

**Plan Para La Socialización Del Anteproyecto Política Pública Distrital De
Turismo De Santiago De Cali**

Daniela Ipia Ortiz

Código: 108715020471

Universidad del Cauca

Facultada de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

Programa Turismo

Popayán, Colombia

28 de agosto de 2023

**Plan Para La Socialización Del Anteproyecto Política Pública Distrital De
Turismo De Santiago De Cali**

Daniela Ipia Ortiz

Práctica profesional como requisito parcial para optar por el título de profesional en
turismo

Asesores académicos:

Luz Marina Ardila

Gustavo Adolfo Fuentes Q.E.P.D.

Asesor empresarial:

Alvaro Arias Garces

Secretaría de Turismo de Santiago de Cali

Universidad del Cauca

Facultada de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

Programa de Turismo

Popayán, Colombia

28 de agosto de 2023

Contenido

Introducción	7
Capítulo 1	9
1. 1 Planteamiento del problema	9
1.2 Objetivos.....	11
1.2.1 Objetivo general.....	11
1.2.2 Objetivos específicos	11
1.3 Metodología.....	11
1.3.1 Etapa 1	11
1.3.2 Etapa 2	12
1.3.3 Etapa 3	13
Capítulo 2	14
2.1 Marco teórico.....	14
2.2 Marco contextual	19
Capítulo 3	23
3.1 Contexto de la Política Pública de Turismo para Santiago de Cali	23
3.1.1 Decreto Extraordinario N° 411.0.20.0516 de 2016.....	23
3.1.2 Proyecto de acuerdo No 103. Política Pública de Turismo y Plan Estratégico de Turismo Rural y Naturaleza.....	24
3.1.3 Plan de desarrollo del distrito especial deportivo, cultural, turístico, empresarial y de	

servicios de Santiago de Cali “Cali unida por la vida” 2020 - 2023.....	27
3.1.4 Guía Metodológica para la formulación, implementación, seguimiento y evaluación de políticas públicas de Santiago de Cali.....	36
3.1.5 Documento Exposición de motivos de la Política pública de turismo.....	39
3.1.6 Acuerdo No 0549 de 2022. Documento técnico de la política pública distrital de turismo	41
3.2 Identificación de actores relacionados con la política pública de turismo de Cali.....	44
3.2.1 ¿Qué es un actor?.....	44
3.2.2 Importancia de un actor en las fases de la política pública.....	45
3.2.3 Actores del sector turístico de la ciudad de Cali.....	48
3.2.4. Actores de gestión y presupuesto de la política pública	50
3.2.5 Consejo consultivo asesor de la Secretaría de Turismo.....	55
3.3 Desarrollo de agenda de socializaciones	58
3.3.1 Fase 1. Visibilización.....	60
3.3.2 Fase 2. Apropiación y sensibilización	67
3.3.3 Fase 3. Socializaciones Política pública	71
3.4 Resultados de los actores que participaron en las socializaciones	83
3.4.1 Análisis cuantitativo.....	83
3.4.2 Análisis cualitativo.....	90
3.5 Conclusiones.....	93

3.6 Recomendaciones.....	94
Anexo 1.	95
Anexo 2.	96
Anexo 3.	98
Referencias.....	99

Lista de tablas

Tabla 1. Proceso participativo de construcción de la política pública.....	25
Tabla 2. Proceso participativo del Plan estratégico de turismo rural y de naturaleza	25
Tabla 3. Productos a cargo de la Secretaría de Turismo de Santiago de Cali en el Plan de desarrollo 2020 – 2023.....	29
Tabla 4. Fases y actores en la participación ciudadana	46
Tabla 5. Organismos con articulación de gestión	51
Tabla 6. Organismos con articulación presupuestal	52
Tabla 7. Consejo consultivo de turismo de la ciudad de Cali.....	56
Tabla 8. Insumos para la campaña informativa	61
Tabla 9. Búsqueda de metodologías	67
Tabla 10. Grupos de actores identificados en el Formulario Google aplicado en las socializaciones	84

Lista de gráficos

Gráfico 1. Instancias en el ejercicio de la política pública	38
Gráfico 2. Tipologías de comunicación en el ejercicio de política pública	39
Gráfico 3. Gremio empresarial de la ciudad de Cali.....	49

Gráfico 4. Propuesta fases de las socializaciones	59
Gráfico 5. Diagrama circular de los grupos de actores	85
Gráfico 6. Diagrama circular con resultados de la tercera pregunta.....	86

Lista de imágenes

Imagen 1. Modelo Formulario Google - Inscripción a la participación ciudadana	73
Imagen 2. Stand de Política pública en el Hotel Spirito	74
Imagen 3. Stand de Política pública en el Hotel Spirito	75
Imagen 4. Reunión con el Concejo Consultivo de turismo de la Secretaría de Turismo de Santiago de Cali	76
Imagen 5. Asistencia virtual del Concejo consultivo en la socialización del proyecto Política pública.....	77
Imagen 6. IV Encuentro de Turismo Sostenible	79
Imagen 7. IV Encuentro de Turismo Sostenible.....	79
Imagen 8. Socialización con integrantes de Asoguias en el Seminario de Servicio al cliente	82
Imagen 9. Socialización con integrantes de Asoguias en el Seminario de Servicio al cliente	82
Imagen 10. Compromisos de los actores encuestados de acuerdo con el plan de acción de la política pública de turismo.....	87

Introducción

El siguiente texto recopila los diferentes datos, conceptos y análisis identificados en el transcurso de la práctica profesional desarrollada en la Secretaría de Turismo de Santiago de Cali, la pasantía tuvo lugar en la Casa Solar del Río durante los meses de julio de 2022 y diciembre de 2022 y el objetivo principal fue dar apoyo al equipo de política pública de la Secretaría ya que en ese periodo de tiempo aún el documento se encontraba en revisiones finales de las dependencias administrativas de la Alcaldía de Santiago de Cali, con el fin de que fuera aprobado para que finalmente fuera socializado a la comunidad del sector y después, evaluado y debatido en el honorable Concejo municipal.

En el capítulo uno se encontrará el planteamiento del problema, con el cual se dio inicio al desarrollo de la práctica, y con el cual se identificó la importancia de dar a conocer el documento final del proyecto a la ciudadanía para que lograra ejercer acción en la ejecución del programa.

El objetivo principal fue ejecutar un plan de trabajo para la socialización del anteproyecto “Política pública distrital de turismo para Santiago de Cali”, en conjunto con el equipo designado por la Secretaría de Turismo a través de los tres objetivos específicos divididos de la siguiente manera:

1. Identificar actores locales beneficiarios potenciales para determinar la línea base de socialización. En este apartado se realizaron tres diferenciaciones, pero antes de esa segmentación, se realizó un contexto con los documentos oficiales que permitieron el desarrollo del texto final. Seguidamente, el universo de los grupos de actores se consideró desde las diferentes bases de datos que maneja la Secretaría de todos sus aliados en los diferentes tipos de turismo; seguidamente se identificaron dos tipos de actores relacionados directamente con la política pública los cuales son, de gestión y de presupuesto, y finalmente se abordaron los actores

que conforman el Concejo consultivo de Turismo de la Secretaría ya que son ellos sus principales asesores teniendo en cuenta que lo conforma los gremios representativos del sector.

2. Con los actores previamente identificados, el segundo objetivo consistía en desarrollar una agenda para socialización de propuesta de la “Política pública distrital de turismo para Santiago de Cali”, en este momento del documento se describe la preparación y campaña de expectativa previa a las socializaciones, para después identificar algunas metodologías de seguimiento para las sesiones y el instrumento diseñado para recolectar información que fue el cuestionario para los actores en las socializaciones.

3. Finalmente, se documenta la información generada durante el desarrollo de la práctica profesional por los diferentes actores vinculados en el proceso de socialización de la propuesta de la “Política pública distrital de turismo para Santiago de Cali”, a través de la encuesta aplicada y se genera un análisis de acuerdo con cuatro grupos identificados, mixto, privado, publico y academia y se concluye con los resultados generados para la Secretaría como organismo público.

Capítulo 1

1.1 Planteamiento del problema

La Secretaría de Turismo de Santiago de Cali, se conforma en el año 2016 bajo Decreto Extraordinario No. 411.0.20.0516 de 2016 expedido por la Alcaldía Municipal de Santiago de Cali (Alcaldía Santiago de Cali, 2016), nace para desarrollar e implementar políticas, planes y programas que favorezcan el desarrollo económico del sector en un contexto tan dinámico, diverso y abierto a la actividad turística como lo es Cali.

En este sentido, la entidad respondiendo a la planificación turística a desarrollar para la ciudad, de la mano con el Plan de Desarrollo 2020-2023 ‘Cali unida por la vida’, se estructura como meta la renovación y ajuste de la “Política pública distrital de turismo para Santiago de Cali”, ya que este documento tiene un trabajo previo de diagnóstico y formulación desde el año (Alcaldía de Santiago de Cali, 2021).

No obstante, desde el año 2019, en pro de dar continuidad y garantizar el ejercicio de gobernanza en el municipio, la primera fase de este anteproyecto: Recolección de información, iniciada antes de la pandemia causada por el Covid-19; tuvo que reestructurarse, dejando de lado, algunos años de trabajo de campo y diagnóstico inicial. Este apartado se venía trabajando en conjunto con actores del turismo involucrados directa e indirectamente a la actividad en la ciudad de Cali (zona rural y urbana), para ocuparse en el año 2021 de las nuevas necesidades del sector, durante y después del tiempo de confinamiento causado por la cuarentena; además de otras medidas restrictivas que cambiaron el panorama de la prestación de servicios turísticos en general, para así actualizar la valoración del sector en Santiago de Cali.

Para el primer semestre del año 2022, el proyecto ‘Política pública de Turismo’ se encontraba

en la segunda fase, denominada, Construcción de la agenda, en la que se definen los posibles beneficiarios de la política, entre los que podemos destacar agremiaciones del sector turístico y de viajes y organizaciones que aportan de manera directa e indirecta a las dinámicas del sector y están en constante contacto con la Secretaría de Turismo por proyectos en común o alianzas, entre ellas: Dagma, Parques Nacionales, CVC, Consejo consultivo de Turismo,¹ la Secretaría de Deporte, la Secretaría de Cultura, Asoguías, Procolombia, empresarios, entre otros. Sin embargo, contar con el aval y apoyo de las poblaciones, agremiaciones y sector productivo e institucional en general, es uno de los mayores retos que registra la Secretaría de Turismo.

Al momento del inicio de la práctica profesional, el sector turístico desconocía en su mayoría qué pasó con la versión final del documento de Política Pública de Turismo. Para mediados del año 2022 los actores de turismo del municipio no manejan información uniforme acerca de la acción de la política, su alcance, impacto y resultados esperados. Después de la fase de diagnóstico y la participación de la comunidad en la construcción de la misma desde el año 2017, ellos siguen sin instrumentos que les ayude a visualizar la ruta y el plan de acción abordado por la Secretaría de Turismo en respuesta a las necesidades expresadas como sector turístico de la ciudad de Cali; además del papel que tomará este documento en cuanto a estrategias de recuperación, lineamientos pos pandemia, tendencias en oferta y mercado actuales, alianzas entre el gremio, que cada ente gubernamental debe tener presente en orden a la reactivación y competitividad del destino.

Durante esta fase se buscó vincularse a un proceso de validación y acercamiento del anteproyecto de Política pública al Concejo Municipal de Santiago de Cali, a la comunidad turística caleña, con el fin de legitimar y aprobar la iniciativa, pero antes de esto se debe indicar que, sin el apoyo de los sectores de turismo y viajes durante las sesiones con el Consejo

Municipal, no hay política pública validada y legitimada por la ciudadanía.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

1. Ejecutar un plan de trabajo para la socialización del anteproyecto “Política pública distrital de turismo para Santiago de Cali”, adelantado por la Secretaría de Turismo del municipio Cali.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Identificar actores locales beneficiarios potenciales de la propuesta de acuerdo con criterios establecidos por la Secretaría de Turismo para determinar la línea base de socialización.
2. Desarrollar agenda para socialización de propuesta de la “Política pública distrital de turismo para Santiago de Cali”, definida en conjunto con la Secretaría de Turismo de la ciudad.
3. Documentar la información generada durante el desarrollo de la práctica profesional por los diferentes actores vinculados en el proceso de socialización de la propuesta de la “Política pública distrital de turismo para Santiago de Cali”.

1.3 Metodología

Para el desarrollo de la propuesta se realizó un trabajo teórico-práctico que consideró tres etapas de acuerdo con los tres objetivos propuestos anteriormente que se abordarán en el capítulo 3 del documento. Como se observa a continuación, se caracterizó cada una de las fases con las actividades y estrategias implementadas para el logro de los objetivos planteados.

1.3.1 Etapa 1

En este primer momento de la práctica se desarrolló el objetivo específico uno, al inicio se realizó una revisión documental de contexto, también conocida como revisión bibliográfica,

aquí se recopilan, analizan y sintetizan diversos tipos de documentos relevantes con el propósito de evidenciar la trayectoria de la política pública que desde el año 2017 ha generado diferente contenido escrito de referencia a nivel institucional. Aquí se logró recopilar documentos técnicos acerca de decretos, proyectos de acuerdo, documentos técnicos de base como, el Manual para hacer políticas públicas en la administración municipal de Cali, entre otros.

En el orden del plan de trabajo, el siguiente análisis de la práctica profesional consistía en identificar los actores según algunos criterios determinados para esta segmentación como ubicación geográfica, participación en el sector turístico, documentación legal vigente, representatividad y afiliados, que en diferentes formas relacionan a la Secretaría de Turismo y el proyecto de política pública. Esto para abordar a un universo de actores del municipio de Cali y llegar hasta un grupo seleccionado por la representatividad y la función de asesoría que cumplen en el organismo público que es la Secretaría de Turismo.

1.3.2 Etapa 2

Esta segunda etapa evidencia el objetivo específico dos, una vez definida la línea base de actores para realizar la socialización, aquí se convoca el desarrollo de la agenda que se divide en tres momentos registrados a lo largo de la práctica profesional.

Primeramente, en esta agenda se definen los pasos y actividades que se llevarán a cabo para presentar la propuesta a los diferentes actores y recopilar sus opiniones y retroalimentación. La colaboración con la Secretaría de Turismo es fundamental para asegurarse de que la agenda esté alineada con los objetivos generales y las expectativas de la Secretaría.

Se estableció un plan de trabajo en conjunto con el equipo de política pública, en el cual se determinó un esquema de tres pasos que registró el proceso de expectativa por la política en

relación a recopilación de información para publicidad con material físico (folleto informativo) y posts publicables previo a las socializaciones; seguido de este esquema, se propusieron algunas metodologías de socialización y explicación para el manejo de los grupos en las sesiones informativas que se tendrían con los grupos de actores, y se propuso una encuesta en elaborada a través de la herramienta Google formularios la cual tuvo 5 preguntas abiertas y cerradas con el fin de contar con la opinión de los actores después de conocer la política y sus alcances y por último, se indican los tipos de reuniones y eventos según su finalidad (académica, empresarial, ambiental, política, etc) en los que se socializó la política pública y las conclusiones en relación a los actores invitados.

1.3.3. Etapa 3

Durante el proceso de socialización, se recopiló una cantidad de información, incluyendo opiniones, comentarios y sugerencias de los diversos actores involucrados. Esto podría involucrar la grabación de reuniones, formularios en esquema de encuesta completados, la toma de notas y otros métodos de registro.

Para desarrollar el objetivo específico tres se sistematizó la información recolectada y se dirigieron los resultados de las socializaciones bajo dos análisis, el cualitativo y el cuantitativo; el primero mencionado desde dos actores principales, la institución, entendida por los organismos gestores de la política pública y los actores del sector turístico, conformado por los empresarios, la academia, agremiaciones, entre otros, donde se indicará la información generada de fuentes primarias; y por el otro lado, la evaluación cuantitativa se genera a partir de las encuestas aplicadas. Por último, es importante visualizar como aporte valioso al trabajo académico, que el documento técnico de la política pública fue finalmente aprobado por el Honorable concejo municipal el 6 de diciembre de 2022.

Capítulo 2

2.1 Marco teórico

La planificación turística es un concepto que reúne muchas aristas de acuerdo a la consecución de actividades en un hecho, responde a una necesidad de alcanzar los objetivos de desarrollo y fortalecimiento en un territorio de manera eficiente y eficaz a través de métodos racionales y ejecutables a largo, mediano y corto plazo. Desde que el término se comienza a utilizar y a poner en práctica en los destinos, se relaciona directamente con crecimiento económico y desarrollo turístico de forma exponencial.

Como lo expresó Gunn, es un sistema turístico que interrelaciona continuamente entre los dos siguientes factores; oferta, entendida como el conjunto de infraestructura, bienes y promoción que dan valor a un lugar, y la demanda, como el mercado disponible y acorde con el tipo de producto que se ofrece para hacer uso de los servicios y bienes. Las ventajas de planificar a nivel económico recaen principalmente sobre el beneficio de la oferta y demanda en el mercado (Enfoque de mercado de desarrollo) (Gunn, 2002).

Según el historial de la planificación turística en América Latina y la acción del Estado en los diferentes países de la región, el autor, Sergio Molina (Molina, 2005) inicia en su texto una contextualización acerca de las estrategias abordadas por el gobierno para impactar y relacionarse de cerca con el sector turístico. En este sentido, a manera de ejemplo, México desde los años sesenta elaboró el primer Plan Nacional del Desarrollo Turístico (único a nivel global) con el cual propuso las primeras herramientas para dar lineamiento a la gestión y desarrollo turístico en el territorio; teniendo en cuenta que los partidos políticos de la época ya habían realizado pasos importantes en cuanto a creación de organismos, mesas, Concejos de turismo,

que es nivel general se encargaron de construir la imagen de un país con recursos naturales, históricos y culturales (Torres, Perez, & Hernandez, 2020). México, al ser modelo y precursor de estas estrategias, actualmente refleja la evolución y liderazgo en la región considerando que entre uno de sus factores principales, está la importancia de los actores involucrados en la actividad como un factor clave en participación, voz, conocimiento de las problemáticas y solución de las mismas.

Para una de las investigadoras latinoamericanas de gran relevancia, no solo en el mundo académico, sino también en procesos de acompañamiento en planificación turística, Maribel Osorio indica que muy a pesar del importante rol de la planificación en un ente territorial y el alcance que debería tener, impactando positivamente las comunidades, por el contrario, cada tipo de enfoque se queda corto de acuerdo con las variables que logra atender (Osorio, 2006).

En general, se habla de cuatro enfoques, desarrollista, economista, físico, comunitario. Cada uno responde a formas diferentes de cómo los entes gubernamentales buscan actuar sobre el territorio, esto depende de muchos factores; recursos disponibles que poseen para realizar actividad turística; inversión sobre los destinos; incidencia de abajo hacia arriba, o de arriba hacia abajo; importancia de la comunidad rural y urbana; entre otros modelos aplicables a contextos nacionales y locales.

En relación con Latinoamérica, se consideran principalmente dos enfoques, que desde los años sesenta, de acuerdo con diferentes dinámicas políticas, sociales, económicas se empezó a proyectar y planificar para los territorios en busca de financiamiento por los planes de desarrollo regidos por el gobierno nacional (Osorio, 2006).

El primero a mencionar es el enfoque económico, se trata de una planificación para un turismo

masivo. Potencias en turismo de América Latina se especializaron en esta rama, querían muchos turistas viajando al mismo lugar, sin dar mayor importancia a efectos como, impacto en comunidades receptoras, impactos ambientales, culturales, sociales sabiendo que este se preocupa en el desarrollo regional, pero no observa la distribución económica y el real beneficiado. Esto se menciona porque según el documento, en países tercermundistas, es aún una apuesta viable para los gobiernos; y para Maribel Osorio, este ajuste y renovación de política pública de turismo se encuentra dentro de un marco económico reflejando relación entre demanda-oferta-mercado, alineados a la propuesta de destino competitivo en la región.

Y como segundo enfoque, se retoma el desarrollista, que viene muy integrado del anterior, su similitud en no poner en consideración aspectos de bienestar, y buscar el mayor beneficio posible lo hace enmarcar como otro modelo característico de países en desarrollo de América, cabe resaltar que estos se rigen bajo Planes de desarrollo para actuar en orden a lo indicado.

Los enfoques que se abordaron para la política pública de turismo en la ciudad de Cali, se pueden centrar en dos estilos, que para Maribel Osorio en América Latina se mueven en una línea concreta desde el siglo pasado y para el lugar de esta práctica profesional se ve reflejado específicamente, el desarrollista y el económico.

Según el documento ‘Asistencia técnica en planificación del turismo’ (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2017), es importante realizar énfasis en el seguimiento de este paso a paso, así es como “la planificación turística establece el norte de los procesos turísticos en un territorio. Permite priorizar lo que la comunidad quiere, revisar los potenciales, desarrollar proyectos para abordar de manera general el desarrollo de esta actividad”, lo anterior basado en la importancia de la participación ciudadana desde la concepción de la planificación hasta la consecución de las acciones y actividades que impactan la actividad turística y los territorios. Teniendo en cuenta

lo anterior, actualmente hay diferentes mecanismos en los cuales los entes gubernamentales consideran el avance y desarrollo del turismo en los territorios.

Los procesos y esquemas de ordenamiento de un municipio consideran a mediano y largo plazo diferentes sectores productivos y proyectos encaminados al cumplimiento y progreso de cada una de esas actividades, el norte de los procesos turísticos involucra al seguimiento y organización de los diferentes actores locales en estrategias que abordan la capacidad institucional para controlar y dirigir la actividad turística.

Entre los mecanismos más relevantes de un plan de trabajo y ejecución en un entorno político-público, se encuentran las políticas públicas. Este término varios autores lo han recopilado en diferentes líneas encaminadas como una hoja de ruta con decisiones, herramientas e instrumentos que abren campo para alcanzar diferentes objetivos a mediano y largo plazo buscando el bienestar de las comunidades involucradas.

Ampliando el concepto, y según Muller, en 1998, un académico importante de la época define las políticas públicas como:

Un proceso de mediación social, en la medida en que el objeto de cada política pública es tomar a su cargo los desajustes que pueden ocurrir entre un sector y otros sectores, o aún entre un sector y la sociedad global. Hay política pública cuando una autoridad local o nacional intenta, a través de un programa de acción coordinado, modificar el ámbito cultural, social o económico de actores sociales, considerados en general dentro de una lógica sectorial. Muller en (Gonzalez Cely, 2014).

Entre los factores a identificar en el concepto anterior, se pueden retomar los siguientes dos puntos; autoridad local, en el caso de aplicación se trata del actor gubernamental encargado de proponer, plantear, ejecutar y hacer seguimiento del documento de política pública; programa

de acción coordinado, que se refiere a un texto realizado por la comunidad y gremios privados y públicos con base en la identificación de una problemática y su respectiva solución a través de estrategias y líneas de trabajo encaminadas al fortalecimiento y direccionamiento de alguna actividad. Es relevante abordar estos dos aspectos ya que son esenciales para comprender el alcance, la gestión y trabajo previo de un documento de política pública.

Por otro lado, el autor (Graglia, 2012) indica, en resumen: “..que las políticas públicas son herramientas del Estado al servicio de la sociedad”, indiscutiblemente, estos mecanismos de acción nacieron como una solución a diferentes problemáticas en las que las comunidades son el principal actor afectado y, a través de la ejecución de las acciones del plan aceptado, se logra un bienestar colectivo, el cual responde a la pregunta de, cuál es la finalidad de las políticas públicas.

De acuerdo con el tema que aborda este trabajo, la política pública según como coinciden diferentes autores, se trata de un articulado que intenta resolver problemáticas sociales con una respuesta del Estado a través de este medio, conformado por asesoría especializada acerca del propósito, algunas veces participación ciudadana, con interés político particular en pro de la construcción colectiva del documento que detecte la hoja de ruta de las posibles soluciones planteadas (Velásquez, 2009).

Entendiendo que este proyecto es un recurso necesario para la búsqueda de soluciones en un territorio específico, los antecedentes que preceden este tipo de acciones son “los numerales 2 y 9 del artículo 313 de la Constitución Política, en concordancia con el artículo 32 de la Ley 136 de 1994 modificado por el artículo 18 de la Ley 1551 de 2012 y la Ley 1617 de 2013” (Alcaldía de Santiago de Cali, 2019).

Para el diseño de esta política pública, la Alcaldía de Santiago de Cali aplica su propio modelo de creación y ejecución, llamado “Guía metodológica para la formulación, implementación, seguimiento y evaluación de políticas públicas de Santiago de Cali” (Departamento Administrativo de Planeación Municipal, 2019) que fue base para la Secretaría de turismo de la ciudad en el paso a paso de la realización del documento, siguiendo las pautas y fases del documento para la elaboración del mismo. Como se indicó previamente en esta propuesta, este articulado es una renovación y ajuste de una primera versión, enfocada en la vocación turística que Cali en transición a Distrito especial deportivo, cultural, turístico, empresarial y de servicios, dirige y lidera a nivel nacional e internacional en diferentes tipologías del turismo.

2.2 Marco contextual

La ciudad de Santiago de Cali fue fundada el 25 de julio de 1536 por Sebastián de Benalcázar, es considerada una de las ciudades más antiguas de Colombia y de Latinoamérica. Se encuentra ubicada en el suroccidente del territorio colombiano en la región pacífica, con una altura promedio de 1000 msnm. y una ubicación privilegiada, considerando que el puerto más importante con cargas de importación y exportación del país está en Buenaventura, a solo tres horas de la ciudad; y cercanía con la frontera ecuatoriana significando el paso obligatorio por el territorio caleño; sin contar con las cordilleras que rodean la ciudad.

Cali cuenta con aproximadamente 2'297.230 habitantes, censados en el año 2022. Un aspecto destacado de la demografía es que un alto porcentaje de la población es afrocolombiana, seguido de mulatos, indígenas y otros que no se autodefinen en algún grupo étnico.

Es considerada como una de las ciudades con mejor economía del país, en su tercera posición en población a nivel nacional, se destaca en temas económicos, conectividad, oportunidad de empleo, diversidad cultural, industria, agricultura, entre otros. En las dos primeras posiciones,

se encuentran, la capital, Bogotá DC. y la segunda, la ciudad de Medellín, reconocida por su avance económico en las últimas décadas.

La ciudad de Cali cuenta con 15 corregimientos (Ilustración 1), los cuales son: La elvira, La paz, Golondrinas, La castilla, El saladito, Montebello, Felidia, La leonera, Pichindé, Los Andes, Villacarmelo, La buitrrera, Pance, El hormiguero y Navarro; que hacen parte del territorio entre la zona urbana que lo compone Cali, y la zona rural. Especialmente se hace referencia a estos apartados porque la mayoría cuentan con oferta y variedad turística, diferentes cuerpos de agua, paisajes en la ruralidad, senderos y rutas especiales, fincas turísticas, rutas gastronómicas, turismo deportivo, etc., que actualmente se encuentran en desarrollo e inversión turística como La buitrrera, Los andes, Pance, Pichindé, La castilla, Villacarmelo, Golondrinas, entre otras.

Ilustración 1.

Cali y los 15 corregimientos



Nota: Imagen tomada de Wikipedia.

Ahora bien, la Secretaría de Turismo de Cali se creó mediante Resolución expedida por la Alcaldía municipal en el año 2017, viene precedida por los departamentos administrativos y acompañada por 14 secretarías de despacho que abarcan todas las áreas de gestión del Sr. alcalde de Santiago de Cali, actualmente Jorge Iván Ospina, a quien periódicamente se le rinden cuentas de acuerdo con las líneas de intervención de cada área en el municipio.

Inicialmente, la Secretaría de Turismo de Cali estuvo ubicada en el Edificio El Puente, mejor conocido como Edificio Coltabaco, es una edificación ubicada en el centro histórico de Santiago de Cali. Fue declarado patrimonio cultural de categoría 1 y 2 en 1969 y patrimonio arquitectónico urbano en 1993. ^{1 2} Se encuentra cerca del Teatro Jorge Isaacs, Iglesia La Ermita, Parque Los Poetas, Puente Ortiz y Avenida Río. En el año 2021, la ‘Casa Turística de Cali, Solar del Río’ se convirtió en el punto de encuentro de la industria turística local, reuniéndose para pensar estratégicamente iniciativas para impulsar el turismo en Cali, con miras a seguir fortaleciéndose como un destino sostenible y con grandes atractivos.

Entre las principales funciones del Organismo de gestión del turismo, se encuentran (Alcaldía de Santiago de Cali, 2017):

- Articulación con actores competentes para fortalecimiento del sector turístico.
- Identificar y promover modalidades de turismo según la vocación y potencialidad del turismo en Cali
- Promocionar a través de estrategias de comunicación el destino Cali.
- Formular y gestionar proyectos para las diferentes modalidades turísticas del Municipio de Santiago de Cali.
- Garantizar buenas prácticas en los prestadores de servicio turístico.

- Desarrollar enfoque de inclusión poblacional y territorial.
- Actualizar información cualitativa y cuantitativa que ayude a realizar seguimiento al municipio.

En las siguientes áreas de trabajo:

- Planificación
- Promoción turística
- Proyectos
- Jurídica
- Administrativo
- Calidad

Cabe resaltar que actualmente, dentro de la Secretaría de Turismo, se encuentran más áreas de trabajo especializadas de acuerdo con las necesidades que el sistema turístico ha exigido.

Capítulo 3

Para abordar este segundo capítulo, se retomarán los tres objetivos específicos planteados para el desarrollo de la práctica profesional a cumplir en la Secretaría de Turismo de Santiago de Cali según el anteproyecto presentado anteriormente.

3.1 Contexto de la Política Pública de Turismo para Santiago de Cali

De acuerdo con el desarrollo del objetivo específico 1, este se divide en dos aspectos fundamentales: Un primer momento que contiene una revisión de los documentos anteriores a la política pública para identificar los antecedentes, los procesos anteriores y la continuidad de los planes que aportan a este análisis, y un segundo momento en el cual se identifica el rol y la importancia de los actores en el desarrollo de la política, se realiza una panorámica general de los actores del sector turístico de la ciudad de Cali, según datos de la Secretaría de Turismo, para seguir con los actores de presupuesto y de gestión que se encuentran vinculados con el documento de la política pública, para así llegar al Concejo consultivo de turismo, que es el órgano asesor de la Secretaría y el cual está conformado por los gremios representativos de la ciudad.

3.1.1 Decreto Extraordinario N° 411.0.20.0516 de 2016

Por el cual se determina la estructura de la Administración Central y las funciones de sus dependencias, tiene por objeto determinar la nueva estructura de la administración central de la ciudad de Santiago de Cali, las funciones de sus organismos y la gestión de sus instituciones aliadas.

En este decreto se precisa la creación de la Secretaría de Turismo de Santiago de Cali en el Artículo 162, de acuerdo a su función de prestación de servicios públicos para el beneficio de la comunidad y se le otorga a este organismo municipal la planeación, dirección y gestión de las políticas, planes,

proyectos y programas de acuerdo con las estrategias de mercado, fortalezas en destino y participación de los actores involucrados en la actividad turística para la generación de ingresos, empleo y actividades sustentables con la comunidad.

Cabe indicar que este ente gubernamental cuenta con autonomía administrativa para el desarrollo de las diferentes iniciativas relacionadas con las competencias del sector turístico en el municipio de Santiago de Cali junto con los actores principales de la cadena turística que constantemente se encuentran en contacto con la Secretaría a través de los diferentes canales de comunicación apropiados por los funcionarios y contratistas para el desarrollo de las estrategias y planes del sector.

3.1.2 Proyecto de acuerdo No 103. Política Pública de Turismo y Plan Estratégico de Turismo Rural y Naturaleza

Se adopta la Política pública de turismo y el Plan estratégico de turismo rural y naturaleza en el año 2017 para el municipio de Santiago de Cali, en pro de fortalecer el desarrollo sostenible de la actividad turística para la consolidación regional, nacional e internacional de Cali como destino competitivo e incluyente.

El documento de Política pública fue resultado de un diagnóstico participativo preliminar dirigido por la academia (Universidad del Valle) y la Secretaría de Turismo, en articulación con actores de los sectores públicos, privados y sociales del gremio, donde a través de diferentes mecanismos se logró identificar el diagnóstico y plantear el curso de acción en la hoja de ruta a largo plazo de 10 años propuesta por la Secretaría de Turismo.

Entre los diferentes aspectos a potenciar en el territorio urbano y en los territorios rurales, se pueden evidenciar temas, como: fortalecimiento institucional, la gestión del territorio, el desarrollo e innovación de apuestas para el crecimiento del sector turismo, y la promoción y mercadeo del

destino.

Cabe destacar que en el proceso participativo de construcción de la política pública se evidenciaron las siguientes actividades:

Tabla 1.

Proceso participativo de construcción de la política pública

Proceso participativo de construcción de la Política Pública

Número de encuentros	de Estrategia	Actores
8	Grupos focales	Actores de turismo cultural, de naturaleza, deportivo, gremios representativos de la industria y promoción de destino.
2	Talleres participativos de la formulación de la política pública	Gremios y afiliados de los sectores representativos del turismo de la ciudad de Cali.
1	Conversatorio abierto con expertos invitado	Expertos en turismo y comunidad en general

Nota: (Alcaldía Santiago de Cali, 2019)

Actividades y actores en la construcción de la formulación del plan estratégico de turismo rural y de naturaleza:

Tabla 2.

Proceso participativo del Plan Estratégico de Turismo Rural y de Naturaleza

Número de encuentros	Estrategia	Actores
5	Talleres de retroalimentación diagnóstica territorial.	de del Comunidad rural de la ciudad de Cali.
4	Talleres de definición de metodología diagnóstica Corregimiento Pance.	para del Comunidad aledaña al territorio de Pance e interesados del gremio de turismo.
3	Grupos temáticos	Turismo de deporte y aventura, focales turismo rural, bienestar y esparcimiento, ecoturismo, observación de aves, flora y fauna.
10	Talleres de diagnóstico territorial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vuelta Occidente: recorrido por corregimientos de Felidia, La Leonera, La Elvira, El Saladito, Pichindé y Los Andes. 2. Ruta de la montaña: abarca los corregimientos de Pance, Villacarmelo y la Buitrera. 3. Ruta de la neblina en la vía al mar. 4. Ruta fluvial: corregimiento del Hormiguero.

Nota: (Alcaldía Santiago de Cali, 2019)

En total, entre los procesos de diagnóstico y formulación, reunieron a casi 1000 actores del sector

turístico de la ciudad de Cali, cabe resaltar que estos encuentros se realizaron en el año 2017 y 2018 (Alcaldía Santiago de Cali, 2019).

Después de las diferentes reuniones, socializaciones y talleres de participación, se logra consolidar el primer documento de Política Pública de Turismo y Plan Estratégico de Turismo Rural y Naturaleza, es importante destacar las cuatro líneas estratégicas que conforman y apoyan el Plan de acción del texto:

1. Capacidad institucional, gestión eficiente y gobernanza sectorial
2. Gestión del territorio y su infraestructura para el turismo
3. Desarrollo creativo e innovador para la competitividad de la oferta
4. Promoción y posicionamiento del destino Cali

Siguiendo el reto de tener una hoja de ruta para el gremio del turismo en una ciudad con tanto potencial a nivel de desarrollo, cultural, gastronómico, geográfico, económico y turístico como lo es Cali; gana la Alcaldía de Santiago de Cali en el año 2019, el candidato Jorge Ivan Ospina con el partido verde para cumplir en una segunda oportunidad este cargo, buscando cumplir su lema “Cali, unida por la vida”. En este sentido, el Plan de desarrollo municipal 2020 - 2023, propuesto para su gobierno, se estructuró y se socializa como el compromiso del mandatario con la ciudad y sus habitantes para lograr una administración eficiente y eficaz con todas las poblaciones que componen el casco urbano y rural de la ciudad de Cali, respondiendo desde cada área y cada despacho de su manejo, a las diferentes necesidades que presenta cada sector.

3.1.3 Plan de desarrollo del distrito especial deportivo, cultural, turístico, empresarial y de servicios de Santiago de Cali “Cali unida por la vida” 2020 - 2023

La adopción del actual plan de desarrollo para Santiago de Cali se consigna bajo una situación social diferente a lo antes visto, la pandemia del virus COVID 19, trajo consigo muchos retos a

nivel de gobierno considerando las problemáticas que visibilizó este periodo de incertidumbre para la comunidad en general.

Este plan de desarrollo se ajusta a las necesidades actuales y se instaura hasta finales del 2023 como hoja de ruta para los tres años de gobierno de Jorge Ivan Ospina. La visión de este documento es consolidar a Santiago de Cali como una ciudad reconocida a nivel nacional e internacional por la calidad de vida de sus ciudadanos en relación a factores como, empleo, procesos de cultura y deporte de alto valor, respeto por la biodiversidad, protección para todos, avances en fuentes alternativas, espacios de paz y reconciliación, y todo esto, con la ayuda de la buena gestión pública distrital.

El plan de desarrollo orienta sus procesos de planificación administrativa bajo los siguientes enfoques:

- Enfoque en la gestión del riesgo
- Enfoque de reconversión socioeconómica
- Enfoque de derechos y capacidades
- Enfoque poblacional
- Enfoque diferencial
- Enfoque salvaguarda de la transparencia
- Enfoque de integración regional y global

En cuanto a la estructura general del Plan de desarrollo de Santiago de Cali, este se compone de 4 dimensiones, la cual engloba 18 líneas estratégicas y 70 programas por cumplir durante el tiempo mencionado.

Las cuatro dimensiones son:

1. Cali, inteligente por la vida: orientada a las tecnologías digitales y la innovación social, con el fin de generar emprendimientos sociales, industrias creativas y culturales, y renovación

urbana.

2. Cali, solidaria por la vida: especial énfasis en el bienestar integral de acuerdo a servicios y derechos sociales, como, educación, salud, alimentación y seguridad ciudadana.
3. Cali, nuestra casa común: territorio comprometido con factores ambientalmente sustentables, sanitarios y alimentariamente seguros.
4. Cali, gobierno incluyente: generación y promoción de planes y proyectos para las nuevas ciudadanías y dinámicas emergentes.

Cabe resaltar que, en los cuatro puntos mencionados, en cada uno hay diferentes indicadores de producto que le corresponde a la Secretaría de Turismo la ejecución de esos proyectos para desarrollar la propuesta de gobierno actual.

Dentro de los indicadores de producto se pueden apreciar las siguientes metas en las 4 dimensiones estratégicas:

Tabla 3.

Productos a cargo de la Secretaría de Turismo de Santiago de Cali en el Plan de Desarrollo 2020 – 2023

CALI, INTELIGENTE PARA LA VIDA

Línea Estratégica:

Territorio Inteligente

Programa:

Cali Inteligente

Indicador de producto	Línea	Meta	Organismo	ODS
-----------------------	-------	------	-----------	-----

	base 2019		responsable	
Sistema de señalización turística implementado	8	200	Secretaría de Turismo	de Trabajo decente y crecimiento económico
Red de puntos de información turística operando	4	6	Secretaría de Turismo	de Trabajo decente y crecimiento económico
Iniciativas de Tecnologías de la Información y comunicación TICS para la promoción del turismo apoyadas	0	3	Secretaría de Turismo	de Industria, innovación e infraestructura
Línea Estratégica:				
Posicionamiento Local en el Ámbito Internacional				
Programa:				
Marca de Ciudad para un Distrito Especial				
Indicador de producto	Línea	Meta	Organismo	ODS
	base 2019		responsable	
Política pública de turismo ajustado y	0	1	Secretaría de Turismo	de Trabajo decente y crecimiento

adoptada					económico
Productos turísticos desarrollados	0	7	Secretaría de Turismo	de	Trabajo decente y crecimiento económico
Iniciativas de "Turismo al barrio" y turismo comunitario rural apoyadas	0	10	Secretaría de Turismo	de	Trabajo decente y crecimiento económico
Eventos y/o ferias del sector turístico apoyados	0	10	Secretaría de Turismo	de	Trabajo decente y crecimiento económico
Viajes de familiarización y prensa realizados	0	6	Secretaría de Turismo	de	Trabajo decente y crecimiento económico
Ruedas de negocios turísticos realizadas	0	10	Secretaría de Turismo	de	Trabajo decente y crecimiento económico
Participaciones del Distrito en misiones comerciales de turismo	0	4	Secretaría de Turismo	de	Trabajo decente y crecimiento económico
Plan de medios, nacional e	0	24	Secretaría de	de	Trabajo decente y

internacional implementado			Turismo	crecimiento económico
Zonas turísticas activadas en el marco de la Copa América y Juegos Panamericanos Junior	0	10	Secretaría de Turismo	Trabajo decente y crecimiento económico
Proyectos de ciudad con componentes turísticos cofinanciados	0	5	Secretaría de Turismo	Trabajo decente y crecimiento económico
Personas de grupos vulnerables de las comunas y corregimientos beneficiadas con iniciativas de turismo social	0	1330	Secretaría de Turismo	Ciudades y comunidades sostenibles
Eventos de turismo de negocios MICE - SMERF apoyados	0	3	Secretaría de Turismo	Trabajo decente y crecimiento económico
Marca Destino Turístico Desarrollada	0	4	Secretaría de Turismo	Trabajo decente y crecimiento económico
Acciones de fortalecimiento	0	3	Secretaría de Turismo	Trabajo decente y crecimiento económico

turístico en el cerro de las tres cruces implementadas			Turismo	crecimiento económico
--	--	--	---------	-----------------------

Programa de incentivos y estímulos del sector turístico implementado	0	1	Secretaría de Turismo	Trabajo decente y crecimiento económico
--	---	---	-----------------------	---

Programa intersectorial para la promoción del turismo en el Centro Histórico	0	1	Secretaría de Turismo	Trabajo decente y crecimiento económico
--	---	---	-----------------------	---

Línea Estratégica:

Empleabilidad y Emprendimiento

Programa:

Empleabilidad con Enfoque Diferencial y de Género

Prestadores de servicios turísticos formados	1.040	2.040	Secretaría de Turismo	Reducción de las desigualdades
--	-------	-------	-----------------------	--------------------------------

2. CALI, SOLIDARIA POR LA VIDA

Línea Estratégica:

Poblaciones Construyendo Territorio

Programa:

Cali Distrito Joven: conectados con la ciudadanía Juvenil

Jóvenes formados para el desarrollo del turismo, con enfoque de cuidado por la casa común y otros seres sintientes	0	240	Secretaría de Turismo	de Trabajo decente y crecimiento económico
--	---	-----	-----------------------	--

3. CALI, NUESTRA CASA COMÚN

Programa:

Gobernanza, Gobernabilidad y Cultura Ambiental

Norma Técnica Sectorial de Turismo sostenible	30	88	Secretaría de Turismo	de Trabajo decente y crecimiento económico
NTS TS 001-1 Implementada en Pance - Boulevard del Río y San Antonio				

Programa: Ruralidad Sustentable

Plan estratégico de turismo rural y de naturaleza, adoptado e Implementado	0	1	Secretaría de Turismo	de Trabajo decente y crecimiento económico
--	---	---	-----------------------	--

4. CALI, GOBIERNO INCLUYENTE

Programa:

Gestión de Información Estadística y Geográfica para la Evaluación de Resultados

Sistema de Información	0	100	Secretaría de Alianzas para	
------------------------	---	-----	-----------------------------	--

geográfico para el Turismo, operando		Turismo	lograr	los
			objetivos	
Estudios del sector turismo, 0 realizados	8	Secretaría de Turismo	Alianzas	para los
			lograr	objetivos

Nota: Elaboración propia basada en el Plan de Desarrollo Municipal 2020 – 2023

Para tener en cuenta del anterior cuadro, la Secretaría de Turismo para el periodo 2020-2023 obtuvo diferentes retos relacionados con las 4 dimensiones del Plan de desarrollo, enfocado en diversas líneas estratégicas de acción, las cuales se dividieron en los programas específicos de: Cali inteligente, Marca de Ciudad para un Distrito Especial, Empleabilidad con Enfoque Diferencial y de Género, Cali Distrito Joven: conectados con la ciudadanía Juvenil, Gobernanza, Gobernabilidad y Cultura Ambiental, Ruralidad Sustentable y Gestión de Información Estadística y Geográfica para la Evaluación de Resultados.

El ajuste y renovación de la política pública hace parte de la Línea Estratégica, Posicionamiento Local en el Ámbito Internacional, este lineamiento busca la construcción de alianzas entre todos los actores a nivel regional, nacional e internacional, sin descartar el importante momento histórico por el que venía Cali en cifras de turismo antes de la pandemia Covid 19, la razón de posicionar el destino es demostrar la fortaleza competitiva de las economías locales.

El programa, Marca de Ciudad para un Distrito Especial, tiene como meta principal el desarrollo de estrategias de posicionamiento de marca y comunicación que hagan visibles las acciones y potencialidades de la ciudad a través de la eficiente gestión pública.

Teniendo en cuenta que este documento es de base para todo el municipio a nivel turístico, coloca a Santiago de Cali como un referente a nivel nacional e internacional por la importancia que se le

dedica ya que la política pública representa y refleja objetivos colectivos y conlleva apoyo institucional y orientación para que los agentes del sector influyan en una situación o cuestión pública que requiere atención tanto técnica como política.

3.1.4 Guía Metodológica para la formulación, implementación, seguimiento y evaluación de políticas públicas de Santiago de Cali

El Departamento Administrativo de Planeación Municipal, dependencia de la Alcaldía de Santiago de Cali, realizó esta guía metodológica con el fin de darle una metodología a las diferentes dependencias de la Alcaldía de Santiago de Cali, en el proceso de formulación, implementación, seguimiento y evaluación de las políticas públicas planteadas por la administración, la razón de esta guía y la necesidad de su aplicabilidad de los entes gubernamentales se visualizó ya que se estaban teniendo dificultades desde el origen, en el sentido que no se tenía claro lo que conlleva una política pública, el alcance de ella, el método de ejecución, la importancia de la participación ciudadana y el desconocimiento de los pasos en dicho proceso.

Para el municipio de Cali, contar con una herramienta como esta, implica organización y dirección en su gestión al realizar políticas públicas en cualquier eje de trabajo, ya que se toman decisiones informadas, se evita la duplicidad de tareas y se logra una mejor inversión de los recursos.

En cuanto a los procedimientos de las políticas públicas, esta hoja de ruta está determinada por cuatro pasos:

1. Formulación:

Según Torres Melo y Santander (2013), en este momento se identifican 3 pasos, a. Estructuración del problema, aquí se identifican causas principales de la problemática b. Construcción de una opción de política, con el fin de proponer un plan de acción, los actores

involucrados y los instrumentos necesarios para llevar a cabo el plan, y, c. Análisis de factibilidad, en el cual se establece si hay capacidad institucional y de gobierno para el cumplimiento de los requerimientos.

2. Implementación:

Consiste en la ejecución de las acciones y estrategias con la ayuda de los diferentes grupos que participarán dentro del proceso, es importante para esta etapa armonizar en el sector implicado con la política los objetivos de esta para que sean conseguidos y mantengan su esencia.

3. Seguimiento:

Este se puede presentar en cualquier etapa del proceso, esta constante retroalimentación se puede aplicar en cualquier fase del ciclo de la política. Lo ideal es que haya seguimiento continuo desde la formulación del documento, hasta los indicadores de cada uno de las líneas estratégicas y los tiempos propuestos para el desarrollo de estos.

4. Evaluación:

La diferencia de la fase anterior y esta es que el seguimiento es constante en cada etapa, mientras que la evaluación se genera al final del proceso con el fin de conocer los resultados reales y la verificación de cada fase del ciclo.

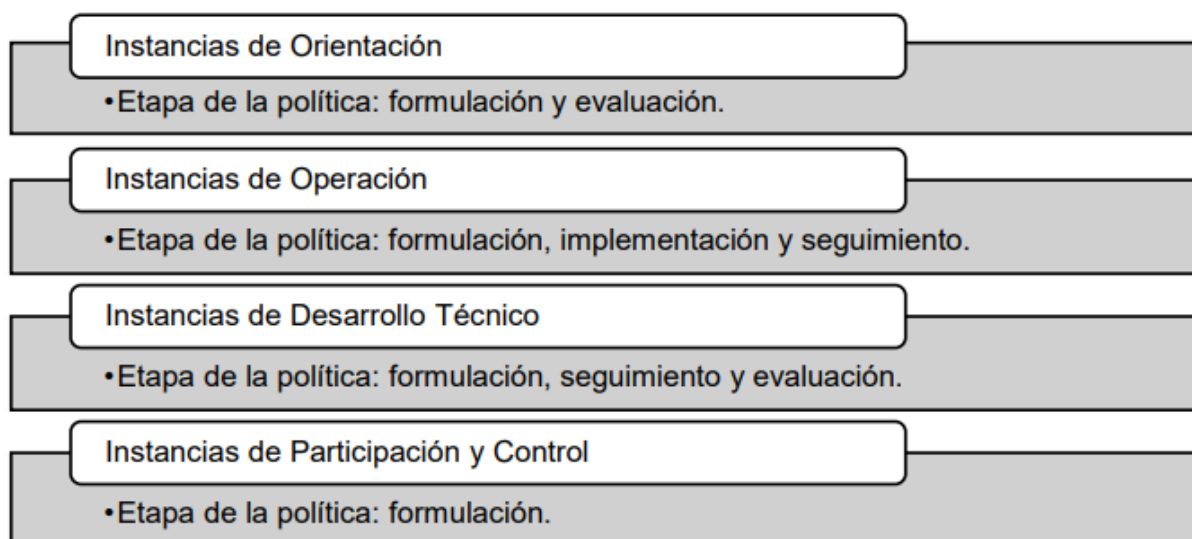
De acuerdo con la participación y articulación de actores e instancias, este texto refleja cuatro actores principales para el desarrollo y ejecución de la política, se refiere a, el Estado, la sociedad, el sector privado y los grupos de interés.

Estos cuatro agentes se involucran en diferentes momentos del ciclo de la política pública, y pueden participar en una o más instancias, bajo las siguientes metodologías: instancias de orientación, instancias de operación, instancias de desarrollo técnico, e instancias de participación y control. Cabe mencionar que las anteriores instancias tienen diferentes alcances y escenarios de intervención, en las cuales representan acciones de toma de decisiones, acuerdos y diálogos interinstitucionales, identificación de las necesidades e intervención focalizada.

La efectividad de estos diálogos genera confianza en los actores implicados ya que durante los procesos anteriores es donde participan, conciertan y aprueban la política pública para el beneficio de la comunidad en general, es aquí donde se genera control y evaluación de la gestión para la legitimación y generación del valor de la política.

Gráfico 1.

Instancias en el ejercicio de la política pública

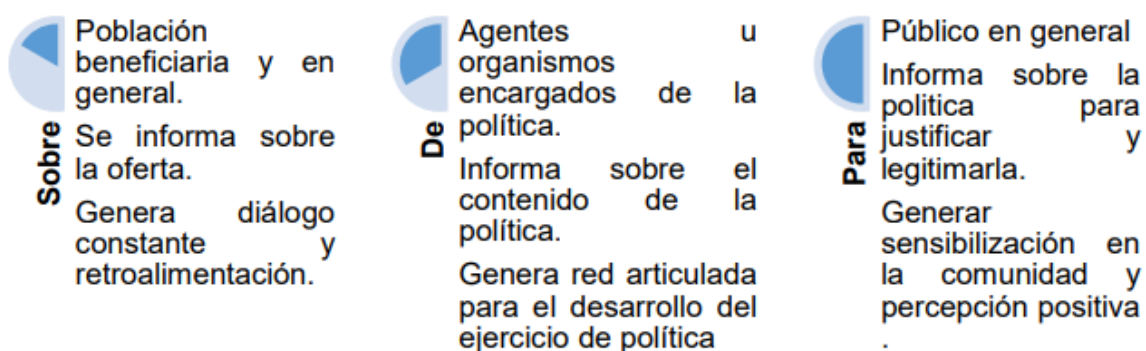


Nota: Guía metodológica para la formulación, implementación, seguimiento y evaluación de políticas públicas (DAPM, 2017)

En el siguiente gráfico, el Departamento Administrativo de Planeación Municipal engloba la razón del porqué la socialización y conocimiento del proyecto de política pública durante la formulación y antes de la ejecución con la comunidad en general y también con los grupos específicos es tan importante para las diferentes etapas del proceso para su legitimación y aceptación.

Gráfico 2.

Tipologías de comunicación en el ejercicio de política pública



Nota: Guía metodológica para la formulación, implementación, seguimiento y evaluación de políticas públicas (DAPM, 2017)

Después de precisar cuál es el tipo de comunicación de acuerdo a los objetivos de cada fase, es necesario identificar los actores y hacer la respectiva segmentación de acuerdo a diferentes características de tipo demográfico u otras variables importantes, que finalmente reúne la caracterización de los grupos específicos para el diagnóstico y posteriormente las socializaciones y apoyo al documento final y exposición de motivos que se presentará al Honorable Concejo Municipal de Santiago de Cali.

3.1.5 Documento Exposición de motivos de la Política pública de turismo

Este documento como su nombre lo indica, es un apartado técnico elaborado por la Secretaría de Turismo de Santiago de Cali, como presentación al Honorable Concejo municipal, en el esfuerzo que sea del conocimiento de ellos el Proyecto de Política pública en la fase final para su manejo y evaluación, teniendo en cuenta el cómo quedó consolidado de acuerdo a las revisiones y correcciones de las diferentes dependencias por las cuales fue pasado el documento, teniendo en cuenta que ya cuenta con una viabilidad de las siguientes dependencias, Secretaría de Gobierno, Departamento Administrativo de Hacienda, Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Departamento Administrativo de Gestión Jurídica Pública y por último el Concejo municipal.

Se refiere a un documento conformado por seis partes con el fin de contextualizar brevemente a los concejales acerca del objetivo, alcances, metas, gestión e impacto que la política pública pretende abarcar en sus funciones.

En el primer apartado se observan los antecedentes de la política pública, desde la revisión de los instrumentos de planificación turística de acuerdo a los Planes de desarrollo municipal 2004-2007, 2008-2011, 2012-2015, 2016-2019, de los cuales se plantearon y desarrollaron metas de estos planes en pro de la gestión del turismo tanto en comunidades rurales como en territorios urbanos para el fomento de las diferentes tipologías y expresiones turísticas del municipio, en conjunto con los diferentes actores articuladores.

Desde la Introducción se explica el objetivo del documento y de la Política pública en el marco de la acción, impacto, gestión, gobernanza y compromiso de la Secretaría; cabe resaltar que este apartado se centra en narrar la cronología del proyecto, considerando los antecedentes de acuerdo a las primeras acciones para consolidar esta iniciativa, pasando por las situaciones momentáneas que enfrentó la Secretaría desde al año 2016 hasta el año el 2021 con lo cual se realizó el

diagnóstico visibilizando diferentes problemáticas, perspectivas y opiniones de los grupos participativos (comunidad en general, y gremios representativos públicos, privados y mixtos del sector turístico).

En este sentido, el documento “Exposición de motivos” sigue su curso con un enfoque del diagnóstico situacional desde lo local, regional, nacional e internacional; para así dar paso al análisis de contexto y posterior formulación de la política pública, teniendo en cuenta las diversas aristas que la política consideró para llegar a la consolidación del documento técnico final.

La razón de este documento se relaciona con la concordancia y conveniencia de acuerdo al Plan de desarrollo 2020 - 2023 en la cual, la renovación y ajuste de la política pública es de interés municipal ya que fue una meta para el desarrollo de la actividad turística del Distrito especial, deportivo, cultural, turístico, empresarial y de servicios de Santiago de Cali y contribuye al fortalecimiento y mejoramiento de la cadena de valor del sector, teniendo en cuenta que la aprobación del documento hace parte de la dimensión ‘Cali, inteligente para la vida’, en la línea estratégica, Posicionamiento Local en el ámbito Internacional.

3.1.6 Acuerdo No 0549 de 2022. Documento técnico de la política pública distrital de turismo

Este documento es un apartado de 206 páginas, realizado por la Secretaría de Turismo de Santiago de Cali en esfuerzo con diferentes actores que participaron desde el diagnóstico hasta los diferentes ejes y planes de acción de acuerdo con sus objetivos.

De manera resumida, este proyecto es una hoja de ruta a largo plazo que guía el desarrollo de Cali como destino turístico durante los próximos 10 años de consecución, dando inicio en este año, 2023 con vigencia hasta 2032.

La política pública se compone por 4 ejes estratégicos, 23 acciones, 4 enfoques, 8 ODS impactados y 9 organismos con articulación presupuestal y de gestión.

Ejes estratégicos

- Gobernanza y gestión del destino: Fortalecimiento al sistema de gobernanza del ecosistema turístico del destino
- Desarrollo Sostenible: Planeación para el fortalecimiento bajo sostenibilidad
- Competitividad e innovación: Destino turístico inteligente, acceso a la información para todos
- Posicionamiento y promoción del destino: Eventos y ferias con enfoque turístico

Enfoques

- Derechos humanos
- Ambiental
- Territorial
- Poblacional - Diferencial

ODS impactados

- 5. Igualdad de género
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 9. Industria, innovación e infraestructura
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles

- 12. Producción y consumo responsables
- 15. Vida de ecosistemas terrestres
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas
- 17. Alianzas para lograr los objetivos

Organismos con articulación presupuestal

- DATIC
- Secretaría de Deporte y Justicia
- UAESP
- DAGMA

Organismos con articulación de gestión

- Secretaría de Cultura
- Secretaría de Desarrollo Económico
- Secretaría de Infraestructura
- Gobierno (Comunicaciones - Cooperación Internacional)

Cabe resaltar que la política se desarrolla en un momento importante en la administración actual, respondiendo a necesidades contractuales relacionadas con el proceso y transición del Distrito Especial, Deportivo, Cultural, Turístico, Empresarial y de Servicios de Santiago de Cali, por lo cual este es de importancia para la realización de las propuestas, la articulación de los actores involucrados de acuerdo a las tipologías de turismo con vocación en el territorio caleño y el alcance

en los diferentes ámbitos que se le apunta. En el documento también se indican presupuestos financieros necesarios y disponibles en torno al turismo que respaldan la política pública.

3.2 Identificación de actores relacionados con la política pública de turismo de Cali

De acuerdo con el desarrollo del primer objetivo específico, ya se abordó un contexto previo de la política pública de turismo con diferentes documentos que contribuyeron a la trayectoria de la aprobación y aplicación del Acuerdo 0549 de 2022.

Teniendo en cuenta que el plan de socialización de la política pública está orientado hacia los actores y agentes que están relacionados con el documento desde su concepción hasta la aprobación de esta, es importante mencionar que estos grupos específicos se tuvieron en consideración para las jornadas de participación por variables determinadas según la ubicación geográfica, participación en el sector turístico, agremiaciones pertenecientes de la cadena de valor, por ciertas relaciones estratégicas con la Secretaría de Turismo y por su representatividad e impacto en Cali con el sector turístico.

A continuación, se desarrollan algunos conceptos que brindan apoyo para la posterior caracterización y clasificación de los actores.

3.2.1 ¿Qué es un actor?

Un actor social se puede definir como un individuo, grupo o asociación que genera acción o relación social y que se rige bajo unos principios determinados, una actividad económica, bajo las orientaciones de un superior o bajo el cumplimiento de ciertos intereses o expectativas a cumplir en un corto, mediano o largo plazo (Wagner, 2012).

Según otro autor, los actores sociales son capaces de influir positiva o negativamente en un proceso, el fin de los actores en un proyecto o programa es ejercer participación en grupo o individual sobre factores decisivos de acuerdo con variables como información, recursos, experiencias (Tapella).

Al estar bajo estas características, un actor social asume un rol específico en la sociedad y se vuelve parte de un conjunto de agentes que influyen, opinan, determinan o impactan en las relaciones de poder a su alrededor.

Para clasificar los actores según sus objetivos,

De contenido: los que tienen que ver con la naturaleza del problema.

De proceso: tienen que ver con la relación con otros actores que van más allá del problema en cuestión.

La anterior clasificación es importante ya que los actores dentro de la política pública, dependiendo de la fase en la que participen tendrán una funcionalidad y objetivo diferente, sin dejar de lado que un actor puede involucrarse en una o más etapas del proceso.

La identificación de los actores en las políticas públicas corresponde a los agentes que intervienen en los procesos de definición, decisión o implementación de una política y asimismo buscan priorizar sus intereses y objetivos.

3.2.2 Importancia de un actor en las fases de la política pública

Al ver el impacto y la responsabilidad de generar participación ciudadana de los diferentes agentes cercanos e implicados con la política pública desde la administración municipal, se encuentra que, en definitiva “con la expresión ‘participación de los actores locales’ nos referimos a la inclusión de estos en los procesos de formulación, seguimiento, implementación y gobernanza de políticas y toma de decisiones” (Cepal, 2020).

Siguiendo el documento, *Promover la participación de los actores locales en las políticas públicas*, se indican las ventajas de involucrar activamente a los diferentes actores de la política pública, entre estos beneficios se encuentra:

- Precisar la pertinencia y oportunidad de la política en los territorios a través de

conocimientos que cada actor puede brindar en las diferentes etapas.

- Representa confiabilidad y transparencia en la gestión, al estar inmersos en las fases, tendrán claro el objetivo del proyecto, su participación en el mismo, la contribución que brindarán y cómo se va a utilizar su aportación.
- Visión compartida de la realidad económica, se maneja la misma información de acuerdo con las variables como, condición actual, fortalezas, debilidades y potencial de desarrollo.

Es fundamental abordar la oportunidad de crecimiento para el proyecto de política pública la experiencia, conocimiento, tiempo, voluntad de cambio y dedicación de cada uno de los actores.

A continuación, se hará un esquema basado en (Roth 2008), en el cual se puede evidenciar según las fases participación de la ciudadanía en qué etapa interviene cada uno y en qué actividades se une y da a conocer su opinión.

Tabla 4.

Fases y actores en la participación ciudadana

Fase I	Fase II	Fase III	Fase IV	Fase V
Identificación e Institucionalizac ión De un problema	Formulación de Soluciones acciones	Toma o decisión	de Implementación	Evaluación
Actividades: Valores; acontecimientos ;	Actividades: Elaboración valoración respuestas;	Actividades: y Encontrar de coalición mayoritaria;	Actividades: una Ejecución; gestión; efectos concretos	Actividades: Reacciones; juicio sobre los efectos;

demandas y selección de legitimación. medición;
 agenda pública criterios valoración;
 propuestas de
 reajuste

Actores:	Actores:	Actores:	Actores:	Actores:
Secretaría de Turismo	Gremios representativos y afiliados, Secretaría de Turismo, comunidad del sector turístico, Academia, Policía de Turismo.	Concejo Municipal de Santiago de Cali, organizaciones políticas.	Gremios de representativos y afiliados, Secretaría de Turismo, comunidad del sector turístico, Academia, Policía de Turismo.	Medios, expertos, administración pública, organizaciones políticas y sociales, gremios de representativos, afectados.

Nota: Elaboración propia basada en Fuenmayor (2017)

El anterior cuadro diferencia las actividades y los actores que intervienen de acuerdo a cada una de las etapas de una política pública, se puede ver que, en la primera parte, identificación del problema, y en la fase tres, toma de decisiones, solo le compete a organismos públicos determinar demandas o intereses por integrar, y también son ellos los que direccionan los procesos; por otra parte, en las otras tres fases, son los actores externos, los empresarios, los entes de control, la comunidad en general la que participa en el movimiento de las dinámicas de la política, desde la propuesta de soluciones y criterios, hasta ejecución de los planes y retroalimentación de lo implementado.

La experiencia en la Secretaría de Turismo acompañando este proceso previo a la aprobación de la política pública, indica que es de esta forma como la participación ciudadana se convoca y se conecta, respetando los roles en cada etapa e identificando que son estos actores del sector los que hasta el final del proceso se benefician o se afectan de los planes que se apliquen, así que la articulación que se logre debe tener continuidad e interés para que la ejecución se logre con las mismas personas que definieron las posibles soluciones y los posibles planes.

3.2.3 Actores del sector turístico de la ciudad de Cali

Según información interna de la Secretaría de Turismo de Cali, evidenciada durante la práctica profesional, en sus registros institucionales y para manejo exclusivo del despacho municipal, se maneja una base de datos de alrededor de 3000 prestadores de servicios turísticos que tenían al momento RNT vigente de 2021 y Registro de Cámara de Comercio de Cali, el cual sirve de base para indicar que el universo o población total de actores turísticos de la ciudad para este trabajo académico corresponde a la cifra ahora mencionada, de la cual, como se pudo evidenciar con fuentes primarias, en estos archivos existen empresas de, agencias de viajes mayoristas y operadoras, hoteleros de la ciudad, logística y entretenimiento, emprendimientos de asesorías y consultorías, gastronomía, transporte, guías, wedding planners, etc., este gremio empresarial se desglosó en el Diagrama circular 1, para un mejor reconocimiento del número de aliados por grupos seleccionados. Cabe indicar que este censo, tomado para la experiencia académica refleja dos criterios importantes, representatividad, ya que cada actor figura como un aliado que hace parte de la cadena de valor turístico y articulación teniendo en cuenta que dicha base de datos es la recopilación de cada actor identificado y que en algún momento tuvo relación con la Secretaría de Turismo.

Esta información también se encuentra disponible en el documento Técnico de Política pública de

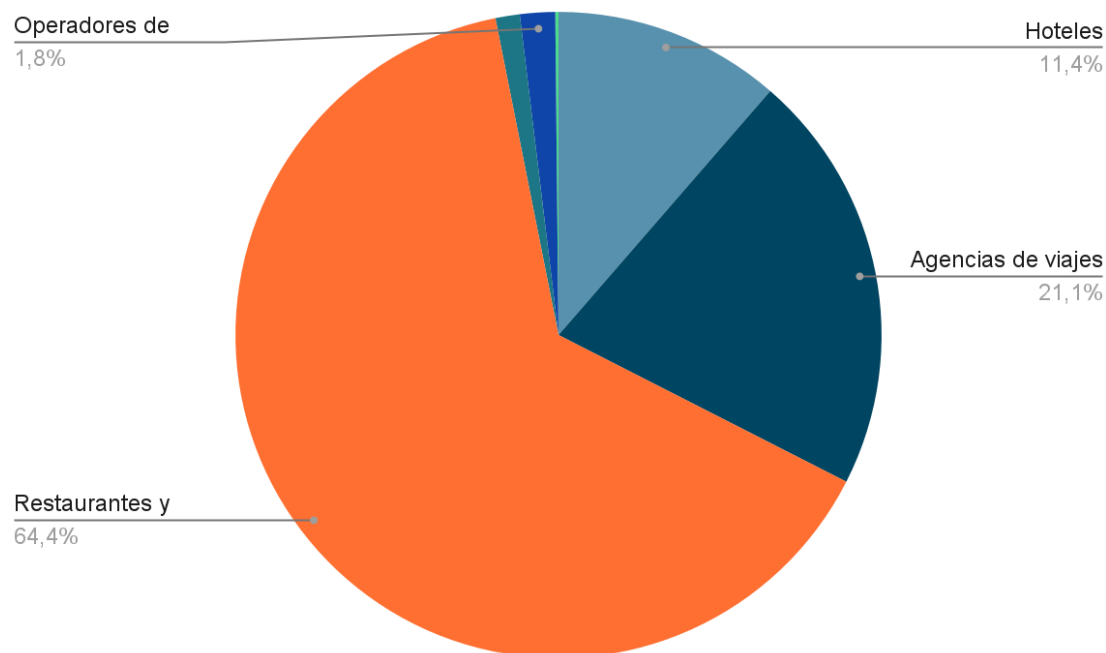
Turismo con fechas de recolección de datos entre 2020 y 2021.

A continuación, en el diagrama circular se puede observar en porcentajes la cantidad de empresas y establecimientos que están mapeadas e identificadas desde la Secretaría de Turismo.

Para ampliar la información de la gráfica, según actualización de RNT en el año 2021, se encontraban 661 agencias de viajes entre mayoristas, minoristas y viajes y turismo; en cuanto a capacidad hotelera para el año 2020 se contaba con 356 establecimientos de hospedaje de acuerdo a información suministrada por Cotelco Capítulo Valle del Cauca; en una entrevista en el año 2021, Branny Prado, presidente de Acodrés Regional Pacífico y Amazonia -Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica- explicó que después de la pandemia menos del 50% de bares y restaurantes sobrevivieron a la situación económica, por lo cual la cifra era de 2114; por otro lado, el número de empresas de transporte automotor dedicadas a actividades turísticas son 38; también, se destacaron las empresas profesionales operadoras de congresos, ferias y convenciones, entre otros, por su relación con el turismo de negocios y MICE con 38 activas en el sector, y 5 tiendas de artesanías y souvenirs que representan el 0,2 de estos actores estratégicos.

Gráfico 3.

Gremio empresarial de la ciudad de Cali



Nota: Elaboración propia basada en Listados de la Secretaría de Turismo (2023)

3.2.4. Actores de gestión y presupuesto de la política pública

En relación con la segunda segmentación que se realizó para la experiencia académica, se indica este diferente grupo de actores, que hace parte del anterior universo mencionado, pero ya se encuentra segmentado por la Secretaría de turismo en el documento técnico de la política. Estos actores son participes del plan de acción de la política pública de turismo y el desarrollo de los ejes estratégicos en los cuales se identificaron acciones concretas basadas en los planes, proyectos, estrategias que contribuyen al desarrollo de lo propuesto en la hoja de ruta a diez años y su participación se puede ver reflejada en dos areas, procesos de gestión, o intervención con presupuesto y recursos. En este orden, dentro de la política hay dos tipos de actores aliados estratégicos que ayudan a la ejecución.

Los organismos con articulación de gestión son los que se coordinan con la Secretaría de Turismo durante los 10 años siguientes, para cumplir con acciones de la política pública y que estas acciones

están alineadas con la base de trabajo y razón de cada dependencia, por lo cual cada una de esas cuatro secretarías apoyarán desde sus funciones a lograr los indicadores de producto de las diferentes líneas estratégicas en las cuales están participando:

Tabla 5.

Organismos con articulación de gestión

Entidad	Sector al que pertenece	Función
Secretaría de Desarrollo Económico	Público	Esta secretaría se enfoca en ayudar a las empresas en todas las etapas de su ciclo por medio de cuatro focos estratégicos que son: <ul style="list-style-type: none"> ● Fortalecimiento de capacidades empresariales ● Procesos comerciales ● Acceso a mecanismos de financiación ● Sofisticación
Secretaría de Cultura	Público	Promover las expresiones artísticas y manifestaciones culturales, al igual que promover el desarrollo y fortalecimiento de la promoción cultural del municipio

Secretaría de Público Gobierno	La principal función es poder articular organismos y dependencias de la administración y las organizaciones descentralizadas del municipio también hacer seguimiento a los temas estratégicos planteados por el alcalde, también representar al alcalde cuando este no pueda asistir a diferentes encuentros
--------------------------------------	--

Secretaría de Público infraestructur a	Formular y ejecutar planes y proyectos para determinar obras de infraestructura vial del municipio, esta entidad también se encarga de supervisar contratos de interventoría, supervisar el cumplimiento de la red vial de la ciudad.
---	---

Nota: Basado en Alcaldía de Santiago de Cali (2019)

En cuanto a los actores con participación y compromiso presupuestal en la Política Pública, se pueden evidenciar 5 organismos los cuales también le están apuntando a la ejecución de ciertos proyectos que se encuentran en el plan de acción de la política pública y ya tienen asignado presupuestos, por lo cual, en la proyección presupuestal el apoyo monetario que ellos brindan, suma a un estimado acumulado total.

Tabla 6.

Organismos con articulación presupuestal

Entidad	Sector al que pertenece	Función	Presupuesto decenal (2022 - 2031)
Secretaría del deporte y la recreación	Público	Esta secretaría tiene como funciones fomentar el desarrollo deportivo, integral como seres humanos mediante la formación de deportistas, organización de eventos y la recreación atendiendo los principios y valores de la Alcaldía de Cali	\$ 171.958.190
DATIC (Departamento Administrativo de Tecnologías de la Información)	Público	Lidera la gestión estratégica y operativa de las comunicaciones por medio de políticas, planes programas y proyectos que la entidad esté llevando a cabo, con el fin de incrementar la eficiencia de la Alcaldía de Cali	\$ 4'012.357.359
DAGMA (Departamento Administrativo)	Público	Es el encargado de la gestión ambiental y la máxima autoridad dentro del perímetro urbano de	\$ 652.842.876.836

de Gestión del Medio Ambiente) Santiago de Cali

Secretaría de Público Seguridad y justicia	Esta Secretaría es la encargada de generar condiciones de gobernabilidad de orden público mediante su política pública de Seguridad Ciudadana, acceso a servicios de justicia y cumplimiento de la normatividad planteada en dicha ley	\$ 12.940.565.680
--	--	-------------------

UAESP (Unidad Especial de Servicios Públicos Municipales)	Es la encargada del uso, manejo y cuidado de los servicios públicos municipales entre ellos, el acueducto, alcantarillado, alumbrado público, residuos sólidos. Esta unidad especial se basa en el Decreto Extraordinario 516 de 2016	\$ 2.671.083.880
---	---	------------------

Nota: Basado en Alcaldía de Santiago de Cali (2019)

La idea de escogerlos fue evidenciar que en el proceso de construcción del documento técnico

se reconocieron diferentes colaboradores que en el momento de ejecución ayudarían a que la política cumpla con sus proyectos en diferentes áreas. A nivel estratégico son un grupo de alto impacto durante las fases posteriores a la aprobación, cabe resaltar que este ejercicio de identificar los procesos en común se realizó previamente a la llegada de la practicante universitaria. Sin embargo, según fuentes primarias que participaron en la redacción y planificación del documento técnico la razón de considerar este listado de actores de presupuesto fue con el fin de justificar y aportar importantes sumas de dinero en la proyección presupuestal de la política ya que la Secretaría de Turismo tuvo la tarea de evaluar los procesos en común en el que ya otras dependencias tenían presupuesto asignado y unirse a ese esfuerzo para que en la consecución del plan de acción, ese proyecto le apuntara a la ejecución de dos planes de acción de dos aliados estratégicos diferentes.

3.2.5 Consejo consultivo asesor de la Secretaría de Turismo

El decreto 4112010.20.554 se creó en el año 2019, este documento habla sobre la creación de un Consejo Consultivo, asesor de la industria turística para Santiago de Cali, que será integrado por:

1. Secretario/a de Turismo
2. Un representante de ProColombia en la ciudad de Cali
3. Un representante del Fondo Nacional de Turismo en la ciudad de Cali
4. Los presidentes de los gremios del sector, uno por cada tipo de prestador turístico
5. Un representante de las facultades de Administración Turística o similares, de las Instituciones de Educación Superior
6. Un representante del Consejo Municipal de Desarrollo Rural CMDR

Tiene como funciones asesorar a la Secretaría de Turismo cada vez que lo requiera para la formulación de políticas públicas, programas o proyectos; recomendar estrategias de seguridad

turística, analizar el desempeño nacional e internacional realizando actividades de seguimiento, evaluación y análisis de impacto en las políticas, entre otras funciones.

Por otra parte, este consejo tiene como deberes reunirse por lo menos 3 veces al año en las fechas pactadas en el reglamento, para las reuniones el consejo podrá invitar a representantes públicos y privados que tengan relevancia en el sector turístico y, por último, el consejo podrá realizar su propio reglamento.

A continuación, se indica una tabla en la cual se evidencia cada participante del Concejo consultivo, el sector al que pertenece ya que, desde ahí, según la experiencia durante la práctica, así mismo es el alcance de cada actor y, por último, se da una breve descripción de la función que tiene desde su cargo con la entidad que lo precede y también el compromiso con el desarrollo turístico de la ciudad.

Tabla 7.

Consejo Consultivo de Turismo de la ciudad de Cali

Entidad	Sector al que pertenece	Función
Secretario de Turismo	Público	El secretario debe establecer planes, programas y proyecto en función de Turismo para potenciar el municipio, así mismo debe mantener un control y vigilancia de estos proyectos. Otra función de es que debe promover el municipio por medio del marketing, asistir a reuniones con consejos, juntas y/o comités que así lo ameriten.

ProColombia Valle	Mixto		Se encarga de las labores de exportación en el departamento y desarrolla labores de promoción de destino en cuanto a turismo.
Fontur Valle	Privado		Ayudar a financiar labores de erradicación de turismo sexual con menores de edad, recaudar impuestos al turismo y además contribución parafiscal para la promoción y competitividad del turismo
Gremios	Privados		Los gremios ayudan a promover, representar y proteger los intereses de los miembros en relación con leyes, regulaciones, imposiciones tributarias y temas actos de política pública que los pueda afectar
Facultades Administrativas Turísticas	Públicas y privadas	y	Las facultades administrativas turísticas de la ciudad de Cali

Nota: Basado en Alcaldía de Santiago de Cali (2019)

Esta contextualización del Concejo consultivo de turismo, sus integrantes y las funciones de cada uno en la cadena de valor del sector, se debe a que la Secretaría de Turismo escogió este grupo para la realización de las socializaciones informativas, por el nivel de representatividad que cada actor significa, por los aliados a los que cada representante tiene capacidad de convocatoria a nivel municipal, por las relaciones estrechas de asuntos políticos que también se puedan desenvolver de dichas opiniones o apoyos a la política después de socializado el proyecto.

Para concluir el apartado de los actores, es relevante mencionar el factor estratégico que se encuentra inmerso en la elección de quienes participan en los procesos de la política; desde la percepción académica, la elección y clasificación de qué papel tiene o en qué momento interviene

cada aliado, no solo es teoría (como se pudo observar), también es una realidad que la proyecto necesita estas intervenciones no solo a nivel de gestión, sino en el nivel de inversión monetaria, y es el agente representante o regulador, que en este momento es la Secretaría de Turismo quien determina hacia que lado se direcciona para lograr el mayor alcance en las socializaciones, pensando estratégicamente en los personajes más reconocidos de la ciudad por su trabajo con el turismo y en el voz a voz que en una ciudad como Cali es más efectivo que cualquier otro instrumento.

3.3 Desarrollo de agenda de socializaciones

Después de haber seleccionado los actores que harán participación en los espacios de socializaciones de la política pública, el segundo objetivo específico del trabajo académico convoca a un siguiente paso que se llama ‘Desarrollo de agenda’, este momento se dividió en tres escenarios documentados para el escrito actual y que fue trabajado en conjunto con el equipo de política pública.

El desarrollo de la agenda, primeramente, se enfocó en un esquema diseñado para elaborar los folletos informativos desde la concepción de la información hasta el material físico entregable a los actores en las sesiones; en el segundo momento se realizó una búsqueda de metodologías y en el tercer momento ya se desarrollaron los cuatro encuentros que fueron de carácter académico, político y empresarial.

Los procesos de participación ciudadana del Proyecto política pública de turismo para la ciudad de Cali, comienzan desde la fase de diagnóstico, y para el desarrollo de este punto, en conjunto con el equipo de Política pública de la Secretaría se establece una agenda y una propuesta para abordar la expectativa con el público de las socializaciones del documento final que corresponde al primer momento metodológico del desarrollo del segundo objetivo específico del trabajo académico.

A continuación, se podrá observar un modelo realizado y lo que se desarrolló en cada fase con los grupos específicos mencionados para esta etapa:

Gráfico 4.

Propuesta fases de las socializaciones



Nota: Elaboración propia

De acuerdo a indicaciones del equipo de Política pública de la Secretaría de Turismo, se establecieron las 3 fases, que se encuentran indicadas en el Gráfico 4, con la idea de dividir esta etapa en tres momentos importantes en relación a la expectativa a la comunidad por las socializaciones de la política, después con el acercamiento a los grupos objetivos por redes sociales y otros medios de difusión, y lluvia de ideas de las diferentes metodologías de socialización para llegar al último paso, el lanzamiento del material físico promocional durante las sesiones informativas del proyecto.

Antes de hablar acerca de las fases, es relevante mencionar un artículo de contexto acerca del marketing de políticas públicas y la forma como se comunica el Estado con la sociedad, teniendo en cuenta estos procesos de participación y la intención de gobernar con efectividad de acuerdo a una planificación establecida para la consecución de los planes y proyectos.

Se parte de la premisa que hay problemas sociales identificados en una comunidad y que, con la

ejecución de planes y programas, finalmente se establecen políticas públicas que mejoran estas situaciones o simplemente, no obedecen directamente a un problema, sino que se actúa también en términos de anticipación, predicción y prospectiva (Salazar).

3.3.1 Fase 1. Visibilización

El planteamiento para esta fase se consideró como visibilización de carácter informativo, la idea fue relacionar a las comunidades del sector a través de medios digitales con la política pública (Anexo 1) y la fase de participación ciudadana que venía a continuación.

La primera lluvia de ideas realizada en conjunto con el equipo de política pública de la Secretaría de Turismo consideró en este paso materiales promocionales como, folletos, cartillas, planeadores, líneas de tiempo interactivas, trayectoria de la política pública, infografías.

Para segmentar la información que iba a contener estas piezas, se retomaron bases de datos de la Secretaría de Turismo recolectadas del Observatorio turístico, Situr Valle, e información en general con el fin de construir una guía que hablara a grandes rasgos de la política, sus antecedentes y su impacto.

En este sentido, los insumos para la campaña se clasificaron en el siguiente orden:

1. *Portada*
2. *Subtítulo: Cali, distrito turístico*
 - *Indicadores de ciudad*
 - *Productos turísticos de Cali - tipologías de turismo - reconocimientos de ciudad (Cali, una potencia del turismo)*
3. *Subtítulo: Política Pública Distrital de Turismo*
 - *Cali Distrito Especial (PP hace parte del plan de transición)*
 - *Objetivo*
 - *Proceso de formulación de la política (línea de tiempo) + Proceso participativo (actores y acciones)*
 - *Ejes estratégicos*

- *Plan de acción (componentes y acciones)*
- *Enfoques y ODS*
- *Articulación con organismos*
- *Proyección presupuestal*
- *Resultados esperados*
- *Datos de la PP resumen (tipo infografía)*

Cabe destacar que, según este orden sugerido por el equipo de Política pública, se tuvo como tarea completar la información que requería cada ítem de acuerdo a los datos que correspondieran a dicha línea trabajada, dando como resultado la recolección de estos datos que se mostrarán a continuación:

Tabla 1.

Insumos para la campaña informativa

Cali, Distrito turístico

Indicadores de ciudad	Número de visitantes (Alcaldía de Santiago de Cali, 2022): 269.430 turistas (190,354 nacionales y 79.076 internacionales entre enero y junio del 2022), en el primer semestre de 2022 y superó las cifras de 2019.
	Motivo de viaje año 2021: Actividades turísticas: 69% Tratamientos médicos: 7% Negocios y eventos: 2%, 7%, y Otros motivos: 14%
	Actividades que más gustan (Junio 2022): Centro comerciales: 67,9% Recorrer calles: 64,2% Museos/Iglesias: 56,8% Actividades religiosas: 32,1%

Zoológicos: 16,7%

Tipo de alojamiento utilizado (2021):

Casas familiares / amigos: 72 %

Hotel: 17%

Hostal / refugio / Posada turística: 6%

Conectividad:

Aérea: 100 rutas internacionales con una sola escasa, conectividad directa con 7 países, 95 vuelos semanales, 14 ciudades de Colombia con más de 373 frecuencias semanales.

Terrestre:

La Troncal de Occidente margen derecha el Río Cauca (Carretera Panamericana)

La Troncal del Pacífico-margen izquierdo del Río Cauca (Carretera Panorama)

Cali-Loboguerrero-Buga

Cartago-Alcalá

Ansermanuevo Cartago

La Paila-El Alumbrado

Palmira-Pradera-Florida

Marítima: a 3 horas en carretera del Puerto de Buenaventura, el primero más importante en Colombia y entre los 10 primeros de Latinoamérica.

Empleos por turismo en Cali:

9,092 empleos formales entre alojamiento (2,779), restaurantes (1,161), agencias de viajes (3,539) y otros (1,613).

Entre empleados formales e informales del sector turístico se benefician más de 37,915 personas.

Capacidad hotelera:

356 establecimientos de hospedaje (Cotelco Valle del Cauca).
Ocupación del 62.43% en diciembre de 2021 (74.1% nacionales y el 25.9% extranjero).

Sector turístico (según actualización RNT 2021)

661 agencias de viajes entre mayoristas, minoristas y viajes y turismo

78 empresas de transporte automotor

55 operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones, entre otros

Asistencia a eventos (2022)

Petronio Álvarez 2022

35.148 asistentes, el 16 % son extranjeros

Ocupación fue del 82 % y la derrama económica fue de \$ 38 mil millones (El País, 2022)

Productos turísticos de Cali - Turismo Historia y Cultura
tipologías de turismo - 127 escuelas de salsa
reconocimientos de ciudad - Más de 15 museos
mercados priorizados (Cali, Oferta cultural cada semana
una potencia del turismo) 2021 - Ciudad cultural líder en América del Sur (World Travel Awards)
2020 - Destino Turístico Emergente Líder en América del Sur (World Travel Awards)
Auténtico Sabor Caleño
Oferta gastronómica Vallecaucana, del Pacífico e Internacional
'Turismo al Barrio' de la comuna 20, ganadora en la categoría en 'Mejores Prácticas en Turismo Social' según CPTUR

Haciendas coloniales

Festivales, ferias y fiestas durante todo el año

Turismo de naturaleza

Plan de Turismo de naturaleza

Más de diez corregimientos con oferta de ecoturismo (ríos, cascadas, charcos, reservas forestales, 1 Parque Nacional Natural), agroturismo, senderismo, avistamiento de aves, oferta gastronómica, oferta cultural.

Turismo deportivo

Cali, ciudad deportiva

Más de 500 escenarios deportivos y 4 de alto rendimiento

Deportistas, paisajes, escenarios

Turismo deportivo en Anato 2022

Cali es la casa de la selección femenina de fútbol colombiano
Campeonatos, competencias, partidos de fútbol, nacional e internacional

Turismo Salud y Bienestar

40 clínicas, 27 de ellas especializadas; 180 centros de estética, 265 de odontología cosmética y ortodoncia, 8 clínicas de oftalmología, 4.614 camas, 339 salas, 169 ambulancias y 1.843 especialistas

Turismo MICE

6 sedes principales de MICE con una capacidad total para más de 20.000 personas - Eventos deportivos, de salud y convenciones - ICCA (International Congress and Convention Association)

Política Pública Distrital de Turismo

Objetivo

El Distrito de Santiago de Cali será reconocido a nivel

nacional e internacional como un destino turístico multicultural y biodiverso, que salvaguarda el entorno y la autenticidad del territorio y cuenta con una oferta experiencial que impulsa el desarrollo socioeconómico y apunta hacia los objetivos de desarrollo sostenible.

<p>Proceso de formulación de la política (línea de tiempo) + Proceso participativo (actores y acciones)</p>	<p>1. 2016. Creación de la Secretaría de Turismo Decreto extraordinario No. 411.0.20.0516 de Septiembre 28 de 2016.</p> <p>2. 2017. Se adelantó el proyecto de Formulación de política pública de turismo de Santiago de Cali</p> <p>3. 2019 se suscribió contrato con INFOMETRIKA con el objetivo de “Realizar estudios técnicos a través de análisis estadísticos que contribuyan a la generación de información como insumo para la toma de decisiones y la generación de política.”</p> <p>i) Fundación Universidad del Valle en el año 2017</p> <p>ii) Infometrik en el año 2018</p> <p>iii) La Secretaría de Turismo en el Año 2019</p> <p>v) Cotelco-valle en el año 2021</p> <p>291 ciudadanos participantes en el proceso de formulación de la Política Pública i) Ocho Grupos Focales Especializados con actores clave del turismo cultural, de naturaleza, deportivo, gremios de la industria, y de promoción de ciudad y técnicos de la institucionalidad caleña en turismo; ii) Dos talleres participativos de formulación de la política pública; iii) Un conversatorio abierto con expertos internacionales y actores interesados en el sector turismo; iv) Dos Socializaciones previas con los sectores de Naturaleza y los gremios del sector turismo; 813 participantes en la Formulación del Plan Estratégico de Turismo Rural y de Naturaleza: i) 10 Talleres de diagnóstico territorial (Vuelta Occidente, Ruta de la Montaña, Ruta de la Neblina y Ruta Fluvial); ii) 4 Talleres de</p>
---	---

definición metodología para diagnóstico del Corregimiento Pance; iii) 5 Talleres de retroalimentación del diagnóstico territorial; iv) 3 Grupos focales temáticos: Turismo de deporte y aventura,

turismo rural, bienestar y esparcimiento, ecoturismo, observación de aves, flora y fauna; v) 2 Grupos focales con el CMDR; Reunión de socialización con el CMDR del proceso de formulación del Plan

Actividades realizadas para el diagnóstico de necesidades y problemáticas del sector turismo, y actividades de formulación de la política pública distrital de turismo:

A partir del 11 de Septiembre de 2017 (pág 141)

Grupos focales para replantear componentes de la anterior Política pública con representantes de gremios de interés de acuerdo a cada tipo de turismo

8,9 y 23 de septiembre de 2020 (Turismo MICE, de naturaleza, cultural, salud, deportivo)

Ejes estratégicos

- Gobernanza y gestión del destino
- Desarrollo sostenible
- Competitividad e innovación
- Posicionamiento y promoción del destino

Enfoques y ODS

- ODS 5 - Igualdad de género
- ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico
- ODS 9 - Industria, innovación e infraestructura
- ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles
- ODS 12 - Producción y consumo responsables
- ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres
- ODS 16 - Paz, justicia e instituciones sólidas
- ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos

Nota: Basado en Alcaldía de Santiago de Cali (2019)

De esta información recolectada, el equipo tomó insumos con el fin de elaborar un folleto

informativo (Anexo 2) para los diferentes escenarios en los que se iba a socializar el proyecto, en conjunto con el área de comunicaciones y diseño, se organizó el material promocional final, la idea inicial fue contextualizar al público con un ABC de la Política Pública. Cabe resaltar que a medida que el área de comunicaciones obtuvo esta información, ellos también tuvieron la misión de crear piezas digitales para redes sociales como Instagram, Facebook o la página web de la Alcaldía de Santiago de Cali.

3.3.2 Fase 2. Apropriación y sensibilización

Al contar con un instrumento informativo para llegar a los diferentes tipos de público del sector turístico, el paso a seguir fue definir las herramientas, estrategias, actividades y demás medios para abordar las socializaciones previstas en los siguientes días de acuerdo con agendas establecidas por la Secretaría de Turismo y el cronograma de eventos por realizar o asistir.

Indicaré a continuación algunas metodologías que arrojaron las búsquedas realizadas en la práctica profesional, ya que en ese momento reunían características de análisis de situaciones, propuestas de ideas, crítica constructiva, entre otros.

Tabla 2.

Búsqueda de metodologías

AUTOR	AÑO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
Alex Osborn	1941	Brainstorming o lluvia de ideas	Se trata de una dinámica de grupo de lluvia de ideas en la cual se pueden generar muchas propuestas en corto tiempo, en relación a un tema ya abordado y explicado.
Cepal	2020	Gestión del Conocimiento (GDC)	La idea de esta estrategia consiste en: gestionando el conocimiento sobre quien sabe qué. La importancia de esta metodología es relacionar y presentar a los actores que tienen en común el tema de la socialización, al estrechar estos vínculos será

más fácil hacerlos partícipes de la siguiente fase que es la implementación, en la cual ellos tendrán conocimiento y voz ya que la primera fase fue de compartir conocimiento y manejar una visión uniforme de los propósitos con el proyecto (CEPAL, 2020).

Dideduc	Metodología socializadora del proceso de enseñanza aprendizaje en colaboración	<p>Se trata de un proceso de enseñanza-aprendizaje que tiene varios objetivos relacionados con la empatía, colaboración, interacción.</p> <p>Este apartado tiene diferentes herramientas de estrategias que ayudan a la identificación del paso a paso para una socialización. Una de ella es, solución de problemas en colaboración, para este apartado se parte de una problemática que requiere análisis, atención, solución para aplicar la estructura enseñanza – aprendizaje.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción de un caso • Acercamiento al problema y diferenciación de los problemas. • Identificación del diagnóstico • Desarrollo individual de posibles soluciones • Discusión de las soluciones en pequeños grupos. • Intercambiar resultados y soluciones más apropiadas. • Metacomunicación: reflexión acerca del proceso de aprendizaje requerido (Dideduc, 2012).
	Metaplan	Consiste en una metodología participativa con medios visuales que busca generar soluciones, ideas, acuerdos u opiniones.

La actividad inicia con una pregunta y cada participante cuenta con una tarjeta la cual es su medio para intervenir, el objetivo es ir agrupando las diferentes respuestas en factores abordados en común para que el moderador pueda indicar las conclusiones de la actividad, y para que los participantes evidencien otros puntos de vista y se incluyan en las siguientes fases del tema abordado.

Nota: Elaboración propia

De estas cuatro metodologías, es importante indicar que solo fueron propuestas para las socializaciones, sin embargo, de acuerdo con las circunstancias del momento en la Secretaría, el tipo de reuniones programadas y los eventos en los cuales se podía socializar la política pública, con el folleto ya realizado y las diapositivas informativas sobre los aspectos más importantes del proyecto fue como se comunicó el documento, las acciones, el alcance, los actores de participación y otros temas.

Formulario Google - Encuesta previa a la participación ciudadana de actores del sector turístico de la ciudad de Cali

Como instrumento de análisis para el trabajo académico de la practicante, se realizó un Formulario de Google, en forma de encuesta con el fin de recolectar información para identificar percepciones del gremio después de conocer los avances del documento de Política pública y la trayectoria que tuvo el texto desde la anterior participación que fue involucrada la comunidad en la parte de diagnóstico y formulación. Este formulario se utilizó en dos encuentros de los cuatro en los que se socializó el proyecto.

En este sentido, el instrumento de la encuesta es el cuestionario, se eligieron enunciados o interrogantes con respuestas abiertas y cerradas.

A continuación, se explicará cada una de las cinco preguntas y su importancia para el análisis

respectivo.

1. Indique a qué gremio del sector turístico pertenece

Esta pregunta es de respuesta abierta, se consideran los diferentes gremios o representatividades que están relacionadas con el sector turístico de la ciudad, siendo importantes su clasificación para poderlos diferenciar.

2. Indique qué cargo cumple en su empresa

Se refiere a un interrogante con una respuesta abierta, la cual sirve para identificar al tipo de empleado, funcionario o empresario que está recibiendo la información con el fin de reconocer el grado de participación que puede tener en la implementación de la política pública.

3. Según los ejes estratégicos y sus respectivos planes de acción, seleccione de 1 a 4 en orden de importancia, cuáles acciones considera usted serán de mayor ayuda al sector al que pertenece. Siendo 1 la de mayor impacto

- Gobernanza y gestión del destino
- Desarrollo sostenible
- Competitividad e innovación
- Posicionamiento y promoción del destino

Al haber explicado la política pública junto con sus instrumentos y planes de acción, se espera que, al responder esta pregunta, la persona encuestada logre distinguir según los ejes estratégicos, las actividades y proyectos que se acercan al fortalecimiento del gremio al que pertenece y las pueda relacionar en un orden descendente de acuerdo con el nivel de relevancia e impacto en su actividad.

4. En su caso, ¿Cuál es su compromiso en esta hoja de ruta a 10 años?

El objetivo de realizar las socializaciones antes de la presentación y discusión del Concejo distrital de la política consiste en poder vincular a la comunidad para que den el apoyo al documento durante

dichas sesiones, pero también, que de esta manera logren sentirse incluidos en el plan de ejecución de los planes y proyectos.

5. Antes de este encuentro, ¿tenía usted conocimiento sobre el proyecto de Política pública liderado por la Secretaría de Turismo del municipio de Cali?

Esta pregunta con respuesta cerrada, Sí o No, es de utilidad para reconocer el proceso de la Secretaría de Turismo en cuanto a la información compartida acerca de la política en escenarios diferentes y anteriores a las socializaciones; y, en caso de que la respuesta haya sido negativa, ayuda a identificar las nuevas personas que se acercan y reconocen esta hoja de ruta de 10 años para el fortalecimiento del turismo de la ciudad.

A continuación, en la Fase 3 se introduce al lector acerca de la agenda que se manejó, las actividades que se realizaron y la forma de recolectar información con los actores invitados durante las sesiones informativas.

3.3.3 Fase 3. Socializaciones Política pública

Fueron 4 los escenarios donde se socializó el proyecto de política pública, esta agenda se fue concertando de acuerdo con el cronograma de eventos en el que la Secretaría tenía participación como líder del evento o como invitado.

3.3.3.1 Evento ‘Cali, un destino transformado por el Turismo’

El día 15 de septiembre se realizó el evento ‘Cali, un destino transformado por el turismo’ en el Hotel Spirito, que tuvo lugar al encuentro de diferentes experiencias, perspectivas, conocimientos e iniciativas por actores del sector turístico en la ciudad de Cali.

Se abordaron cuatro temas en los foros, según la programación del día:

Foro 1: Retos estratégicos del sector Turismo para Cali Distrito: una perspectiva desde la Política Pública.

Foro 2: La transformación de Cali en cifras 2019-2022.

Foro 3: Turismo de naturaleza y desarrollo sostenible: ¿cómo encontrar un balance?

Foro 4: Turismo MICE como instrumento de promoción turística.

También, por fuera del Gran Salón, se organizaron algunos stands de parte de la Secretaría de Turismo, acordes a las temáticas del evento, como, ‘Turismo al barrio’, ‘Consultorio turístico’, ‘Promoción del destino’ y ‘Política pública de turismo de Cali’. En este último, se encontraba la Política pública de turismo de Cali, en la cual se observó el objetivo, la trayectoria y sus antecedentes, los ejes estratégicos y el plan de acción de cada línea, los ODS que aborda la Política pública desde los 4 enfoques (derechos humanos, ambiental, territorial y poblacional-diferencial), y el factor articulador que la Política alcanza con organismos para fines de gestión o de presupuesto. Además de la anterior herramienta mencionada, se proporcionaron unos folletos informativos nombrados ‘Política pública de turismo de Cali. Abecé del Proyecto de Acuerdo’, para que los asistentes pudieran estar en contexto con este tema. Con este se explicó a los asistentes que se acercaron al stand, que el proyecto de Política pública es un esfuerzo que se encuentra aún en revisión pero que la meta es presentarlo próximamente al Concejo Distrital de Cali para la aprobación y adopción de la misma como un Acuerdo Distrital; lo que significa que se puede iniciar con la implementación de la herramienta.

Al abrir el folleto se encontraba información argumentando por qué es importante tener una Política Pública de Turismo de Cali, y los ejes, acciones, enfoques y ODS, que son ampliados en el Documento técnico de la Política Distrital de Turismo que ya se encuentra disponible a la ciudadanía.

Cabe resaltar que, durante la apertura del evento, en este tiempo se acercaron alrededor de 50 personas al stand, de diferentes sectores del turismo caleño. Entre los asistentes, se presentaron personas representantes de diferentes sectores como Villacarmelo, Siloé, Los Andes, entre otros;

también actores académicos de universidades e instituciones con oferta relacionada al turismo y hotelería; representantes de gremios mixtos y privados de la ciudad; además, de varios funcionarios de la Alcaldía de Santiago de Cali y de la Gobernación del Valle del Cauca.

Cuando se dio inicio al evento académico, todas las personas que abordaron el stand fueron con el propósito de tomar el folleto informativo acerca de la Política pública y enfatizar el tema de la importancia de esta iniciativa para el municipio en estos momentos, ya que los planes de acción que se vienen en el tiempo de ejecución los convoca a todos los grupos representativos,

Entre los temas que se conversaron con las personas que pasaron por el Stand, como es de esperar, cada uno al ser representante y vocero de su actividad, les inquietaba cómo cada uno de sus sectores sería incluido o beneficiado por la Política Pública de Turismo. Varios mostraron interés en participar y ser convocados posteriormente en los escenarios de discusión y estudio para la aprobación y adopción de la Política pública ante el Concejo distrital por medio de las proposiciones definidas, por lo cual se les indicó que en la parte posterior-inferior del folleto informativo se encuentra un QR para poderse inscribir y ser convocados.

Formulario Google - Inscripción participación ciudadana

Este formulario fue creado por la Secretaría de Turismo antes del Foro académico con el fin de que los interesados en el tema de la Política pública fueran invitados a las proposiciones con el Concejo municipal. Y asimismo obtener caracterización del público, con preguntas sociodemográficas, tipo de subsector turístico al que pertenecen e intereses con la política pública.

Imagen 1.

Modelo Formulario Google - Inscripción a la participación ciudadana

POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE CALI

Inscripción participación ciudadana - Política Pública de Turismo de Cali

Por medio de este formulario se recogen los datos de las personas interesadas en obtener mayor información y participar en las diferentes actividades de socialización del Proyecto de Acuerdo de la Política Pública Distrital de Turismo de Cali que actualmente se encuentra en proceso de presentación ante el Concejo Distrital de Santiago de Cali.

Al diligenciar este formulario queda registrado en la base de datos de la comunidad interesada en la Política Pública Distrital de Turismo y recibirá información relacionada.

Construyamos juntos un destino turístico lleno de vida, desarrollo e innovación.

Información personal

Descripción (opcional)

Nombre completo *

Texto de respuesta corta

Nota: Secretaría de Turismo de Santiago de Cali

A las respuestas de este formulario la practicante no tuvo acceso, sin embargo, sí tuvo conocimiento que las personas que colocaron su información para ser convocadas posteriormente en el proceso de la política juegan un papel relevante ya que son el público que se invita cuando se tiene definida la fecha de participación ciudadana.

A continuación, algunas fotos del día del evento realizado en el Hotel Spirito:

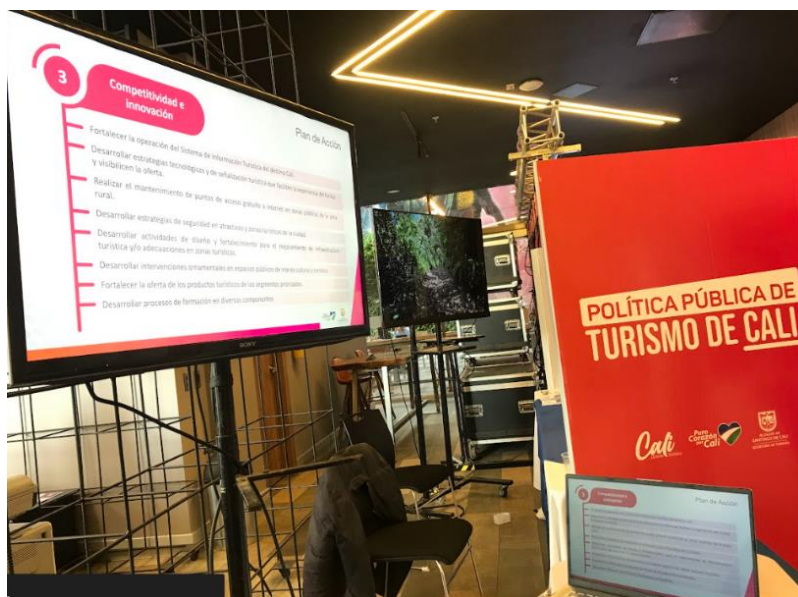
Imagen 2.

Stand de Política pública en el Hotel Spirito



Imagen 3.

Stand de Política pública en el Hotel Spirito



3.3.3.2 Desayuno con Concejo Consultivo

Se considera al Concejo consultivo como un órgano asesor del gobierno en materia de turismo, está conformado por los gremios representativos del turismo en la ciudad de Cali, y ellos se encuentran en la mesa consultiva como voceros de sus afiliados y representantes de los intereses de cada empresa grande y pequeña de su cadena.

Ellos son actores con mirada del sector semi-privado y privado del turismo y ayudan en cuanto a la identificación de problemas, asesoramiento en las fases de solución, fortalecimiento de la competitividad, la promoción y el posicionamiento del destino.

En este caso, se realizó un encuentro en el cual se les invitó a un desayuno en la sede ‘Casa Solar del Río’ de la Secretaría de Turismo con el objetivo de darles a conocer el documento final de la política pública.

El anfitrión de la reunión fue el secretario interino de la Secretaría de Turismo de Cali, Harold Caicedo, quien desarrolló la agenda de la mañana, acompañado del equipo de política pública, para

socializar la política al Concejo, y conocer sus iniciativas a partir del documento para la ejecución de los planes junto con sus afiliados.

En este encuentro asistieron de manera presencial y virtual, representantes de los siguientes gremios: Acecolombia -Asociación de Centros Comerciales-, Asoguías, Coltelco Capítulo Valle del Cauca, Cali Valle Bureau, Academia -Universidad Javeriana, Universidad del Valle, SENA-, Acodrés -Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica-, ASONOD -Asociación de Establecimientos Nocturnos de Diversión y similares-, entre otros.

La discusión presentada en este espacio se concentró en celebrar los avances de la Secretaría en cuanto a la política ya que este grupo selectivo especialmente son aliados activos en las dinámicas de la ciudad, normalmente son personas que lideran eventos de turismo a nivel municipal, que continuamente en misiones comerciales, viajes de familiarización o participación en eventos o ferias nacionales e internacionales son los encargados de contar acerca de Cali y el Valle del Cauca los factores positivos, avances y reconocimientos que como destino siguen posicionando la cadena de valor.

En esta reunión también se intentó establecer una agenda con los afiliados de cada representante que se encontraba en el desayuno y se logró concertar un espacio con un grupo de Asoguías Valle del Cauca que es una de las reuniones realizadas y de la cual se recolectó información para analizar las perspectivas de este gremio.

Cabe indicar que esta reunión fue de base política ya que además de socializar el documento técnico se habló directamente acerca del apoyo previo a la aprobación del Honorable Concejo Municipal de Cali.

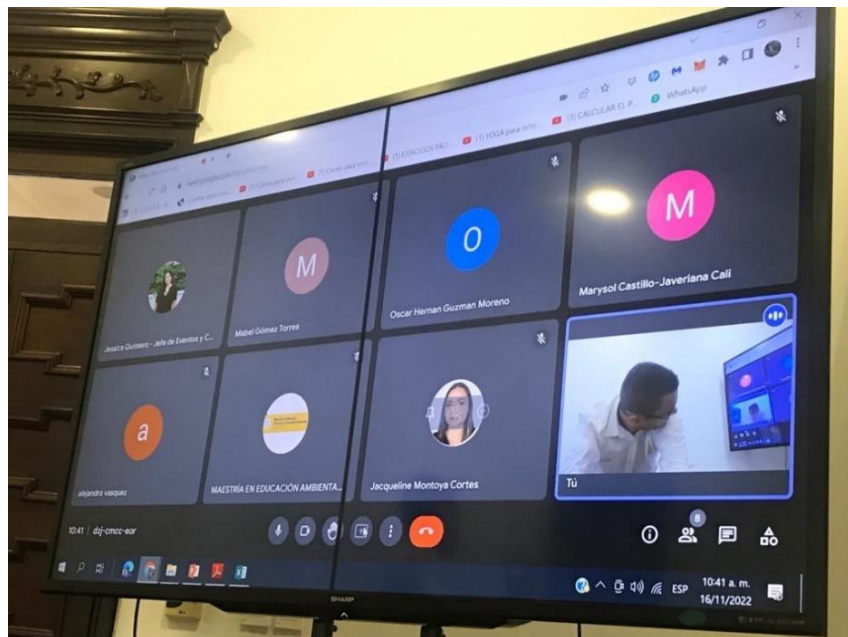
Imagen 4.

Reunión con el Concejo Consultivo de turismo de la Secretaría de Turismo de Santiago de Cali



Imagen 5.

Asistencia virtual del Concejo consultivo en la socialización del proyecto Política pública



3.3.3.3 III Rueda de negocios y IV Encuentro de turismo sostenible, destinos emergentes y territorios PDET

El encuentro tuvo lugar en el Hotel Dann en la ciudad de Cali los días 23 y 24 de noviembre de 2022, en el cual se desarrollaron dos eventos; el primero, el IV Encuentro de Turismo sostenible,

destinos emergentes y territorios PDET (Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial), liderado por ACOTUR -Asociación Colombiana de Turismo Responsable-, el cual tuvo una agenda académica para los asistentes (agencias operadores de Colombia) en temas relacionados con sostenibilidad, turismo comunitario, conferencias sobre cómo diferenciarse para competir por precio, workshops y espacios de networking para la generación de alianzas. También, el evento desarrolló en el segundo día de asistencia, la III Rueda de negocios, liderada por la Secretaría de Turismo donde participaron 20 empresas de la ciudad que fueron previamente seleccionadas de acuerdo a su oferta de destino en Cali, este espacio permitió a diferentes emprendedores locales ofertar sus negocios frente a posibles compradores del país, apalancando el comercio local y fortaleciendo el turismo comunitario de la región.

Durante los días del evento, la Secretaría contó con dos stands, uno para el consultorio turístico y el otro para brindar información sobre el proyecto de Acuerdo de Política Pública que en ese momento estaba en estudio ante el Concejo de Distrital.

En el segundo stand mencionado, se socializó el proyecto y se entregaron folletos a las personas que se acercaron al stand, indicando la importancia de inscribirse con el QR para recibir información posterior sabiendo que la participación ciudadana y la discusión de la política en el Concejo eran momentos cercanos en los cuales se iba a necesitar el apoyo de la comunidad del gremio, y por último, las personas llenaron la encuesta que se creó con el fin de recolectar información, percepción y datos de los asistentes, en relación con el análisis que se aborda en el último objetivo de esta práctica profesional (Secretaría de Turismo de Santiago de Cali, 2022).

Adjunto fotos del Encuentro a continuación,

Imagen 6.

IV Encuentro de Turismo Sostenible



Imagen 7.

IV Encuentro de Turismo Sostenible



La importancia de participar en este evento académico, empresarial y de turismo sostenible fue que

la socialización de la política y el alcance a la ciudadanía no solo se reflejó a nivel local, sino que la mayoría de las asistentes se encontraban de visita en Cali, por lo cual, en las conversaciones con estas personas de otras regiones del país, les sorprendía de una manera grata que Cali estaba por aprobar su política pública, a nivel nacional se convierte en un referente, ya que como lo dijo una guía certificada de Santa Marta, ‘de una ley como esta, todos los actores se van a beneficiar, obliga al municipio a tener continuidad en las gestiones’; también una funcionaria de la Alcaldía de El Tambo mostró interés en conocer los ejes estratégicos específicamente ya que desde su rol en la Secretaria de desarrollo agropecuario, ambiental, minero y turístico, ella como líder del proceso de turismo, se encontraba en la búsqueda de herramientas para implementar en su territorio que ayuden a la promoción y comercialización, asimismo se acercó al stand la Diputada del Valle del Cauca, su enfoque en las diferentes campañas ha sido el desarrollo del turismo y la primera infancia, en el espacio que se logró conversar, expresó que se había leído todo el documento y que aunque tenía algunos aspectos por socializar en la participación ciudadana, apoyaba totalmente que al fin la política tomara forma ya que su objetivo era “Articular actores del ecosistema del turismo para trabajar en función de la sostenibilidad del mismo”.

Con opiniones como las expresadas ahora, se concluye de acuerdo a la experiencia que en general, la política es un buen paso a seguir según los ciudadanos no solo de la comunidad caleña sino de departamentos como Cundinamarca, Cauca, Magdalena, Guaviare, Antioquia, Huila, entre otros, que toman como referente a Cali para sus territorios e identifican que el esfuerzo municipal es fortalecer el destino en el turismo, cada vez son más los eventos en los que Cali es anfitrión y por consiguiente la cadena de valor obtiene ingresos como resultado de estas estrategias.

3.3.3.4 Seminario de servicio al cliente en Turismo

Este seminario fue una reunión que se realizó el día 29 de noviembre de 2024, liderada por la

Secretaría de Turismo e instruida para el sector de Guianza de la ciudad de Cali. Tuvo alrededor de 20 asistentes, elegidos por Asoguias -Asociación de Guías de Turismo del Valle del Cauca- para esta capacitación, en la cual recibieron datos e información actualizada del servicio al cliente y visitante actual después de la pandemia y cómo desde su rol de acompañamiento en las diferentes experiencias del viajero, pueden mejorar y lograr que recomienden el destino Cali.

En este encuentro se tuvo la oportunidad de socializar la política pública con estos actores, dándoles a conocer los avances del documento y la importancia que se visibiliza para su labor y servicio en la implementación de las acciones del consolidado.

Finalmente, se tuvo un espacio para contestar los cuestionarios con el fin académico de evidenciar su opinión en la ejecución del proyecto, como gremio importante de la cadena turística.

En este encuentro se reunieron alrededor de 15 personas, de las cuales, contestaron la encuesta 14 guías de turismo.

El proceso de la agenda de socializaciones recopiló diferentes datos y perspectivas de los actores cercanos a la Secretaría de Turismo que para el último objetivo es importante evidenciar, teniendo en cuenta los resultados de los cuestionarios y la participación ciudadana previa a la aprobación de la política pública. También, durante la sesión que se sostuvo en la Secretaría, en las conversaciones después de la socialización, el Sr. Francisco Javier Quintero, Presidente de ASOGUIAS Valle de Cauca intervino (Imagen 10) para incentivar a los guías afiliados a hacer seguimiento a este tipo de programas de la Secretaría ya que en la fase de ejecución es donde actores como ellos se lograrían beneficiar con metas como formación, acompañamiento a fam trips que lleguen a la ciudad, ruedas de negocios, aportes al turismo comunitario, rural y urbano, y todas las actividades en las que ellos como guías se acercaran. Uno de los participantes, expresó que su compromiso como guía era mostrar lo mejor de Cali desde su trabajo profesional hasta la narrativa utilizada con cada visitante.

Fue de importancia abordar este grupo, ya que ellos son profesionales formados en Guianza turística, y el requerimiento cada vez es más solicitado en todos los servicios operativos de una reserva o de una visita. Así que esta sesión dejó lecciones en cuanto a posicionamiento del destino para que la formalización de este gremio se mantenga y se siga considerando clave en la prestación de los servicios.

Imagen 8.

Socialización con integrantes de Asoguias en el Seminario de Servicio al cliente



Imagen 9.

Socialización con integrantes de Asoguias en el Seminario de Servicio al cliente



3.4 Resultados de los actores que participaron en las socializaciones

Para abordar el último objetivo que tiene como propósito documentar la información que produjeron las socializaciones en relación con los actores involucrados y encuestados, se propone elaborar las conclusiones desde tres escenarios; el primero, participación y aportes de los actores en las socializaciones; perspectiva de los resultados de la Secretaría de Turismo en cuanto a liderazgo en las actividades ejecutadas, y reflexiones con respecto a la política pública y a la planificación de la misma.

3.4.1 Análisis cuantitativo

En el primer momento se evidencia la información generada durante el desarrollo de las socializaciones por los diferentes actores vinculados al proyecto de “Política pública distrital de turismo para Santiago de Cali”, según los resultados arrojados por los formularios de Google (Anexo 3) aplicados a algunos participantes en los encuentros, que fueron contestadas de manera virtual a través del QR y de manera física por formulario impreso.

Cabe indicar que la manera de aplicar la encuesta se desarrolló así: el universo del ejercicio realizado corresponde a los 3000 prestadores turísticos iniciales que son la población total del estudio, sin embargo, se tuvo acceso a aproximadamente 400 actores del sector de la ciudad de Cali en los 4 eventos realizados por la Secretaría de Turismo de los cuales se tiene conocimiento que están divididos en cuatro grupos de actores (mixto, público, academia y privado), en ese orden, se decide tomar una muestra alcanzable que es el 15% dando como resultado 60 encuestas aplicadas en las cuales se reunieron opiniones representativas de cada grupo segmentado.

Se presenta el cuestionario utilizado en los eventos en los cuales hubo espacio para las socializaciones de la Política pública de Turismo; este formulario (Anexo 4) tiene 5 preguntas con respuestas abiertas y cerradas, que fueron establecidas para evaluar percepción, visión y acción de

la política y conocimiento previo del documento.

Para comenzar a identificar la importancia de las respuestas en el cuestionario, se hablará acerca de las respuestas en la primera y segunda pregunta con el fin de establecer los 4 grupos de actores con esta primera parte del cuestionario.

En el siguiente cuadro están diferenciados los grupos teniendo en cuenta la funcionalidad y naturaleza de cada uno en la cadena de valor turística (mixto, público, privado y academia).

Tabla 10.

Grupos de actores identificados en el Formulario Google aplicado en las socializaciones

	Público	Academia	Privado	Mixto
	* Policía de Turismo	* Estudiante de Administración Turística		
	* Alcaldía de el Tambo Cauca	* Director de Carrera de Turismo	* Agencias de viajes	* ASOGUIAS Valle
	* Secretaría de Turismo de Buga	Javeriana Cali	* Aerolíneas	* ASERGUIAS
Asistentes	* Gobernación del Valle del Cauca	* Director Centro de Estudios en Turismo USB Cali	* Museos	* ANATO
	* Asamblea Departamental del Valle del Cauca	* Director programa de turismo	* Restaurante	* ACOTUR Bogotá
			* Medios de comunicación locales	
			* Hoteles	

Santiago de Cali

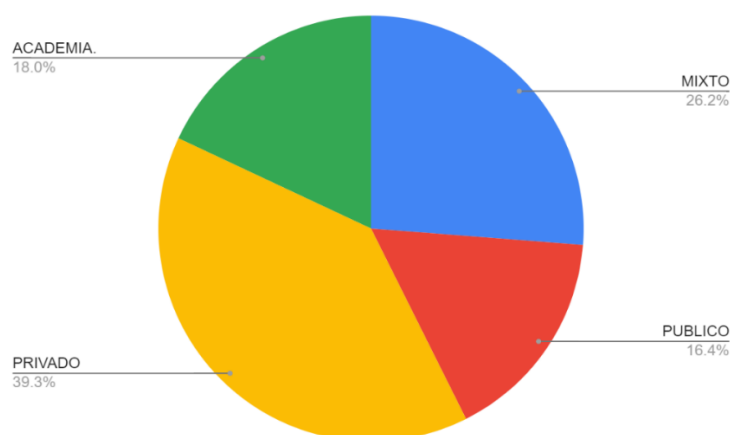
Nota: Elaboración propia

Para contextualizar acerca de los actores mencionados en el anterior cuadro, se realizó el siguiente gráfico circular, de acuerdo con el número de personas que contestaron la encuesta y su función según el sector al que pertenecen.

El total del número de encuestas fueron 60, que se dividieron según su ocupación o actividad, de la siguiente manera:

Gráfico 5.

Diagrama circular de los grupos de actores



Fuente: Elaboración propia

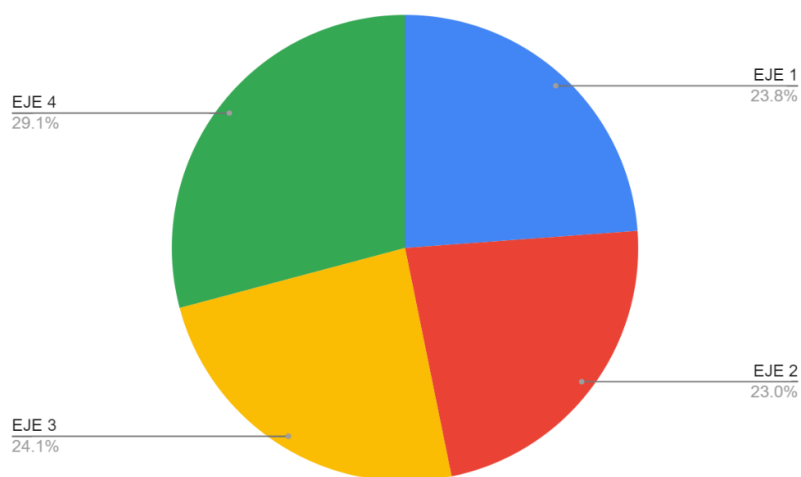
El Gráfico 5 visualiza los cuatro grupos identificados en el ejercicio, conforme a los porcentajes que el diagrama refleja, esto, según el número de personas que contestaron las encuestas, divididas en cada sector, fue así; el 18% que corresponde a la academia, fueron 11 personas entre estudiantes de la carrera Administración turística de la Universidad del Valle, profesores o directores de los programas de Turismo de universidades privadas de Cali; del sector mixto, fueron 16 personas con un 26,2 %, en las cuales hay organizaciones de nivel nacional y local como, Acotur Bogotá, Anato Cali y Asoguias Valle; en el sector privado, se identificaron 23 personas correspondientes al 39,3%

del total, en el cual se socializó el documento de política con personas del sector gastronómico, agencias de viajes operadoras y mayoristas, alojamiento, museos, aerolíneas y prensa; para terminar, en el sector público el 16,4% corresponde a 10 personas de entidades como, la Policía de Turismo, la Asamblea Departamental de Valle del Cauca, Gobernación del Valle del Cauca, Secretaría de Turismo de Buga, Secretaría de Turismo de Santiago de Cali, y Secretaría de desarrollo agropecuario, ambiental, minero y turístico de El Tambo, Cauca.

Dando paso a la tercera pregunta, después de la explicación durante las socializaciones de las partes esenciales de la política pública, los encuestados debían elegir según el orden de importancia desde su rol en el sector turístico, cada uno de los 4 ejes de menor a mayor, siendo 1 la de mayor impacto.

Gráfico 6.

Diagrama circular con resultados de la tercera pregunta



Fuente: Elaboración propia

Se identificó que, en los cuatro grupos de actores, hubo un común denominador a la hora de definir el eje más importante, esto según su perspectiva de los alcances en gestión e impacto de dicho eje, el primero elegido, con un porcentaje de 29,1 % fue el eje de posicionamiento y promoción del destino (Gráfico 6), 17 eligieron esta opción teniendo en cuenta que, este plan de acción abarca estrategias de participación en eventos internacionales y nacionales, desarrollo de la marca turística

del destino 'Cali', articulación entre actores y demás aspectos que fortalecen a los empresarios de la ciudad, también tiene relación la escogencia de esta respuesta con el tipo de eventos en los cuales tuvo espacio las socializaciones ya que estos respondían a metas de articulación.

Seguido, en un 24,1 % hubo inclinación por el eje 3, Competitividad e innovación, teniendo en cuenta que en este componente se desarrollan acciones que le apuntan a estrategias relacionadas con mejoramiento de infraestructura turística, innovación tecnológica, seguridad en atractivos, señalización turística, etc, para ellos, durante las conversaciones que se sostuvieron con los actores, es importante contar con factores externos de ciudad que sean atractivos para clientes internacionales y que sean desarrollados por las entidades pertinentes.

Para la pregunta cuatro del formulario, 'En su caso, ¿Cuál es su compromiso en esta hoja de ruta a 10 años?' se seleccionaron palabras claves de las 60 respuestas de los actores encuestados. A través de la aplicación Mentimeter se ingresaron en la plataforma las palabras o ideas más representativas de compromiso que expresaron los actores desde sus roles en la cadena y así incluirse en el plan de acción, para tener en cuenta, la mayoría de las respuestas hacen alusión a planes de trabajo durante los próximos diez años.

Cabe indicar que esta es solo una pequeña muestra de los diferentes compromisos y propósitos que la comunidad identificó para la ejecución de la hoja de ruta.

Imagen 10.

Compromisos de los actores encuestados de acuerdo con el plan de acción de la política pública de turismo



Fuente: Elaboración propia basado en Mentimeter

Según la Imagen 13, las palabras más usadas en todas las respuestas fueron, turismo sostenible, posicionamiento de destino, promoción, participación, compromiso y formación. En el caso del grupo Academia, las respuestas de los estudiantes estuvieron enfocadas en seguir estudiando para que en el futuro, como profesionales de turismo logaran implementar la política pública, contribuir al sector turístico caleño desde sus conocimientos, también expresaron la creación de productos sostenibles; por otro lado, también en este grupo se identificaron los docentes de las carreras de turismo en Cali, por ejemplo, el Director Centro de Estudios en Turismo USB Cali que respondió lo siguiente, “Sacar adelante la política pública formando con alto valor”; teniendo en cuenta que él lideró el proceso de construcción del documento técnico, es importante indicar que seguramente él será un actor que buscará hacer seguimiento en las siguientes fases de la política para que se cumpla lo propuesto.

A continuación, se indicarán algunas respuestas del sector público en esta pregunta, “Articular actores del ecosistema del turismo para trabajar en función de la sostenibilidad del mismo”, “Fortalecimiento a prestadores de servicios turísticos con herramientas que ayudan a la comercialización y promoción del destino”, “Seguir aportando desde mis conocimientos a fortalecer la capacitación del sector”, “Trabajar para que el Valle del Cauca se convierta en un

destino opción para los turistas nacionales y extranjeros”, por su función de empleados públicos, su característica es velar por el bienestar general de la comunidad, capacitarse continuamente para orientar y hacer seguimiento a los proyectos en los cuales tiene vinculación, estas respuestas le apuntan a metas como posicionamiento, formación, competitividad, acompañamiento, entre otros aportes.

En el sector privado, las personas encuestadas trabajan por sus actividades independientes o son empleados de estos negocios locales, algunas respuestas de este grupo fueron, “Promover, concientizar a las comunidades del desarrollo sostenible y el impacto que el turismo conlleva”, “Promover alternativas de turismo sostenible y con enfoque comunitario”, “Mi compromiso es continuar innovando y buscando ingredientes característicos de la región para incluirlos en los planes de las rutas turísticas”, “Generar un turismo sostenible. no devorador, que las comunidades no pierdan su cultura / Raíces”, “Conectividad”, como se puede ver en las diferentes respuestas, el objetivo de los prestadores de servicios turísticos es mejorar considerablemente el servicio con el cliente final, que a través de las herramientas que la política pública les otorgue, ellos logren innovar, impactar sosteniblemente en el territorio y mejorar las rutas turísticas o sus servicios de acuerdo con la actividad.

Y con respecto al sector mixto, los actores considerados en este grupo corresponden a la Asociación de Guías del Valle y Acotur, algunas respuestas fueron las siguientes, “Mi compromiso como guía es ayudar siempre a los visitantes con la información de nuestro departamento del Valle del Cauca”, “Realizar programas para comunidades vulnerable en el posicionamiento y promoción del destino, en este caso, Siloé y la comuna 20”, “Comercializar Cali y el Valle del Cauca como un destino turístico sostenible con servicios de alto nivel”, “Participar activamente en los espacios necesarios y aportar positivamente”, “Mi compromiso es estar vigente y actualizada”, estas organizaciones son de carácter público y privado, por lo cual su campo de acción amplio con los dos sectores, la

mayoría de respuestas fueron de los afiliados a Asoguías Valle, por lo cual se refleja el compromiso con la actualización constante en cuanto a servicios, experiencias y saberes, también posicionar sus localidades desde el turismo como lo es Siloé, que ahora se encuentra en auge por la experiencia relacionada con la comuna 20, el impacto social y el factor gastronómico, y por último, las iniciativas en la participación de los espacios que se puedan generar en el plan de ejecución de la política pública.

Por último, a la quinta pregunta “Antes de este encuentro, ¿tenía usted conocimiento del Proyecto de política pública liderada por la Secretaría de Turismo de Santiago de Cali?” 30 personas contestaron sí, y 30 personas contestaron, no. Lo cual indica que la Secretaría de turismo realizó un buen trabajo previo (durante el diagnóstico y formulación) en las etapas anteriores en cuanto a convocatoria y participación, pero con las socializaciones el alcance del conocimiento del documento técnico se amplió ya que según las respuestas logró llegar a más personas, y así mejorar la percepción de la política en las siguientes etapas.

3.4.2 Análisis cualitativo

Este análisis se desarrolla bajo dos percepciones establecidas desde el marco académico y aplicados a los dos grandes actores participantes en la práctica profesional, los actores del sector turístico de Cali y el parte institucional representado por la Secretaría de Turismo de Santiago de Cali y la Alcaldía municipal.

En ese sentido, los actores del sector turístico ganaron al final de este proceso de socializaciones:

- Conocimiento de la política pública
- Vinculación con el organismo público
- Articulación en la cadena de valor
- Proyección en plan de ejecución

Estos enunciados se tienen en cuenta desde las respuestas identificadas en la encuesta y en las interacciones presentadas durante las sesiones informativas de la política pública, sin duda el sector Es un esfuerzo de la Secretaría de Turismo de Santiago de Cali el largo proceso que ha tenido el documento técnico y por todas las fases y situaciones que ha atravesado durante estos años para llegar hasta las socializaciones, que es la fase previa a las discusiones de los concejales para la aprobación de la política pública.

Sin duda, el fin de la Secretaría no solo es cumplir con una meta más de la administración actual municipal, sino que, a nivel de sector, es un logro que todos los gremios del turismo en Cali celebran, ya que la expectativa es alta de acuerdo con el plan de ejecución, objetivos, acciones, metas y todos los ejes estratégicos que impacta en un territorio multicultural, biodiverso, sostenible y con tanta proyección económica como lo es Cali.

El balance de las socializaciones en general dio buenos resultados, la política finalmente se dio a conocer, y fue solo en los escenarios que se hizo mención en este documento, sino que a título personal el Secretario de Turismo en cada participación o evento que tuvo a lo largo de esos meses, informó en la radio, televisión local, videos promocionales, foros académicos, rendición de cuentas los avances de la política y cómo cada vez estaban más cerca de la aprobación y adaptación del documento.

Una prueba de que la convocatoria y articulación de la Secretaría fue efectiva, se reflejó después de la invitación (Anexo 5) que el organismo envió a los correos de las personas que se inscribieron a través del QR en los espacios de socialización para ser informados posteriormente del proceso.

La participación ciudadana tuvo lugar el día 24 de noviembre, donde al menos 15 actores de turismo de la ciudad intervinieron frente a los concejales acerca de las razones por las que una ciudad como Cali debían consolidar la propuesta de destino turístico no solo desde el sector privado que lo conforman todas las empresas de prestadores de servicios, sino que desde el sector público, se debe

ejercer gobernanza para que el destino se siga fortaleciendo.

Entre las personas del sector que intervinieron en la participación, se nombrarán algunos comentarios de algunos de ellos; Oscar Guzman, presidente de Cotelco Valle del Cauca expresó, “¿Por qué Medellín? Y es que, ¿por qué Barranquilla? y ¿por qué Bucaramanga? es porque hay plata. Es que cuando hay inversión, el costo beneficio es importante”; Alexander Zuñiga, Director de Turismo de la Universidad Javeriana, indicó “Queremos que realmente nos volvamos un destino turístico de talla mundial, como lo dice el Plan de Desarrollo Nacional, pero para ello necesitamos una política pública. No es posible que vivamos quejándonos que Bogotá tiene su política pública, tiene su distrito de turismo, Medellín tiene su política pública, tiene ya un nivel de desarrollo de destino mucho más desarrollado que nosotros. Nosotros no podemos seguir quedándonos siempre en tercer lugar”; Alejandro Vasquez, ex Secretario de Turismo de Santiago de Cali, “¿Cómo una Secretaría tan pequeña iba a tener política pública? y yo creo que es al contrario, el carecer de una política, el carecer de una organización, hace que esta Secretaría sea pequeña, se necesita que tenga recursos, visión y ejecución a largo plazo, los invito concejales a pensar a largo plazo, hay que pensar en la sostenibilidad” (Secretaría de Turismo de Santiago de Cali, 2022) .

Así como estos comentarios fueron todas las participaciones de la comunidad que apoyó la política ese día en la Comisión de planes y tierras, los términos como, avance, progreso, necesidad, crecimiento, generación de empleo, control y regulación, fueron las palabras que se relacionaron con la política, teniendo en cuenta que las falencias actualmente son varias y la oportunidad de crecimiento es gigantesca.

El resultado de este apoyo en la sesión de participación ciudadana se vio reflejada el día 6 de diciembre de 2022 que con 20 votos a favor de parte de los concejales del municipio de Cali, se aprobó la Política pública de Turismo para los siguientes diez años.

3.5 Conclusiones

1. Desde la percepción académica se concluye que la selección de los grupos estuvo determinada por variables económicas principalmente ya que los actores involucrados hacen parte importante de la dinámica de la cadena de valor, y, desde el organismo público un factor predominante fueron las relaciones políticas que se vieron reflejadas en la planeación de la agenda.
2. Los objetivos planteados, desde la percepción académica han guiado la planificación y ejecución de las socializaciones de la política pública.
3. Registrar la información generada durante las socializaciones proporciona una fuente de referencia para futuras evaluaciones, ajustes, consideraciones, planes de acción con los actores abordados.
4. Se seleccionaron los canales y eventos más adecuados para la socialización de la política teniendo en cuenta la agenda pública de la Secretaría, junto con la preparación de materiales y la identificación de los puntos claves a comunicar.
5. A nivel personal, esta práctica profesional fue de aprendizajes y retos; estar en una entidad pública y aprender desde su gestión el paso a paso de los procesos fue enriquecedor para entender los resultados que instituciones como la Secretaría de Turismo continuamente debe estar actualizado con la agenda propia y con la general que es la Alcaldía municipal; también destacar el talento humano que hay en esta dependencia teniendo en cuenta que son profesionales con mucho conocimiento del turismo, del desarrollo del sector y con más proyectos que cada vez los acerca más a la comunidad, por último indicar que el proceso de Política pública en la fase de formulación y aprobación terminó el 6 de diciembre de 2022 con el documento técnico adoptado por el Concejo municipal para el municipio de

Cali durante los siguientes diez años.

3.6 Recomendaciones

1. Generar mayor espacio de apertura en las entidades del Estado y la Academia para generar alianzas que beneficien al sector y los diferentes actores del proceso de desarrollo turístico.
2. Se recomienda la actualización y convocatoria regular de información y actividades del plan de acción de la política pública a la comunidad del sector, para que no solo sean receptores de información sino participantes durante el plan de ejecución.

Anexo 1.

SANTIAGO DE CALI

El secretario de Turismo (E)
Harold Caicedo Salazar

*Invita a la segunda rendición de cuentas 2022 del organismo,
para conocer logros y avances de los proyectos que impulsan
a nuestra ciudad como destino turístico.*

 **LIVE** | **Jueves 10** | **9:00 a.m.**
@SecretaríaDeTurismo | **de noviembre**

www.cali.gov.co



Anexo 4.

Encuesta sobre el Proyecto de Política pública de turismo de Santiago de Cali para los actores del sector turístico

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. Indique a qué gremio del sector turístico pertenece *

2. Indique qué cargo cumple en su empresa *

3. Según los ejes estratégicos y sus respectivos planes de acción, seleccione de 1 a 4 en orden de importancia, cuáles acciones considera usted serán de mayor ayuda al sector al que pertenece. Siendo 1 la de mayor impacto.

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4
Gobernanza y gestión del destino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desarrollo sostenible	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Competitividad e innovación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Posicionamiento y promoción del destino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. En su caso, ¿Cuál es su compromiso en esta hoja de ruta a 10 años? *

5. Antes de este encuentro, ¿tenía usted conocimiento sobre el proyecto de Política pública liderado por la Secretaría de Turismo del municipio de Cali? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

Anexo 5.



POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE CALI

Participa en el estudio del Proyecto de Acuerdo N.172 "Por el cual se adopta la Política Pública de turismo de Santiago de Cali 2022-2031 y se dictan otras disposiciones"

Sesión de participación ciudadana en el Concejo Distrital.

¡Construyamos juntos un destino turístico lleno de vida, desarrollo e innovación!

ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI
SECRETARÍA DE TURISMO

Referencias

Alcaldía de Santiago de Cali. (2021). *Plan de Desarrollo 2020-2023*. Cali.

Alcaldía Santiago de Cali. (28 de septiembre de 2016). *DECRETO EXTRAORDINARIO No.*

411.0.20.0516 DE 2016. Obtenido de

<https://www.cali.gov.co/documentos/2461/decreto-extraordinario-n-4110200516-de-2016/>

Alcaldía de Santiago de Cali. (26 de 04 de 2017). *Funciones del organismo*. Obtenido de

<https://www.cali.gov.co/turismo/publicaciones/131244/funciones-del-organismo/>

Alcaldía Santiago de Cali. (2019). *Proyecto de Acuerdo N.103 Política Pública de Turismo & Plan Estratégico de Turismo Rural y de Naturaleza*. Cali.

CEPAL(2020) https://www.cepal.org/sites/default/files/presentations/concept_note.pdf

CEPAL. (31 de Agosto de 2020). *Bibliogúías*. Obtenido de Gestión del Conocimiento (GDC):

<https://biblioguias.cepal.org/GestionDelConocimiento>

Departamento Administrativo de Planeación Municipal. (2019). *Guia metodologica para la formulacion, implementacion, seguimiento y evaluacion de politicas publicas DAPM Cali*.

Cali: Administración Central del Municipio de Santiago de Cali.

Dideduc. (2012). *Dideduc*. Obtenido de Metodología socializadora del proceso de enseñanza

aprendizaje en colaboración: [https://dideduc.webnode.es/trabajos-](https://dideduc.webnode.es/trabajos-complementarios/metodologia-socializadora-del-proceso-de-ense%C3%B1anza-aprendizaje-en-colaboracion/)

[complementarios/metodologia-socializadora-del-proceso-de-ense%C3%B1anza-](https://dideduc.webnode.es/trabajos-complementarios/metodologia-socializadora-del-proceso-de-ense%C3%B1anza-aprendizaje-en-colaboracion/)

[aprendizaje-en-colaboracion/](https://dideduc.webnode.es/trabajos-complementarios/metodologia-socializadora-del-proceso-de-ense%C3%B1anza-aprendizaje-en-colaboracion/)

El País. (15 de Agosto de 2022). Un éxito: la impresionante cifra de asistentes que tuvo el Petronio

Álvarez 2022. El País.

Fuenmayor, J. (2017). Actores en las decisiones públicas: aportes desde el enfoque de análisis de políticas. *Económicas CUC*, 38(2), 43-60. DOI: <http://dx.doi.org/10.17981/econcuc.38.2.2017.04>

Gunn, C. (2002). *Tourism Planning*. Gran Bretaña: Routledge.

Gonzalez Cely, L. J. (2014). UN ACERCAMIENTO CONCEPTUAL A LAS POLITICAS PUBLICAS. *Revista Global Iure*, 231-241.

Graglia, E. (2012). *En la búsqueda del bien común. Manual de políticas públicas*. Buenos Aires. ACEP y KAS

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2017). *Asistencia técnica en planificación del turismo*. Bogotá.

Ministerio del Interior; Departamento Nacional de Planeación; Departamento Administrativo de la Función Pública. (Agosto de 2022). *Documento Base de la Política*. Obtenido de Política Pública de Participación Ciudadana: https://www.mininterior.gov.co/wp-content/uploads/2022/09/2022-09-22_DOCUMENTO-POLITICA-PUBLICA-DE-PARTICIPACION-CIUDADANA-VERSION-FINAL-AJUSTADA-27092022.pdf

Molina, S. (2005). *Planificación integral del turismo. Un enfoque para Latinoamérica*. Ciudad de México: Editorial Trillas.

Osorio, M. (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. *Quivera*, 291-314.

Secretaría de Turismo de Santiago de Cali. (2019). *Proyecto de Acuerdo N.103 Política Pública Secretaría de Turismo de Santiago de Cali. (11 de Noviembre de 2022)*. En el Hotel Dann se realizará el 'IV Encuentro de Turismo Sostenible Acotur' y la 'III Rueda de Negocios'. Obtenido de [https://www.cali.gov.co/turismo/publicaciones/172906/en-el-hotel-dann-se-](https://www.cali.gov.co/turismo/publicaciones/172906/en-el-hotel-dann-se)

realizara-el-iv-encuentro-de-turismo-sostenible-acotur-y-la-iii-rueda-de-negocios/de Turismo & Plan Estratégico de Turismo Rural y de Naturaleza. Cali.

Secretaría de Turismo de Santiago de Cali. (25 de Noviembre de 2022). *Facebook*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/reel/494742736053068>

Subsecretaría de Previsión Social. (s.f.). *Participación Ciudadana SPS*. Obtenido de <https://www.previsionsocial.gob.cl/sps/participacion/participacion-ciudadana/#:~:text=La%20Participaci%C3%B3n%20ciudadana%2C%20en%20el,de%20igual%20forma%2C%20es%20un>

Tapella, E. (s.f.). *EL MAPEO DE ACTORES CLAVES*. Obtenido de Qué es el mapeo de actores: <https://planificacionsocialunsj.files.wordpress.com/2011/09/quc3a9-es-el-mapeo-de-actores-tapella1.pdf>

Torres, J., Perez, B., & Hernandez, L. M. (2020). El turismo en la planeación del desarrollo de México (200-2024). *Journal of tourism and heritage research*, 213-224.

Velásquez, R. (2009). Hacia una nueva definición del concepto "política pública". *Desafíos*.

Wagner, A. (2012). *Apoyo Didáctico a los Teóricos*. Obtenido de Actor Social: concepto, caracterización, análisis: https://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/teorico_del_13_06_2012_actor_social__concepto__caracterizacion__ analisis.pdf