

OPTIMIZACIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO A TRAVÉS DE ENFOQUES PARTICIPATIVOS Y DE DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE EN PALMIRA VALLE DEL CAUCA : 2024-2026



<https://doi.org/10.22533/at.ed.555112410109>

Fecha de Aprobación: 12/03/2025

Claudia Ximena Ochoa Guerrero

Magister en Gestión Pública Universidad
Santiago de Cali

Diego Fernando Díaz Ramírez

Magister en Gestión Pública Universidad
Santiago de Cali

Ligia Gómez Racines

Phd En economía agroalimentaria
Magister en Mercadeo
Universidad : Institución Universitaria
Escuela Nacional del Deporte
orcid.org/0000-0002-2573-3273)

Elizabeth Meneses Portilla

Universidad*: Institución Universitaria
Escuela Nacional del Deporte
ORCID*: 0009-0000-4435-4247
Magíster en Dirección de Empresas

Claudia Andrea Duque Castillo

Universidad*: Institución Universitaria
Escuela Nacional del Deporte
ORCID*: 0009-0007-1644-0202
Administradora de empresas - Mg en
Administración y Dirección de Empresas,

enfrentado desafíos relacionados con el conflicto interno. El país ha comenzado a implementar políticas públicas que fomentan el ecoturismo y el aprovechamiento sostenible de recursos naturales, con el objetivo de generar un impacto positivo en las comunidades locales y mejorar su calidad de vida. Estos esfuerzos están alineados con la creación de corredores turísticos que integran diversas regiones, promoviendo la diversidad cultural y natural del país. Como se ha mencionado, el establecimiento de políticas públicas en el sector turismo es crucial. Estas políticas deben ser diseñadas de manera coherente y transparente, buscando un equilibrio entre los intereses económicos, sociales y ambientales. La literatura en este ámbito es aún limitada en Colombia, lo que sugiere la necesidad de continuar investigando y desarrollando marcos normativos sólidos que apoyen un turismo sostenible y equitativo. El desarrollo del turismo en Palmira debe ser un proceso inclusivo y sostenible, donde la comunidad local juegue un papel protagónico. Con la implementación de estos lineamientos estratégicos, se espera que el municipio no solo aumente su atractivo turístico, sino que también mejore la calidad de vida de sus habitantes, respete su cultura y proteja su

RESUMEN: En Colombia, el turismo ha evolucionado considerablemente, especialmente después de haber

entorno natural. La colaboración entre los diferentes actores será clave para el éxito de esta política pública en el periodo 2022-2032.

PALABRAS CLAVE: Fortalecimiento, Política Pública de Turismo, Desarrollo Sostenible, Corredores turísticos del Pacífico,

OPTIMIZATION OF PUBLIC TOURISM POLICIES THROUGH PARTICIPATORY APPROACHES AND SUSTAINABLE LOCAL DEVELOPMENT IN PALMIRA VALLE DEL CAUCA: 2024-2026

ABSTRACT: In Colombia, tourism has evolved considerably, especially after facing challenges related to the internal conflict. The country has begun to implement public policies that promote ecotourism and the sustainable use of natural resources, with the aim of generating a positive impact on local communities and improving their quality of life. These efforts are aligned with the creation of tourist corridors that integrate various regions, promoting the cultural and natural diversity of the country. As mentioned, the establishment of public policies in the tourism sector is crucial. These policies must be designed in a coherent and transparent manner, seeking a balance between economic, social and environmental interests. The literature in this area is still limited in Colombia, which suggests the need to continue researching and developing solid regulatory frameworks that support sustainable and equitable tourism. The development of tourism in Palmira must be an inclusive and sustainable process, where the local community plays a leading role. With the implementation of these strategic guidelines, it is expected that the municipality will not only increase its tourist appeal, but also improve the quality of life of its inhabitants, respect their culture and protect their natural environment. Collaboration between the different actors will be key to the success of this public policy in the period 2022-2032.

KEYWORDS: Strengthening, Public Policy on Tourism, Sustainable Development, Pacific tourist corridors.

TÉRMINOS CLAVE: Desarrollo Turístico Sostenible, Biodiversidad, Oportunidades de Trabajo, Participación comunitaria, Capacitación y Formación, Infraestructura, Accesibilidad, Financiamiento y Recursos

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo principal proponer lineamientos estratégicos para el fortalecimiento de la política pública de turismo en el municipio de Palmira, en el contexto del período 2022-2032. La relevancia de este estudio radica en la necesidad de generar un desarrollo turístico sostenible y competitivo que responda a las particularidades sociales, económicas y territoriales del municipio. Se busca promover un enfoque que incorpore valores de equidad social, respeto por las tradiciones culturales y ancestrales, así como la protección del medio ambiente.

Palmira, situada en el Valle del Cauca, es un municipio que presenta un notable potencial turístico debido a su biodiversidad, riqueza cultural y gastronomía. A través de

la implementación de corredores turísticos y el reconocimiento por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo como parte de los corredores turísticos del Pacífico, se vislumbra una oportunidad significativa para atraer un mayor número de visitantes y fomentar el desarrollo local. Sin embargo, es esencial establecer lineamientos que integren a todos los actores involucrados en el sector turístico, garantizando un enfoque colaborativo que promueva la participación de la comunidad y respete los valores locales.

MARCO TEÓRICO

Revisión de literatura sobre turismo sostenible, políticas públicas de turismo y ejemplos de éxito en otros municipios o países.

Análisis de la situación actual del turismo en Palmira: estadísticas, tendencias y desafíos

METODOLOGÍA

El siguiente trabajo de investigación es de tipo encuestas cualitativas, descriptivas, basados en información de expertos de turismo con experiencia en el comportamiento del sector en los últimos años a través de encuestas semiestructuradas, documentos suministrados por la Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial de la administración municipal encargada del desarrollo de las políticas públicas, programas y proyectos de turismo en la municipalidad, encuestas realizadas a los prestadores de servicios turísticos.

Para alcanzar los objetivos propuestos en la investigación se contemplarán las dimensiones políticas y económicas como estrategia de integración para el desarrollo de la industria del turismo, teniendo en cuenta aspectos sociales, culturales y ambientales.

RESULTADOS

Encuesta prestadores de servicios turísticos de Palmira

- Resultado encuesta prestadores de servicios turísticos de Palmira
- Análisis de resultados encuesta

Encuesta cerrada aplicada a prestadores de servicios turísticos

Con un total de 97 encuestas realizadas se pretende obtener información de los prestadores de servicios turísticos del municipio de Palmira que permita conocer la situación actual de la actividad económica que desarrollan, la influencia de los factores internos y

externos que inciden en el comportamiento del turismo en la localidad y la perspectiva que tiene a futuro respecto de la actividad turística a mediano y largo plazo.

| | |
|--|--|
| Nombre del establecimiento: | |
| Ubicación: | |
| Nombre del entrevistado: | |
| Tiempo de funcionamiento: | |
| Actividad principal: | |
| Cuenta con Registro de Cámara de Comercio: | |
| Fecha: | |

Tabla 1. Datos Generales

Preguntas:

1. ¿Conoce los objetivos de la política pública de turismo del municipio de Palmira establecida por la administración Municipal en 2019?

Si ____ No ____

2. ¿Conoce usted el tipo de turismo que desarrolla el municipio de Palmira de acuerdo a la norma vigente eje, Ecoturismo, Agroturismo, turismo de naturaleza, turismo de aventura etc.?

Si ____ No ____ ¿Cuál? _____

3. ¿Cómo considera la situación actual del sector turístico en Palmira? Califique de 1 a 5
Siendo 1 deficiente y 5 excelente 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

4. Pertenece a alguna organización turística

Si ____ No ____ ¿Cuál? _____

5. ¿Recibió apoyo institucional para la creación de la unidad productiva turística?

Si ____ No ____ ¿Cuál? _____

6. ¿Recibió formación y/o capacitación en aspectos empresariales para el fortalecimiento de la unidad productiva turística?

Si ____ No ____ ¿Cuál? _____

7. ¿Recibió algún tipo de formación y/o capacitación para el fortalecimiento de la unidad productiva turística?

Si ____ No ____ ¿Cuál? _____

8. ¿Recibió apoyo financiero para la creación de la unidad productiva turística?

Si ____ No ____ ¿Cuál? _____

9. ¿Qué tipo de recursos financieros ha utilizado para el fortalecimiento de la unidad productiva turística? _____

10. Realiza mercadeo y/o comercialización del servicio turístico que ofrece?

Si ____ No ____

| | |
|------------|--|
| Radio | |
| Televisión | |
| Internet | |

| | |
|-----------|--|
| Volantes | |
| Voz a voz | |
| Perifoneo | |

| | |
|---------------|--|
| Recomendación | |
| Periódicos | |
| | |

11. ¿Realiza convenios con otras empresas del sector turismo para el mercadeo y comercialización del servicio turístico que ofrece?

Si ____ No ____ ¿Cuál? _____

12. Califique de 1 a 5 las condiciones de las vías para el acceso a la zona turística donde esta ubica la unidad productiva:

Siendo 1 deficiente y 5 excelente 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

13. Califique de 1 a 5 la prestación del servicio público de transporte para los visitantes

Siendo 1 deficiente y 5 excelente 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

14. Califique de 1 a 5 la prestación del servicio de salud para los visitantes

Siendo 1 deficiente y 5 excelente 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

15. Califique de 1 a 5 las condiciones de seguridad de la zona turística donde esta ubica la unidad productiva

Siendo 1 deficiente y 5 excelente 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

16. Califique de 1 a 5 las condiciones de señalización turística de la zona donde esta ubica la unidad productiva

Siendo 1 deficiente y 5 excelente 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

17. ¿Realiza algún tipo de formación y/o capacitaciones a la planta de personal de la unidad productiva Turística?

Sí ____ No ____ ¿Cuál? _____

18. ¿La unidad productiva cuenta con el Registro Nacional de Turismo (RNT)?

Sí ____ No ____

19. Califique de 1 a 5 las prioridades de apoyo que requiere el sector del turismo para mejorar su competitividad en el mercado? Siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

| | |
|--------------------------------------|--|
| Mejoramiento Infraestructura publica | |
| Apoyo Financiero | |
| Seguridad | |

| | |
|-----------------------------|--|
| Mercadeo y Comercialización | |
| Acompañamiento Empresarial | |
| | |

20. ¿Califique de 1 a 7 los aspectos relevantes que usted considera afectan el desarrollo turístico en el municipio de Palmira?

| | |
|--|--|
| Falta de apoyo Institucional | |
| Debilidad en la Infraestructura publica | |
| Falta de servicios de salud y emergencias | |
| Insuficiencia en Mercadeo y Comercialización de productos y/o servicios turísticos | |

| | |
|---|--|
| Debilidad en la Infraestructura publica | |
| Poco apoyo Financiero | |
| Falta de Seguridad en la localidad | |
| ¿Otro, cuál? | |

21. Considera usted, ¿falta de guías turísticos calificados en el sector?

Sí ____ No ____

22. ¿Qué potencialidades cree usted impactarían positivamente el crecimiento del sector turístico en la municipalidad?

| | |
|-------------|--|
| Gastronomía | |
| Naturaleza | |
| Cultura | |

| | |
|----------|--|
| Aventura | |
| Negocios | |
| Salud | |

| | |
|-------------|--|
| Ecoturismo | |
| Agroturismo | |
| | |

¿Otro, cuál? _____

23. ¿Cómo ve al sector turístico a futuro en el municipio de Palmira? Califique de 1 a 5

Siendo 1 deficiente y 5 excelente

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

5 ☐

Resultado y análisis encuesta prestadores de servicios turísticos de Palmira

De acuerdo a los datos arrojados en la aplicación de la encuesta, la mayoría de los prestadores de los servicios turísticos desconocen los lineamientos de la política de turismo y las posibles causas que se pueden inferir para justificar la desinformación podrían ser:

falta de difusión, desinterés, la complejidad de los documentos públicos o no considerar la importancia de contar con un documento que manifieste el compromiso gubernamental con dicha promoción.



Figura 1. Resultado pregunta 01

Fuente: Elaboración propia, 2021.

De los resultados obtenidos en esta pregunta, es posible decir que la mayoría de los prestadores de servicios turísticos no tienen clara la vocación turística y esto también obedece a que desde los entes gubernamentales no se ha apuntado a definir y promover esa definición de vocación y con ello dar paso a la generación de propuestas que impulsen el auge del mismo.

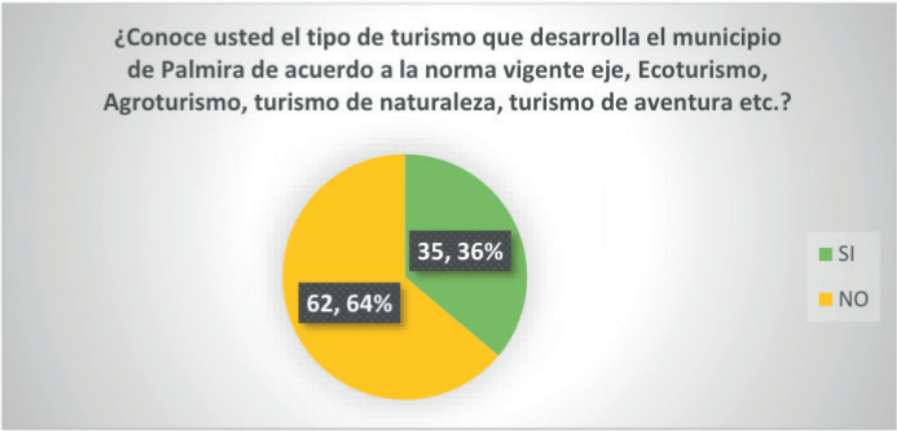


Figura 2. Resultado pregunta 02

Fuente: Elaboración propia, 2021.

De acuerdo a los datos, los prestadores de servicio turísticos, en su mayoría, consideran que es regular la situación del sector turismo en Palmira, lo cual puede traducirse en que ellos ven actualmente dicha prestación de servicio como una alternativa que les proporcione empleabilidad estable y modo de ingreso que permita una estabilidad económica.

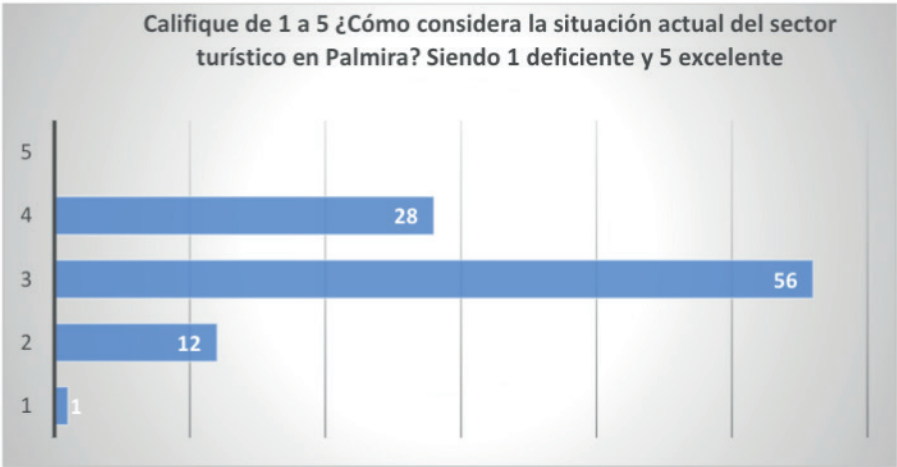


Figura 3. Resultado pregunta 03

Fuente: Elaboración propia, 2021.

De este particular, es posible identificar que en Palmira existen organizaciones o “agremiaciones” que se unen con el fin de ofrecer servicios turísticos darán paso a empleos estructurales con seguridades laborales, mejorará su productividad y la calidad del producto turístico, pero, solo unos pocos pertenecen a dichas agrupaciones de los cual es posible inferir que la informalidad laboral es el común denominador de estos prestadores.



Figura 4. Resultado pregunta 04

Fuente: Elaboración propia, 2021.

De acuerdo a lo manifestado por los entrevistados, solo el 15% de ellos han recibido apoyo por parte del gobierno local para la creación de su unidad productiva turística, lo cual puede denotar o que el apoyo a este tipo de emprendimientos no cuenta con mucho presupuesto o su difusión es baja.



Figura 5. Resultado pregunta 05

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Con respecto al tema de capacitación, el 35% de las unidades productivas encuestadas manifestaron que si habían recibido algún tipo de capacitación que les permitió orientar administrativamente su unidad productiva turística, es posible que la afluencia a dicha formación posiblemente obedecía a poder acceder a los apoyos económicos, pero, fueron pocos quienes pudieron acceder a ellos.



Figura 6. Resultado pregunta 06

Fuente: Elaboración propia, 2021.

A diferencia de la pregunta anterior, la capacitación en sí en el fortalecimiento de su unidad productiva, en su mayoría, los entrevistados manifestaron que no han recibido capacitación para el fortalecimiento de su unidad productiva, es posible que sea por o porque no han encontrado como hacerlo o consideraban innecesario recibirla

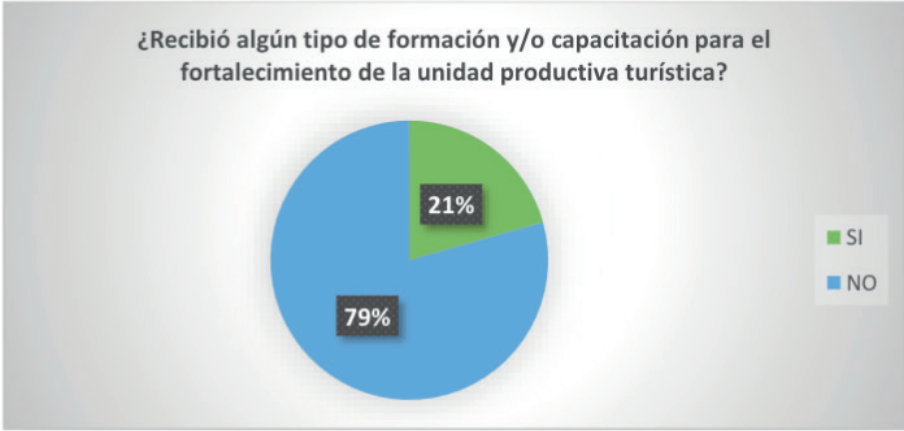


Figura 7. Resultado pregunta 07

Fuente: Elaboración propia, 2021.

De acuerdo a la información suministrada por los entrevistados, solo once de las unidades productivas han recibido apoyo financiero para la creación de su unidad productiva, es posible que dicha ayuda pudo haber sido a través de algún programa gubernamental que no permitía que fueran beneficiados muchos.



Figura 8. Resultado pregunta 08

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Acorde a la información suministrada, la gran mayoría de los encuestados manifestaron que los recursos que usaron para el fortalecimiento de su unidad productiva turística fueron obtenidos por su propio esfuerzo y vocación de trabajo en la especialidad turística.

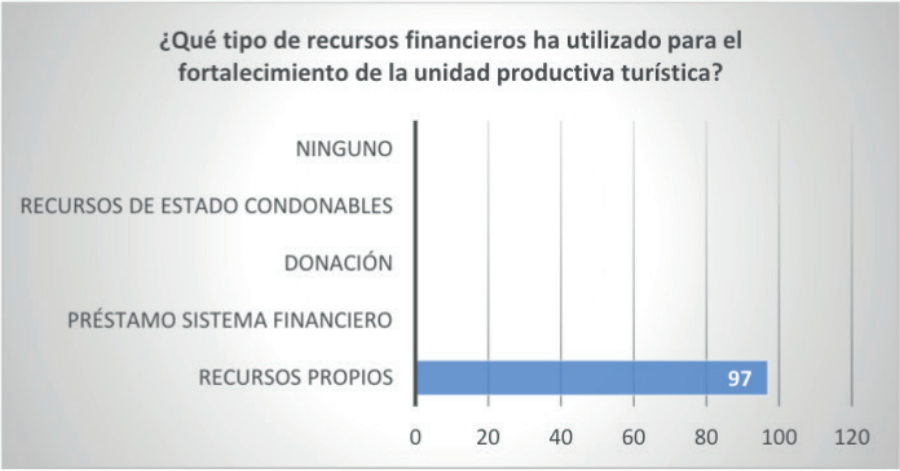


Figura 9. Resultado pregunta 09

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Acorde a la información suministrada por la mayoría de los encuestados, el mercadeo del servicio turístico es vital para la difusión y afluencia de clientes, por lo cual, se considera que estos emprendedores usan muchas herramientas de difusión.



Figura 10. Resultado pregunta 10

Fuente: Elaboración propia, 2021.

La mayoría de los encuestados manifestaron que el uso de las redes sociales es uno de los mecanismos más efectivos para difundir los servicios turísticos seguido, en un porcentaje menor por el voz a voz, porque si un turista se sintió satisfecho del servicio, es muy probable que haya referido el destino turístico.



Figura 11. Resultado pregunta 10

Fuente: Elaboración propia, 2021.

De acuerdo a los datos identificados, las unidades productivas no son filiales a realizar convenios entre ellas o a establecer figuras de agremiación, es posible que se a causa de discordancias en los manejos administrativos o el no llegar a acuerdos que permitan que todos puedan obtener réditos equitativos de su prestación del servicio.



Figura 12. Resultado pregunta 11

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Acorde a lo manifestado por los entrevistados, las vías de acceso a los sitios turísticos promovidos por ellos se encuentran en condiciones que permiten el desplazamiento e ingreso a las zonas sin mayor traumatismo para los vehículos.



Figura 13. Resultado pregunta 12

Fuente: Elaboración propia, 2021.

En su mayoría, los entrevistados manifiestan que los turistas que no cuentan con vehículo particular o que no desean usarlo pueden tener acceso a las zonas turísticas en transportes intermunicipales de afluencia continua.



Figura 14. Resultado pregunta 13

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Una de las falencias detectadas y manifestadas a través de la aplicación de esta encuesta es que la prestación de servicios de salud en la zona es tendiente a la ineficiencia,

teniendo en cuenta que algunos operadores ofrecen turismo de aventura y este puede dar pie a alguna eventualidad, hablando en términos de salud.



Figura 15. Resultado pregunta 14
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Los operadores turísticos, en su mayoría, manifiestan que las condiciones de seguridad de las zonas permiten una asequibilidad sin verse expuesto a situaciones de orden público, pero, para poder corroborar esta información se necesita también la percepción del turista.

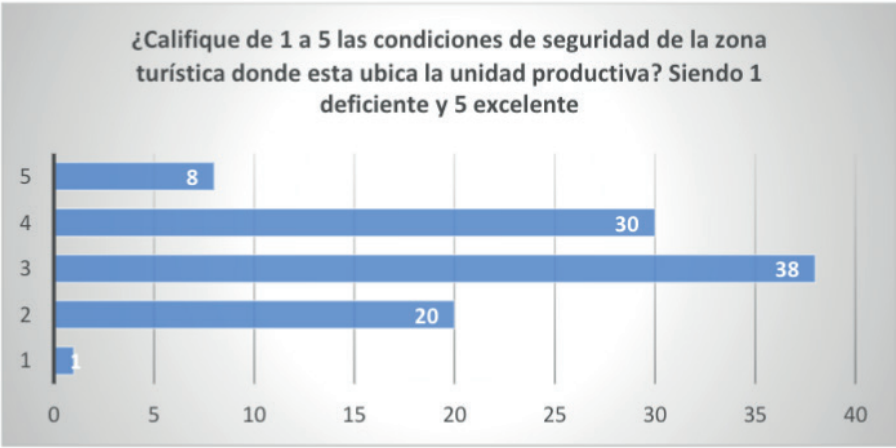


Figura 16. Resultado pregunta 15
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Los representantes de las unidades turísticas convienen, en su mayoría, que la señalización que permita la orientación turística para acceder a los sitios de interés aún es deficiente lo cual hace que no se sientan atraídos u orientados a visitar.

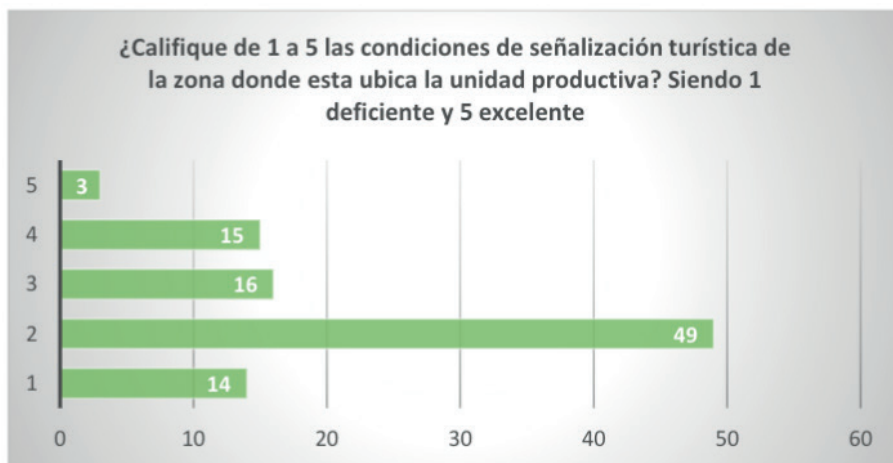


Figura 17. Resultado pregunta 16

Fuente: Elaboración propia, 2012.

En su mayoría, los encuestados manifestaron que no han recibido o no suministran capacitación a su personal en esferas que correspondan a la aplicación de su actividad laboral



Figura 18. Resultado pregunta 17

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Con relación a la vinculación de los prestadores de servicios a organizaciones legalmente constituidas de observa que el 74% no tienen ningún tipo de vínculo con organizaciones que se especializan al desarrollo de la industria del turismo como FONTUR y ACOLAP.

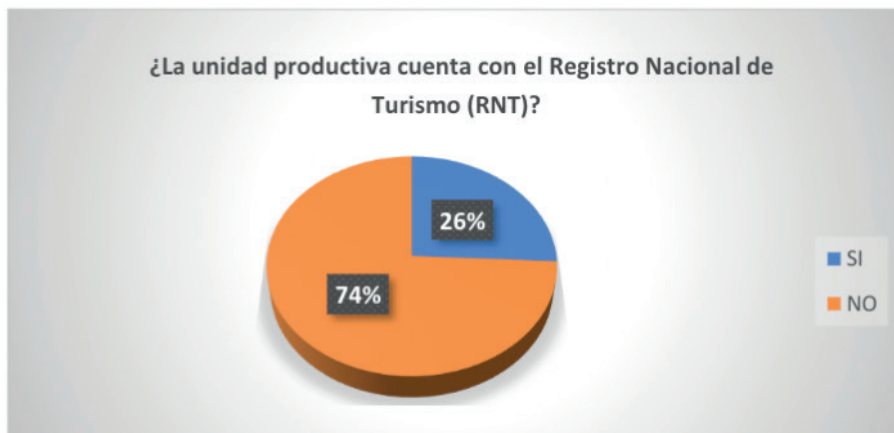


Figura 19. Resultado pregunta 18

Fuente: Elaboración propia, 2021.

En lo que respecta a los apoyos que requiere el sector turismo para el mejoramiento en la prestación del servicio de manera eficiente y con calidad, se considera que la infraestructura y servicios generales que se brindan en el municipio es tendiente a la aceptabilidad con un estimado promedio cercano al 70% en lo que corresponde a las vías de acceso a los sitios donde se desarrolla el turismo, así mismo se identifica una percepción positiva superior al 75% respecto al servicio de transporte público, de igual manera la calificación de seguridad en las zonas de desarrollo turístico es superior al 78% de confianza, no siendo así la calificación en la prestación de los servicios de salud que superan el 70% de desconfianza.

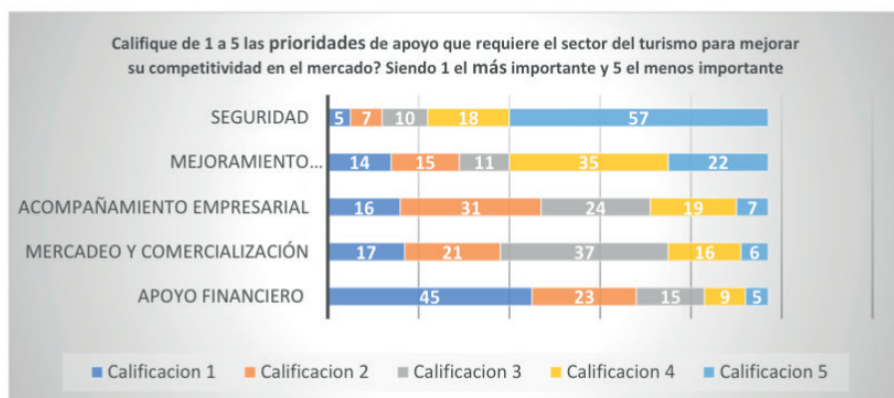


Figura 20. Resultado pregunta 19

Fuente: Elaboración propia, 2021.

La mayoría de los representantes de las unidades de producción turística estuvieron en acuerdo que es necesario contar con personal calificado en el conocimiento de la zona y ofrecimiento de las servicio ya que esto proporcionaría un plus en el proceso y una mayor satisfacción del cliente turista.



Figura 21. Resultado pregunta 21
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Los encuestados inclinaron su opinión porque se debe apuntar y fortalecer la el turismo encaminado al ofrecimiento gastronómico, de naturaleza y ecoturismo dado que la ubicación de Palmira se presta para explotar estas potencialidades.



Figura 22. Resultado pregunta 22
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Los representantes de las unidades productivas de turismo son optimistas en que a pesar de la situación de pandemia los afectó mucho en la prestación de servicios y

obtención de ganancias, la reactivación económica permitirá una conversión del servicio ofrecido que permitirá un resurgir y un mejoramiento del proceso.

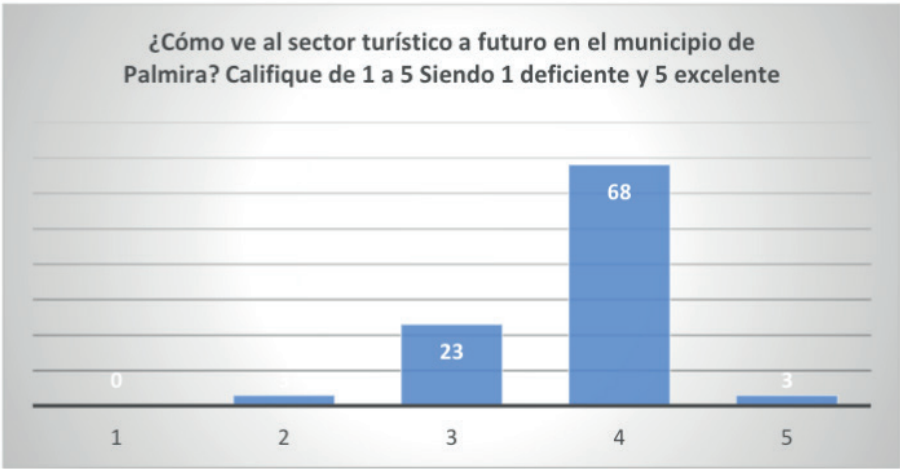


Figura 23. Resultado pregunta 23

Fuente: Elaboración propia, 2012.

Con una participación significativa de 97 prestadores de servicios turísticos dedicados a las actividades de gastronomía (40), Hospedaje (26) Agroturismo y ecoturismo (14), operadores turísticos (8) recreación (7), Negocios (1) y religioso (1), se aplicó la encuesta para conocer la actualidad del sector del turismo en el municipio desde la perspectiva de los empresarios, donde se observa que el 76,78% de los encuestados no conocen la política pública de turismo implementada en el año 2019 mediante el acuerdo municipal 084 del mes de septiembre, como también se identifica que no existe claridad respecto a la vocación turística desarrollada en la localidad con un 62% de desconocimiento.

Con relación a la vinculación de los prestadores de servicios a organizaciones legalmente constituidas se observa que el 74% no tienen ningún tipo de vínculo con organizaciones que de alguna manera les permita la articulación de las actividades empresariales que desarrollan y del 26% que, si hacen parte de organizaciones, solo 5 de ellas están vinculadas a entidades que se especializan al desarrollo de la industria del turismo como FONTUR y ACOLAP.

Es significativo también identificar el apoyo y acompañamiento de las entidades públicas y privadas en el desarrollo de la actividad turística en la localidad, donde encontramos que el 85% de los prestadores de servicios turísticos no recibieron apoyo en la creación de la unidad productiva, el 65% de los encuestados no han recibido capacitación en aspectos empresariales y más del 79% no recibió ningún tipo de formación y/o capacitación para el fortalecimiento de la unidad productiva turística, así como, el poco apalancamiento financiero que tienen los empresarios para los emprendimientos y/o el fortalecimiento

de las unidades de negocios que supera el 90%. En lo concerniente a la actividad de mercadeo y comercialización de los productos y servicios ofrecidos, se observa que el 67% de los encuestados utilizan algún medio para la promoción de la actividad turística prestada donde se destaca el Internet, el voz a voz y las recomendaciones.

En lo que respecta a la infraestructura y servicios generales que se brindan en el municipio se puede resaltar que el existe una calificación aceptable cercana al 70% en lo que corresponde a las vías de acceso a los sitios donde se desarrolla el turismo, así mismo se identifica una percepción positiva superior al 75% respecto al servicio de transporte público, de igual manera la calificación de seguridad en las zonas de desarrollo turístico es superior al 78% de confianza, no siendo así la calificación en la prestación de los servicios de salud que superan el 70% de desconfianza.

Es importante conocer las expectativas que tienen los prestadores de servicios turísticos para los próximos años, como se visualizan a mediano y largo plazo; encontrando que más del 95% de las encuestas espera un escenario positivo en los próximos años, además de poder contar con el apoyo en aspectos financieros, Mercadeo y comercialización y acompañamiento institucional que permita el desarrollo permanente de la industria del turismo.

PERCEPCIÓN DE LOS EXPERTOS EN TURISMO RESPECTO AL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO DE PALMIRA DESDE LA INSTITUCIONALIDAD.

Una vez concluidos los análisis de importancia – gobernabilidad e importancia – incertidumbre se procede a diseñar y aplicar una entrevista semi-estructurada en la cual se realizaron sesiones personalizadas con otros actores relevantes para el sector y el negocio turístico en Palmira:

| Nombre | Entidad/Empresa | Cargo |
|---------------------|------------------------------|---|
| Mauricio Galán | Alcaldía de Palmira | Líder Programa de Turismo |
| Alexander Rivera | Concejo municipal de Palmira | Ponente Política Publica de Turismo de Palmira 2019 |
| Alex Wilmer Orozco | CORPONIMA | Representante legal |
| Neysi Suarez | USC sede Palmira | Directora Facultad Ciencias Económicas |
| Edwin Javier Botero | Cámara de Comercia Palmira | Director de desarrollo Empresarial |

Tabla 2. Relación de participantes Entrevistas Semi-Estructuradas

Fuente: Elaboración propia, 2012.

PREGUNTAS GENERALES A PARTICIPANTES

Aspectos Generales.

- ¿Conoce los objetivos de la política pública de turismo del municipio de Palmira establecida por la administración Municipal en 2019?
- ¿Cómo considera la situación actual del sector turístico en Palmira?
- ¿Qué aspectos relevantes considera usted que afectan el desarrollo turístico en el municipio de Palmira?
- ¿Qué potencialidades cree usted impactarían positivamente el crecimiento del sector turístico en la municipalidad?
- ¿Qué acciones cree usted que son prioritarias para desarrollar en el sector de turismo en Palmira?
- ¿Cómo considera que se pueden mejorar las condiciones para obtener mayores resultados en términos de competitividad?
- ¿Cómo ve al sector turístico a futuro en el municipio de Palmira (año 2030)?

Aspectos específicos para Entidades Estatales

- ¿La institución que usted representa brinda programas de emprendimiento y/o fortalecimiento empresarial al sector turismo?
- ¿En su institución existen programas o líneas de financiación a iniciativas empresariales o fortalecimiento a las existentes del sector turismo?
- ¿Que programas y/o proyectos de inversión realiza la entidad para el fortalecimiento del desarrollo turístico del municipio.
- ¿Qué condiciones competitivas son prioritarias para mejorar la oferta de la institución que Ud. representa para fortalecer el sector del turismo en Palmira?

Aspectos específicos para Instituciones Educativas

- ¿La institución que usted representa brinda programas de emprendimiento y/o fortalecimiento empresarial al sector turismo?
- ¿En su institución existen programas o líneas de financiación a iniciativas empresariales o fortalecimiento a las existentes del sector turismo?
- ¿Cómo puede la academia apalancar el mejoramiento de la competitividad del sector turístico?
- ¿Qué condiciones competitivas son prioritarias para mejorar la oferta de la institución que Ud. representa para fortalecer el sector del turismo en Palmira?

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS ADICIONALES A LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE PALMIRA

| Perspectiva | Objetivo | Estrategia | Meta | Indicador | Responsable |
|-------------|---|--|---|--|--|
| Producto | Fortalecimiento Institucional brindando herramientas económica, logísticas y de Capital Humano | Implementar acciones encaminadas a fortalecer la competitividad de las instituciones publicas | Creación de la Secretaria de Turismo del municipio de Palmira | Secretaria de Turismo Creada | Alcaldía de Palmira |
| | | | Fortalecimiento del Comité de Turismo Municipal | Comité de Turismo Municipal fortalecido | Alcaldía de Palmira |
| | | | Actualización del POT de acuerdo a las potencialidades del turístico en el municipio. | POT actualizado de acuerdo a los corredores turísticos | Alcaldía de Palmira - Concejo Municipal |
| | | | Realizar y/o actualizar el Plan de Desarrollo Turístico del Municipio de Palmira | Plan de desarrollo Turístico Actualizado | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial |
| | | | Socialización de las acciones realizadas desde la administración municipal | 100% de los actores turísticos informados | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial |
| Producto | Aprovechamiento de los atractivos turísticos del municipio de Palmira como factor diferencial para el mejoramiento de la competitividad | Identificar la vocación turística real del municipio de Palmira, que potencialice la competitividad de la industria del turismo Palmirano | Realizar y/o actualizar el inventario turístico del municipio de Palmira. | Inventario turístico Actualizado | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial |
| | | | Identificar la vocación turística del municipio de Palmira teniendo en cuenta su patrimonio natural, cultural y gastronómico como elementos diferenciadores. | Vocación Turística Identificada y Socializada | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial |
| | | | Diseño de productos turísticos bien diferenciados de acuerdo a la vocación turística del municipio y las potencialidades identificadas para la creación posterior de rutas. | 50% Productos turísticos diseñados | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial |
| | | Fomentar el encadenamiento institucional del turismo enfocado a dar solución a las prioridades del turismo y las vocaciones locales y municipales. | Instalación de mesas de trabajo de actores públicos y privados en el marco de comité de Turismo Municipal | Mesas de Trabajo Instaladas y operando | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial |

| | | | | | |
|----------|--|---|---|---|--|
| Producto | Articulación y coordinación de los actores turísticos del municipio de Palmira | Fomentar la interrelación entre el sector empresarial y el turismo en todas sus manifestaciones, generando lazos, convenios y demás filiaciones que permitan el desarrollo integral | Identificar los actores locales en la cadena de valor turística y puedan hacer parte de los clústeres y microclústers en el destino Palmira. | Actores locales en la cadena de valor turística Identificados | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial |
| | | | Crear y operar mesas de trabajo sectoriales | Mesas de Trabajo Instaladas y operando | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial |
| | | Dar apoyo al fomento de la inversión pública y privada para el desarrollo del potencial turístico que permita desarrollar productos diferenciados y competitivos. | Implementar un Programa de Fortalecimiento a prestadores de servicios turísticos permanente a propósito de la dificultades Administrativas, financieras, operativas y de bioseguridad a partir de la pandemia de COVID-19 | Programa de fortalecimiento implementado | Alcaldía de Palmira - Cámara de Comercio de Palmira - Comité de Turismo |
| | | | Implementar un Programa de fomento y financiación a emprendimientos priorizando la participación de jóvenes, mujeres, adultos mayores, discapacitados y campesinos con enfoque turístico | Programa de fomento y financiación implementado | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial |
| | | | Impulsar la Innovación como dinamizadora del desarrollo y mejoramiento continuo de los productos y servicios mediante propuestas de ofertas atractivas y diversas. | 100 iniciativas Impulsadas | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial |
| | | | Generar condiciones para el desarrollo sostenible del turismo con programas que fortalezcan la consciencia ambiental en el territorio. | Plan de desarrollo sostenible de turismo | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial - CVC |
| | | | Apoyar el fortalecimiento de los procesos de cualificación del capital humano para todo el sector de turismo de Palmira | Programa de formación turística integral implantado | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial - SENA |
| | | | Apoyar el fortalecimiento del capital humano, priorizando el bilingüismo para todo el sector de turismo de Palmira | Programa de bilingüismo implementado | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial - SENA |
| | | | | | |
| | | Gestionar incentivos tributarios que fomenten la inversión pública y privada para el desarrollo turístico del municipio. | Acuerdo Municipal para la creación de incentivos tributarios que fomenten la inversión pública y privada para el desarrollo turístico del municipio | Acuerdo municipal creado | Alcaldía de Palmira - Concejo Municipal |

| | | | | | |
|-----------|--|--|---|---|--|
| Promoción | Posicionamiento del Municipio de Palmira como atractivo turístico Regional, Nacional e Internacional | Realizar las acciones necesarias para lograr el posicionamiento de Palmira como destino turístico según sus características geográficas y culturales locales. | Formular un Plan de Marketing turístico | Plan de Marketing turístico Formulado | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial - Dirección de Comunicaciones |
| | | Generar espacios que faciliten la interacción entre los actores turísticos para la articulación de la oferta de productos y servicios brindados como destino y el fomento del turismo local. | Realizar el portafolio de productos y servicios turísticos de Palmira | Portafolio de productos y servicios realizado | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial - Dirección de Comunicaciones |
| | | | Apoyar estrategias de comunicación independientes para la gestión y difusión de la información a través de la implementación de soportes digitales, audiovisuales y escritos para la promoción de los productos turísticos de Palmira | 10 estrategias de comunicación apoyadas | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial |
| | | | Implementación de canales de promoción y divulgación de los productos y servicios turísticos | Canales de promoción y divulgación implementados | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial - Dirección de Comunicaciones |
| | | | Promover los atractivos, productos y servicios turísticos desde el ámbito local y regional como estrategia de posicionamiento turístico de Naturaleza, cultura, Gastronomía y deporte. | Estrategia de Posicionamiento turístico implementada | Alcaldía de Palmira - Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial - Dirección de Comunicaciones |
| | | | | | |
| | | | Garantizar la seguridad de pobladores, visitantes y turistas que propenda por la protección y bienestar del individuo y de sus bienes, facilitar el establecimiento de medios de información, prevención, protección, seguro y asistencia específicos que correspondan a sus necesidades. | Programa de protección y prevención implementado | Alcaldía de Palmira - Secretaria de Gobierno - Policía Nacional |
| | | | Garantizar la prestación del servicios de salud en los diferentes corredores turísticos que garanticen la atención oportuna y de Calidad | Programas de Atención y prevención en Salud implementados | Alcaldía de Palmira - Secretaria de Salud |

| | | | | | |
|----------|---|---|--|--|--|
| Producto | Gestionar con las instituciones públicas y privadas competentes las acciones requeridas para el desarrollo de la actividad turística competitiva. | Generar las condiciones necesarias que garanticen el bienestar de pobladores y visitantes, propiciando la prestación de los servicios turísticos con calidad en las diferentes localidades y responda a los requerimientos de infraestructura necesarios para el turista. | Fortalecer la conectividad terrestre en las vías terciarias mediante el establecimiento de rutas con más frecuencia aprovechando la interconexión entre zonas rurales y el sector urbano de Palmira. | Rutas de conectividad fortalecidas | Alcaldía de Palmira - Secretaría de tránsito y Transporte - Transportadores Privados |
| | | | Mantenimiento constante de la infraestructura vial de los sectores periurbanos y rurales (Vías Terciarias) que facilitan el acceso a las unidades productivas turísticas de las zonas rurales del municipio. | Plan de mantenimiento vial implementado | Alcaldía de Palmira - Secretaría de Infraestructura, Renovación Urbana y Vivienda |
| | | | Coordinar con las entidades competentes la adecuación y fortalecimiento de la infraestructura de saneamiento básico para el uso adecuado del turismo. | Plan de capacitación y formación establecidos | Alcaldía de Palmira - Secretaría de Educación - USC - SENA |
| | | | Propiciar los mecanismos necesarios para la formalización de las unidades de negocios turísticas como herramienta de competitividad | 100 unidades de negocios formalizadas | Alcaldía de Palmira - Cámara de Comercio de Palmira |
| | | | Diseño e implementación de una señalización que reúna los requerimientos y expectativas de los visitantes, proporcionándoles orientación suficientemente clara sobre los corredores viales hacia los diferentes atractivos que se ofertan. | Señalización Turística Diseñada e Implementada | Alcaldía de Palmira - Secretaria de Infraestructura, Renovación Urbana y Vivienda |
| | | | Propiciar la Integración de las universidades y centros de enseñanza especializados en procesos continuos de investigación en todos los niveles para el mejoramiento continuo de la oferta turística y sus componentes | Convenio establecido e implementado | Alcaldía de Palmira - Secretaria de Educación - Academia - SENA |

Tabla 3 Establecer lineamientos estructurales complementarios a la política pública turística, dirigido a fortalecer la competitividad del sector turismo en el municipio de Palmira, para el periodo 2024-2026.

Fuente: Elaboración propia, 2021.

DISCUSIÓN

La encuesta realizada a los prestadores de servicios turísticos en el municipio de Palmira, junto con las entrevistas semi-estructuradas a actores clave del sector, permite obtener una visión clara sobre la situación actual del turismo en la región y los desafíos que enfrenta.

- Conocimient

- os y Percepción sobre la Política Pública de Turismo
- Situación Actual del Sector Turístico
- Educación y Capacitación
- Infraestructura y Accesibilidad
- Potencialidades y Estrategias de Desarrollo
- Futuro del Turismo en Palmira

CONCLUSIONES

1. Expectativa positiva sobre el turismo: Los prestadores de servicios turísticos ven el turismo como una oportunidad para mejorar ingresos, generar empleo y fomentar el desarrollo local, basándose en las potencialidades culturales, naturales y gastronómicas.

2. Sensibilización comunitaria: Es crucial sensibilizar a las comunidades rurales sobre los beneficios del turismo, como la creación de empleo, la mejora de infraestructura y la calidad de vida, sin descuidar la sostenibilidad.

3. Desconocimiento de la Política Pública: Existe un alto nivel de desconocimiento sobre la política pública de turismo, lo que indica la necesidad de una mejor comunicación y difusión de la misma.

4. Optimismo sobre el Futuro: A pesar de los desafíos, existe un optimismo generalizado sobre el futuro del turismo en Palmira, lo que sugiere oportunidades para el crecimiento y desarrollo sostenido del sector.

5. Capacitación Insuficiente: La falta de capacitación adecuada para los prestadores de servicios turísticos es un obstáculo significativo que debe ser abordado para mejorar la calidad del servicio.

6. Infraestructura y Servicios: Las condiciones de infraestructura y servicios de salud deben mejorarse para aumentar la competitividad y atraer a más turistas.

7. Potencialidades No Aprovechadas: Palmira cuenta con un gran potencial turístico que aún no ha sido plenamente explotado, especialmente en áreas como gastronomía y ecoturismo.

8. Necesidad de Articulación: Es crucial establecer mecanismos de colaboración entre los diferentes actores del sector turístico para crear una oferta coherente y atractiva.

9. Seguridad y posicionamiento: Es clave garantizar la seguridad y posicionar a Palmira como un destino turístico atractivo, destacando sus características geográficas y culturales.

REFERENCIAS

Alcaldía de Palmira. (diciembre de 2018). *Anuario estadístico de Palmira 2019*. Recuperado el 2021, de https://ccpalmira.org.co/anuarios_estadisticos/palmira/anuario_2019/POT.html

Alcaldía de Palmira. (2020). *Plan de Desarrollo del Municipio de Palmira 2020 -2023: "Palmira Pa` Lante"*. Recuperado el 2021, de https://ccpalmira.org.co/anuarios_estadisticos/palmira/anuario_2020/doc/int5.pdf

Asamblea departamental del Valle del Cauca. (2019). *Política pública de turismo del Valle del Cauca*. Recuperado el 2021, de <https://www.valledelcauca.gov.co/loader.php?lServicio=Tools2&lTipo=viewpdf&id=29115>

Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitución Política de Colombia, Artículo 52*. Obtenido de <https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf>

Betancourt Guerrero, B., & Botero Cardona, E. (2018). *Estudio prospectivo de mejoramiento competitivo de las Mipymes del sector turístico en Palmira 2017 – 2027*. Recuperado el 2021, de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/11366?show=full>

Botero, E. (2017). *Estudio prospectivo de mejoramiento competitivo de las Mipymes del sector turístico en Palmira 2017 – 2027 Tesis de Pregrado, Universidad del Valle*. Recuperado el 2021, de <https://bit.ly/2X2ptA5>

Cámara de comercio de Palmira. (2016). *Anuario estadístico de Palmira 2017*. Recuperado el 2021, de 2017: https://www.fundacionprogresamos.org.co/anuarios_estadisticos/palmira/anuario_2017/asphg.html

Cámara de comercio de Palmira. (2016). *Anuario estadístico de Palmira 2017*. Recuperado el 2021, de https://www.fundacionprogresamos.org.co/anuarios_estadisticos/palmira/anuario_2017/asphg.html

Cámara de Comercio de Palmira. (2020). *Concepto sobre la situación económica de Palmira y su zona de influencia (Pradera, Florida y Candelaria) año 2019. Departamento de Planeación y Desarrollo*. Recuperado el 2021, de <https://bit.ly/3yWpaUR>

Carrera, D. (2020). *Análisis de escenarios económicos y sociales frente al COVID-19 en el Municipio de Palmira Valle del Cauca. Researchgate*. Recuperado el 2021, de <https://bit.ly/3A4QOjA>

Citur. (2018). *Plan sectorial de Turismo 2018 -2022*. Recuperado el 2021, de <https://www.citur.gov.co/publicaciones?s=P#gsc.tab=0>

Comite técnico del Citur. (2018). *Caracterización de los prestadores de servicios turísticos formales e informales del Valle del Cauca" julio- agosto 2017. pp. 21-26*. Recuperado el 2021, de <http://siturvalle.com/storage/Clientes/Gobernacion/Situr/imagenes/contenidos/2443-coRNT%20.pdf>

Congreso de Colombia. (1993). *Ley 99 de 1993*. Recuperado el 2021, de <https://www.mininterior.gov.co/la-institucion/normatividad/ley-99-de-1993>

Congreso de Colombia. (1996). *La Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996*. Recuperado el 2021, de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0300_1996.html

Congreso de Colombia. (2006). *Ley 1101 de 2006*. Recuperado el 2021, de <http://www.armeniaculturayturismo.gov.co/adjuntos/leyes/626/ley1101de2006.pdf>

Congreso de Colombia. (2012). *Ley 1558 del 10 de julio de 2012*. Recuperado el 2021, de <https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-de-apoyo/gestion-de-recursos-fisicos/leyes/ley-1558-de-2012-4.aspx>

Congreso de la República. (1996). *Ley 300 de 1996, "Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones". Artículo 26*. Recuperado el 2021, de <https://www.funcionpublica.gov.co/evalgestornormativo/norma.php?i=8634>

Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2006). *Conpes 3439 del 2006*. Recuperado el 2021, de <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/snci/Documents/Conpes-3439-2006.pdf>

Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2018). *CONPES 3918 de 2018*. Obtenido de <https://medioambiente.ueexternado.edu.co/conpes-3918-de-2018-estrategia-para-la-implementacion-de-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible-ods-en-colombia/>

Díaz Olariaga, O. (julio-diciembre de 2015). Análisis de la aplicación de políticas públicas en el sector turismo. El caso de Colombia. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*(14). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2815/281543007008.pdf>

Durán, D., Medina, S., Fajardo, E., & Romero, H. (2020). *Determinantes de la competitividad turística regional en Colombia, Utopía y Praxis Latinoamericana*, vol. 25, núm. Esp.11, pp. 204-221, 2020 *Universidad del Zulia*,. Recuperado el 2021, de <https://www.redalyc.org/journal/279/27964922014/html/>

Figueroa, D., & Ladino, S. (2010). *Caracterización del sector turismo de Palmira- Valle del Cauca y sus rutas. Tesis de Pregrado, Universidad del Valle*. Recuperado el 2021, de <https://bit.ly/3hiE41p>

Fondo de Promoción Turística de Colombia. (2012). *Plan de Desarrollo Turístico del Valle del Cauca 2012-2015*. Recuperado el 2021, de http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/186.Plan_de_desarrollo_turistico_del_Valle_del_Cauca.pdf

Fundación ideas para la paz. (2020). *Área de Dinámicas del Conflicto y Negociaciones de Paz. Unidad De Análisis 'Siguiendo El Conflicto' - Boletín # 72. Dinámicas del conflicto armado en el sur del Valle y norte del Cauca y su impacto humanitario*. Recuperado el 2021, de <https://cdn.ideaspaz.org/media/website/document/53b5910826062.pdf>

Gobernación del Valle del Cauca. (2017). *Plan Estratégico del Sector Turismo del Valle Del Cauca 2018-2023*. Obtenido de <https://www.valledelcauca.gov.co/loader.php?lServicio=Tools2&lTipo=viewpdf&id=459>

Gobernación del Valle del Cauca. (2020). *Plan de Desarrollo 2020-2023*. Recuperado el 2021, de <https://www.valledelcauca.gov.co/documentos/12303/plan-de-desarrollo-2020-2023/>

Hoyos Valencia, N. (2019). *Pradera ahora está incluido en el Corredor Turístico del Pacífico. Gobernación del Valle del Cauca*, p. 1. Recuperado el 2021, de <https://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones/63270/pradera-ahora-esta-incluido-en-el-corredor-turistico-del-pacifico/>

Idrobo, J., Turner, K., & Lara, D. (2018). *Diversidad Biocultural y Desarrollo Económico Local. Documento de Políca*. Recuperado el 2021, de <https://cider.uniandes.edu.co/sites/default/files/publicaciones/documentos-de-politica/2018-Documento-politica-diversidad-biocultural-desarrollo-economico-local.pdf>

- IDUS. (2002). *Boletín económico de Ices N° 2741 del 30 de septiembre al 6 de octubre de 2002*. Recuperado el 2021, de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/77758/el_marketing_relacional_en_el_sector_turistico_el_caso_del_turismo_rural.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Koontz, J., & Weinrich, H. (1994). *Administración. Una perspectiva Global y Empresarial*. Mc Graw Hill.
- Kotler, P. (2011). *Marketing turístico*. Recuperado el 2021, de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Marketing-Tur%C3%ADstico-de-Philip-Kotler.pdf>
- López Muñoz, L. (2019). *Universidad de Antioquia, Colombia, Pobreza y subdesarrollo rural en Colombia. Análisis desde la Teoría del Sesgo Urbano, Estudios Políticos, núm. 54, pp. 59-81*. Recuperado el 2021, de <https://www.redalyc.org/journal/164/16459057004/html/>
- Mercado Betin, S. (2017). *Ecoturismo: del postconflicto a oportunidades económicas. Institución Universitaria Esumer, pp. 80-91*. Recuperado el 2021, de <http://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/1901/1/ECOTURISMO.pdf>
- Minambiente. (2005). *Resolución 0118*. Recuperado el 2021, de https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/RESOLUCION_118_DE_2005.pdf
- Minambiente. (2013). *Resolución No 0531 de Mayo de 2013, artículo 2*. Recuperado el 2021, de <https://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2013/12/RESOLUCION-0531-DE-2013-ACTIVIDADES-EN-PARQUES-NACIONALES-ECOTURISMO.pdf>
- Mincultura. (s.f.). *Política de turismo cultural*. Recuperado el 2021, de https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/de-turismo-cultural/Documents/08_politica_turismo_cultural.pdf
- Ministerio de Comercio, industria y turismo. (2007). *Política de turismo cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio*. Recuperado el 2021, de https://www.fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/POLITICA_DE_TURISMO_CULTURAL.pdf
- Ministerio de comercio, Industria y Turismo. (2012). *Política de turismo de Naturaleza*. Recuperado el 2021, de <http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/POLITICA%20DE%20TURISMO%20DE%20NATURALEZA.pdf>
- Ministerio de comercio, Industria y Turismo. (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018- 2022*. Recuperado el 2021, de <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>
- Mincit. (2017). *Turismo, el propósito que nos une*. Recuperado el 2021, de <https://www.mincit.gov.co/ministerio/politica/politicas-sectoriales/turismo/v-fortalecimiento-del-capital-humano-para-la-compe/b-diagnostico>
- Mincit. (s.f.). *Programa de Transformación Productiva del Gobierno Colombiano*. Recuperado el 2021, de <https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-sectorial/programa-transformacion-productiva-regional#:~:text=Colombia%20cuenta%20hoy%20con%20una,colombiana%20en%20el%20largo%20plazo>
- Mincit, & Minturismo. (2021). *Política de Turismo Sostenible*. Recuperado el 2021, de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx>

Naciones Unidas. (1997). *División de Desarrollo Sostenible. Departamento de Coordinación de Políticas y de Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 2021, de <https://www.un.org/spanish/conferences/cumbre&5.htm>

Nicolau, J. (2021). *El producto turístico Marketing Turístico. 1º Turismo, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 18 páginas*. Recuperado el 2021, de <https://rua.ua.es>

Novoa Pérez, D. (2013). *Los Clúster Productivos Como Estrategia Para Mejorar La Competitividad: El Caso Del Sector Turístico De Cartagena De Indias*. Recuperado el 2021, de <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0064421.pdf>

Otero, E. (2017). *Estudio prospectivo de mejoramiento competitivo de las Mipymes del sector turístico en Palmira 2017 – 2027, Universidad del Valle, Maestría en administración*. Recuperado el 2021, de <https://1library.co/document/q0557r9y-estudio-prospectivo-mejoramiento-competitivo-mipymes-turistico-palmira-electronico.html>

Periódico UNAL. (17 de septiembre de 2018). *La hora del turismo en Colombia, ¿qué falta? Bogotá D.C.* Obtenido de <https://unperiodico.unal.edu.co/pages/detail/la-hora-del-turismo-en-colombia-que-falta/>

Presidente de Colombia. (2012). *Decreto ley 19 de 2012*. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_0019_2012.html

Ramírez Montañez, J. (2014). *El turismo en el desarrollo regional: La experiencia de dos departamentos colombianos. Revista Lebre* (6). Bucaramanga, Colombia: Universidad Santo Tomás. pp. 259 - 278. ISSN 2145-5996. Recuperado el 2021, de <http://revistas.ustabuca.edu.co/index.php/LEBRET/article/view/1457>

Ruiz, M. (2021). *MEFE y MEFI, herramientas para análisis estratégico*. Recuperado el 2021, de <https://bit.ly/2VxD5TD>

Sánchez Nieto, L. (2019). *Estrategias de articulación del turismo y las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (Tic), Para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial de las cocinas tradicionales de Colombia*. Recuperado el 2021, de https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/handle/001/1846/BAA-spa-2019-Estrategias_de_articulacion_del_turismo_y_las_nuevas_tecnologias_de_la_informacion_y_las_comunicaciones;jsessionid=76C916717140DE3175FC5CCEA0C2834A?sequence=1

Solomon, M. (2008). *Comportamiento del consumidor*. Recuperado el 2021, de <https://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/10/Comportamiento-del-consumidor-7ed-Michael-R.-Solomon.pdf>

USC. (2021). *Anuario de Turismo y Sociedad. Vol. 29. Línea base de sostenibilidad turística en municipios con menores ingresos y población de Colombia*. Recuperado el 2021, de https://usc.elogim.com:3443/ps/retrieve.do?tabID=T002&resultListType=RESULT_LIST&searchResultsType=SingleTab&hitCount=309&searchType=BasicSearchForm¤tPosition=5&docId=GAL E%7CA667619937&docType=Article&sort=Relevance&contentSegment=ZSSF&prodId=IFME&p