

“POR MEDIO DEL CUAL SE ADOPTA LA POLITICA PUBLICA DE TURISMO PARA EL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA”

Honorables Concejales,

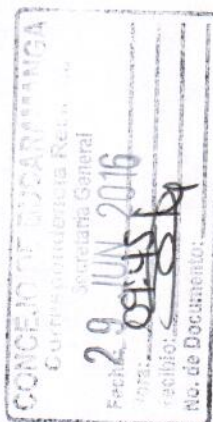
La Política Pública es la expresión de un proceso que involucra sujetos, tiempos y se concreta en el momento en el que un conjunto de problemas se interpreta y abordan como necesidad de ser incorporados en la agenda pública. Supone un acuerdo entre sociedad y Estado, para dar lugar a: Políticas reguladoras (de relaciones), Políticas distributivas (de bienes y servicios), Políticas redistributivas (de riqueza). Partimos de considerar el Estado como un espacio de interlocución, planificación y negociación, en la que grupos sociales organizados pueden posicionar sus demandas en las agendas políticas.

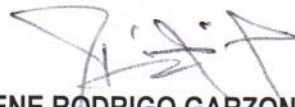
Según concepto de Naciones Unidas, las políticas públicas son el conjunto de acciones y decisiones que deben ser adoptadas por el Estado y que están encaminadas a solucionar problemas propios de las comunidades, como son entre otros el hábitat y la vivienda. En el diseño, formulación e implementación de éstas, es prioritaria la participación conjunta de la sociedad civil organizada, la comunidad, la academia, las entidades privadas y las instancias públicas, toda vez que una política pública es la expresión de un pacto entre la sociedad y sus gobernantes, para de manera conjunta concertar las acciones que deben dar respuesta a las problemáticas y necesidades de la población y del territorio.

Cuando de la formulación, la revisión y la ejecución de una Política Pública se trata, el primer responsable es el Estado representado en el gobierno de turno; pero ella trasciende a cada periodo de gobierno y se apareja con la permanente y activa intervención de la sociedad; para el caso del municipio de Bucaramanga, las favorables condiciones económicas, sociales, culturales, ambientales, políticas e institucionales, brindan hoy la oportunidad de plantear soluciones a partir del turismo o industria sin chimeneas, a partir de la integración de acciones conforme lo proyectado en el Plan Sectorial de Turismo 2014 – 2018 “Turismo Para la Construcción de la Paz”.

La Formulación de esta política pública atiende a una sentida necesidad de promover en la ciudad unos lineamientos orientadores de la promoción de la actividad turística a partir de los cuales se posibilite el posicionamiento de la ciudad como destino turístico y el aprovechamiento de las bondades de esta industria sin chimeneas como son la generación de empleo, la estabilización del ingreso, la promoción de productos innovadores y en general el desarrollo sostenible y la mejora en la calidad de vida de las personas a partir del intercambio de experiencias de vida con los turistas y visitantes.

Son inmensos los retos planteados en esta Política Pública, y alcanzarlos será el resultado de un trabajo conjunto y articulado entre el sector público y el privado, y por ello estoy seguro que la comunidad Bumanguesa estará identificada con su contenido, máxime cuando esta política pública ha sido construida en un proceso colectivo de participación ciudadana, donde con el respaldo de la Cámara de Comercio de Bucaramanga y el Bureau convention, logramos integrar a la Academia, Representantes de los gremios económicos, organizaciones sociales y culturales, organizaciones no gubernamentales, instituciones vinculadas al turismo, el arte y la cultura del orden municipal y metropolitano, entre otros, a lo largo de 5 meses realizamos talleres para formular los objetivos, concertar los conceptos, estrategias, instrumentos de control y seguimiento que hoy se contienen en este documento que contiene la Política Pública de Turismo para el Municipio de Bucaramanga.




RENE RODRIGO GARZON
CONCEJAL DE BUCARAMANGA

29 JUN 2016

019

PROYECTO DE ACUERDO N°

DE 2016

“POR MEDIO DEL CUAL SE ADOPTA LA POLITICA PUBLICA DE TURISMO PARA EL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA”

EL CONCEJO DE BUCARAMANGA,

En uso de sus atribuciones constitucionales y legales, especialmente las conferidas en la Constitución Política, la Ley 136 de 1994, Ley 1551 de 2012 y,

CONSIDERANDO

1. Que el Artículo 313 de la Constitución Política de Colombia preceptúa “Corresponde a los concejos: **2. Adoptar los correspondientes planes y programas de desarrollo económico y social y de obras públicas. 10. Las demás que la Constitución y la ley le asignen**”.
2. Que desde la Ley 60 de 1968, que determinó la importancia del turismo como generador de divisas, empleo y como industria fundamental para el desarrollo económico del país; la posterior Ley 300 de 1996 – Ley marco de turismo, y las sucesivas reformas de las leyes 1101 de 2006 y 1558 de 2012, aún con períodos de decrecimiento, producto del conflicto armado, principalmente entre finales de los 80 y la década de los 90 del siglo pasado, la denominada “industria sin chimeneas”, demuestra ser un factor de desarrollo relevante para el país.
3. Que la Ley 300 de 1996 determinó que el turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial para las entidades territoriales, regiones y provincias y, debe contener los elementos que permitan fortalecer la competitividad del sector, con el objetivo de que el turismo encuentre condiciones favorables para su desarrollo en los ámbitos social, económico, cultural y ambiental. A nivel regional se estableció que corresponde a los Departamentos, a las Regiones, al Distrito Capital, a los Distritos, Municipios y a las comunidades indígenas, la elaboración de Planes Sectoriales de Desarrollo Turístico con fundamento a lo establecido en la mencionada ley.
4. Que el documento CONPES 3397 aprobado en noviembre de 2005, se constituyó en política pública para el desarrollo turístico de Colombia. Reclama para su implementación la estrecha colaboración interinstitucional de las entidades de gobierno en coordinación con el sector privado.
5. Que el Plan Sectorial de Turismo 2014 – 2018 “Turismo para la Construcción de la paz” proyecta que en materia de turismo, según estudios realizados por el FMI, Se prevén también 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; la relevancia que van a alcanzar mercados emergentes como los mercados de Oriente; la importancia de las regiones como dinamizadoras de la actividad; la tendencia a viajes más cortos pero más intensos en experiencias; el papel protagónico que alcanzaran las TIC's y las redes sociales y la consolidación de los mercados y el “turismo verde. En tal sentido, el gran reto de quienes orientan la actividad turística en los niveles nacional, regional y local debe ser prepararse para que esta genere muchos beneficios para la comunidad residente en el lugar y se disminuyan los impactos negativos que se dan en el contacto con los turistas.

6. Que el turismo constituye una alternativa de desarrollo social y económico de las comunidades, que a la par, obliga a las autoridades al consecuente desarrollo de zonas deprimidas transformando la situación de vida de las comunidades más desfavorecidas de la colectividad, generando en consecuencia calidad de vida.
7. Que una Política Pública es la expresión de un proceso que involucra sujetos, tiempos y se concreta en el momento en el que un conjunto de problemas se interpretan y abordan como necesidad de ser incorporados en la agenda pública. Supone un acuerdo entre sociedad y Estado, para dar lugar a: Políticas reguladoras (de relaciones), Políticas distributivas (de bienes y servicios), Políticas re-distributivas (de riqueza). Partimos de considerar el Estado como un espacio de interlocución, planificación y negociación, en la que grupos sociales organizados pueden posicionar sus demandas en las agendas políticas.
8. Que en Bucaramanga, una de las problemáticas que necesita ser incorporada urgentemente en la agenda pública está directamente relacionada con la situación de una sentida necesidad de promover en la ciudad unos lineamientos orientadores de la promoción de la actividad turística a partir de los cuales se posibilite el posicionamiento de la ciudad como destino turístico y el aprovechamiento de las bondades de esta industria sin chimeneas como son la generación de empleo, la estabilización del ingreso, la promoción de productos innovadores y en general el desarrollo sostenible y la mejora en la calidad de vida de las personas a partir del intercambio de experiencias de vida con los turistas y visitantes.
9. Que fruto de un proceso colectivo de participación ciudadana, con el respaldo de la Cámara de Comercio de Bucaramanga y el Bureau convention, se integró la Academia, con Representantes de los gremios económicos, organizaciones sociales y culturales, organizaciones no gubernamentales, instituciones vinculadas al turismo, el arte y la cultura del orden municipal y metropolitano, entre otros, y a lo largo de cinco (5) meses se realizaron talleres para formular los objetivos, concertar los conceptos, estrategias, instrumentos de control y seguimiento que hoy se contienen en este documento que contiene la Política Pública de Turismo para el Municipio de Bucaramanga

En mérito de lo expuesto,

ACUERDA

ARTICULO PRIMERO. ADOPCION Y OBJETO. Adóptese la Política Pública de Turismo para el Municipio de Bucaramanga, para la generación de espacios de concertación entre las organizaciones privadas e instituciones públicas, orientados a potencializar el Municipio de Bucaramanga como destino turístico con la finalidad de mejorar la calidad de vida de las personas, aumentar los indicadores de desarrollo humano, de desarrollo económico, fortalecer la competitividad local, mejoramiento de la infraestructura turística, promoviendo la sostenibilidad social, cultural, ambiental y territorial en el municipio.

ARTICULO SEGUNDO. CONCEPTOS. Para efectos de la presente política, se tendrán como referentes conceptuales los siguientes:

- a. **TURISMO.** Actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un periodo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios u otros motivos.
- b. **TURISMO ECOLOGICO O DE NATURALEZA.** Es aquel que tiene como motivación principal la realización de actividades recreativas o de esparcimiento en la naturaleza sin degradarla. Este tipo de turismo dispone de una oferta de productos servicios en torno a un atractivo turístico regido por principios de sostenibilidad.

- c. **TURISMO DE REUNIONES.** Es la movilidad de turistas para la asistencia a reuniones, congresos, conferencias, ferias, entre otros eventos; generando un conjunto de actividades económicas como consecuencia de la organización de eventos de un destino a elegir y cuyos motivos giran en torno a temas profesionales.
- d. **TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR.** Es aquel dedicado a prestar atención a los turistas que ingresan al país en busca de atención médica y servicios asociados con el bienestar.
- e. **TURISMO HISTORICO - CULTURAL.** Es aquel viaje motivado por el conocimiento y el disfrute de un conjunto de elementos distintivos espirituales, históricos, materiales, inmateriales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino.
- f. **COMPETITIVIDAD TURISTICA.** Capacidad que posee un país para crear un valor agregado que aumente los ingresos nacionales a través de la integración de factores de orden económico, social y cultural en los procesos de globalización, que le permita alcanzar los objetivos de sostenibilidad y rentabilidad de forma superior a los demás.

Indica que los productos, servicios y estructuras de los destinos turísticos deben aumentar sus valores agregados y permitir el desarrollo de ventajas competitivas para el sector turístico en general, a partir de la suma de todos los valores agregados de los subsectores que la conforman.

- g. **INNOVACION.** Cambio que introduce una o varias novedades. Hace referencia a la aplicación de nuevas ideas, productos, conceptos, servicios y practicas a una determinada cuestión, actividad o negocio, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad.
- h. **GOBERNANZA.** La toma de decisiones al interior del sector turismo debe revestir de concertación, articulación y sistematicidad, de forma tal que se logre sinergia real a partir de la fortaleza de la relación público – privado.
- i. **DESARROLLO SOSTENIBLE.** El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. El desarrollo sostenible se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.
- j. **ACCESIBILIDAD.** Conforme al artículo 13 de la Constitución Política, es deber del sector turismo de propender por 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.
- k. **PROTECCION AL CONSUMIDOR.** El consumidor debe ser objeto de protección especial por parte de las entidades públicas y privadas.

ARTICULO TERCERO. OBJETIVOS. La Política pública de Turismo para el Municipio de Bucaramanga tiene los siguientes objetivos:

- a. Impulsar la promoción y mercadeo del destino a través del desarrollo de productos turísticos innovadores, contribuyendo al posicionamiento y reconocimiento del destino turístico de Bucaramanga en el entorno nacional e internacional.
- b. Implementar la utilización de herramientas y procesos de inteligencia competitiva, fundados en la gestión de la información y la generación del conocimiento que permita mejorar la conectividad, competitividad y movilidad del sector turismo.
- c. Fortalecer las capacidades empresariales e institucionales del sector turismo para mejorar la posición competitiva del Municipio de Bucaramanga.

- d. Implementar estrategias de utilización del suelo para generar una oferta de servicios ecosistémicos de manera sostenible y responsable en el municipio de Bucaramanga.

ARTICULO CUARTO. PRINCIPIOS. La Política de Turismo para el Municipio de Bucaramanga se desarrollará a partir de los siguientes principios:

- a. **SOSTENIBILIDAD.** El desarrollo de la actividad turística será acorde con el respeto por el entorno de su implementación, conservando y protegiendo los límites físicos, éticos y patrimoniales del mismo.
- b. **COORDINACION.** Las entidades públicas vinculadas con el sector turismo actuarán de forma armónica y coordinada entre ellas fomentando la concertación en el sector.
- c. **COMPETITIVIDAD.** Se propiciarán las condiciones necesarias para el mejoramiento progresivo de la industria turística en la ciudad, fomentando la inversión de capital y la mejora consecuente en la calidad de vida de los ciudadanos.
- d. **CORRESPONSABILIDAD.** Se promoverá el trabajo en red entre actores públicos y privados vinculados al turismo para lograr la complementariedad e integración de fuerzas que se traduzcan en mejores resultados en la implementación de la política pública turística.
- e. **CALIDAD.** Se promoverá la mejora en la calidad de los destinos y servicios turísticos de Bucaramanga con el fin de aumentar la competitividad del destino y así satisfacer y potenciar la demanda turística.

ARTICULO QUINTO. LINEAS ESTRATEGICAS. La política pública incorpora cuatro líneas estratégicas a saber:

- a. Gestión Territorial
- b. Competitividad Sectorial y del Destino
- c. Conectividad competitiva
- d. Promoción y mercadeo del destino

ARTICULO SEXTO. LINEA ESTRATEGICA GESTION TERRITORIAL. El proceso de gestión territorial del Municipio de Bucaramanga integrará la visión de futuro del Municipio de Bucaramanga desde la perspectiva del reconocimiento de su vocación turística, impulsándolo como destino turístico sostenible, responsable, accesible y competitivo, potenciando alternativas tanto para los atractivos urbanos y rurales, visibilizando los corregimientos de la ciudad y su riqueza natural.

Esta línea estratégica comprende las siguientes acciones:

- a. **Cultura Turística.** Involucra acciones orientadas a la promoción de la participación de los actores ciudadanos en la actividad turística de la ciudad fomentando el crecimiento y desarrollo sostenible a través de: promoción del turismo sostenible y responsable; articulación y movilización de la ciudadanía contra los aspectos que amenazan el sector turismo y la sociedad en general (trata de personas, tráfico ilícito de flora y fauna, droga, etc); apropiación de identidad de ciudad; promoción de la cátedra de formación en turismo y fomento de la capacitación turística a los actores involucrados en la actividad turística; promoción de la inclusión de la población en condición de discapacidad en la industria turística; así como también promover la certificación por competencias laborales de la población que interviene en la actividad turística.
- b. **Gestión de la Inversión y la Cooperación.** Involucra acciones orientadas a incentivar la inversión en el sector turismo en el nivel nacional e internacional y asimismo a la gestión de recursos en organismos multilaterales que promuevan el turismo como factor de desarrollo.
- c. **Gobernanza y Promoción de la concertación.** La toma de decisiones al interior del sector turismo debe revestir de concertación, articulación y sistematicidad, de forma tal que se

logre sinergia real a partir de la fortaleza de la relación público – privado. En tal sentido, se establecerán mecanismos para la toma de decisiones mediante acciones colectivas entre actores públicos y privados, generando un entorno eficiente y competitivo.

- d. **Impulso a las iniciativas comunitarias.** Se incentivarán las iniciativas comunitarias desarrolladas en las comunas y corregimientos de la ciudad de Bucaramanga enmarcadas en los criterios de turismo sostenible y responsable, a partir de las cuales se promueva la generación de empleo e ingreso para las comunidades en condición de vulnerabilidad.
- e. **Identificación e integración de las comunidades rurales al turismo de naturaleza o ecológico.** Promover acciones tendientes a identificar y desarrollar productos que generen turismo rural o ecológico integrando las comunidades receptoras a partir de programas de formación, formalización, mercadeo, entre otros.
- f. **Fortalecimiento y Promoción del Turismo Histórico – Cultural en la ciudad.** Promover acciones tendientes al fortalecimiento del turismo histórico en la ciudad de Bucaramanga, tanto en materia de infraestructura, mercadeo, formación de guías, entre otros.
- g. **Promoción del Turismo de salud y bienestar.** Respaldar acciones para la promoción del turismo de salud y bienestar en Bucaramanga.
- h. **Impulso al turismo de Reuniones.** Promover la captación de eventos y movilidad de turistas para la asistencia a reuniones, congresos, ferias y eventos en la ciudad.

ARTICULO SEPTIMO. LINEA ESTRATEGICA COMPETITIVIDAD SECTORIAL Y DEL DESTINO.

A partir del fortalecimiento empresarial y la estructuración de la cadena de valor, desarrollar las capacidades del sector turismo, posicionar al Municipio de Bucaramanga en materia de competitividad en el sector turismo. Esta línea estratégica comprende las siguientes acciones:

- a. **Fomento a la calidad y el emprendimiento en servicios turísticos.** Fomentar el emprendimiento de nuevas unidades empresariales del sector turismo, implementar mecanismos de cooperación entre las unidades empresariales existentes, promover la formación y capacitación del talento humano del sector turismo como base fundamental de la prestación de servicios turísticos y promover acciones de innovación y tecnología para el mejoramiento de la cadena de valor turístico.
- b. **Formalización de los prestadores turísticos.** Promover acciones de inspección, vigilancia y control de los prestadores de servicios turísticos orientadas a promover la formalización, controlar la ilegalidad y proteger al turista garantizando acceso a servicios turísticos conforme a la normatividad vigente.
- c. **Dinámica de empleo y generación de ingresos.** La promoción del sector turismo en Bucaramanga estará articulada con un enfoque de generación de empleo y estabilización del ingreso para los actores involucrados en la actividad turística, a partir de la articulación entre esfuerzos públicos y privados.

ARTICULO OCTAVO. LINEA ESTRATEGICA CONECTIVIDAD COMPETITIVA. Con base en la gestión de la información y la generación de conocimiento, mejorar la conectividad, movilidad y competitividad del sector turismo, mediante las siguientes acciones:

- a. **Sistema de Información Turística.** El responsable de la implementación de esta política pública organizará un sistema de información que permita recopilar de manera periódica información ordenada sobre el comportamiento de la actividad turística en el Municipio de Bucaramanga para facilitar la toma de decisiones estratégicas en la materia.
- b. **Movilidad y Transporte.** Se promoverán acciones encaminadas a fortalecer y mejorar la infraestructura de movilidad y transporte en materia turística, incluidos los medios alternativos de transporte como la bicicleta.

- c. **Uso de tecnologías de información y comunicaciones.** Promover acciones para el fortalecimiento del sector turismo a partir del uso de tecnologías de información y comunicaciones que dinamicen el sector y a su vez fortalezcan la percepción de seguridad del turista.

ARTICULO NOVENO. LINEA ESTRATEGICA PROMOCION Y MERCADEO DEL DESTINO.

Impulsar acciones de promoción y mercadeo del destino turístico Bucaramanga a partir de la articulación de esfuerzos público – privados, incorporando las siguientes acciones:

- a. **Promoción y mercadeo turístico.** acciones de promoción y comercialización de productos turísticos generadas a partir de los estudios e investigaciones de mercados, de infraestructura de ciudad inventario, de atractivos y portafolio de productos.
- b. **Productos Turísticos Innovadores.** Acciones orientadas a diversificar y especializar la oferta turística de la ciudad con productos turísticos competitivos orientados a aprovechar de manera óptima y responsable las capacidades instaladas en el territorio, las experiencias proactivas de los contextos, los recursos naturales, culturales e históricos que generan experiencias únicas.
- c. **Fortalecimiento de la información Turística.** Desarrollar puntos de información turística en lugares estratégicos de la ciudad, facilitando información y orientación al turista y recopilando información base que alimente el sistema de información turística.
- d. **Acceso a Mercados.** Impulsar acciones orientadas a identificar productos turísticos con potencial para incursionar en nuevos segmentos de mercados nacionales e internacionales y promover su posicionamiento.

ARTICULO DECIMO. INSTRUMENTOS DE CONTROL SOCIAL PARA EL SEGUIMIENTO DE LA POLITICA. Para el seguimiento del cumplimiento de la presente política se plantean cuatro estrategias:

Fortalecimiento de las iniciativas de transparencia para que pueda realizar procesos de monitoreo y seguimiento a la política.

Fortalecimiento de las redes sociales, organizaciones culturales, gremiales, de mujeres, jóvenes y del Consejo Municipal de Turismo para que sean veedoras del desarrollo de la política.

Rendición periódica de cuentas.

ARTICULO DECIMO PRIMERO. IMPLEMENTACION. El Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Bucaramanga o quien haga sus veces, como funcional responsable de la implementación de esta política, presentará en sus informes periódicos ante la Corporación Municipal un acápite especial en el que se expongan los avances y retos en materia de implementación de esta política pública.

ARTICULO DECIMO SEGUNDO. SEGUIMIENTO. Se creara el Concejo Municipal de Turismo, el cual estará integrado por los siguientes miembros con voz y voto:

- El Alcalde de Bucaramanga o su delegado quien lo presidirá
- El Director del Instituto Municipal de Cultura y Turismo.
- El Secretario de Educación de Bucaramanga.
- El Secretario de Salud de Bucaramanga.
- El Secretario de Interior de Bucaramanga.
- Un Representante del Concejo de Bucaramanga
- El Representante del Bureau Convention de Bucaramanga
- Un representante de la policía nacional.
- El Representante de FENALCO Bucaramanga

Parágrafo 1. Harán parte del Concejo Municipal de Turismo con voz las siguientes personas:

- El Gobernador de Santander o su delegado
- El representante de ACODRES Bucaramanga
- El Representante de ANATO Bucaramanga
- El Representante de COTELCO Bucaramanga
- El Representante de ASOGUIAS Bucaramanga
- Un Representante del Gremio de Artistas de Bucaramanga
- Un Representante del Gremio de Artesanos de Bucaramanga
- Un Representante de los Escenarios Culturales reconocidos en la ciudad
- Un Representante de las Universidades de Bucaramanga que tengan facultad de Turismo

Parágrafo 2. El Consejo Municipal de Turismo de Bucaramanga promoverá la realización del Plan Estratégico Turístico de cada gobierno en los términos establecidos en la ley 300 de 1996.

Parágrafo 3. Los Representantes Gremiales serán elegidos por el Alcalde de la ciudad de Temas remitidas por los respectivos gremios.

Parágrafo 4. El Consejo Municipal de Turismo de Bucaramanga elaborará su propio reglamento.

ARTICULO DECIMO TERCERO. ARTICULACION INSTITUCIONAL. La implementación de esta política Pública de Turismo para el Municipio de Bucaramanga se fundamentará en la Coordinación de la misma con los lineamientos definidos para la materia en el nivel regional y nacional, posicionando a Bucaramanga como una ciudad competitiva, sostenible e innovadora en materia turística.

ARTICULO DECIMO CUARTO. FINANCIACION. Los recursos para desarrollo de la presente iniciativa serán establecidos en los presupuestos anuales aprobados para el Municipio de Bucaramanga. Adicionalmente podrán realizarse convenios de cooperación a nivel nacional e internacional, así como también articulación de esfuerzos con el sector privado.

ARTICULO DECIMO QUINTO. REGLAMENTACION. El Alcalde de Bucaramanga reglamentara el presente Acuerdo.

ARTICULO DECIMO SEXTO. VIGENCIA. El presente acuerdo rige a partir de su publicación en la página web del Concejo de Bucaramanga y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

Presentado Por,


RENE RODRIGO GARZON
CONCEJAL DE BUCARAMANGA