaria de Planeación	
Indicador	Número de componentes turísticos incorporados al POT	
Costo aprox.	\$ 65.600.000	

FACTOR SOPORTE		17
Programa	PALMIRA "LA VILLA DE LAS PALMAS"	
Proyecto	Adopción final del plan de acción del turismo para el municipio de Palmira	
Meta	Plan de Acción de Turismo	
Actividades	a. Elaboración de los términos de referencia	
	b. Contratación de una firma consultora para la elaboración del plan	
	c. Realización del plan y monitoreo de las acciones propuestas	
Responsable	Alcaldía Municipal, DEDE y Secretaria de Planeación Municipal	
Indicador	Propuesta del plan de acción	
Costo aprox.	\$ 10.000.000	





FACTOR SOPORTE		18
Programa	PALMIRA "LA VILLA DE LAS PALMAS"	
Proyecto	Reglamentación y manejo para el aprovechamiento económico del espacio público, incluidas ventas informales	
Meta	Espacio público reglamentado	
Actividades	a. Elaboración de los términos de referencia para el diseño del reglamento	
	b. Contratación de una firma consultora para el diseño del reglamento	
	c. Diseño del reglamento	
	d. Socialización y aprobación del reglamento	
Responsable	Alcaldía Municipal, DEDE y Secretaria de Planeación	
Indicador	Propuesta del reglamento elaborada	
Costo aprox.	\$ 70.000.000	

FACTOR SOPORTE		19
Programa	PALMIRA "LA VILLA DE LAS PALMAS"	
Proyecto	Diseño y ejecución de planes de emergencia y contingencia en los prestadores de servicios turísticos	
Meta	Planes de emergencia y contingencia en el sector	
Actividades	a. Términos de referencia para los planes de emergencia	
	b. Contratación de una firma consultora para elaborar el plan	
	c. Diseño del plan de emergencia y contingencia	
	d. Socialización y aprobación del plan de emergencia	
Responsable	Alcaldía Municipal, DEDE y Secretaria de Planeación Municipal, OMPAD, CLOPAD	
Indicador	Propuesta de los planes de emergencia	
Costo aprox.	\$ -	





FACTOR SOPORTE		20
Programa	PALMIRA CONEXIÓN VIAL	
Proyecto	Gestión para fortalecer la conectividad terrestre a sitios de interés y atractivos turísticos	
Meta	Vías identificadas y gestiones realizadas para el fortalecimiento de la conectividad vial	
Actividades	a. Identificación de las vías para el desarrollo turístico	
	b. Gestión ante la secretaria de infraestructura para la adecuación de las vías	
Responsable	Alcaldía Municipal	
Indicador	Gestiones realizadas	
Costo aprox.	\$ -	

FACTOR SOPORTE		21
Programa	PALMIRA CONEXIÓN VIAL	
Proyecto	Apoyo en la gestión para la construcción del terminal de transporte terrestre en Palmira	
Meta	Gestión para construcción del terminal de transporte terrestre	
Actividades	a. Gestión del estudio de demanda para la terminal	
	b. Concertación institucional, Alianza Sector Turístico, Aero civil, Autoridades Regionales, MCIT	
	c. Elaborar un presupuesto de las necesidades de inversión	
	d. Gestionar la vinculación de empresarios e inversionistas para la obra	
Responsable	Gobernación del Valle, Alcaldía Municipal, Cámara de Comercio	
Indicador	Gestiones realizadas	
Costo aprox.	\$ 35.000.000	





FACTOR SOPORTE		22
Programa	PALMIRA CONEXIÓN VIAL	
Proyecto	Acompañamiento para la puesta en valor de 4 corredores turísticos prioritarios en las zona urbana y rural	
Meta	4 corredores turísticos construidos	
Actividades	a. Análisis de las condiciones e identificación de las necesidades	
	b. Desarrollar una propuesta con el diseño y presupuesto de los corredores	
	c. Ejecución de los corredores	
	d. Puesta en servicio de los corredores turísticos	
Responsable	Secretaria de Turismo Departamental, Alcaldía Municipal, Cámara de Comercio	
Indicador	Propuesta de diseño de los corredores turísticos	
Costo aprox.	\$ 800.000.000	

FACTOR SOPORTE		23
Programa	PALMIRA "LA VILLA DE LAS PALMAS"	
Proyecto	Recuperación y enlucimiento del Parque Lineal	
Meta	Parque Lineal recuperado	
Actividades	a. Análisis de las condiciones e identificación de las necesidades	
	b. Propuesta de recuperación y presupuesto de obra	
	c. Ejecución de la obra	
	d. Puesta en servicio el Parque Lineal	
Responsable	Alcaldía Municipal	
Indicador	Propuesta de recuperación para el parque lineal	
Costo aprox.	\$ -	





FACTOR SOPORTE		24
Programa	PALMIRA "LA VILLA DE LAS PALMAS"	
Proyecto	Incentivar inversiones para ampliar la capacidad de infraestructura hotelera y de la oferta turística	
Meta	Red empresarial turística	
Actividades	a. Identificar los empresarios que están dispuestos a invertir en el municipio	
	b. Determinar los productos requeridos para la inversión	
	c. Contratación de una firma constructora para el diseño de la infraestructura	
	d. Socialización y aprobación correspondiente de la infraestructura	
Responsable	Alcaldía Municipal, DEDE y Secretaria de Planeación Municipal	
Indicador	Numero de inversionistas identificados	
Costo aprox.	\$ -	

/-/





10.2.3 FACTOR PRODUCCIÓN

Entendiéndolo como *“el factor que analiza la oferta de Prestadores de servicios turísticos, el nivel de formalización frente a las inscripciones en el Registro Nacional de Turismo RNT y presenta el estado de este entramado de empresas que conforman el sector. Mediante encuestas y visitas a los sitios se determinó la calidad de los servicios ofrecidos, el desarrollo de la cultura organizacional, la formación del equipo, entre otros”*.

Teniendo en cuenta el informe del año 2013, traído al 2017, se proponen las siguientes líneas de acción estratégica:

1. Fomento y realización de procesos asociativos en el sector turístico del municipio de Palmira.

En un proceso de competitividad, la formalización es uno de los enfoques prioritarios para el desarrollo turístico a nivel organizacional y contextual; las empresas por sí solas no tienen razón de ser, por lo tanto, deben estar protegidas por una figura asociativa que vele los intereses particulares y generales.

2. Fortalecimiento del tejido empresarial en Palmira.

La cadena productiva del turismo es muy amplia, son muchas las empresas directas e indirectas que tienen sus objetivos direccionados al sector; el emprendimiento y el empresarismo deben ser la directriz de la administración para que el desarrollo turístico deseado se concrete.

3. Mejoramiento de los procesos de cualificación del recurso humano para el turismo de Palmira.

Un talento humano cualificado asegura el éxito en las organizaciones, razón por la cual, el tema turístico en los diferentes ámbitos del servicio debe especializarse para asegurar un aparato productivo cualificado para Palmira.

A continuación, los programas y proyectos, clasificados según prioridad en el tiempo:





FACTOR PRODUCCIÓN		01
Programa	PALMIRA: EMPRESAS TURÍSTICAS FORMALES Y COMPETITIVAS.	
Proyecto	Creación de alianzas entre los actores sectoriales.	
Meta	1 Red empresarial turística creada.	
Actividades	a. Identificación del grado de cooperación existente entre los distintos actores que conforman el destino.	
	b. Formulación de un proyecto para la articulación e integración productiva del sector.	
	c. Consecución de recursos para la Implementación del proyecto.	
	d. Puesta en marcha del proyecto.	
Responsable	Alcaldía de Palmira, Secretaría de Desarrollo Social, Cámara de Comercio.	
Indicador	Número de redes empresariales turísticas creadas.	
Costo aprox.	\$ 22.000.000	

FACTOR PRODUCCIÓN		02
Programa	PALMIRA: EMPRESAS TURÍSTICAS FORMALES Y COMPETITIVAS.	
proyecto	Fortalecimiento de operadores de turismo local y receptivo (10)	
Meta	10 Operadores turísticos fortalecidos.	
Actividades	a. Identificación de los prestadores de servicios turísticos informales.	
	b. Identificación de los obstáculos y percepciones erróneas que impiden la formalización del sector.	
	c. Programación de talleres para divulgar los beneficios de la formalización.	
	d. Acompañamiento a través de asesorías personalizadas en materia de formalización empresarial.	
Responsable	DEDE, Cámara de Comercio, Sena, Universidades.	
Indicador	Número de Operadores Turísticos fortalecidos.	
Costo aprox.	\$ 18.000.000	





FACTOR PRODUCCIÓN		03
Programa	PALMIRA: EMPRESAS TURÍSTICAS FORMALES Y COMPETITIVAS.	
proyecto	Formulación de un plan de capacitación a la medida de los prestadores de servicios turísticos.	
Meta	Un Plan de Capacitación creado y funcionando	
Actividades	a. Identificación de las necesidades de formación de los trabajadores vinculados a la industria.	
	b. Revisión de las normas de competencia laboral, con el fin de verificar su correspondencia con las necesidades definidas por los empresarios.	
Responsable	Alcaldía municipal, Sena, Universidades	
Indicador	Plan de capacitación formulado.	
Costo aprox.	\$ 30.000.000	

FACTOR PRODUCCIÓN		04
Programa	PALMIRA: EMPRESAS TURÍSTICAS FORMALES Y COMPETITIVAS.	
proyecto	Inclusión Instituciones educativas al programa "Colegios Amigos del Turismo" Soporte	
Meta	2 Instituciones Educativas inscritas en el programa.	
Actividades	a. Identificación de instituciones educativas.	
	b. Socialización del programa.	
	c. Inscripción en el programa.	
	d. Asistencia a las instituciones educativas inscritas.	
Responsable	Alcaldía municipal, MCIT – VT.	
Indicador	Número de instituciones en el programa.	
Costo aprox.	\$ 20.000.000	





FACTOR PRODUCCIÓN		05
Programa	PALMIRA: EMPRESAS TURÍSTICAS FORMALES Y COMPETITIVAS.	
proyecto	Piloto: Creación e Inclusión de la cátedra "Palmira" que incluya el componente turístico en instituciones educativas seleccionadas del municipio.	
Meta	Cátedra de Palmira incluida en los PEI de las instituciones educativas.	
Actividades	a. Convocatoria a las firmas interesadas para el diseño de la cátedra.	
	b. Identificación de las entidades educativas.	
	c. Selección de entidades educativas participantes.	
	d. Acompañamiento para la inclusión de la cátedra dentro de los planes de estudio de las instituciones educativas.	
Responsable	Alcaldía municipal, Cámara de Comercio, Universidades, Sena, entidades educativas, MCIT – VT.	
Indicador	Número de entidades educativas inscritas.	
Costo aprox.	\$ 20.000.000	

FACTOR PRODUCCIÓN		06
Programa	PALMIRA: EMPRESAS TURÍSTICAS FORMALES Y COMPETITIVAS.	
proyecto	Acercamiento de los empresarios turísticos a las líneas de financiación. (20) Planes de Negocio.	
Meta	20 Empresarios con sus respectivos planes de negocio y fuentes de financiación identificadas.	
Actividades	a. Contratación de la firma para el acompañamiento en la formulación de planes de negocio.	
	b. Identificación de las fuentes de financiación.	
	c. Diseño de los planes de negocio con sus respectivas fuentes de financiación definidas.	
Responsable	Alcaldía municipal, Secretaría de Planeación, Universidades, MCIT – VT.	
Indicador	Número de empresarios con sus planes de negocio y fuentes de financiación identificadas.	
Costo aprox.	\$ 50.000.000	





FACTOR PRODUCCIÓN		07
Programa	PALMIRA: EMPRESAS TURÍSTICAS FORMALES Y COMPETITIVAS.	
proyecto	Mejoramiento de la capacidad operativa de las empresas turísticas (60).	
Meta	60 Empresas turísticas asistidas.	
Actividades	a. Identificación de empresarios turísticos dispuestos a mejorar su capacidad operativa.	
	b. Estructuración de un proyecto de capacitación y de asistencia técnica que dé respuesta a las debilidades encontradas en el diagnóstico.	
	c. Incorporación en la gestión empresarial turística de nuevas tecnologías para la información y las comunicaciones.	
Responsable	DEDE, Cámara de Comercio, Sena, Universidades.	
Indicador	Número de empresas turísticas asistidas.	
Costo aprox.	\$ 60.000.000	

FACTOR PRODUCCIÓN		08
Programa	PALMIRA: EMPRESAS TURÍSTICAS FORMALES Y COMPETITIVAS.	
proyecto	Formalización de empresas turísticas (30)	
Meta	30 Empresas formalizadas. 1 Guía para la creación de empresas turísticas elaborada y divulgada.	
Actividades	a. Identificación de prestadores de servicios turísticos informales.	
	b. Identificación de los obstáculos y percepciones erróneas que impiden la formalización del sector.	
	c. Identificación de iniciativas empresariales.	
	d. Programación de talleres para divulgar los beneficios de la formalización a empresarios y emprendedores identificados.	
	e. Acompañamiento individual a empresarios y emprendedores informales en formalización empresarial y normatividad turística	
	f. Elaboración y divulgación de una guía para la creación de empresas turísticas en el Valle del Cauca.	
Responsable	DEDE, Cámara de Comercio, Sena, Universidades.	
Indicador	Número de empresas turísticas formalizadas. Número de guías para la creación de empresas turísticas elaboradas y divulgadas.	
Costo Aprox.	\$ 96.000.000	





FACTOR PRODUCCIÓN		09
Programa	PALMIRA: EMPRESAS TURÍSTICAS FORMALES Y COMPETITIVAS.	
Proyecto	Fortalecimiento de la cadena de valor para el turismo en Palmira	
Meta	30 Empresas proveedoras asistidas.	
Actividades	a. Identificación de empresarios turísticos interesados en articularse con otros sectores productivos del destino.	
	b. Determinación de los productos requeridos por los actores turísticos identificados	
	c. Establecimiento de la brecha existente entre la calidad requerida por los empresarios identificados y los productos ofrecidos en el departamento.	
	d. Estructuración de un programa de asesoría a proveedores para adecuar sus productos a las necesidades de la demanda	
	e. Suscripción de acuerdos comerciales entre empresarios turísticos identificados y Proveedores.	
Responsable	Secretaría de Desarrollo Social, MCIT - VT	
Indicador	Número empresas proveedoras asistidas	
Costo aprox.	\$ 93.000.000	

FACTOR PRODUCCIÓN		10
Programa	PALMIRA: EMPRESAS TURÍSTICAS FORMALES Y COMPETITIVAS.	
Proyecto	Implementación de procesos de calidad y sostenibilidad para empresas turísticas. (35)	
Meta	35 Empresas asistidas para los procesos de calidad.	
Actividades	a. Selección de las empresas turísticas participantes.	
	b. Levantamiento de un diagnóstico individual a la luz de los criterios priorizados.	
	c. Diseño de un plan de mejoramiento individual y cumplimiento del mismo mediante procesos de asistencia técnica.	
Responsable	DEDE, Cámara de Comercio, Vice ministerio de Turismo	
Indicador	Número de empresas asistidas.	
Costo aprox.	\$ 320.000.000	





FACTOR PRODUCCIÓN		11
Programa	PALMIRA: EMPRESAS TURÍSTICAS FORMALES Y COMPETITIVAS.	
Proyecto	Creación e institucionalización de un premio a la gestión turística: Competitividad y Sostenibilidad.	
Meta	Institucionalización del premio a la gestión empresarial turística: Competitividad y Sostenibilidad.	
Actividades	a. Convocatoria para el diseño de propuestas frente al premio.	
	b. Gestión para la institucionalización del premio.	
	c. Socialización a entidades vinculadas.	
Responsable	Alcaldía municipal, Sena, universidades, empresarios, gremios	
Indicador	Premio definido.	
Costo aprox.	\$ 120.000.000	

FACTOR PRODUCCIÓN		12
Programa	PALMIRA: EMPRESAS TURÍSTICAS FORMALES Y COMPETITIVAS.	
Proyecto	Certificación del personal operativo y administrativo turístico en competencias laborales. (100)	
Meta	100 funcionarios y trabajadores certificados en competencias laborales.	
Actividades	a. Identificación de funcionarios y trabajadores del sector.	
	b. Identificación de las necesidades para el proceso de cualificación y certificación.	
	c. Diseño del programa para la certificación.	
Responsable	Alcaldía municipal, Cámara de Comercio, Sena, Universidades, MCIT – VT.	
Indicador	Número de funcionarios y trabajadores convocados.	
Costo aprox.	\$ 240.000.000	

/-/





10.2.4 FACTOR GESTIÓN

Se entiende por gestión a “la acción y consecuencia de administrar o gestionar algo y hacer posible un anhelo cualquiera”, en este caso, el factor de gestión desde la Administración Pública se concentra en el sistema de acciones con el fin de realizar diversas operaciones tendientes al correcto y eficiente desarrollo del turismo para fortalecer el Destino Palmira en Valle del Cauca.

Uno de los aspectos a que convoca la presente propuesta es al fortalecimiento institucional visto de diversos radios de acción, en particular, de la gestión propiamente, donde el liderazgo y manejo del sector sea orientado de forma integrada e inclusiva, a través de políticas claras, teniendo en cuenta intereses sectoriales, gubernamentales y componentes esenciales para el desarrollo del turismo, que propenden al equilibrio en lo económico, social, cultural, ambiental y al desarrollo humano.

Dentro del factor gestión se contemplan los siguientes programas y lineamientos:

1. PROGRAMA: TURISMO DE PALMIRA, UNA NUEVA GESTIÓN FORTALECIDA.

Lineamientos:

- Fortalecimiento institucional (gobernanza) a través de la implementación de la Política Pública de turismo que permita establecer orden y direccionamiento en el desarrollo del Destino Palmira.
- Fortalecer la gestión de turismo aplicando la restructuración de funciones, contenidos y perfiles coadyuvando a una mejor organización, planificación y monitoreo de la gestión.
- Conformación y operación del Comité Municipal de Turismo como ente de apoyo estableciendo un liderazgo compartido para que concentre el interés y fomente el compromiso por el desarrollo del sector;
- Dar respuestas puntuales a la carencia de gestión del conocimiento, para el desarrollo de competencias que permitan enfrentar los retos que la dinámica del turismo plantea, entre ellos: el bilingüismo, la aplicación de las normas sectoriales, la calidad del servicio, los cuales se ven





afectados por la deficiente capacitación del personal para dar atención al turista.

- Ampliación de la infraestructura turística y la cadena de valor anidada, incentivando la inversión, acorde a la dinámica de desarrollo y tendencias identificadas para el turismo.
- Garantizar el desarrollo sostenible y la competitividad del destino Palmira fomentando la cultura turística vinculando a las comunidades, los clústers, y prestadores de servicios de la cadena de valor del turismo.

2. Programa: PALMIRA SE VE

Lineamientos:

- Determinación de la marca de ciudad que permita la identificación del destino, la creación de valor y su posicionamiento en el mercado local, nacional e internacional.
- Fortalecimiento del destino Palmira implementando estrategias innovadoras de promoción y mercadeo.
- Garantizar la Información sobre el destino de forma física y virtual a turistas, visitantes y ciudadanos mostrando ampliamente las opciones y servicios que se ofrecen brindándole seguridad durante su estancia.

3. PALMIRA TECHTUR (TICS EN ENTIDADES, SISTEMAS DE INFORMACIÓN)

Lineamientos:

- Creación y desarrollo de plataformas web para la gestión de turismo, dirigida a turistas y agentes implicados en la prestación de servicios turísticos de forma directa e indirecta, que permita reforzar estrategias de promoción, comercialización, información y posicionamiento del destino.
- Capacitación a los actores de turismo en competencias en el manejo y optimización de los recursos tecnológico tendientes a garantizar una mejor gestión del Destino.
- Desarrollo de aplicaciones informáticas para pc y smarthphone que potencialicen las oportunidades del destino.





FACTOR GESTIÓN		01
Programa	PROGRAMA: PALMIRA TECHTUR (TICS EN ENTIDADES, SISTEMAS DE INFORMACIÓN)	
Proyecto	Creación de una plataforma web informativa especial para turismo, dirigida a turistas y agentes implicados en la gestión de la información sectorial	
Meta	Un (1) Sistema estadístico operando para la institucionalidad turística	
Actividades	a. Definición de términos de referencia para la contratación de una firma especializada en desarrollo de sistemas estadísticos	
	b. Contratación de una firma especializada en este tipo de sistemas	
	c. Definición de programas a tener en cuenta dentro del sistema estadístico	
	d. Puesta en funcionamiento del sistema estadístico	
Responsable	Alcaldía municipal.	
Indicador	Sistema estadístico creado	
Costo aprox.	\$82,0	

FACTOR GESTIÓN		02
Programa	PALMIRA SE VE	
Proyecto	Realización de viajes de familiarización para VTs y mayoristas	
Meta	6 viajes de familiarización para: VTs y mayoristas familiarización realizados.	
Actividades	a. Concertación y definición de los viajes a realizar	
	b. Comunicación y gestión con los destinos a visitar	
	c. Programación y realización de los viajes.	





	d. Evaluación y definición de actividades por emprender
Responsable	La DEDE, Secretaría de cultura
Indicador	Viajes de familiarización realizados
Costo aprox.	\$72,0

FACTOR GESTIÓN		03
Programa	PALMIRA SE VE	
Proyecto	Realización de viajes de reconocimiento para periodistas	
Meta	6 viajes de reconocimiento para periodistas. realizados	
Actividades	a. Concertación y definición de los viajes a realizar.	
	b. Comunicación y gestión con los destinos a visitar	
	c. Programación y realización de los viajes	
	d. Evaluación y definición de actividades por emprender	
Responsable	La DEDE, Secretaria de cultura	
Indicador	Número de viajes realizados	
Costo aprox.	\$ 72,0	

FACTOR GESTIÓN		04
Programa	PALMIRA SE VE	
Proyecto	Generación de estrategias de reconocimiento -Stakeholders approach (personalidades – generadores de opinión, grupos de interés). (6)	
Meta	(6) estrategias de reconocimiento - realizadas	





Actividades	a. Concertación y definición de los viajes a realizar
	b. Comunicación y gestión con los destinos a visitar
	c. Programación y realización de los viajes
	d. Evaluación y definición de actividades por emprender
Responsable	Secretaría de cultura y turismo
Indicador	Número de estrategias implementadas
Costo aprox.	\$ 50,0

FACTOR GESTIÓN		05
Programa	PALMIRA SE VE	
Proyecto	Diseño e implementación de la marca de ciudad definida en la estrategia de citymarketing.	
Meta	Una marca de ciudad creada, establecida e implementada.	
Actividades	a. Definición de términos de referencia para contratar una firma experta en citymarketing o diseño de marcas	
	b. Contratación de la firma experta	
	c. Definición de la marca región	
Responsable	Alcaldía municipal, Cámara de Comercio, Sena, MinCIT Universidades.	
Indicador	Marca del destino Palmira creada	
Costo aprox.	\$15,0	





FACTOR GESTIÓN		06
Programa	PALMIRA SE VE	
Proyecto	Plataforma virtual de promoción y comercialización (Portal único, feria y rueda de negocios)	
Meta	Plataforma virtual de promoción y comercialización creada y operando (Portal único, feria y rueda de negocios)	
Actividades	a. Elaboración de los términos de referencia para la contratación de una firma experta en diseño y mantenimiento de portales y medios alternativos de promoción	
	b. Contratación de una agencia especializada en desarrollo de portales y medios alternativos de promoción	
	c. Lanzamiento, promoción y evaluación de portal	
Responsable	Alcaldía municipal	
Indicador	Plataforma virtual operando	
Costo aprox.	\$80,0	

FACTOR GESTIÓN		07
Programa	PALMIRA SE VE	
Proyecto	Diseño y ejecución campaña promocional – Destino Palmira (estrategia creativa, diseño de la campaña, diseño del plan de medios y diseño, elaboración y suministro del material publicitario).	
Meta	Una campaña promocional creada y dispuesta en el mercado.	
Actividades	a. Definición de objetivos de la campaña y de los compromisos del municipio	
	b. Elaboración de los términos de referencia para la contratación de una firma experta	
	c. Contratación de la campaña con una agencia especializada en marketing de destinos	





	d. Lanzamiento, promoción y evaluación del programa.
Responsable	Alcaldía municipal
Indicador	Campaña promocional implementada
Costo aprox.	\$3.242,0

FACTOR GESTIÓN		08
Programa	PALMIRA SE VE	
Proyecto	Diseño y puesta en funcionamiento de 2 puntos de información turística (conexo con el factor Soporte).	
Meta	(2) Puntos de información creados y operando	
Actividades	a. Solicitud para la inclusión de Palmira en la red nacional de PIT, programa del MinCIT - VT	
	b. Gestión de recursos para garantizar su operación.	
	c. Puesta en operación de los PIT	
Responsable	Alcaldía municipal,	
Indicador	Puntos de información diseñados y operando.	
Costo aprox.	\$120,0	

FACTOR GESTIÓN		09
Programa	PALMIRA SE VE	
Proyecto	Integración de la oferta del G11 para complementariedad de los productos turísticos (Conexo con el factor Atracción).	
Meta	Calendario de eventos y actividades, articulación regional	
Actividades	a. Preparación de agenda de trabajo	





	b. Articulación de los actores sectoriales del G11.
	c. Ejecución: Elaboración del calendario conjunto.
Responsable	Alcaldía municipal
Indicador	Documento con el calendario articulado G11.
Costo aprox.	\$

FACTOR GESTIÓN		10
Programa	PALMIRA SE VE	
Proyecto	Participación en ferias especializadas (Conexo F. Atracción)	
Meta	Participación anual en 2 eventos nacionales y 1 internacional.	
Actividades	a. Elaboración del proyecto para el banco de proyectos FONTUR	
	b. Gestión de recursos propios	
	c. Preparación en los eventos y evaluación del impacto	
Responsable	Alcaldía municipal	
Indicador	Número de participaciones en ferias nacionales e internacionales especializadas	
Costo aprox.	\$60,0	

FACTOR GESTIÓN		11
Programa	PALMIRA SE VE	
Proyecto	Planeación y realización de misiones comerciales	
Meta	10 misiones comerciales realizadas	





Actividades	a. Definición de los mercados a penetrar.
	b. Gestión con los actores en los destinos a visitar.
	c. Organización del material comercial por presentar
	d. Difusión y presentación de las campañas comerciales
Responsable	Alcaldía municipal
Indicador	Misiones comerciales realizadas
Costo aprox.	\$45,0

FACTOR GESTIÓN		12
Programa	PALMIRA SE VE	
Proyecto	Planeación y realización de misiones comerciales	
Meta	10 misiones comerciales realizadas	
Actividades	a. Definición de los mercados a penetrar.	
	b. Gestión con los actores en los destinos a visitar	
	c. Organización del material comercial por presentar	
	d. Difusión y presentación de las campañas comerciales	
Responsable	Alcaldía municipal	
Indicador	Misiones comerciales programadas	
Costo aprox.	\$ 45,0	





FACTOR GESTIÓN		13
Programa	TURISMO DE PALMIRA, UNA NUEVA GESTIÓN FORTALECIDA	
Proyecto	Desarrollo de una aplicación con información turística del municipio para dispositivos móviles.	
Meta	Una (1) aplicación diseñada y funcionando	
Actividades	a. Definición de términos de referencia para la contratación de una firma especializada en desarrollo de aplicativos para dispositivos móviles.	
	b. Contratación de una firma especializada en este tipo de Aplicaciones	
	c. Promoción de la aplicación	
Responsable	Alcaldía municipal	
Indicador	Número de aplicaciones para dispositivos móviles diseñadas y operando	
Costo aprox.	\$40,0	

FACTOR GESTIÓN		14
Programa	PALMIRA SE VE	
Proyecto	Diseño y ejecución de una campaña conjunta con los municipios vecinos para la promoción regional	
Meta	Campaña diseñada y puesta en difusión.	
Actividades	a. Definición de objetivos de la campaña y de los compromisos regionales	
	b. Elaboración de los términos de referencia para la contratación de una firma experta	
	c. Contratación de la campaña con una agencia especializada en marketing de destinos	
	d. Lanzamiento, promoción y evaluación del programa	





Responsable	Alcaldía municipal
Indicador	Campaña regional EN EJECUCION
Costo aprox.	\$20,0

FACTOR GESTIÓN		15
Programa	TURISMO DE PALMIRA, UNA NUEVA GESTIÓN FORTALECIDA	
Proyecto	Fortalecer la gestión de la DEDE o la dependencia de la Alcaldía, a cargo del manejo del turismo en el municipio	
Meta	Una entidad de turismo municipal fortalecida y actualizada.	
Actividades	a. Evaluación de las funciones que cumplen los responsables de turismo en el municipio que integran los micro clúster, rutas y circuitos turísticos	
	b. Definición de nuevas funciones a la luz de los requerimientos sectoriales	
	c. Definición de la estructura organizacional requerida por los municipios para el cumplimiento de las funciones establecidas.	
	d. Identificación del acto administrativo requerido para la reestructuración de la oficina de turismo municipal (acuerdo o decreto municipal)	
	e. Definición de los perfiles de los cargos	
	f. Estructuración y gestión del presupuesto de funcionamiento e inversión para atender los compromisos que se deriven del nuevo enfoque de la oficina de turismo	
Responsable	Alcaldía municipal	
Indicador	Propuestas de fortalecimiento elaboradas e implementadas	
Costo aprox.	\$25,0	





FACTOR GESTIÓN		16
Programa	TURISMO DE PALMIRA, UNA NUEVA GESTIÓN FORTALECIDA.	
Proyecto	Fortalecimiento del Consejo Consultivo Municipal de Turismo	
Meta	Tener un Consejo Consultivo Municipal de Turismo fortalecido y operando	
Actividades	a. Definición de la composición y funciones de los Consejos Consultivos municipales de turismo.	
	b. Estructuración del proyecto de acuerdo para la actualización y fortalecimiento del Consejo Consultivo Municipal de Turismo	
	c. Estructuración y gestión del presupuesto de funcionamiento e inversión para atender los compromisos.	
	d. Puesta en funcionamiento del Consejo Consultivo Municipal de Turismo.	
Responsable	Alcaldía municipal	
Indicador	Propuesta de fortalecimiento elaborada	
Costo aprox.	\$25,0	

FACTOR GESTIÓN		17
Programa	TURISMO DE PALMIRA, UNA NUEVA GESTIÓN FORTALECIDA	
Proyecto	Articulación con secretarías estratégicas (Planeación, Desarrollo Económico, Educación, Infraestructura) e instituciones gremiales para una efectiva gestión sectorial	
Meta	Secretarías definidas y articuladas	
Actividades	a. Definición de las Secretarías a articular	
	b. Definición de funciones por desarrollar.	
	c. Definición de agendas de trabajo y matriz de compromisos	





	d. Seguimiento al proceso
Responsable	Alcaldía municipal
Indicador	Secretarías definidas y matriz diseñada.
Costo aprox.	\$

FACTOR GESTIÓN		18
Programa	TURISMO DE PALMIRA, UNA NUEVA GESTIÓN FORTALECIDA	
Proyecto	Creación del Comité Subregional de Turismo, en donde el municipio de Palmira lidere su acción colectiva	
Meta	Comité Subregional de Turismo creado	
Actividades	a. Definición de la articulación y funciones de las secretarías de turismo (dependencias a cargo) subregionales	
	b. Estructuración del proyecto de acuerdo para la Creación del Comité subregional	
	c. Estructuración y gestión del presupuesto de funcionamiento e inversión para atender los compromisos	
	d. Puesta en funcionamiento del Consejo Regional de Turismo	
Responsable	Alcaldía municipal	
Indicador	Comité subregional de turismo diseñado y operando.	
Costo aprox.	\$	

FACTOR GESTION		19
Programa	TURISMO DE PALMIRA, UNA NUEVA GESTIÓN FORTALECIDA	
Proyecto	Creación de un programa educativo para entidades públicas y privadas en turismo	





Meta	Programa educativo creado y funcionando
Actividades	a. Definición de entidades educativas para el diseño del programa educativo
	b. Definición de temáticas del programa
	c. Agenda y cronograma para la puesta en marcha del programa educativo
Responsable	Alcaldía municipal, MinCIT – VT - Universidades, Sena
Indicador	Programa educativo diseñado
Costo aprox.	\$18,0

FACTOR GESTION		20
Programa	TURISMO DE PALMIRA, UNA NUEVA GESTIÓN FORTALECIDA	
Proyecto	Implementación estímulo a la inversión y a las AP&P, así como la reglamentación de los existentes para el desarrollo turístico. (conexo con proyecto F. Producción)	
Meta	Estímulos para la inversión creados y reglamentación definida	
Actividades	a. Definición de los estímulos para la inversión	
	b. Reglamentación para su implementación.	
	c. Socialización a instituciones y empresarios	
Responsable	Alcaldía municipal	
Indicador	Estímulos y reglamentación diseñada	
Costo aproximado	\$20,0	





11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PARA SU IMPLEMENTACIÓN

11.1 GENERALES:

- La administración municipal debe tener la capacidad de implementar las políticas en general, de manera que se articulen a la política particular del turismo.
- La política de turismo debe ser un conjunto deliberado y secuencial de actividades de la administración, orientadas al logro de los propósitos y objetivos planteados.
- La Voluntad política siempre ha sido y será un proceso constante que prevalece en el tiempo.
- Para que la presente Política se haga efectiva, debe estar apalancada a una fuente de recursos propia que posibilite la concreción de su plan de acción.
- Se hace necesario un aparato institucional articulado y comprometido en la ejecución y seguimiento de los planteamientos de la presente política.
- Una Gobernanza real del sector, asegura el desarrollo óptimo de Palmira en su ciclo como destino turístico hacia la madurez.

11.2 ESPECÍFICAS: FRENTE AL EJE ESTRATÉGICO ATRACCIÓN

- Es claro que el esfuerzo individual de una localidad debe verse proyectado hacia los esfuerzos de otras localidades de la región, lo que permite la expansión del radio de acción, la potenciación de nuevos atractivos y una mejor proyección como unidad territorial.
- Palmira debe consolidarse como Clúster local dentro del clúster regional Valle 2032, junto a los municipios de Cali, Dagua, Jamundí, La Cumbre, Vijes, Yumbo, Candelaria, Florida, Ginebra, Pradera, El Cerrito y Palmira
- Se requieren los productos identitarios: Ruta de la Caña de Azúcar, Paso de las Victorias y Parque Biopacífico para que se integren a la oferta complementaria de atractivos secundarios con amenidades propias y adecuadas que capten la atención de visitantes y turistas.





11.3 ESPECÍFICAS: FRENTE AL EJE ESTRATÉGICO SOPORTE

- El desarrollo de propuestas de intervención en el espacio público, caso de los sectores municipales donde se encuentran bienes de interés cultural, permite pensar en infraestructuras direccionadas al turismo, lo que permite actores municipales calidad de vida para los mismos residentes y opciones de nuevas experiencias a visitantes.
- Fijar unas condiciones y parámetros básicos para el desarrollo del turismo en el Municipio, que no solo cobijen las condiciones legales como el contar con RNT, sino también el contar con Buenas Prácticas mínimas en los establecimientos, contar con una formación técnica básica, elementos de calidad para cada establecimiento, así como aplicación de la normatividad para cada sector.
- Se requiere mayor apropiación de las TICs en el sector turístico sobretodo en el área promocional, más allá de incrementar la cobertura, es el contar con una estrategia turística digital.
- Es necesario sensibilizar, vincular y concientizar a la comunidad receptora de la importancia del Turismo para que por un lado se beneficien de la actividad y no generen rechazo hacia el turista, lo que involucra también el reconocimiento y apropiación de su patrimonio.

11.4 ESPECÍFICAS: FRENTE AL EJE ESTRATÉGICO PRODUCCIÓN:

- Las diferentes empresas turísticas tienen falencias desde su esencia empresarial, se requiere formación, asesoría, acompañamiento para que el turismo se visualice como una actividad planificada y cada unidad de negocios sea manejada como empresa.

11.5 ESPECÍFICAS: FRENTE AL EJE ESTRATÉGICO GESTIÓN:

- El trabajo concertado entre los organismos directos e indirectos de turismo, permite la unión de esfuerzos hacia un solo objetivo común, evitando el paralelismo funcional y el malgasto de esfuerzo, tiempo y recursos. Lo que, en el desarrollo de la presente política, se vio evidenciado en planteamientos comunes de fácil acuerdo y concertación.
- Es necesario ampliar la oferta a diferentes segmentos de la población, pues si bien es cierto se sustentan en una misma tipología y unos atractivos comunes, las actividades y el soporte es diferente si





República de Colombia
Departamento del Valle del Cauca
Alcaldía Municipal de Palmira



hablamos de grupos juveniles, infantiles, adultos mayores, personas en condición de discapacidad, realizando ofertas especializadas para cada uno de estos tipos de segmentos.

- El logro de una comunicación oportuna y continua permite un mejor trabajo coordinado entre los actores; en el desarrollo de la presente política en la medida que se fue motivando la participación de los actores, pues es sabido que, en la actualidad, la comunicación es una debilidad que se presenta en todos los ámbitos, lo que invita a ser trabajado para alcanzar el objetivo planteado.
- Los esfuerzos de marketing deben ser una constante, de manera que la oferta turística se dinamice al ritmo cambiante de los mercados turísticos surgentes.





12. Bibliografía – Webgrafía

Acerenza, Miguel A.; (2006) Conceptualización, origen y evolución del turismo. México: Trillas.

Alcaldía Mayor de Bogotá. Guía para la formulación e implementación de las Políticas Públicas del distrito. (2017)

Asamblea Departamental del Valle del Cauca. Ordenanza. Política Pública de Turismo del Departamento del Valle del Cauca(2019) -documento público-

Castejón, R. y otros (2003): Introducción a la economía para turismo. Casos prácticos y ejercicios, Prentice Hall, Madrid.

CHIAS, J., (2005), El negocio de la felicidad, España, Pearson Educación.

CITUR. Estadísticas Nacionales – Flujo de Turistas – Turismo Receptor [en línea] http://citur.linktic.com/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/num_viajeros/2?t=1

Congreso de la República Ley 300, de 1996. Ley general de turismo. Por el cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones

Congreso de la República. LEY 1558 de 2012 (julio 10) por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.

Congreso de la República. Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996. Bogotá: Corporación Nacional de Turismo, 1996LEY 1101 de 2006 (22 de noviembre) Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.

Diario Oficial 48.487

Consejo de Bogotá. Acuerdo 720 de 2018 por el cual se adoptan los lineamientos para la Política Pública Distrital de Turismo y se dictan otras disposiciones.

Crosby Arturo. (1 agosto 2018) En Innovación. Nace el turismo de la felicidad: los nuevos consumidores más exigentes., https://www.hosteltur.com/comunidad/003064_nace-el-turismo-de-la-felicidad-los-nuevos-consumidores-mas-exigentes.html

Eumet.net. (2014) Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas. El caso de los Municipios de la zona Norte Colima, Mexico. <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm>

GOBIERNO NACIONAL. Constitución de la Republica de Colombia. (2016) <http://www.corteconstitucional.gov.co/inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia.pdf>

Gobierno Nacional. Decreto 2063 de 2018 "Por el cual se modifican los artículos 2.2.4.1.1.6., 2.2.4.1.1.10., 2.2.4.1.2.1., 2.2.4.1.2.2., 2.2.4.1.2.3., 2.2.4.1.2.4. Y 2.2.4.1.3.4. del Decreto único reglamentario del sector comercio, industria y turismo, Decreto 1074 de 2015."





República de Colombia
Departamento del Valle del Cauca
Alcaldía Municipal de Palmira



Gobierno Nacional. Decreto 503 de 1997, (febrero 28) Diario Oficial No. 42.994, de 4 de marzo de 1997 Ministerio de Desarrollo Económico Por el cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Guía de Turismo de que trata el artículo 94 de la Ley 300 de 1996.

Gobierno Nacional. Decreto 503 de 1997(febrero 28) Diario Oficial No. 42.994, de 4 de marzo de 1997.MINISTERIO DE DESARROLLO ECONOMICO Por el cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Guía de Turismo

Turismo y Sociedad. Gustavo Toro. La Política Pública de Turismo en Colombia. Bogotá. Universidad Externado.

INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO – INGUAT. Programa Nacional de asistencia al turista. Guatemala: El Instituto, 1998.

Latam (2019) Informe de Tendencias Turísticas: Latinoamérica () Copyright © 2019 by TrekSoft AG www.treksoft.com/en/academy

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo Plan sectorial de Turismo 2018-2022 <http://www.mincit.gov.co/minturismo/normatividad-turismo>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo. Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas – Módulo II: Cadena de accesibilidad y recomendaciones. (Organización Mundial del Turismo, Madrid (España). Primera impresión: 2015

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo. Manual sobre Turismo Accesible para Todo: Principios, herramientas y buenas prácticas Módulos I y II bases teóricas sobre turismo accesible y Cadena de accesibilidad y recomendaciones <https://www.tur4all.com/documents/2.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo. Política de calidad turística ISBN: 978-958-99726-9-4 Bogotá, D.C., Colombia.2016.https://www.fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/POLITICA_PUBLICAS_4.PDF

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO – VICEMINISTERIO DE TURISMO. Políticas de Turismo Cultural, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Ministerio de Cultura (2007) https://www.fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2007/POLITICA_DE_TURISMO_CULTURAL.pdf

ORGANIZACIÓN DE NACIONES UNIDAS. Declaración Universal de Derechos Humanos, 1948 – Humanium. <https://www.humanium.org/es/derechos-humanos-1948/>

Organización Mundial del Turismo. ¿Por qué el Turismo? [en línea]. Disponible en internet <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

Organización Mundial del Turismo. Código Ético Mundial para el Turismo. <http://ethics.unwto.org/es/content/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>





República de Colombia
Departamento del Valle del Cauca
Alcaldía Municipal de Palmira



ART.1,2,3,4,5,6,

Organización Mundial del Turismo. Entender el turismo: Glosario Básico [en línea]. Disponible en internet <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Tourism Highlights 2017 Edition [end line]. Recuperado de <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>.

Universidad Tecnológica de Chile (INACAP). Características de la oferta y demanda turísticas: carrera de Administración de Empresas Turísticas [en línea].. P. 7. Disponible en internet: <https://aulasvirtuales.files.wordpress.com/2014/09/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas.pdf> [consultado: el 20 de septiembre de 2018]





República de Colombia
Departamento del Valle del Cauca
Alcaldía Municipal de Palmira



13. Anexos:

13.1 TALLERES DE SOCIALIZACIÓN (FOTOS, PRESENTACIÓN Y FORMATOS)

13.2 TALLERES DE COCREACIÓN (FOTOS, PRESENTACIÓN Y FORMATOS)

13.3 MARCO NORMATIVO Y LEGAL (ACTUALIZACIÓN):

13.3.1 Plan de Desarrollo Nacional.

13.3.2 Políticas públicas de turismo de Cali

13.3.3 Política pública de turismo del Valle del Cauca

13.3.4 Plan Sectorial de Turismo 2018 - 2022.

13.4 OTROS ¿???

