

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. Declarar de urgencia por motivos de utilidad pública la adquisición de los predios requeridos para el proyecto Construcción del Puente de Moravia y las demás obras complementarias requeridas para la ejecución del proyecto en la ciudad de Medellín.

ARTÍCULO SEGUNDO. De acuerdo con el plano definido para el proyecto, corresponde a la Subsecretaria de catastro elaborar los avalúos comerciales de organismos o entidades municipales que lo soliciten de conformidad con

el Decreto Municipal 883 de 2015, artículo 347 numeral 6, y realizar la identificación plena de predios requeridos, en especial los identificados de la siguiente manera:

NOMENCLATURA	CBML	MATRÍCULA
Carrera 59 con calle 92	04051080025	900078319
Carrera 55 # 90-001	04051070001	332304

ARTÍCULO TERCERO. Esta declaratoria servirá de fundamento para la ulterior iniciación del proceso de adquisición voluntaria y, si fuere necesario, para la expropiación por vía administrativa.

PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

Dada en Medellín, al dieciséis (16) día del mes de septiembre del año dos mil quince (2015).

JORGE PÉREZ JARAMILLO

Director

Departamento Administrativo de Planeación

Acuerdo 20 de 2015

“Por el cual se adopta la Política Pública de Turismo para el Municipio de Medellín”

EL CONCEJO DE MEDELLÍN

En uso de las atribuciones constitucionales y legales en especial las conferidas por el numeral 2 del artículo 313, los numerales 3 y 5 del artículo 315 de la Constitución Política de Colombia y el artículo 32 de la Ley 136 de 1994 modificado por el artículo 18 de la Ley 1551 de 2012,

ACUERDA.**TITULO I****PROPÓSITO Y DEFINICIONES**

ARTÍCULO 1. ADÓPTESE la Política Pública de Turismo, para la generación de espacios de concertación en los ámbitos de turismo regional, nacional e internacional, potencializando la ciudad de Medellín como destino turístico, generando desarrollo económico y contribuyendo al bienestar y la sostenibilidad social, ambiental, territorial y cultural a través de la dinamización del sector, su articulación y generación de alianzas público privadas, para el aprovechamiento del turismo como estrategia local.

ARTÍCULO 2. OBJETO. El presente acuerdo tiene por objeto adoptar la Política Pública de Turismo del Municipio de Medellín, para atender de manera innovadora, sostenible, responsable y universalmente accesible

la actividad turística y las implicaciones, impactos y desarrollos, en los ámbitos de Turismo de Reuniones, Turismo de Salud, atención a pacientes internacionales y Bienestar, Turismo de Naturaleza y Turismo Cultural, mediante la implementación y desarrollo de una cultura turística a través de programas y estrategias concertando las oportunidades competitivas con los distintos grupos de interés.

ARTICULO 3. POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO PARA EL MUNICIPIO DE MEDELLÍN. Es el escenario por medio del cual se promueve la adopción e implementación de la Política Pública de Turismo, como una estrategia para el desarrollo socioeconómico y territorial de la ciudad de Medellín, mediante el fortalecimiento del sector, la articulación entre las instituciones públicas y las organizaciones privadas, la construcción de estrategias que dinamicen la economía, el fortalecimiento del ecosistema empresarial, el mejoramiento de la infraestructura turística, para mejorar la competitividad del destino como base fundamental en el posicionamiento nacional e internacional de la ciudad como destino turístico sostenible.

Serán lineamientos de la Política Pública de Turismo:

- a. Gestión Territorial
- b. Competitividad Sectorial y del Destino
- c. Conectividad Competitiva
- d. Promoción y Mercadeo del Destino

ARTÍCULO 4. PRINCIPIOS. La implementación de la presente Política Pública de Turismo para Medellín se desarrollará con base en los siguientes principios.

- a. **COORDINACIÓN.** En virtud del cual las entidades públicas que integran el sector turístico actuarán en forma coordinada y articulada en el ejercicio de sus funciones.
- b. **CALIDAD.** En virtud de la cual, es prioridad optimizar la calidad de los destinos y de los servicios turísticos en todas sus áreas, con el fin de aumentar la competitividad del destino y satisfacer la demanda nacional e internacional.
- c. **COMPETITIVIDAD.** En virtud del cual, el desarrollo del turismo requiere propiciar las condiciones necesarias para el mejoramiento continuo de la industria turística, de forma que mediante el incremento de la demanda genere riqueza y fomente la inversión de capital nacional y extranjero.
- d. **SOSTENIBILIDAD.** La sostenibilidad del destino enmarca los procesos de desarrollo y de gestión en las dimensiones económica, ambiental, sociocultural e institucional, armonizadas integralmente entre ellas.

En virtud de lo anterior, las actividades turísticas van acordes con el respeto por el entorno que posibilita

el intercambio de experiencias, *conservando y protegiendo los límites físicos, éticos y patrimoniales del espacio en que se desarrolla.*

- e. **CORRESPONSABILIDAD.** El principio de corresponsabilidad invoca la concurrencia de actores del sector y actores articulados a éste, para el logro de la complementariedad y la integración de fuerzas y voluntades, en torno al posicionamiento del destino. La creación de alianzas y el trabajo en red se materializan mediante acciones y procesos de coordinación, articulación e integración.

ARTICULO 5. CONCEPTOS. Para efectos de la presente Política Pública, se emplearán como referentes conceptuales para el sector, los siguientes.

- a. **TURISMO.** actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un período consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.
- b. **TURISMO DE REUNIONES (MICE - Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions).** Es la movilidad de turistas para la asistencia a reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones, generando un conjunto de actividades económicas como consecuencia de la organización de encuentros de un destino a elegir y cuyos motivos giran en torno a temas profesionales.
- c. **TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR.** Sector de la economía dedicado a prestar atención a los turistas que ingresan al país en busca de atención médica y servicios asociados con el bienestar.

Promueve la cultura de confianza e integración institucional para la construcción de redes de cooperación, educación e investigación en salud, con el fin de atraer al mercado internacional y contribuir al mejoramiento de la competitividad empresarial regional.

- d. **TURISMO DE NATURALEZA.** Es aquel que tiene como motivación principal la realización de actividades recreativas y de esparcimiento en la naturaleza sin degradarla. Estas actividades no están especializadas en el conocimiento ni en actividades deportivas que usen expresamente los recursos naturales.

Aquella cuya oferta de productos y servicios se desarrolla en torno a un atractivo natural que se rige por principios de sostenibilidad. Política Nacional de turismo de naturaleza.

- e. **TURISMO CULTURAL.** Aquel viaje motivado por el conocimiento y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales, materiales, inmateriales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino.

- f. **COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.** La competitividad se define como la capacidad que posee un país para crear un valor agregado que aumente los ingresos nacionales, a través de la integración de factores de orden económico, social y cultural en los procesos de globalización, que le permita alcanzar objetivos de rentabilidad y sostenibilidad de forma superior a los demás.

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

- g. **INNOVACION.** El término innovación refiere a aquel cambio que introduce alguna novedad o varias. Cuando alguien innova aplica nuevas ideas, productos, conceptos, servicios y prácticas a una determinada cuestión, actividad o negocio, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad.
- h. **GOBERNANZA.** Hace referencia a la forma ordenada y sistemática en que se toman decisiones por parte de los actores del sector turístico (prestadores de servicios turísticos, personas naturales y jurídicas como partes interesadas, personas que ocupan posiciones formales de poder como representantes de instituciones y entidades). Estas decisiones tienen un enorme impacto sobre las normas que se espera que observen y las estructuras institucionales y sociales, y determinan dónde y cómo se debe desarrollar el turismo. Para el Instituto de Gobernabilidad (2009), también se orienta a fortalecer el trabajo público y privado, junto con la sinergia desde lo local hacia lo nacional y viceversa.

ARTÍCULO 6. OBJETIVO ESTRATEGICO DE LA POLÍTICA. Consolidar el Municipio de Medellín como destino turístico innovador, sostenible, responsable y competitivo, mediante el desarrollo de estrategias que permitan alcanzar mayor posicionamiento nacional e internacional.

ARTÍCULO 7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- 1) Implementar estrategias para la utilización del suelo y generar la oferta de servicios ecosistémicos, de manera que permitan y promuevan un uso sostenible y responsable del territorio del Municipio de Medellín.
- 2) Fortalecer las capacidades empresariales e institucionales del sector turístico, para mejorar la posición competitiva de la ciudad de Medellín.
- 3) Implementar la utilización de herramientas y procesos de inteligencia competitiva, fundada en la gestión de la información y la generación del conocimiento que permita mejorar la conectividad, competitividad y movilidad del sector turismo.

- 4) Impulsar la promoción y mercadeo del destino a través del desarrollo de productos turísticos innovadores, conforme a los mercados, contribuyendo al posicionamiento y reconocimiento del Municipio de Medellín a nivel nacional e internacional.

TITULO II

DEL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA POLÍTICA PÚBLICA

CAPITULO I

ESTRATEGIA DE GESTIÓN TERRITORIAL

ARTÍCULO 8. GESTIÓN TERRITORIAL. El proceso de Gestión Territorial está orientado a consolidar la visión de futuro del Municipio de Medellín, mediante la organización y especialización del territorio de acuerdo a las condiciones y características de su vocación; a impulsarlo como destino turístico sostenible, responsable, universalmente accesible y competitivo, visibilizando los Corregimientos de la ciudad de acuerdo a sus condiciones y su desarrollo territorial.

Para el logro de la estrategia de gestión territorial se adoptarán los siguientes servicios.

- 1) **CULTURA TURÍSTICA.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, emprenderá acciones tendientes a promover la participación y compromiso de la población en general, de los actores involucrados y relacionados en la actividad turística de la ciudad con la generación de condiciones que permitan el desarrollo del turismo, fomentando su conocimiento, fortalecimiento y desarrollo sostenible, a través de:

- a. **TURISMO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, promoverá a Medellín como un destino turístico sostenible que contribuirá a la calidad de vida de sus ciudadanos, minimizando sus impactos en la comunidad receptora y el medio natural, preservando sus activos ambientales, culturales, patrimoniales y físicos, contribuyendo al logro de la competitividad turística, con un gobierno local con capacidad fiscal y administrativa.

De igual forma se generarán mecanismos de promoción y divulgación, suscripción de pactos y acuerdos que propendan por el ejercicio del turismo responsable, plasmado en el Código de Ética Mundial del Turismo, que propicien en los habitantes de la ciudad, en el empresariado turístico y en los viajeros, una actitud adecuada y responsable en relación con los lugares y las personas con las cuales hay interacción.

- b. **MOVILIZACIÓN INSTITUCIONAL** en la prevención del tráfico ilícito en la trata de personas, fauna y flora, artefactos arqueológicos-

históricos, falsificaciones, droga. Como aspectos que amenazan el sector y la sociedad en general.

- c. **APROPIACIÓN DE CIUDAD.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, en coordinación con la Secretaría de Comunicaciones y con el sector privado, impulsará el diseño y construcción de proyectos de apropiación de ciudad, por medio de los cuales se reconozca a Medellín como ciudad emprendedora, pujante e innovadora.
- d. **INGLÉS DE SUPERVIVENCIA PARA TURISMO.** La Secretaría de Educación Municipal que lidera la política de procesos de enseñanza de lenguas extranjeras que permita la comunicación con el visitante, se articulará con la Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces y con el sector turístico, el desarrollo de la estrategia Inglés de Supervivencia para Turismo, con el propósito de contribuir a la competitividad del destino turístico.
- e. **TURISMO ACCESIBLE.** La Secretaría de Inclusión Social y Familia, liderará proyectos y programas de personas en situación de discapacidad en articulación con la Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, mediante alianzas, proyectos, programas; acciones que contribuyan a la inclusión laboral y el mejoramiento de las condiciones de usabilidad en los establecimientos, en coordinación con las instancias e instituciones públicas del sector privado para el turismo.
- f. **AGENDA ACADÉMICA DE TURISMO.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, en articulación con la Secretaría de Educación Municipal, impulsará el diseño de una cátedra de formación en turismo, que complemente los programas de educación básica primaria, básica secundaria donde los alumnos reciban sensibilización en las dimensiones económicas del turismo, los riesgos sociales, ambientales, culturales y económicos del turismo como alternativa de desarrollo económico para la ciudad partiendo de las potencialidades y prioridades del progreso social. Así mismo las Instituciones de Formación para el Trabajo y el Desarrollo Humano y las Universidades que direccionen la formación técnica o profesional o programas extracurriculares según las modalidades del turismo, tienen el deber de argumentar los currículos académicos con estudios estadísticos, análisis sectoriales y convenios interinstitucionales que permitan mejorar la calidad del servicio educativo turístico teniendo en cuenta la pertinencia de los programas dentro de un sector productivo unificado al Nodo de Turismo.

Promover la certificación por competencias laborales del talento humano que interviene en el sector turístico basado en la experiencia

y conocimientos adquiridos desde otras áreas profesionales, donde los entes certificadores nacionales gestionen una titulación a la población que interactúa en el sector y no es profesional directa en el área turística.

- 2) **GESTIÓN DE LA INVERSIÓN Y LA COOPERACIÓN.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, de manera articulada con programas y entidades municipales relacionados generará estrategias que incentiven la inversión tanto nacional como extranjera en la ciudad para el sector turístico, así mismo buscará alianzas nacionales e internacionales con entidades multilaterales que destinen recursos para impulsar el turismo como estrategia de desarrollo económico.
- 3) **GOBERNANZA.** Establecer mecanismos para la toma de decisiones a través de acciones colectivas, reflejadas en la asociación y coordinación social - público - privado, propiciando mayor capacidad de influencia de actores no gubernamentales en el desarrollo del sector turístico, generando fortalecimiento institucional de la ciudad e impulsando su sostenibilidad, con capacidad para emprender, promover y producir soluciones y oportunidades con los mismos.
- 4) **ALIANZAS Y REDES.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, realizará acciones de fortalecimiento del liderazgo y la capacidad ejecutoria del Municipio de Medellín en la gestión del desarrollo turístico, con la planificación conjunta a través de alianzas y redes, con el fomento de estrategias de comunicación, que le brinden al destino los instrumentos de articulación y coordinación con las instancias públicas y privadas, generando un entorno eficiente y altamente competitivo.
- 5) **TURISMO COMUNITARIO.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, emprenderá acciones tendientes a impulsar las iniciativas de las comunidades, como una alternativa innovadora de aprovechamiento de los recursos encontrados en las comunas y corregimientos de la ciudad de Medellín, que de manera sostenible permitan generar empleo y nuevas formas de ingresos económicos a comunidades en condiciones de vulnerabilidad, personas mayores, jóvenes, personas en situación de discapacidad; que tengan en cuenta aspectos como la identificación del producto, la creación del servicio y la comercialización, enmarcándolas en las concepciones de turismo responsable y principios de sostenibilidad, equidad de género, ética, formalización y formación.
- 6) **TURISMO DE NATURALEZA.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, en articulación con la Secretaría de Medio Ambiente, promoverá acciones tendientes a identificar y desarrollar productos que generan turismo rural, turismo de aventura, avistamiento de aves, agroturismo, turismo comunitario y ecoturismo

en los corregimientos de la ciudad, siempre que prevalezcan factores como: seguridad, conectividad, infraestructura y productividad. Visibilizando e integrando las comunidades receptoras rurales, los cuales se encuentren en los programas de mercadeo, formación, calidad y formalización.

PARÁGRAFO ÚNICO. La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, emprenderá acciones de promoción turística de los mercados campesinos de la ciudad de Medellín como parte del producto turístico de naturaleza.

- 7) **TURISMO CULTURAL.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, en articulación con la Secretaría de Cultura Ciudadana, promoverá acciones tendientes a identificar y desarrollar productos que generan turismo cultural en el Municipio de Medellín, y propenderá por el desarrollo y postulación a Patrimonio UNESCO.
- 8) **TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, en articulación con la Secretaría de Salud y el Clúster de Servicios de medicina y odontología, orientará acciones tendientes a prestar servicios de atención a los turistas que ingresan al país en busca de atención médica y servicios asociados con el bienestar del turista.
- 9) **TURISMO DE REUNIONES.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, en articulación con el Clúster de Negocios, ferias y convenciones, promoverá la captación de eventos y movilidad de turistas para la asistencia a reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones, y generará la realización de eventos de conocimiento y networking, orientado hacia actividades económicas como consecuencia de la organización de encuentros en el destino.

CAPITULO II

COMPETITIVIDAD SECTORIAL Y DE DESTINO

ARTÍCULO 9. OBJETIVO. Desarrollar las capacidades del sector turístico, a partir del fortalecimiento empresarial y la estructuración de la cadena de valor, para que la ciudad de Medellín ascienda en posicionamiento respecto de la competitividad.

Para el logro de la Estrategia de Competitividad Sectorial y de Destino se adoptarán los siguientes servicios.

- 1) **ESTRUCTURACIÓN EMPRESARIAL.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, con las agremiaciones y actores del sector turismo, desarrollará un plan que impulse la calidad y la formalidad en la prestación de los servicios turísticos, para lo cual tendrá en cuenta los siguientes servicios:

- a. Fomentar el emprendimiento de nuevas unidades empresariales en el sector, dirigido al mejoramiento y desarrollo de productos y servicios turísticos, apropiando modelos de negocios con un alto componente de innovación y desarrollo tecnológico.
 - b.- Acompañamiento a las unidades empresariales mediante procesos de mejoramiento de la calidad.
 - c. Fomentar las capacidades instaladas para el acceso a mercados nacionales e internacionales.
 - d. Implementación de mecanismo de cooperación entre las unidades empresariales que promuevan la asociatividad.
 - e. Participación en acciones de innovación y desarrollo tecnológico desarrollados para el mejoramiento de la cadena de valor del turismo.
 - f. Formación y capacitación del talento humano como base fundamental para la prestación de servicios turísticos.
- 2) **PROTECCIÓN AL TURISTA.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, coordinará con las instituciones locales, departamentales y nacionales con el fin de establecer estrategias de inspección, vigilancia y control a los prestadores de servicios turísticos, mediante mecanismos que verifiquen que éstos, se ajusten a la normativa turística vigente, ofreciendo servicios en términos de formalidad, calidad y cumplimiento.
 - 3) **FORMALIZACIÓN Y NORMATIVIDAD.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, impulsará una estrategia territorial que permita la articulación con la Secretaría de Gobierno, la Secretaría de Hacienda y la Secretaría de Salud y las demás entidades de seguridad, de normas, procesos, instrumentos, actividades, identificación y apropiación de competencias de cada una de las entidades del territorio que ejercen funciones de inspección, vigilancia y control del sector, donde se desarrollarán las siguientes acciones:
 - a. Generar acciones de sensibilización dirigidas a los prestadores de servicios turísticos con los cuales se promueva la formalización y se contenga la ilegalidad y la informalidad.
 - b. Promover la aplicación de los protocolos sancionatorios a nivel local que regulen la actividad turística, la formalización empresarial, la adopción de normas técnicas y protocolos para contener la ilegalidad y la informalidad.
 - c. La Administración Municipal a través de la Subsecretaría de Turismo o quien haga sus veces, participará del Consejo de Seguridad Municipal

para la proyección de acciones y actuaciones de inspección, vigilancia y control en el sector turístico.

PARÁGRAFO ÚNICO: El Consejo de Seguridad Municipal, para la proyección de acciones y actuaciones de Inspección, vigilancia y control del sector turístico construirá un plan de trabajo y un protocolo que desarrolle los procedimientos sancionatorios y las acciones de información y sensibilización para el sector turístico.

1) **TURISMO PARA LA INNOVACIÓN.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces se articulará a la estrategia liderada por la Secretaría de Desarrollo Económico de fomento a la formación especializada en innovación en la ciudad de Medellín, específicamente para la intervención en el sector turístico de la ciudad, permitiendo que la ciudad y el ecosistema empresarial desarrolle procesos y productos turísticos fundamentados en la innovación como eje de transformación socio económica. De igual forma se apoyará el posicionamiento de Medellín como centro de innovación a través de las estrategias de promoción y mercadeo turístico liderados por la Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces.

2) **GENERACIÓN DE EMPLEO E INCREMENTAR INGRESOS EN DIVISAS.** En concordancia con las metas nacionales que plantean la generación de empleo en el sector turístico y del mismo modo el incremento de ingresos en las divisas, la presente política contribuirá de manera estratégica al impulso de actividades que incentiven los propósitos planteados, movilizandolos recursos y esfuerzos públicos y privados. En tal sentido, se plantea de igual manera propiciar el crecimiento de la renta nacional y local, ajustados a plan nacional de desarrollo y dinamizar sectores complementarios.

CAPITULO III

ESTRATEGIA DE CONECTIVIDAD COMPETITIVA

ARTÍCULO 10. OBJETIVO. Implementar herramientas y procesos de inteligencia competitiva con base en la gestión de la información y la generación del conocimiento que permita mejorar la conectividad, competitividad y movilidad del sector turismo.

Esta estrategia se desarrollara a través de los siguientes servicios:

a. **UNIDAD DE INTELIGENCIA TURÍSTICA SITUR (Sistema de Indicadores Turísticos de Medellín y Antioquia).** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que sus veces, potencializará el programa denominado "Unidad de Inteligencia Turística Situr", la cual recopilará de manera ordenada y unificada información periódica que dé cuenta de la evolución y comportamiento de la actividad turística en la ciudad de Medellín y el Departamento de Antioquia,

el comportamiento de la demanda real y potencial y el impacto del turismo como sector económico en el desarrollo del territorio, y facilitar la toma de decisiones estratégicas para el destino desde el sector público y del sector privado.

b. **MOVILIDAD.** La Secretaría de Movilidad o en su defecto la entidad que haga sus veces, en coordinación con la Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, implementarán un plan de señalización turística para el Municipio de Medellín, mediante una estructura sostenible y uso de TIC, que facilite su inclusión en los diferentes macro proyectos aprobados en el Plan de Ordenamiento Territorial POT, a partir de las transformaciones hacia una ciudad más innovadora y competitiva, a su vez articularán acciones para el uso de medios alternativos de transporte con la Secretaría de Medio Ambiente, a través de transportes no emisores de gases por los sectores culturales de la ciudad.

Así mismo buscará mejorar la conectividad y protección de los pasajeros entre el Aeropuerto Internacional José María Córdoba y la Ciudad de Medellín, al definir lugares de traslado permitiendo la conectividad con otros medios de transporte internos de la ciudad.

ARTÍCULO 11. TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN TIC. La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, desarrollará acciones que partan de los diagnósticos desarrollados, que conviertan el uso de las herramientas tecnológicas de la información y las comunicaciones en mejores resultados para el destino y para los prestadores de servicios turísticos en particular, que permita la masificación de dicha tecnología, para lograr un alto grado de eficiencia empresarial, institucional y organizacional, la flexibilización y respuestas rápidas a los clientes, el desarrollo de innovaciones, el mejoramiento de la calidad de los servicios, así como el establecimiento de más acciones interactivas entre los actores públicos, privados y mixtos.

CAPITULO IV

ESTRATEGIA PARA LA PROMOCIÓN Y MERCADEO DEL DESTINO

ARTÍCULO 12. MERCADEO TURÍSTICO DE CIUDAD. La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, elaborará y desarrollará el Plan de mercadeo y promoción turística para el Municipio de Medellín, a través de estrategias conjuntas de mercadeo entre el sector público y el sector privado para propender a la comunicación asertiva, inteligente, dirigida, focalizada y eficiente.

Para el logro de la estrategia de promoción y mercadeo del destino se adoptarán los siguientes servicios:

1) **DESARROLLO Y POSICIONAMIENTO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS INNOVADORES.** La Subsecretaría de Turismo de Medellín o la

dependencia que haga sus veces será la responsable de diseñar la estrategia que diversifique y especialice la oferta turística de la ciudad, con productos turísticos competitivos, mediante los cuales se aprovechen de manera óptima y responsable las capacidades instaladas en el territorio, los recursos naturales y culturales con las cuales se generen experiencias únicas y se complementen las diferentes tipologías turísticas establecidas en el Plan de desarrollo Turístico de la Ciudad.

- 2) **ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y MERCADEO TURÍSTICO A PARTIR DE LOS DIFERENCIALES DE CIUDAD.** Determinar la estrategia de promoción y los canales de comercialización de los productos turísticos a partir de los resultados de investigaciones e inteligencia de mercados, la caracterización de la infraestructura de la ciudad, el inventario de atractivos y portafolio de productos, con el fin de generar y facilitar la transacción de compra de los productos del destino.
- 3) **PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, diseñará un Plan de Información Turística, con el cual se incrementen los Puntos de Información Turística – PIT's principalmente en atractivos de mayor demanda de turistas nacionales y extranjeros, con el propósito de orientar, facilitar y atender las necesidades de información a los visitantes, además de fortalecer la estrategia de promoción del turismo de la ciudad, a partir de un sistema de información confiable que sirva como herramienta para determinar indicadores propios de esta actividad, alimentando de esta manera la Unidad de Inteligencia Turística.
- 4) **MEDELLÍN TURÍSTICA.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, impulsará acciones tendientes a estructurar los productos turísticos definidos en los ejes estratégicos del Plan de Desarrollo Turístico de Medellín, organizados así:
 - a. Consolidar el Turismo de Reuniones a partir de la captación de eventos nacionales e internacionales y la generación de eventos de conocimiento y Networking.
 - b. Consolidación del Turismo de Salud y Bienestar.
 - c. Turismo Cultural.
 - d. Turismo de Naturaleza.
- 5) **ACCESO A MERCADOS.** La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces propenderá por la generación de estrategias que faciliten y mejoren el acceso de los productos y/o servicios turísticos que se puedan comercializar en mercados de exportación, además en incursionar en nuevos segmentos de mercados nacionales, identificados plenamente por la Subsecretaría de Turismo. Mediante la elaboración de estudios que permitan identificar herramientas

que apoyen la estructuración y ejecución de planes de mercadeo para la oferta de ciudad como destino turístico.

PARÁGRAFO UNO. En atención del numeral 4, la Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, con el objeto de valorar y recuperar la comida tradicional colombiana, promoverá el apoyo a los empresarios y trabajará para que los ciudadanos y visitantes conozcan la ciudad a través de la cocina tradicional antioqueña y colombiana.

PARAGRAFO DOS. La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, liderará esfuerzos públicos y apoyará el diseño, ejecución conjunta y cofinanciación de las Estrategias del Acuerdo Municipal 078 de 2013, por medio del cual se adopta las bases de la Política Pública: Medellín Ciudad de Turismo Corporativo: Grandes Eventos y Eventos de Conocimiento.

CAPITULO V

COORDINACIÓN Y ARTICULACIÓN

ARTÍCULO 13. MESA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA. La Subsecretaría de Turismo de Medellín o la dependencia que haga sus veces, impulsará el fortalecimiento de la Mesa de Competitividad Turística de Medellín, integrando el presente Acuerdo Municipal y el Decreto Municipal 0992 de 2011 por medio del cual se formaliza la Mesa de Competitividad Turística del Municipio de Medellín.

ARTÍCULO 14. INCENTIVOS. La Subsecretaría de Turismo de Medellín o la dependencia que haga sus veces, en coordinación con las agremiaciones del sector turístico, impulsará la construcción de iniciativas y paquetes de Incentivos que promueva la formalización empresarial y el ejercicio de buenas prácticas en el sector.

ARTÍCULO 15. OTRAS POLÍTICAS. La Subsecretaría de Turismo o la dependencia que haga sus veces, para la implementación y desarrollo de las estrategias derivadas de esta política, guardará eficiente coordinación y articulación con otras políticas, esfuerzos, planes y programas que se adelanten a nivel Municipal, Departamental y Nacional para consolidar a la Ciudad de Medellín como una ciudad competitiva en el sector turismo.

TITULO III

DISPOSICIONES FINALES

CAPITULO I

CONCEPTOS Y VARIOS.

ARTÍCULO 16. RESPONSABLES. El desarrollo y coordinación de esta política estará en cabeza de la Subsecretaría de Turismo de la Secretaría de Desarrollo Económico para la articulación con las agremiaciones, asociaciones, actores en general del sector turismo.

ARTÍCULO 17. DIFUSIÓN: El Municipio de Medellín, se encargará de difundir y comunicar a los actores involucrados la presente Política Pública.

ARTÍCULO 18. HERRAMIENTAS E INSTRUMENTOS.

Para garantizar la implementación y gestión de la política de turismo, se proponen las siguientes herramientas e instrumentos en función de otorgar el ordenamiento estratégico y programático para alcanzar los propósitos establecidos.

1. Categorización de los instrumentos. Para materializar la política de turismo se han categorizado los instrumentos y herramientas a implementar, en función de los manejos administrativos:

- a. Instrumentos programáticos y estratégicos
- b. Instrumentos financieros del sector público, privado y cooperación.
- c. Instrumentos de información y comunicación

2. Herramientas operativas y técnicas.

- a. Sistema de información con batería de indicadores
- b. Fichas de monitoreo, seguimiento y
- c. Rutas de gestión de recursos, de procesos, de información
- d. Mapeo de actores y acciones para la toma de decisiones
- e. Árboles de pertinencia y diseño de escenarios para la toma de decisiones

3. Herramientas de competitividad y promoción.

- a. Segmentación del mercado
- b. Enfoque de Marketing
- c. Monitoreo de variables de competitividad y promoción del destino

- d. Tablero de Mando para medir la competitividad de la ciudad en estándares y rankings mundiales.

4. Asistencia técnica para la planificación del turismo.

Con el propósito de reconocer e incluir los instrumentos existentes en la actualidad relacionados con el sector turístico materializados en planes y otras metodologías, se institucionaliza la articulación y coordinación entre los instrumentos existentes, a saber:

- a. Plan Turístico Convencional
- b. Plan Ambiental Turístico
- c. Plan Estratégico Turístico
- d. Esquema de Planificación Turística para la Competitividad Cierta Madurez del destino.
- e. Plan Prospectivo Estratégico Turístico
- f. Plan Maestro de Turismo ANADE indicadores de seguimiento

ARTÍCULO 19. FINANCIACIÓN. Los recursos a asignar para la ejecución de la iniciativa estarán incluidos en los presupuestos anuales que le sean aprobados a la Secretaría de Desarrollo Económico; la aprobación de recursos adicionales provenientes del Municipio de Medellín, estará sujeta al análisis del impacto fiscal y la validación de los indicadores de Ley establecidos en el marco Fiscal de Mediano Plazo. Lo anterior no obsta para se realicen convenios con entidades del nivel municipal, nacional, internacional y el sector privado con el fin de realizar acciones y actividades conjuntas que permitan el desarrollo de ésta Política Pública del sector turístico

ARTÍCULO 20. REGLAMENTACIÓN. El Alcalde de Medellín reglamentará el presente acuerdo.

ARTÍCULO 21. VIGENCIA. El presente Acuerdo rige a partir de su publicación en la Gaceta Oficial del Municipio.

Dado en Medellín a los 4 días del mes de septiembre de dos mil quince (2015).

Presidente

FABIO HUMBERTO RIVERA RIVERA.

Secretaria

DIANA CRISTINA TOBÓN LÓPEZ

Post scriptum: Este Proyecto de Acuerdo tuvo (2) debates en dos días diferentes y en ambos fue aprobado como consta en Acta 724.

Secretaria

DIANA CRISTINA TOBÓN LÓPEZ