

República de Colombia



*Secretaría de Cultura y Turismo
Oficina de Turismo*

Alcaldía Santiago de Cali

Secretaría de Cultura y Turismo

**Departamento Administrativo de
Planeación**

Oficina de Turismo Municipal

**Plan Estratégico Municipal
Para el Turismo en
Santiago de Cali
PEMTUR 2005-2015**

“POR UNA CALI SEGURA, PRODUCTIVA Y SOCIAL. TU TIENES MUCHO QUE VER”

Centro Cultural de Cali Cra. 5 No. 6-05 Oficina 102 ☎ PBX: 885 88 51 – 55 Ext: 122 ☎ Fax: 885 47 57

oficinadeturismo@cali.gov.co

<http://www.cali.gov.co/Cultura.php>

República de Colombia



*Secretaría de Cultura y Turismo
Oficina de Turismo*

**I. Plan Sectorial
“TURISMO PARA LA COMPETITIVIDAD
DE LA CIUDAD-REGIÓN”**

**II. Plan de marketing
“Cali Urbana, Cali Rural,
CALI ANFITRIONA”**

**III. Plan de Cultura Ciudadana
“Cali Ciudad SANA”**

20 de Octubre de 2005

2

“POR UNA CALI SEGURA, PRODUCTIVA Y SOCIAL. TU TIENES MUCHO QUE VER”

Centro Cultural de Cali Cra. 5 No. 6-05 Oficina 102 ☎ PBX: 885 88 51 – 55 Ext: 122 ☎ Fax: 885 47 57

oficinadeturismo@cali.gov.co

<http://www.cali.gov.co/Cultura.php>



I. Plan Sectorial

“TURISMO PARA LA COMPETITIVIDAD DE LA CIUDAD-REGIÓN”

CONTENIDO

- 1. Justificación Técnica**
- 2. Marco de Política**
- 3. Diagnóstico Sectorial**
- 4. Plataforma Estratégica**
 - 4.1 Misión**
 - 4.2 Visión**
 - 4.3 Objetivo General**
 - 4.4 Objetivos Específicos**
- 5 ANEXOS**
 - 5.1 Actores necesarios**
 - 5.2 Funciones Oficina de Turismo**



1. JUSTIFICACIÓN TÉCNICA

En el mundo del turismo se sabe, que Colombia posee destinos finales o intermedios importantes en cuanto a: playa y sol, de naturaleza y de aventura, eventos programados de recreación y cultura, y que Cali es una de las ciudades más conocidas que tiene el país, pero que sus políticas públicas están más orientadas a las actividades industriales, agroindustriales y comerciales, dejando al turismo como una actividad complementaria, que por ello ha generado un crecimiento inercial, resultante de las dinámicas propias de los otros sectores económicos, que son aprovechadas por el esfuerzo coyuntural de empresarios y administraciones.

La elaboración de un PLAN ESTRATÉGICO MUNICIPAL DE TURISMO PARA SANTIAGO DE CALI, requería entonces de un marco metodológico, capaz de identificar la realidad del turismo receptivo en el Sur Occidente Colombiano, región de alto desarrollo para Colombia en la actividad agroindustrial y comercial y con una inversión en infraestructura física importante, que puede facilitar el aprovechamiento de los diversos atractivos naturales, culturales y económicos que tiene el Departamento, en el contexto de una estrategia turística desde Cali, su capital.

En ése orden de ideas, la Oficina de Turismo recogió las principales conclusiones de estudios realizados sobre el turismo receptivo en Cali, desde la perspectiva del mercado Nacional y de sus posibilidades hacia el mercado extranjero, principalmente Iberoamericano, en el marco de los acuerdos de cooperación comercial y cultural, para proponer estrategias de dinamización de este sector.

Si bien estas estrategias deben estar lideradas principalmente por el sector público, recogiendo las experiencias de otros Estados, Regiones y Ciudades que han asumido el Turismo como un emprendimiento paralelo a los nuevos desarrollos del Comercio Internacional, también es cierto que la socialización de nuestras conclusiones puede coadyuvar a la motivación estratégica y al redireccionamiento financiero de muchos empresarios e inversionistas privados, que carecen de una información confiable sobre las posibilidades turísticas y de negocios que puede tener Santiago de Cali.

Dentro del anterior contexto, logramos fortalecer y consensuar con líderes sociales del sector turístico del Municipio y del Departamento, potencialmente beneficiarios de sus conclusiones, un diseño conceptual,



Secretaría de Cultura y Turismo
Oficina de Turismo

metodológico y operativo, legitimando procesos de fortalecimiento de la participación ciudadana en la gestión de la ciudad, para la construcción de tejido social y el mejoramiento de la calidad de vida, como lo ordena el Plan de Desarrollo Municipal.

Según éste diseño, denominado “Estrategia Anfitriona”, lo que debería hacer la Alcaldía Municipal es profundizar en sus Estrategias y Programas técnicos, tendientes a posicionar a Cali modelo de Turismo receptivo, a partir de su Patrimonio Natural, Cultural y Económico, que dinamice el Municipio como oferente de servicios comerciales, científicos y ambientales, a nivel nacional e internacional.

Por lo tanto, ésta propuesta debe ayudar a precisar los inventarios del transporte los atractivos y las facilidades turísticas, el liderazgo social y la eficiencia institucional, que son las condiciones que requiere la demanda de mercado para el nuevo turismo, y por tanto servir de apoyo concreto a sus Administraciones Públicas Municipales y Departamentales, así como a los gremios privados interesados en el tema.

2. MARCO DE POLÍTICA

2.1. La Constitución Política de 1991: Crea el marco propicio para el turismo Artículos 8 y 95: Obligación del Estado y de las personas de proteger las riquezas naturales y culturales.

Artículos 44 y 52: Reconocimiento de las actividades del tiempo libre, como derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El turismo es considerado como una de las actividades del tiempo libre.

Artículo 67: Definición de la educación como función social y desde allí, el acceso a los bienes y valores de la cultura; guarda relación con la actividad turística en la medida que se debe impulsar la forma para llegar a los bienes y valores de la cultura, muchos de ellos generadores de atracción para visitantes. De ahí el significado de la promoción y el fomento de la educación como deber del Estado (artículo 70), al igual que su inclusión en los planes de desarrollo económico y social (artículo 71) de las entidades territoriales.



Secretaría de Cultura y Turismo
Oficina de Turismo

Artículos 63 y 72: Protección de los bienes de uso público, el patrimonio arqueológico y otros bienes culturales que conforman la identidad nacional pertenecen a la nación, son inalienables, inembargables e imprescriptibles; esto representa un aspecto que refuerza la realización de actividades turísticas en la medida que permite que los bienes enunciados puedan disfrutarse por todos -residentes y visitantes- en el mejor sentido de apreciación y uso mediante actividades permitidas y controladas para evitar su deterioro o desaparición.

Artículos 79 y 80: El concepto de desarrollo sostenible está planteado en la garantía del derecho de todas las personas de gozar de un ambiente sano y en la obligación del Estado de 'proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines' y en 'planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales...' y prevenir los factores que ocasionen riesgos a su conservación o conduzcan a su deterioro.

Artículo 82: Protección y destinación al uso común del espacio público, el cual prevalece sobre el interés particular; al tiempo que determina la participación de las entidades públicas en la plusvalía que genere su acción urbanística, apoya la calidad en los destinos turísticos.

Artículo 300: Faculta a las asambleas departamentales para expedir disposiciones para la planeación, desarrollo económico y social del turismo; constituye el marco para dirigir el desarrollo turístico con sentido económico y social, es decir en armonía con estos campos.

2.2 La Ley General de Turismo -Ley 300 de 1996:

Constituye el marco legal para el desarrollo del turismo en Colombia y actualmente está vigente, aunque con sustanciales modificaciones a su texto original. A continuación se presentan aquellos aspectos generales que orientan y definen la actividad.

- Vincula al turismo como industria de servicios, de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, esencial para el desarrollo social y económico del país y en especial para las entidades territoriales, regiones y provincias.
- Fija pautas para el desarrollo del turismo bajo los siguientes parámetros:



*Secretaría de Cultura y Turismo
Oficina de Turismo*

- El papel del turismo en el desarrollo nacional y local.
- Fija pautas para las relaciones contractuales entre usuarios del turismo y prestadores del servicio, en cuanto a sus obligaciones y derechos.
- Eliminó la CNT (Corporación Nacional de Turismo); creó la figura del Viceministerio de Turismo dentro del Ministerio de Desarrollo Económico - hoy reemplazado por la Dirección General de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-; y constituye el Fondo de Promoción Turística de Colombia, con recursos públicos y privados (contribución parafiscal).
- Crea instrumentos para el fomento al desarrollo local, tales como los peajes turísticos (de los cuales desde la expedición de la Ley no se ha concretado el primero), los planes sectoriales de turismo, los convenios de competitividad, las zonas de desarrollo turístico y el recurso turístico de utilidad pública.
- Crea el Registro Nacional de Turismo con el objeto de establecer un mecanismo de identificación y regulación de los prestadores de servicios turísticos.

Desde la vigencia de la Ley 300/96, han sido varios los decretos reglamentarios, pero también la actual presentación ante el Congreso de la República, de proyectos que buscan modificarla, impulsados por los gremios, por lo que independientemente de su poca aplicabilidad, en los años más recientes el gobierno nacional ha venido impulsando la formulación de una serie de políticas y el diseño y puesta en marcha de estrategias con el fin de fomentar el desarrollo del sector turístico en el país. Cabe destacar el fortalecimiento de políticas que apoyan las iniciativas del sector privado y que orientan el accionar de las instancias públicas, que propician espacios y escenarios favorables para la inserción de planes y programas de desarrollo turístico, orientados por un cúmulo de políticas acordes con los procesos nacionales, con las cuales se busca el mejoramiento de la competitividad.

2.3 Plan sectorial de turismo 2003-2006: “Política de Turismo Para un Nuevo País”



*Secretaría de Cultura y Turismo
Oficina de Turismo*

Enfatiza en el mejoramiento de la competitividad del sector en sus productos y en sus destinos.

PROPÓSITO. Mejorar la Competitividad del Producto Turístico Colombiano, para incrementar el turismo receptivo y el turismo doméstico.

OBJETIVOS:

- Impulsar la Investigación de mercados, para que las acciones de promoción y mercadeo se dirijan a mercados específicos y segmentados.
- Diferenciar la oferta de productos turísticos colombianos, para motivar el desplazamiento de los turistas desde el exterior y dentro del país.
- Fortalecer la formación turística para que el capital humano vinculado al sector sea competente.
- Impulsar la generación de estadísticas y de estudios sectoriales de tal forma que se tomen decisiones empresariales y públicas con suficiente respaldo de información.
- Impulsar la creación de una cultura de la calidad y la innovación tanto de los empresarios como de los destinos, para que el producto turístico sea competitivo.
- Fortalecer la presencia del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y de la entidad administradora del fondo de Promoción turística a nivel nacional e internacional para liderar procesos de mejoramiento competitivo a nivel nacional e internacional.
- Fortalecer la seguridad de los destinos turísticos y de los turistas, en un trabajo mancomunado con la fuerza pública.

La visión sectorial plasmada en la Política Nacional, plantea entre otras cosas la definición de siete productos básicos en los que recogerá toda su oferta turística nacional. Esos productos son: sol y playa; historia y cultura; agroturismo; ecoturismo; deportes y aventura; ferias y fiestas y ciudades capitales. En este último, se conjugan subproductos como compras, salud, congresos, convenciones e incentivos comerciales para su desarrollo y buena accesibilidad desde estos centros o ciudades.

2.4 Nivel Municipal:



2.4.1 POT: Competitividad Territorial y Fomento Turístico.

PROPÓSITOS:

El Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Santiago de Cali (Acuerdo 069 del 26 de Octubre de 2000) como herramienta rectora del sistema de planificación del Municipio, establece dentro de los elementos que hacen parte de la visión y propósito que plantea, el Papel de una Ciudad –Región líder en la Cuenca del Pacífico, articulada a la Región a la que sirve como centro de actividades Metropolitanas, de alcance subnacional, nacional e internacional, especialmente en relación con la costa Pacífica y el eje cafetero, como un propósito que permitirá aprovechar sus ventajas económicas comparativas e identificar y favorecer acciones sobre el territorio que impulsen su competitividad.

Es así como determina que la vocación de la ciudad debe consolidarse en función de la concentración de comercio y a la prestación de servicios complementarios como actividades terciarias y la consolidación del sector industrial, dentro de las cuales, la actividad turística cumple un papel importante.

ESTRATEGIAS:

- El aprovechamiento Eco turístico del Parque Nacional Natural Los Farallones de Cali.
- La transformación de la zona de protección del Río Cauca a largo plazo, en la pieza Ambiental, paisajístico, recreativa y Eco turística de la estructura futura del territorio, incluidos sus asentamientos humanos, a fin de convertirla en elemento articulador de lo urbano con lo rural y de lo municipal con lo subregional, aprovechándola funcionalmente como recurso y equipamiento de alcance urbano, regional, nacional e internacional (Proyecto Estructurante del P.O.T.).
- Aprovechamiento eco turístico del borde Noroccidental del municipio, vuelta turística del occidente (Proyecto Estructurante del P.O.T.).
- Programas Eco turístico y zonas de desarrollo turístico, las cuales de acuerdo a lo dispuesto en el código de los recursos naturales, artículos 207. 208 y 332 referidos a las actividades permitidas en los parques nacionales naturales y en las áreas de reserva forestal, impulsará y

9

“POR UNA CALI SEGURA, PRODUCTIVA Y SOCIAL. TU TIENES MUCHO QUE VER”

Centro Cultural de Cali Cra. 5 No. 6-05 Oficina 102 ☎ PBX: 885 88 51 – 55 Ext: 122 ☎ Fax: 885 47 57

oficinadeturismo@cali.gov.co
<http://www.cali.gov.co/Cultura.php>



Secretaría de Cultura y Turismo
Oficina de Turismo

gestionara, tanto con las entidades públicas del orden nacional y regional, como con la empresa privada, el desarrollo de por lo menos tres grandes proyectos Eco turístico, que permitan la recreación, la investigación y el conocimiento de la gran biodiversidad existente en el suelo rural montañoso y de ladera del municipio de Cali.

- Parques ecológicos, turísticos y recreativos de escala urbano-regional, entre los cuales se encuentran las tres cruces, cerro de los Cristales, el Cerro de la Bandera, Bataclán , el Parque de la Salud .

2.4.2 Plan de Desarrollo Municipal 2004 -2007:

PROPÓSITOS:

Fomentar el desarrollo turístico de la Ciudad Región, recuperando la capacidad competitiva del sector, a través de la consolidación de la oferta y la demanda sostenible de nuestro producto Turístico Urbano , Rural y Patrimonial.

Fortalecer la cultura ciudadana y el tejido Social, mediante la preservación del patrimonio cultural, el fomento de las expresiones artísticas y culturales, el desarrollo turístico y la apropiación de lo público, como expresión del derecho a la cultura.

OBJETIVOS:

1. Fomentar, preservar y rescatar la diversidad cultural y pluriétnica, a través del libre acceso de las personas a los servicios culturales.
2. Conservar el patrimonio cultural y fomentar la cultura ciudadana y las actividades culturales en el espacio público.
3. Facilitar el desarrollo económico competitivo del sector turístico, para la reactivación socio económica.
4. Formular el Plan estratégico para el desarrollo turístico del Municipio de Cali. (Debe contemplar la definición de zonas de desarrollo prioritario de turismo en armonía con el plan nacional de desarrollo. Debe considerar el desarrollo turístico de sectores como San Antonio, La Merced, San Pedro, etc.



ESTRATEGIAS:

- Ampliar la oferta Turística articulándola a los bienes y servicios Culturales y el patrimonio Mueble e Inmueble.
- Consolidar el Consejo asesor de turismo Municipal, para lograr el desarrollo de un turismo organizado, garantizando coherencia entre la planeación participativa y la ejecución de proyectos y programas.
- Contribuir al diseño de una Imagen para la Ciudad Región que facilite su promoción a nivel local, nacional e internacional.
- Capacitar el Recurso humano del sector turístico y actualizar permanentemente a taxistas, botones, barman, conserjes policías profesionales, auxiliares de Policía y los demás oficios por especialidades.
- Contribuir a la recuperación de zonas y monumentos turísticos de la Ciudad, que se encuentren deteriorados o subutilizados y potenciar aquellos que puedan tener esta orientación o vocación.
- Ampliar Espacios para Mayor número de Artesanos en el Parque Artesanal Loma de la Cruz terminando la construcción del mismo y recuperando su infraestructura actual.
- Desarrollar en sus fases iniciales de capacitación, conservación ambiental, mejoramiento de la calidad en la prestación del servicio turístico, manejo de Basuras, organización comunitaria e infraestructura en los corregimientos con vocación turística, aprovechando sistemas exitosos de Turismo Rural y Ecoturismo.
- Concertar con los Gremios Turísticos de la ciudad para armar paquetes que traigan los turistas, a los diferentes Festivales que se realizan anualmente en la ciudad, tales como, Petronío Álvarez, Mercedes Montaña, Inti Raymi, Feria de Cali, entre otros.
- Realizar anualmente las Jornadas de la Ruralidad, como mecanismo de fortalecimiento del turismo rural y de la generación de Ingresos.
- Apoyar las propuestas del sector empresarial que incluyan a la ciudad de Cali como destino de eventos y convenciones.
- Apoyar la ejecución de Cali-Carnaval en el marco de la feria de Cali, como rescate de tradiciones e identidad del Producto turístico más importante y reconocido de la ciudad.



3. DIAGNÓSTICO SECTORIAL

3.1 METODOLOGÍA E INSTRUMENTOS DE SOPORTE

Con el objeto de avanzar en los procesos de fortalecimiento de la participación ciudadana en la gestión de la ciudad, para la construcción de tejido social y el mejoramiento de la calidad de vida, el Plan de Desarrollo de Santiago de Cali, ordena a la Secretaría de Cultura y Turismo Municipal profundizar en Estrategias y Programas, para facilitar Espacios de Formulación de una Política Turística Territorial y de Diseño de un Portafolio de Productos Articuladores de ése Territorio, con la participación de Líderes Comunitarios y Gestores Empresariales, como instrumentos de Competitividad Social para el Municipio de Santiago de Cali.

Es así como, la Coordinación de la Oficina de Turismo y un Equipo de apoyo conformado por funcionarios de Planeación, el experto Hector Fabio Perea Mafla, Desarrollo Territorial, el SENA, realizaron la planificación y aplicación del ejercicio, comenzando con los llamados Conversatorios Turísticos, que trataron temas como: Cali: Área Metropolitana, Departamento y la Región. Turismo Territorial: Nuestro Patrimonio Natural, Social y Cultural. Turismo Corporativo: Nuestros Recursos Ambientales, Productivos y Logísticos. Turismo Tecnológico: Nuestro Capital de Conocimiento, Infraestructura y Financiero. Nuestra legitimidad Normativa, Organizacional e Institucional. Y en el tema de Marca e Imagen Turística: Cali, la Ciudad que tenemos y el Turismo que queremos.

Paralelamente se socializaron y consensuaron los diseños conceptual, metodológico y operativo denominado "Estrategia Anfitriona", como una visión de marketing turístico con productos de entorno y de empresa, que se convirtió en un Programa específico de Productividad Sectorial y de Competitividad Territorial dentro del "Plan Estratégico Municipal de Turismo PEMTUR 2006-2015".

Todo ello permitió sistematizar los diversos aportes a la discusión, evidenciándose la necesidad de definir los alcances y posibilidades de la política que se estaba construyendo. Es por eso que acordó buscar un mecanismo de confrontación y actualización de las percepciones recibidas, por lo que se procedió con el apoyo de la Universidad Santiago de Cali y la



Secretaría de Cultura y Turismo
Oficina de Turismo

asesoría de la Universidad de Barcelona, a consolidar una encuesta que recogiera recomendaciones y sugerencias de una muestra de 100 personas entre agentes de viajes, operadores turísticos, transportadores terrestres hoteleros, gerentes de aerolíneas, restaurantes, guías turísticos, organizadores de eventos, y periodistas de turismo, equipajeros de terminales, etc. El diseño de la muestra ofrece un 96.5% de confiabilidad con un margen de error del 4.5%.

3.2 RESPUESTAS RELEVANTES Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los encuestados consideran que las siguientes actividades económicas hacen parte prioritaria del proceso social para conseguir una ciudad turística en el mundo moderno:

1. Existencia de restaurantes y servicios de alimentación
2. Hoteles y servicios de alojamiento.
3. Establecimientos de diversión y recreación.
4. Existencia de aeropuertos y terminales de transporte.
5. Publicidad sobre los servicios para viajeros.

Al relacionar las anteriores actividades con su real desarrollo en el caso de Cali, los encuestados respondieron que las que más se están desarrollando son las siguientes:

1. Existencia de hoteles y servicio de alojamiento.
2. Existencia de restaurantes y servicios de alimentos y bebidas.
3. Publicidad sobre los servicios para viajeros.
4. Existencia de centros comerciales.
5. Existencia de transporte terrestre.

A la pregunta de cuáles se consideran los tres sitios de alta importancia para ser visitados en el municipio de Santiago de Cali, fueron señalados El Saladito y el km. 18; el Ecoparque Río Pance y el Cerro de Cristo Rey. En cuanto a bienes culturales, el orden fue: Conjunto Cultural Artístico La Merced; Conjunto Cultural Artesanal San Antonio y Conjunto Cultural de Entretenimiento La Tertulia.

Los tres eventos considerados de alta importancia para ser ofrecidos a los visitantes fueron en orden de importancia: La Feria de Cali; el



Secretaría de Cultura y Turismo
Oficina de Turismo

Exposhow de Cali y el Festival Internacional de Arte. Paralelamente las tres expresiones étnicas, folclóricas o costumbristas que más identifican la tradición local son: la culinaria valluna; las expresiones de baile y la culinaria pacífica. En cuanto a las tres actividades que existen en el municipio que se consideran de mayor interés para ser ofrecidas a los visitantes, son: el Ecoturismo y los Museos.

Es altamente significativo que la mitad de los encuestados desconoce el nombre de una entidad específica del sector oficial que promueva el turismo, y la otra mitad identifican: la Alcaldía Municipal y la Gobernación del Valle del Cauca. En cuanto al sector privado señalan al Fondo Mixto de Promoción, a la Cámara de Comercio y a las Cajas de Compensación Familiar.

En cuanto se considera a Cali como una ciudad turística, se le adjudica entre otras razones a la amabilidad de sus gentes; a su ambiente de ciudad alegre; a sus recursos naturales; a sus centros comerciales, salas de cine, y eventos deportivos. Igualmente aparecen, el gran número de actividades culturales que realiza y la existencia de centros de estética y belleza importantes.

Los que no comparten el calificativo, lo adjudican a: Ser una ciudad deteriorada en cuanto a su infraestructura; No poseer grandes ni variados monumentos que mostrar; mostrar altos índices de inseguridad y niveles de pobreza y a la alta presencia de narcotráfico.

En general, los paneles de evaluación mostraron que el crecimiento hotelero en Cali, no ha sido vertiginoso. Tomando como base el año 2001, cuando se contaba con 30 hoteles representativos, en el año 2002 nacen 5, ofreciendo 166 habitaciones, en el año 2003, 2 hoteles ofreciendo 75, en el año 2004, nacen 3 hoteles con una capacidad de 100 habitaciones, podemos preguntarnos: ¿Cali, como polo turístico, cuenta con una capacidad hotelera aceptable, frente a la demanda de usuarios? Para dar respuesta a la interrogante, basta referirnos al cuadro de ocupación hotelera, el cual nos muestra, que la ocupación ha sido: año 2001 (39.3%), 2002 (44.7%), 2003 (50.1%), 2004 (43%). Frente a esta información, se concluye que en Santiago de Cali, no existe una demanda permanente de ocupación que desestimula al inversionista legal para éste tipo de negocios. Paradójicamente en Colombia, con excepción de Cartagena, la Zona Cafetera y San Andrés, regiones de aceptación tradicional para el Turismo, Cali ocupa un lugar de privilegio pues al comparar, el cuadro de ocupación



hotelera desde el 2001 al 2004, Cali se encuentra muy cerca del promedio nacional del 46%.

Continuando con el tema de cuál es la actividad que genera la ocupación hotelera en Cali, encontramos que la utilización relevante en Cali, son los negocios, pues del 100% de utilización, el rubro NEGOCIOS, muestra del año 2001 al 2004, los siguientes porcentajes: 52.3%, 63.2%, 69.3%, 63.2%. Mientras que el rubro de menor importancia, es de CONVENCIONES, representando en promedio el 9% en los últimos cuatro años. El Turismo en GRUPO, representa el 10% en promedio, no así el INDIVIDUAL, muestra el 17%. Estas cifras, pueden demostrar, que el principal motivo de atracción turística de Cali, es el ser facilitadora de negocios. No obstante, sería conveniente conocer que otros elementos de importancia posee Cali, que permitan y faciliten el incremento de la ocupación hotelera en el rubro de negocios.

4. PLATAFORMA ESTRATÉGICA

4.1 MISIÓN

El sector Turístico del municipio de Santiago de Cali, será líder en el proceso de desarrollo económico competitivo de la ciudad – región a fin de estimular la inversión productiva nacional e internacional y posicionando la oferta Turística de la ciudad en los segmentos de negocios, recreación, deporte, salud, estética, turismo rural y ecoturismo.

4.2 VISIÓN

El sector Turístico del municipio de Santiago de Cali, liderará y articulará con instituciones locales, regionales nacionales e internacionales, proyectos que contribuyan a la productividad y a la competitividad de los ciudadanos y ciudadanas de la Ciudad –



Región, para mejorar su calidad de vida y preservar su patrimonio ambiental y cultural.

4.3 OBJETIVO GENERAL:

El Plan sectorial “TURISMO PARA LA COMPETITIVIDAD DE LA CIUDAD REGIÓN”, propende por fomentar el desarrollo Turístico del municipio, recuperando la capacidad competitiva del sector, a través de la consolidación de la oferta y la demanda de nuestro producto turístico Urbano, Rural y Ecológico.

4.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Objetivo Especifico 1.

Construir colectiva y concertadamente un plan de turismo con visión de Largo Plazo que refleje las potencialidades turísticas del Municipio y se soporte en un trabajo sistemático de la Administración Municipal.

Estrategias para desarrollar el proceso:

- Motivación y compromiso de actores públicos, privados y sociales.
- Ampliación del recurso humano público en el área de turismo de la Secretaría de Cultura y Turismo Municipal.

Programas, Proyectos o Actividades:

- Revisión y fortalecimiento del Comité Municipal de Turismo.
- Formulación Plan Estratégico de Desarrollo Turístico y política pública sectorial.
- Afinar Matriz de Compromisos para formalizar Convenio de Competitividad Turística con la Ditur.

Resultados esperados:

- Comité Municipal de Turismo Institucionalizado.
- Documento base Política Pública Turística Municipal.



Secretaría de Cultura y Turismo
Oficina de Turismo

- Plan Estratégico de Desarrollo Turístico para Santiago de Cali.
- Matriz de compromisos afinada, Convenio de Competitividad renovado.

Objetivo Especifico 2

Intervenir ante los entes municipales competentes para Recuperar y embellecer el espacio público y la infraestructura de interés turístico para garantizar la comodidad y seguridad de los turistas.

Estrategias Para Desarrollar el Proceso:

- Focalización integrada de los esfuerzos institucionales públicos, privados y comunitarios en zonas de interés turístico.
- Aplicación de modelos exitosos vigentes, en otros puntos de la ciudad.

Programas, Proyectos o Actividades:

- Conformación del Consejo de Seguridad Turística.
- Revisión, Ajuste y aplicación del Plan de Seguridad Turística.
- Implementación de la Señalización Turística peatonal de acuerdo con manual técnico.
- Participación activa en el Plan de Ornato y Aseo Municipal para priorizar corredores turísticos locales.
- Gestionar y aplicar el programa de fachadas y/o recuperación de Centros Históricos.
- Apoyar Planes Operativos del Terminal de Transportes y del Aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón.
- Incorporar Servicios de Apoyo Turístico en los escenarios deportivos de alto rendimiento, en el marco de eventos nacionales e internacionales.

Resultados Esperados:

- Plan de Seguridad Turística operando.
- Señalización Turística Peononal instalada.



Secretaría de Cultura y Turismo
Oficina de Turismo

- Espacios e infraestructuras públicas de interés turístico mejoradas.
- Eventos deportivos nacionales e internacionales integrados a la oferta turística.

Objetivo Específico 3

Crear un sistema de información integral como plataforma para el ordenamiento turístico, que permita, la toma de decisiones oportunas por parte de gestores, inversionistas turísticos y consumidores.

Estrategias para desarrollar el proceso:

- Aprovechamiento y complementación de la plataforma existente para mejorar los flujos de información.

Programas, proyectos o actividades:

- Elaboración y valoración del inventario de recursos y servicios turísticos.
- Investigación de mercados para los productos turísticos Caleños.
- Diseño e implementación de un sistema de información turística.
- Fortalecimiento y puesta de red de los puntos de información turística municipal.
- Diseño y/o compilación de estadísticas turísticas locales.

Resultados esperados:

- Inventario turístico actualizado.
- Investigaciones de mercado realizadas y aplicadas.
- Sistema de Información turística operando.
- Puntos de Información turística trabajando en red.
- Publicación de estadísticas sectoriales periódicas.

Objetivo Específico 4



Fortalecer y ampliar las iniciativas que propenden por la construcción de una cultura turística y por el mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios turísticos en el municipio.

Estrategias para desarrollar el proceso:

- Alianzas y convenios con la academia y otras entidades para la sensibilización, capacitación y formación turística.
- Sensibilización turística a comunidad, empresarios y turistas.

Programas, proyectos o actividades:

- Revisión y ajuste concertado entre empresarios, academia y sector público, de la oferta curricular turística de la ciudad.
- Diseño e implementación de la cátedra turística Caleña.
- Conversión a lenguaje turístico de memorias históricas y culturales derivadas de las “Tertulias del Cali Viejo”⁴ y de otros espacios similares.
- Continuidad a programas de sensibilización y capacitación dirigidos a taxistas, maleteros, lustrabotas y otros grupos de interés.

Resultados esperados:

- Recurso Humano cualificado conforme a necesidades del sector.
- Cátedra turística implementada en el PEI de las Escuelas Públicas Municipales.
- Guiones turísticos especializados a disposición de operadores y guías turísticos.
- Mayor sentido de pertenencia y compromiso con la ciudad y con la actividad turística.

Objetivo Específico 5

Diseñar y/o fortalecer productos turísticos focalizados y complementarios para el casco urbano y la zona rural, aplicando las metodología de Capacidad de Carga y Límites de Cambio Aceptable – LCA en los recursos naturales, ambientales y paisajísticos.



Estrategias y programas para desarrollar el proceso:

- Aplicación de turismo rural: Zona Rural del Municipio y su interconexión con los municipios circunvecinos.
- Programa de Ecoturismo: Pance y Parque Nacional Natural Farallones de Cali.
- Programa de Turismo Histórico y Cultural: Centro Histórico, San Antonio, Loma de La Cruz, Cerros Tutelares, Feria de Cali y Festival Pe tronío Álvarez.
- Programa Productos Turísticos en ciudades capitales:
 - Centro de Convenciones de Cali.
 - Turismo de Salud, Estética y Belleza.
 - Eventos Deportivos de Significado Internacional.
 - Negocios e Incentivos.

Resultados Esperados.

- Portafolio unificado y diversificado de productos turísticos competitivo nacional e internacional.
- Menos impactos negativos derivados de la operación turística.
- Centro de Convenciones operando.
- Santiago de Cali posesionada como ciudad - región turística.

Objetivo Específico 6

Fomentar y controlar la operación turística legal.

Estrategias para desarrollar el proceso:

- Coordinación de esfuerzos con entidades de control y vigilancia.

Programas, proyectos o actividades:

- Programa de Sensibilización y Promoción del Registro Nacional de Turismo – R.N.T.



Secretaría de Cultura y Turismo
Oficina de Turismo

- Proyecto de acuerdo para la exención del 1% año vencido en Industria y Comercio a prestatarios de servicios inscritos en el R.N.T.
- Apoyo técnico y financiero a proyectos presentados por prestatarios inscritos al Fondo Nacional de Competitividad y Promoción Turística.
- Acceso a procesos de planeación, diseño, capacitación, y divulgación turística condicionado con la inscripción en el R.N.T. como requisito.
- Apoyo al control de operación turística coordinando esfuerzos con la Policía, Las Unidades Administrativas Ejecutoras de saneamiento – U.A.E.S, y otros entes relacionados.

Resultados esperados:

- Incremento significativo del número de prestatarios inscritos en el R.N.T.
- Disminución de quejas y reclamos por incumplimiento y estafa de prestatarios de servicios turísticos.

Objetivo Especifico 7

Fortalecer el Sector Astronómico y Artesanal de la ciudad como Valores agregados importantes, del producto turístico.

Estrategias para desarrollar el proceso:

- Capacitar al sector Gastronómico y artesanal de la ciudad
- Mejorar la infraestructura física del parque artesanal loma de la cruz
- Construir y ofertar un mejor producto turístico en torno a este espacio
- Mantener programación artística, folclórica y cultural para ofrecer al turista, en el espacio dedicado a las artesanías.
- Realizar eventos que fomenten y recuperen la gastronomía típica de la ciudad.

Programas, Proyectos o actividades:

- Asesoría en diseño artesanal



*Secretaría de Cultura y Turismo
Oficina de Turismo*

- asesoría en cocina típica para el sector Gastronomito de la ciudad aplicada a las técnicas modernas.
- Fundamentación turística para los sectores
- Proyecto de Recuperación de la Infraestructura Física del Parque Artesanal Loma de la Cruz
- Trabajar colectivamente en la oferta turística del sector Gastronomito y el Sector Artesanal de la Ciudad.

Resultados Esperados:

- Producto turístico que identifica la ciudad
- Calidad, identidad y variedad en el producto artesanal de Cali.
- Generación de Ingresos y mejoramiento del nivel de vida de los artesanos de la ciudad
- Generación de Ingresos en los prestadores de servicios turísticos de la ciudad
- Ordenamiento de la ciudad

5. ANEXO:

5.1 Actores Participantes necesarios

- Alcaldía.
- **Secretaría de Cultura y Turismo**
- **Departamento de Planeación**
- Gremios Sectoriales
- Cámara de Comercio
- Fondo Mixto de Promoción del Valle del Cauca.
- Fenalco.
- Sena.
- Empresarios Turísticos.
- ONG ambientales y culturales.
- Ditur.
- Gobernación.



5.2 Responsabilidades de la Oficina de Turismo de la Secretaría de Cultura y Turismo: Acuerdo 01 de 1.996, artículo 374, Acuerdo 70 del 2000 ,artículo 11. Acuerdo 016 de 2004, Artículos 10 y 13, Acuerdo 0127 de 2004 (Plan de Desarrollo 2004-2007) Objetivo específico 1.4, Estrategia No 3.

- Numeral 15: Identificar y promover alternativas, Estrategias, Planes, Programas y Proyectos en coordinación con el sector público y privado para el fortalecimiento del sector turístico a nivel local y regional.
- Numeral 16: Promover y estimular la organización del sector turístico en el Municipio.
- Numeral 17: Identificar y apoyar conjuntamente, con el sector público y privado, un sistema de promoción turística municipal y regional.
- Numeral 18: promover en concertación con el sector público y privado, el equilibrio de la actividad laboral turística, mediante el entrenamiento del recurso humano, el empleo, los ingresos y la productividad.
- Numeral 19: Apoyar los eventos de las organizaciones de turismo como mecanismo de impulso a dicho sector.
- Numeral 20: Identificar y formular los proyectos de inversión necesarios para el cumplimiento de los objetivos del sector a su cargo.

Nota: Acuerdo 01 de 1.996, Artículo 374, Acuerdo 70 de 2000, Artículo 11.