



# POLÍTICA PÚBLICA Turismo



Alcaldía de Manizales



Instituto de  
Cultura y Turismo  
MANIZALES



Alcaldía de Manizales  
SECRETARÍA DE TIC  
Y COMPETITIVIDAD



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE COLOMBIA



Universidad<sup>®</sup>  
Católica  
de Manizales  
VISUALIZA #INEDUCACIÓN



Corporación para el  
Desarrollo de  
Caldas

# Política Pública de Turismo de Manizales 2022 - 2031

---

## **Alcaldía de Manizales**

Carlos Mario Marín Correa  
Alcalde de Manizales

## **Instituto de Cultura y Turismo de Manizales**

Camilo Naranjo Molina  
Gerente Instituto Cultura y Turismo de Manizales

Diana María Gutiérrez Patiño  
Jefe de Turismo Instituto de Cultura y Turismo de Manizales

## **Secretaría de TIC y Competitividad**

Paula Andrea Sánchez Giraldo  
Profesional Especializado  
Alcaldía de Manizales

## **Equipos de Trabajo:**

### **Fundación Territorios**

Jhon Jaime Muñoz Marín  
Director general

Héctor Fabio Trujillo R.  
Director del proyecto

Jorge Eduardo Atehortúa López  
Consultor senior

### **Universidad Nacional de Colombia sede Manizales:**

Fabio Rincón Cardona  
Profesor de Gestión Cultural y Comunicativa

Luisa Fernanda Muñoz Escobar  
Estudiante Gestión Cultural y Comunicativa

### **Universidad Católica de Manizales**

Jhon Jairo Ángel Hernández  
Director del programa de Administración de Empresas Turísticas

Erik Marcelo Sepúlveda Vargas  
Profesor del programa de Administración de Empresas Turísticas

Eliana Sofía Martínez Andino  
Estudiante del programa de Administración de Empresas Turísticas

### **Corporación para el Desarrollo de Caldas**

Adriana Cardona Escobar  
Coordinadora Unidad de Turismo y Paisaje Cultura Cafetero

Mónica Londoño Arango  
Coordinadora Unidad de Turismo

# Índice

---

Política Pública de Turismo de Manizales 2022 - 2031	1
Índice	2
I. Introducción	4
II. PRINCIPIOS	6
III. Marco Legal	7
IV. Marco Conceptual	7
V. Diagnóstico del Turismo de Manizales	8
Marco Contextual del Turismo en Manizales	8
DOFA	14
Conclusiones diagnósticas	15
VI. Objetivo General de la Política Pública	16
Misión	16
Visión	16
VII. Plan de Acción de la Política Pública	17
1. EJE ESTRATÉGICO GESTIÓN.	17
1.1. Línea de acción gobernabilidad y gobernanza participativa.	17
1.2. Línea de acción promoción turística eficiente.	18
1.3. Línea de acción información turística e inteligencia de mercados.	19
1.4. Línea de acción programa de destino inteligente.	20
1.5. Línea de acción sostenibilidad.	21
1.6. Línea de acción movilización de recursos.	22
2. EJE ESTRATÉGICO PRODUCCIÓN.	23
2.1. Línea de acción programa para la reactivación del turismo en la ciudad por la pandemia a causa de COVID – 19.	23
2.2. Línea de acción refuerzo de la estructura empresarial.	23
2.3. Línea de acción cooepetencia.	24
2.4. Línea de acción Desarrollo de una convocatoria de apoyo a proyectos turísticos.	24
2.5. Línea de acción Impulso del Turismo Comunitario	25
2.6. Línea de acción Promoción de la calidad.	25
2.7. Línea de acción Estímulo al Turismo Naranja: cultural y creativo.	26
3. EJE ESTRATÉGICO SOPORTE.	26
3.1. Línea de acción ordenamiento territorial.	26

3.2.	Línea de acción seguridad turística.	27
3.3.	Línea de acción accesos a la ciudad.	27
3.4.	Línea de acción movilidad urbana.	27
3.5.	Línea de acción mejora de la señalización.	28
3.6.	Línea de acción accesibilidad.	28
3.7.	Línea de acción conectividad digital.	29
3.8.	Línea de acción fomento de la hospitalidad y endomarketing.	29
4.	EJE ESTRATÉGICO ATRACCIÓN.	30
4.1.	Línea de acción programa de fortalecimiento y/o desarrollo de productos turísticos.	30
4.2.	Línea de acción desarrollo de eventos de ciudad	33
4.3.	Línea de acción adecuación de atractivos estratégicos.	33
	Resumen Plan de Acción	34
IX.	Referencias Bibliográficas	37
X.	Anexo 1: Actores involucrados en el proceso de elaboración y validación de la Política Pública de Turismo de Manizales	42
XI.	Anexo 2: Actas de talleres y socializaciones con los actores 2020 - 2021	44
XII.	Anexo 3: Cronología Construcción de la política pública de turismo de Manizales 2018 - 2021	44

# I. Introducción

La obligatoriedad de formular la Política Pública de Turismo de Manizales proviene de un mandato legal, dando respuesta a problemáticas identificadas en el municipio, en articulación con los lineamientos departamentales y nacionales. Toda política pública requiere tener definido y promulgado un marco legal e institucional; con un plan de acción cuatrienal, adoptado y aprobado por acto administrativo, así como las apropiaciones presupuestales necesarias para soportar su implementación.

Las Políticas Públicas son una carta de navegación para las administraciones del orden subnacional por cuanto integran otras dimensiones normativas y estructuran las visiones del desarrollo social, económico y ambiental a nivel regional y local.

La Política Municipal de Turismo es un instrumento que recoge los principales lineamientos estratégicos para el desarrollo de la actividad turística local. Está compuesta por un conjunto de objetivos, principios, criterios y orientaciones y debe garantizar la estabilidad y sostenibilidad de las iniciativas que se contemplen, así como seguridad y paridad de condiciones a todos aquellos actores de la sociedad que participan de la actividad. Es un ejercicio de planificación a partir del consenso de todos los actores, respecto de la vocación del destino.

La Política Pública de Turismo sigue los lineamientos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y está cimentada en el marco legal e institucional aplicable y las políticas sectoriales de rango superior, y orientada por el papel relevante que juega Manizales en el marco de la declaratoria UNESCO del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (PCCC) y la inminente declaratoria UNESCO como Geoparque Volcán del Ruiz, consintiendo con ello que la ciudad se posicione como ejemplo de desarrollo sostenible y respeto por el ser humano, a partir de las bondades naturales, culturales y humanas que caracterizan al destino, y a sus ventajas competitivas y comparativas.

Cuatro premisas fundamentales en la orientación de la presente política son:

- A. Refuerzo y consolidación del marco institucional del turismo, que requiere una visión integradora y multidimensional, consensuada y acorde a las necesidades del sector y expectativas de los diferentes actores que participan de la actividad.
- B. Sostenibilidad social, económica y ambiental, orientada a garantizar la calidad de vida de residentes y visitantes, la preservación del patrimonio y la perdurabilidad, en el tiempo, del negocio.
- C. Desarrollo equilibrado del espacio turístico, a partir de un diálogo con otras demandas sociales.
- D. Implantación de un sistema de incentivos y estímulos para el desarrollo del turismo regional.

El marco normativo de referencia está constituido por: el Conpes 3397, Política Pública de Turismo, nacional; la Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996 y sus posteriores modificaciones con la Ley 1101 de 2006 y la Ley 1558 de 2012; la Ley 2068 del 2020, el Decreto 504 de 1997 que reglamenta el Registro Nacional de Turismo; el Decreto 945 de 2014 que regula la conformación y funcionamiento del Consejo Nacional de Seguridad Turística y los Comités Departamentales de Seguridad Turística; y la Resolución 0557 de 2011 por la que se crea el Comité Nacional de Turismo, así como Política Pública de Desarrollo Rural 2015-2025, que puede entenderse transversal al turismo.

Por su parte, la política debe ser y es, coherente con la Política para el Turismo de Naturaleza, la de Mercadeo y Promoción Turística, la de Competitividad, la de Turismo Sostenible, de Infraestructura Turística y el Plan Sectorial de Turismo 2014-2020, el Plan Sectorial de Turismo 2018- 2022, la Política de Turismo Cultural, y los Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia. A escala local, con el Plan de Desarrollo Turístico de Manizales 2019-2029, el Plan de Manejo del Centro Histórico de Manizales, el PGAR, el POT de Manizales, el Plan de Gestión Regional Ambiental PDM y la Estructura Ecológica Ambiental.

Otras fuentes de análisis e inspiración fueron el Plan de Desarrollo Turístico de Caldas 2012, el Plan de Desarrollo del Producto MICE del PCC 2017, el Plan de Manejo del Paisaje Cultural Cafetero 2019, el Plan Estratégico Nacional para el Desarrollo del Turismo Cultural – Naranja de Colombia 2018, el Plan Estratégico Nacional para el Desarrollo del Turismo MICE de Colombia 2019, y el Plan Estratégico de Aviturismo de Colombia.

Finalmente, se incluyeron como propios en la Política Pública de Turismo los Objetivos del Desarrollo Sostenible y más concretamente el ODS N° 1. Fin de la Pobreza, fomentando el empleo de los habitantes en condición de vulnerabilidad y así contribuir a la erradicación de la pobreza; el ODS N°2. Hambre cero, que buscan terminar con todas las formas de hambre y que puede articularse por medio de medidas que incentiven el agroturismo; el ODS N°3. Salud y Bienestar, adoptando medidas que fomenten el bienestar de los trabajadores del sector y de los turistas por medio de equipamientos de sanidad y seguridad; el ODS N°4 Educación de Calidad, apoyando programas de educación en turismo; el ODS N°6. Agua Limpia y Saneamiento encaminando acciones que promuevan la optimización del uso del agua; el ODS N°8. Trabajo decente y crecimiento económico; el ODS N°9. Industria, innovación, infraestructura, promocionando programas y proyectos de investigación, inversión y de apoyo a las industrias creativas; el ODS N°10. Reducción de las desigualdades; el ODS N°11. Ciudades y Comunidades Sostenibles; el ODS N°15. Vida de ecosistemas terrestres, mediante iniciativas de sensibilización que fomenten la preservación de la biodiversidad; y el ODS N°17 Alianzas para Lograr los Objetivos, impulsado dinámicas de cooperación entre administraciones, sociedad civil, instituciones educativas y empresas del sector.

Previo al trabajo de formulación de la presente política, en la actualización del plan de turismo de la ciudad 2018 – 2028, se definieron [las líneas de acción por eje estratégico según la metodología aplicada](#), como base para el trabajo que se realizó con los diferentes actores del sector.

En el año 2018 inició la construcción de la Política Pública de Turismo de Manizales liderada por el Instituto de Cultura y Turismo de Manizales, en compañía de la empresa de consultoría Fundación Territorios hasta el año 2019; en el año 2020 pasó a ser apoyado por un equipo de trabajo conformado por la Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales, Universidad Católica de Manizales, Corporación para el Desarrollo de Caldas y Secretaría de TIC y Competitividad de Manizales, en el cual se realizó un proceso de actualización del documento y se convocó a los gremios del sector turístico y las instituciones académicas, de manera virtual para validar el trabajo que se había realizado hasta ese entonces. Todos los documentos desarrollados por la Fundación Territorios y por la Universidad Nacional son parte integral de la Política Pública.

En el año 2021 la Corporación para el Desarrollo de Caldas finaliza el proceso de elaboración de la política, actualizando los insumos de los años anteriores debido a las nuevas condiciones del Covid-19 y la realidad del turismo de la región, cabe aclarar que esta actualización se ejecutó gracias al trabajo realizado en los 3 años anteriores basándose en los antecedentes y estructura planteada para la política pública de Turismo. Además, se realizaron mesas de trabajo con los prestadores de servicios turísticos con el fin de validar la información y recolectar los aportes del sector que se pueden evidenciar en el presente documento. En los anexos 1, 2 y 3 se encuentran los listados de los participantes en las mesas de trabajo, las evidencias de los encuentros realizados con el sector y el proceso cronológico detallado de la construcción de la presente política desde el año 2018 al 2021.

## II. PRINCIPIOS

En toda estructuración de una política pública es necesario que su base esté levantada sobre unos principios que rijan la actividad y en este caso concreto la turística:

**a. Coordinación:**

Todas las entidades públicas que conforman este segmento de la economía deben actuar en forma coordinada en el ejercicio de sus funciones.

**b. Desarrollo Sostenible:**

El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. La determinación de la capacidad de carga, constituye un elemento fundamental de la aplicación de este principio. El desarrollo sostenible se aplica en tres ejes básicos, ambiente, sociedad y economía.

**c. Descentralización:**

En virtud del cual la actividad turística, es responsabilidad de los diferentes niveles del estado en sus áreas de competencia y se desarrolla por las empresas privadas y estatales, según sus respectivos ámbitos de acción.

**d. Facilitación:**

Impulso del turismo como sector estratégico mediante el cual los distintos organismos relacionados directa o indirectamente con la actividad turística promuevan la competitividad para satisfacer la demanda nacional e internacional.

**e. Fomento:**

Promover que el turismo contribuya a una mayor cohesión social y territorial y el desarrollo integral de las actividades turísticas, recreacionales y en general todo lo relacionado con esta actividad en el ámbito nacional

**f. Libertad de empresa:**

De conformidad con lo establecido en la Constitución Política, el turismo es una industria de servicios de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, sujeta a los requisitos establecidos en la Ley y en sus normas reglamentarias. Las autoridades de turismo en los niveles nacional y territorial preservaran el mercado libre, la competencia abierta y leal, así como la libertad de empresa dentro de un marco normativo de idoneidad, responsabilidad y relación equilibrada con los usuarios.

**g. Planeación:**

Las actividades turísticas deben ser desarrolladas de acuerdo con los planes y políticas sectoriales del turismo los cuales serán componentes de los planes y políticas nacionales de desarrollo

**h. Protección al consumidor**

Para un cabal desarrollo del turismo, el consumidor debe ser objeto de protección específica por parte de las entidades públicas y privadas.

**i. Participación activa de la comunidad receptora**

Fomentar el acceso de la ciudadanía a una oferta turística de calidad Uno de los actores fundamentales para que el proceso turístico se lleve en su totalidad de manera efectiva, es la comunidad receptora o anfitriona, pues es el principal beneficiario de la cadena de valor del sector y en quien atrae también la mirada del turista.

**j. Accesibilidad**

Fomento de la accesibilidad de las personas usuarias con movilidad reducida o algún tipo de discapacidad a los distintos establecimientos y atractivos turísticos.

### III. Marco Legal

Los artículos 16 y 17 de la Ley 300 de 1996, vigentes a la fecha, contemplan la necesidad de planificar el turismo y la obligación de las entidades territoriales de contar con sus planes de desarrollo turístico. Los lineamientos de Ley del orden Nacional, están contemplados en los diferentes artículos aún vigentes de la llamada Ley General de Turismo, así como en sus actualizaciones en las consecuentes Ley 1101 de 2006, Ley 1558 de 2012 y la última, Ley 2068 de 2020. La presente Política de Turismo se ha elaborado bajo los preceptos de Ley y se articula también al Plan Sectorial de Turismo Nacional.

### IV. Marco Conceptual

La competitividad turística en Colombia tiene base en el Diamante de Porter donde se encuentran cuatro fuerzas competitivas: factores de la demanda, factores de la oferta, estructura y rivalidad de las empresas e industrias de soporte, el cual plantea la competitividad como un sistema que, aplicado a una nación, promueve el desarrollo de varias industrias competitivas a la vez, sin enfocarse exclusivamente en una, a través de la creación de clústers integrados vertical y horizontalmente aprovechando los puntos en común entre estas y su concentración geográfica.

El entonces investigador de la Universidad de Harvard y consultor, fue contratado por el Gobierno Nacional para proyectar el desarrollo económico del país con base en la lógica de la competitividad y de clusterización, planteada por Porter. De esta manera, se priorizó el turismo como un factor diferencial con ventajas comparativas y, el año de 1996, se crearon diez clústers para el desarrollo del turismo receptivo en el país. Este mismo año, en la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo de Colombia, se definió la importancia del turismo como sector esencial para el desarrollo del país y de las diferentes regiones, así como se definió la creación del Fondo de Promoción Turística para fortalecer la promoción y el mercadeo y mejorar la competitividad del sector.

Posteriormente y sustentados en los planteamientos de Porter, los investigadores de la Universidad de Calgary, Crouch y Ritchie, plantearon para 1999 una idea de desarrollo de la competitividad turística, aterrizando los preceptos de la competitividad general, al turismo y definieron un marco teórico en el que la perspectiva de la competitividad turística tendría que ir enfocada, primordialmente, en el mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar de las comunidades anfitrionas locales. A partir de aquí, desarrollaron un modelo, conocido como el de Crouch & Ritchie (2003) o Modelo de Calgary, que implica el análisis de cuatro (4) grupos de factores esenciales para la competitividad de cualquier destino turístico:

- A. Los factores / impulsores de atracción, son el núcleo del modelo y elementos esenciales que generan motivación e interés para visitar el destino, relacionados con atributos, potencialidades y atractivos que lo caracterizan y distinguen.
- B. Los factores de soporte, asociados al desarrollo y condiciones generales del territorio, incluyendo aspectos como infraestructura, accesibilidad, conectividad, ordenación, señalización, comunidad receptora etc.



- C. Los factores de producción, relacionados con la capacidad productiva, características, profesionalidad y medios disponibles de la cadena de valor sectorial (alojamiento, gastronomía, guías, servicios terrestres y transporte, etc.).
- D. Los factores de gestión, consecuencia de un entorno turístico competitivo que requiere de políticas adecuadas de planificación y desarrollo, específicamente relacionadas con el marketing del destino, su gobernanza y los recursos disponibles.

Este planteamiento del Modelo de Calgary ha sido ampliamente aceptado y trabajado en Colombia desde la creación de la Política de Competitividad Turística en el 2009. Para la presente Política, se tomarán los 4 factores como [ejes](#) estratégicos sobre los cuales se desarrollan los planteamientos.

## V. Diagnóstico del Turismo de Manizales

### Marco Contextual del Turismo en Manizales

Manizales está ubicada en el centro occidente de Colombia sobre la Cordillera Central de los Andes, cerca del Parque Nacional Natural los Nevados, a una altura de 2.153 msnm. Tiene una población de aproximadamente 450 mil habitantes a 2020 (Informe Económico Anual de Manizales y Caldas, 2019). Cuenta con un Centro Histórico de gran importancia para la capital, certificado como destino sostenible de acuerdo con la Norma Técnica NTS TS 001 - 1 y es considerada una ciudad universitaria. Según el DANE (2017), la ciudad presenta una densidad poblacional de aproximadamente 0,6 habitantes por kilómetro cuadrado, debido mayormente al poco espacio adaptable para construir que deja la topografía. El 47,1 % de la población son hombres y el 52,9 % mujeres. La tasa de analfabetismo es del 5%. En cuanto a la cobertura de los servicios públicos: 99,4% de las viviendas cuenta con servicio de energía eléctrica, 97,3% tiene servicio de acueducto, 73% de comunicación telefónica, la cobertura sanitaria es adecuada y la educativa, excelente: cuenta con 14 universidades, importantes bibliotecas y un Centro de servicios del SENA, Servicio Nacional de aprendizaje.

A pesar de su geografía montañosa, la ciudad cuenta con una red de avenidas y carreteras que comunican los sectores de la ciudad y las diferentes regiones del país. Debido a la topografía, el tránsito en sentido oriente-occidente y viceversa, es más plano y rápido que en sentido norte-sur o sur-norte y, por esta razón, las avenidas más importantes se encuentran dispuestas longitudinalmente (Diseño de Producto de Turismo MICE PCC, 2018). La distancia entre Manizales y Bogotá es de 303 km. Entre Manizales y Medellín 194 km y entre Manizales y Cali 263 km. La Autopista del Café la intercomunica con las vecinas ciudades de Pereira y Armenia.

Es referente en aviturismo. Fue sede, en su octava versión, en noviembre 2018, de la Feria de Aves de Sudamérica y en el 2020 de la X versión de la feria. Así como es sede anual del Congreso Internacional de Aviturismo. Además, cuenta con la Red de Aviturismo de Caldas una mesa de trabajo entre organizaciones públicas y privadas que buscan desarrollar el aviturismo desde el mejoramiento de la competitividad turística, desarrollando acciones para el capital humano, la ciencia ciudadana, la investigación científica y la promoción turística de esta tipología.

De acuerdo con información del Producto de Turismo MICE (FONTUR, 2018), dentro del inventario turístico del municipio se identificaron 15 atractivos, de los cuales aproximadamente el 80% corresponde a Patrimonio Cultural Material y el 20% restante a Sitios Naturales. No se identificaron Grupos de especial interés.

El municipio tiene sus mayores fortalezas en recursos naturales y bienes culturales: ecoparques y parques que, además de actividades contemplativas, ofrecen variedad de actividades recreativas, deportivas, de

bienestar e incluso de aventura. Cabe destacar que algunos de estos espacios son también reservas y áreas naturales protegidas que permiten preservar la vegetación nativa y el recurso hídrico.

En relación con los sitios naturales, la oferta de la ciudad está compuesta por el Ecoparque los Yarumos, Ecoparque Alcázares Arenillo, Bosque Popular el Prado, Recinto del Pensamiento, la Reserva Río Blanco y la Ruta Termal del vecino municipio de Villamaría.

- Se encuentra dentro de la ciudad, el Ecoparque los Yarumos, un área de 71 hectáreas de selva húmeda - tropical que ofrece una gran variedad de planes de aventura además de actividades tradicionales como senderismo y avistamiento de aves; fue modificado en el 2014 con el fin de aumentar su ocupación turística, lo cual ha dado buenos resultados generando una opinión positiva en sus visitantes, no obstante, no ha logrado alcanzar la popularidad deseada.
- La Reserva Río Blanco es de suma importancia, pues abastece el 40% del agua de la ciudad y tiene, además, un área aproximada de 4.932 hectáreas de bosque de niebla, ideal para el turismo de observación de aves.
- Las aguas termales nacen de la actividad del volcán Nevado del Ruiz que hace brotar agua a 63 °C en un punto llamado Mina de Hierro.
- A pesar de ser conocido como Ecoparque, el Monumento Los Colonizadores se lleva toda la atención, elaborado por el maestro Guillermo Vallejo con llaves y cables de cobre que fueron donados a finales del siglo XX como conmemoración de los 150 años de la ciudad. Es un ícono de Manizales y es calificado por los turistas como uno de los 10 mejores atractivos turísticos según Trip Advisor (2021).
- Cerca de la ciudad, se encuentra el Bosque Popular El Prado, un espacio de recreación y deporte con actividades llamativas como pista de karts, pista bicicross, pista de motocross, pista de down hill, entre otras opciones gratuitas de entretenimiento para los habitantes de la ciudad. Aunque goza de reconocimiento de los turistas, es visitado en mayor medida por locales, al igual que el Centro Histórico de la ciudad, que reúne las construcciones más representativas y populares de la misma.
- La Catedral de Manizales, el edificio de la Gobernación, la Plaza De Bolívar y la antigua estación del ferrocarril, solo por mencionar algunas, hicieron que el contexto histórico, urbano y la tecnología de construcción mixta (bahareque y concreto armado) de la ciudad fueran declarados en conjunto Bienes de Interés Cultural, declarados por la Nación. Como atractivos complementarios, el Corredor Polaco, ubicado dentro de la Catedral Basílica Metropolitana Nuestra Señora del Rosario, ofrece una de las mejores vistas panorámicas de la ciudad a una altura de 104 metros. Es además el lugar más visitado.
- Otro de los miradores es la Torre de Chipre, promocionado como el principal espacio urbano para la recreación, deleite y observación del paisaje; es el segundo mirador más visitado después del Corredor Polaco; ofrece actividades de entretenimiento, un teatro y un sitio de comida rápida. El Cable Aéreo también es conocido por brindar una excelente panorámica a un precio económico y por ser una forma sencilla de movilizarse por la ciudad.
- La infraestructura tradicional y las experiencias cafeteras, no se han quedado atrás y la Hacienda Venecia es uno de los atractivos turísticos más reconocidos, incluso a nivel internacional. Esto, gracias a la experiencia cultural única que ofrecen para los visitantes. Es una hacienda cafetera con 150 años de construcción, declarada patrimonio cultural, que ofrece un Tour del Café enfocado al mercado extranjero, con una excelente calificación en foros y páginas especializadas.
- Otro atractivo diferenciador es el Recinto del Pensamiento, un complejo ecoturístico ubicado en la reserva natural Pedro Uribe Mejía, que ofrece actividades contemplativas y cuenta con una infraestructura ideal para la realización de eventos culturales, académicos y científicos a nivel regional, nacional e internacional. Demuestra un excelente potencial para el desarrollo del segmento MICE, lo cual complementa la oferta de turismo cultural y de naturaleza que predomina en la ciudad.

Adicionalmente, Manizales ha trabajado en la elaboración y puesta en marcha de nuevos atractivos, como es el caso del Paseo de Milán, una zona gastronómica inaugurada en 2015 que abarca desde el sector del batallón hasta la glorieta de Coca Cola; un espacio público de calidad para la integración y el disfrute de sus habitantes.

### Análisis de ejes estratégicos:

#### Eje estratégico **Atracción**

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Turístico de Caldas (2012), la declaración del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia es, quizás, el elemento de atracción más fuerte a nivel internacional, por la visibilidad que brinda una declaratoria de este tipo. Asimismo, la diversidad natural (fauna y flora), representada en 923 especies de aves equivalente al 49% de aves reportadas en Colombia y 34 de ellas amenazadas mundialmente, así como 37 nacionalmente, 22 especies endémicas y 34 casi endémicas, hacen de esta ciudad, un destino de naturaleza por excelencia.

De acuerdo con el Clúster de Turismo de Manizales (2019), hay unas tipologías de turismo que deben ser prioritarias en la ciudad:

**Naturaleza.** Una red de ecoparques que se convierte en los principales pulmones de la ciudad, bosques de selva húmeda perfectos para el avistamiento de aves y la belleza de los cafetales y el aroma de sus frutos, hace de Manizales un lugar ideal para disfrutar con familia y amigos.

**Cultura.** Rica oferta musical, teatro, danza, literatura, artes plásticas y otras áreas de la cultura. La Feria de Manizales, el festival de la imagen, la feria del libro, la feria artesanal, el festival de teatro, la oferta constante de exposiciones y muestras culturales, son señales de la importancia de este sector en la ciudad. Esto mezclado con la exuberante belleza del centro histórico, con una arquitectura que relata la historia de los antepasados y donde predomina la monumental catedral, convertirá la visita de los turistas en una experiencia inolvidable.

**Aventura.** Subir más de 15 metros y permitir que una caída libre acelere el corazón, escalada, recorridos de todos los niveles para usuarios novatos y expertos de bicicleta- ruta, montaña, enduro, downhill y mucho más, se puede experimentar en esta hermosa ciudad.

Adicionalmente, el **turismo MICE** (que se desprende del turismo de negocios), es otra de las tipologías más importantes y priorizadas en el territorio.

Entre las principales debilidades que se han identificado están:

- La contaminación visual y atmosférica en el Centro Histórico de la ciudad, sumado a la inseguridad en la zona. Se identifica al Centro Histórico en una crisis.
- Existencia de rutas turísticas locales sin producto y base comercial que las respalde. Se requiere de productos turísticos competitivos y estrategias de mercadeo y comercialización.

#### Eje estratégico **Soporte**

Manizales dispone de una moderna terminal de transportes; múltiples rutas de transporte colectivo, amplia presencia de taxis y cable aéreo, que enlaza las partes baja y alta de la ciudad. La terminal de Transporte de Manizales cuenta con 29 empresas que prestan su servicio a nivel nacional, interdepartamental y local y movilizan mensualmente un promedio de 314.600 pasajeros. Con más de 300 frecuencias diarias sirven Armenia, Pereira, Bogotá, Cali, Medellín, Ibagué, Medellín, Neiva, Valledupar y otros 40 destinos en Antioquia, Atlántico, Bolívar, Caldas, Caquetá, Cauca, Cundinamarca, Huila, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima y Valle del Cauca (Diseño de Producto de Turismo MICE PCC, 2018).

El aeropuerto La Nubia tiene una pista pequeña que impide el aterrizaje de aviones grandes y cuya ampliación es inviable, es contiguo a la urbanización Los Pinos, cuyas edificaciones de hasta tres pisos de altura ponen en peligro el sobrevuelo de aeronaves y se ve con frecuencia cerrado por baja visibilidad. Por estas razones actualmente se está construyendo un nuevo aeropuerto en el municipio de Palestina llamado aeropuerto internacional del Café, razones por las cuales, Manizales se apoya en los aeropuertos regionales.

Entre los aspectos destacados están; la buena infraestructura y cobertura de los servicios de energía eléctrica; la presencia del Sena y de entidades educativas que ofrecen programas de formación y capacitación para mejorar la competencia del talento humano. También se puede resaltar la investigación orientada al turismo. Ejemplo: Universidad Católica de Manizales a través de su grupo de investigación Gigat y el semillero Élite.

Entre los aspectos por mejorar se encuentran; la falta de señalización vial y turística en las vías principales y secundarias de acceso a atractivos relevantes; asimismo, el poco personal capacitado para la prestación del servicio turístico. Igualmente, se considera que la mayoría de las empresas turísticas locales no generan espacios para la capacitación continua de sus empleados, ni les facilitan acceder a las ofrecidas por el sector educativo.

### **Eje estratégico Producción**

Se ha identificado que hay una cultura empresarial que se puede mejorar. De acuerdo con el Plan de Desarrollo Turístico de Caldas (2012), se identifica que el 80% de los hoteles y el 40% de las agencias de viajes, no tienen un plan estratégico ni manuales de funciones ni tampoco de procedimientos.

Adicionalmente, hay pocos prestadores de servicios turísticos certificados en calidad, además, poco personal bilingüe en los establecimientos dedicados a la actividad turística. También se percibe desarticulación entre el sector educativo y el empresarial.

### **Eje estratégico Gestión**

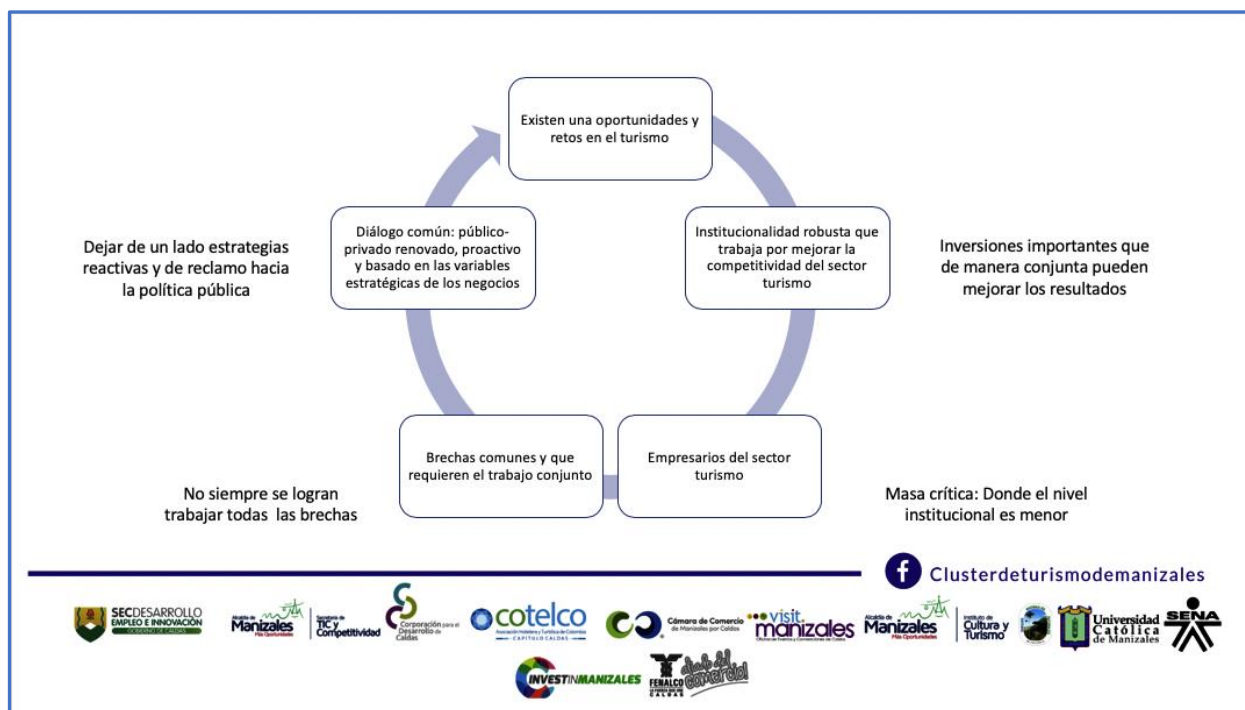
De acuerdo con el Clúster de Turismo de Manizales, para el año 2019, se generaron estrategias para fortalecer la relación entre los empresarios de los diferentes eslabones de la cadena de valor y la institucionalidad presente en Manizales, por lo que se firmó un Memorando de Entendimiento donde participaron 10 instituciones. Este instrumento, vigente a la fecha, tiene como propósito aunar esfuerzo para diseñar, desarrollar e implementar acciones conjuntas en la ciudad de Manizales y en el departamento de Caldas que aporten al mejoramiento de la gobernanza, el fortalecimiento del diálogo entre los empresarios e instituciones, el mejoramiento de la calidad en los servicios turísticos, la consolidación de productos sostenibles, el intercambio de información y la promoción del destino a nivel nacional e internacional.

Las líneas de trabajo priorizadas y que marcan la ruta de trabajo de manera articulada son:

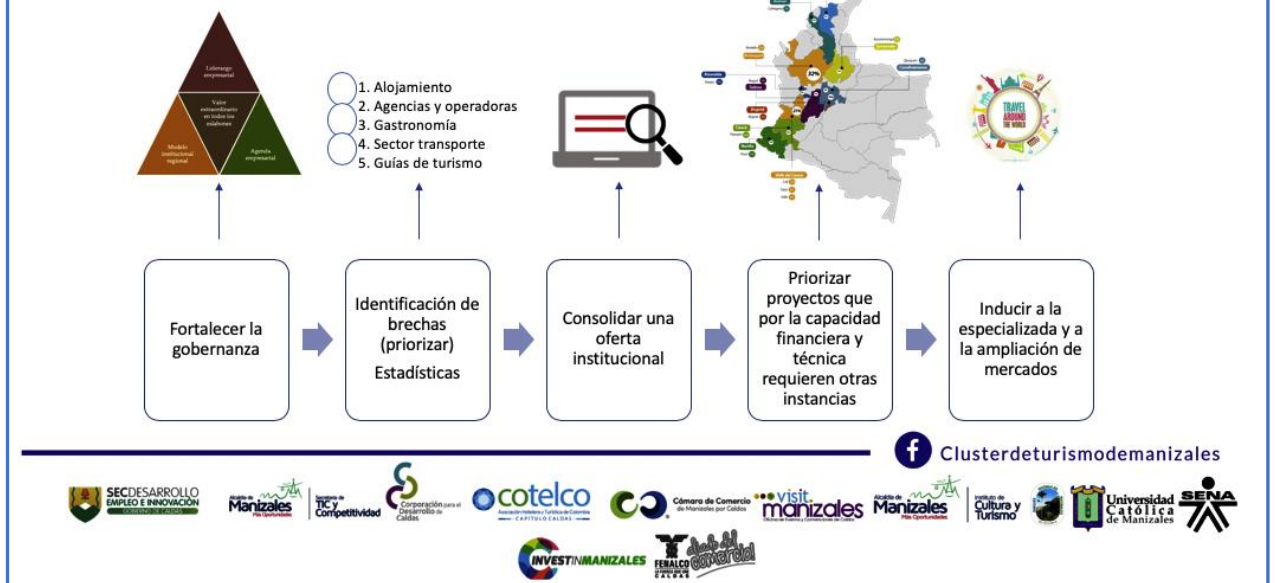
- Buscar la comercialización conjunta de los bienes y servicios turísticos en ferias y eventos.
- Realizar campañas publicitarias que incentiven el tránsito a la legalidad y promover el consumo de bienes y servicios en los establecimientos legales.
- Consolidar ofertas educativas (formales y no formales) acorde a las necesidades del sector y con un amplio componente práctico (trabajo in situ).
- Estructurar un sistema de información que permita la consolidación y obtención de estadísticas del sector turismo, requeridas para la toma de decisiones.
- Generar espacios de diálogos entre los empresarios y las instituciones para concertar acciones que contribuyan al fortalecimiento de la actividad turística.
- Incentivar la creación de productos turísticos segmentado que atiendan mercados Premium
- Incentivar a los ciudadanos locales para que consuman los productos turísticos de la región y se apropien del territorio.

- Contribuir al fortalecimiento del producto turístico de avistamiento de aves y al posicionamiento de este a nivel nacional e internacional.
- Desarrollar acciones que contribuyan a fortalecer el Turismo MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions).
- Lograr la promoción conjunta del destino con el fin de mejorar su alcance y continuidad
- Contribuir a lograr y mantener la certificación de sostenibilidad del Centro Histórico.
- Elaborar material publicitario a partir de criterios unificados y orientado a la promoción del destino y sus productos consolidados.
- Posibilitar el intercambio de información y estadísticas que permitan la estructuración de acciones y proyectos del sector turismo.
- Presentar de manera conjunta proyectos a instituciones del orden nacional e internacional que busquen superar las principales brechas del sector del turismo.
- Apoyar acciones que contribuyan a lograr la declaratoria por parte de la UNESCO del Geoparque Volcán del Ruiz.
- Participar activamente en las acciones planteadas desde el Clúster de Turismo de Manizales.
- Promover y estructurar la creación del Clúster de Turismo del Departamento de Caldas, como una iniciativa regional que aporta al fortalecimiento y encadenamiento de los diferentes eslabones de la cadena de valor, acerque a los empresarios a nuevos mercados e incentiva la sofisticación de los productos turísticos.

Con base en esto, el clúster de turismo cuenta con una ruta denominada **La Ruta de la Consolidación**, la cual se describe en la siguiente figura:



## La ruta de la consolidación del Clúster de Turismo de Manizales



Entre los aspectos positivos para resaltar de la gobernanza turística de la ciudad de Manizales, más allá de la existencia y el trabajo del Clúster de turismo, están:

- La presencia de gremios turísticos como Cotelco, Anato, Asdeguías y Aguitec, entre otros.
- La existencia del ICTM (Instituto de Cultura y Turismo de Manizales).
- La caracterización del turista nacional y extranjero que visita Manizales.

A pesar de esto, también se identifican una serie de debilidades, entre las que se encuentran:

- La dependencia del empresario turístico con las administraciones públicas.
- No hay aplicación y cumplimiento de las políticas en la restauración y mantenimiento de los BIC (Bienes de Interés Cultural). Ninguno de ellos cuenta con PEMP (Plan Especial de Manejo y Protección).
- La desarticulación público - privada para la toma de decisiones y la gestión de recursos en materia de promoción del destino.
- La falta de diseño e implementación de estrategias de Mercadeo de Ciudad"
- Poca oferta estructurada en mercados turísticos.
- Material promocional no disponible fácilmente para el turista.

Por último y de acuerdo con el Centro de Pensamiento Turístico de Colombia (2020) a través del Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia, se analizaron 21 ciudades capitales para el 2019, entre las que estuvo Manizales, obteniendo el 9no lugar, superando a ciudades como Armenia, Ibagué y Popayán, entre otras. De acuerdo con el estudio, Manizales se destaca en los ejes de Gestión de Destino, Estrategia de Mercadeo, Social e Infraestructura. Por mejorar, aparecen los ejes Cultural, Ambiental, Económico y Empresaria

## DOFA

Con base en el marco contextual y en el Plan de Desarrollo Turístico de Manizales (2018), se han identificado, por cada [eje estratégico](#), las siguientes fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas:

### ❖ **Gestión:**

- *Fortalezas:* existencia de entidades de gestión propias del turismo (Instituto de Cultura y Turismo de Manizales), proceso de clúster de turismo, declaratoria como área de turismo sostenible al Centro Histórico.
- *Debilidades:* ausencia de un sistema de información que permita interpretar el comportamiento del turista en el destino, dispersión en intereses y desintegración entre actores relevantes de la gestión turística, estudios para el desarrollo competitivo del sector, mercadeo y promoción turística internacional y planes de internacionalización del sector, investigaciones e inteligencia de mercado.
- *Oportunidades:* beneficios tributarios y otros para la reactivación del turismo contemplados en la Ley 2068 de 2020.
- *Amenazas:* incentivos por parte de destinos competidores que favorezcan el clima empresarial y de gestión turística en detrimento de la ciudad.

### ❖ **Atracción:**

- *Fortalezas:* se identifica una abundante biodiversidad, gran oferta y desarrollo del aviturismo en zonas rurales de la ciudad (café y agroturismo), cercanía al Nevado del Ruiz, entre otros, declaratoria PCCC, reconocimiento como destino de aviturismo.
- *Debilidades:* se identifica un deterioro del Centro Histórico, ausencia de estudios de capacidad de carga y / o manejo ambiental en atractivos de naturaleza y de especial sensibilidad, deterioro en fincas cafeteras.
- *Oportunidades:* inminente declaratoria como Geoparque de la UNESCO, internacionalización de la Feria de Manizales.
- *Amenazas:* pandemia por COVID - 19 y riesgos de bioseguridad crecientes.

### ❖ **Producción:**

- *Fortalezas:* servicio al cliente y hospitalidad son destacables, reconocimiento por los altos índices de calidad de vida en la ciudad, amplia oferta de servicios turísticos.
- *Debilidades:* se puede percibir desarticulación entre la cadena de valor, falta de formación y capacitación en turismo por parte de alguna fracción de los actores involucrados, entre otros.
- *Oportunidades:* reconocimiento internacional de Manizales como destino turístico gracias a la declaratoria PCCC, además de la dinámica turística regional.
- *Amenazas:* desarrollo de destinos competidores con altos estándares de servicio y generación de valor agregado.

#### ❖ **Soporte:**

- *Fortalezas:* existencia de aeropuerto en la ciudad, así como terminal de transporte y cercanía con aeropuertos de la región que conectan a Manizales con el resto del país y algunos destinos internacionales.
- *Debilidades:* falta de uso de TICs, falta de innovación y desarrollo tecnológico, señalización turística inexistente / insuficiente, falta de parqueaderos, invasión del espacio público, servicio limitado del Aeropuerto la Nubia, ausencia de planes de accesibilidad universal ligados al turismo.
- *Oportunidades:* Aeropuerto del Café para el acceso a mercados internacionales y nuevas rutas a nivel nacional con el soporte del Aeropuerto de la Nubia. Implementación del Plan de Ordenamiento Territorial.
- *Amenazas:* mejoramiento de acceso e infraestructuras en destinos competidores.

## Conclusiones diagnósticas

De este punto se desprenden por [eje estratégico](#) [las líneas de acción](#) que serán presentadas en el plan de acción del presente documento:

#### ❖ [Eje estratégico](#) **Gestión:**

- 1.1. Gobernabilidad y Gobernanza participativa** (DMO y Clúster de Turismo).
- 1.2. Promoción turística eficiente** (Plan de Marketing).
- 1.3. Programa de información turística e inteligencia de mercados** ([Sistema de información turística](#), señalización inteligente, y Desarrollo Web / app, mapas, folletos, PIT's).
- 1.4. Programa de Destino Inteligente** (Diagnóstico y Plan de Acción).
- 1.5. Sostenibilidad** (Ligado a certificación y declaratorias, investigación, estandarización).
- 1.6 Salvaguarda del patrimonio** (gastronomía, fincas cafeteras, arquitectura, etc.).
- 1.7. Movilización de recursos** (del orden nacional y de Cooperación Internacional).

#### ❖ [Eje estratégico](#) **Atracción:**

- 2.1. Programa para la reactivación del turismo en la ciudad por la pandemia a causa de COVID – 19.**
- 2.2. Refuerzo de la estructura empresarial** (fomento al emprendimiento; formación en competencias; programa de orientación, incentivo y acompañamiento; capital semilla, incentivos).
- 2.3. Coopetencia** (procesos asociativos, clústers sectoriales, foro profesional).
- 2.4. Promoción de la calidad** (certificaciones de calidad).

#### ❖ [Eje estratégico](#) **Producción:**

- 3.1. Ordenamiento territorial** (zonificación, reglamentación del turismo urbano / rural). Planes de manejo ambiental / capacidad de carga / Límites de Uso Aceptable (según tipo de atractivo y contexto).



**3.2. Seguridad turística** (ESCNNA, Consejo de Seguridad Turística, Bioseguridad, Asistencia).

**3.3. Accesos a la ciudad** (conectividad aérea y de vías).

**3.4. Movilidad urbana** (bus turístico, bus por el día, parqueaderos en zonas específicas, transporte de alquiler, App Smart Tour).

**3.5. Mejora de la señalización** (instalación de señalización turística -inteligente-, reparación / adecuación, etc.).

**3.6. Accesibilidad** (formación en turismo accesible, manual de accesibilidad, recorridos accesibles, plan de accesibilidad).

**3.7. Conectividad digital** (wi-fi y tecnología de monitoreo en el Centro Histórico y atractivos clave).

**3.8. Fomento a la hospitalidad y endomarketing** (sensibilización / cultura turística, CAT, Caja Herramientas Patrimonio UNESCO, monitoreo de la satisfacción turística en el destino). Cátedra Manizales (UNESCO PCC, Geoparque, otros).

❖ **Eje estratégico Soporte:**

**4.1. Fortalecimiento y / o desarrollo de productos especializados** (Negocios-MICE, Naturaleza-Aviturismo, Bienestar-Termalismo, Cultura-Café, Cultura-Feria, Cultura-Gastronomía, Biciturismo). Productos premium (Portafolio de productos).

**4.2. Adecuación de atractivos estratégicos.**

## VI. Objetivo General de la Política Pública

### Misión

Para llegar al Objetivo General, se parte de la Misión, la cual persigue un marco de operatividad y sostenibilidad a la actividad turística en el municipio y un soporte jurídico, social, ambiental, económico y cultural. Esta recoge la vocación natural del destino, caracterizada por su potencial natural, su riqueza y tradiciones culturales, así como sus valores, reflejados en la hospitalidad, la creatividad y la innovación, entre otros.

### Visión

La visión se corresponde con el modelo desarrollo consensuado para la ciudad entre todos los actores y el posicionamiento al que aspira el destino y que aboga por posicionar y consolidar a Manizales, en el ámbito nacional y como parte integral del PCC como Capital de la Cultura Cafetera, promoviendo una oferta estructurada de experiencias innovadoras, fortaleciendo la organización social, empresarial, la valoración del patrimonio natural, arquitectónico y cultural, para generar oportunidades y beneficios socioeconómicos para la comunidad. La visión de la política de turismo es una extensión de la visión territorial de la ciudad en la que se proyecta para el 2032 como la ciudad con mejor calidad de vida de Colombia, un territorio de paz y cultura donde se garantizará el respeto por el paisaje, el patrimonio y los recursos naturales. El desarrollo turístico, por ende, se encaminará hacia la visión territorial.

De esta manera, el objetivo general de la Política de Turismo de Manizales será focalizar acciones prioritarias para el desarrollo turístico de la ciudad, de acuerdo con la visión del territorio para el año 2032.

## VII. Plan de Acción de la Política Pública

Los objetivos de las políticas institucionales y las iniciativas privadas, con sus diferencias lógicas de búsqueda del bien común o del beneficio empresarial, pero compatibles, se articulan por medio de la Política Pública Municipal de Turismo que implementará cuatro ejes estratégicos, los cuales abren un abanico de programas y acciones.

### 1. EJE ESTRATÉGICO GESTIÓN.

El objetivo es impulsar un modelo de gestión eficiente, para lograr un posicionamiento institucional de Manizales como capital cultural cafetera y uno de los factores de desarrollo socioeconómico del municipio, promoviendo el turismo propio tanto para locales como para visitantes y asegurando el acceso universal a la información turística y los servicios que ofrece la ciudad, en articulación entre los actores públicos, privados y la comunidad.

#### 1.1. Línea de acción gobernabilidad y gobernanza participativa.

Tal y como se contempla en la visión del territorio, la gobernabilidad seguirá rigiéndose bajo principios éticos y democráticos en busca de la participación y equidad social y comunitaria. La gobernanza será una tarea de todos, no de solo un ente gestor central, dependerá del liderazgo de los diferentes actores involucrados en el desarrollo turístico.

##### *Plan de Acción:*

Creación de la Unidad de Turismo de Manizales. La estructura administrativa del municipio de Manizales se conforma, a partir del Despacho del Alcalde, en: Secretarías de Despacho con Unidades y áreas dependientes; coordinaciones y entidades descentralizadas de primer y segundo orden. Hoy, el Instituto de Cultura y Turismo de Manizales es una entidad descentralizada de Primer Orden con un mandato coordinador, promotor y operador.

Los talleres realizados durante el proceso de construcción de esta Política de Turismo arrojan un acuerdo de los actores por la creación de una Secretaría o Unidad. La falta de recursos descarta completamente la creación de una Secretaría, potenciando la apuesta por la Unidad de Turismo como el área organizativa más adecuada para la gobernanza turística.

En ese orden de ideas, siendo el sector turístico uno de los ejes de la especialización inteligente regional definidos en la Agenda de Competitividad, la Secretaría de Despacho de la Alcaldía más concordante para incorporar la Unidad de Turismo es la de TIC y Competitividad donde coexistiría con las Unidades de TIC y Fomento Empresarial ya existentes. Esta sugerencia, aduce al carácter técnico de esta área que busca el fomento a la asociatividad económica, el fortalecimiento de cadenas productivas y del emprendimiento, así como el diseño e implementación de instrumentos para facilitar la financiación del sector y promocionar la inversión extranjera en la ciudad. La nueva Unidad de Turismo, además de concentrarse en apoyar la misión de la Secretaría en el plano turístico, debe, aún dependiente de su presupuesto, contar con personal cualificado y con amplia experiencia en la gestión de destinos.

*Plazo: 2 años.*

Consolidación y fortalecimiento del Clúster de Turismo de Manizales. Es el espacio más propicio para ejercer la gobernanza en el territorio, dando orientaciones estratégicas, validando las partidas del presupuesto del área y controlando la eficacia de las acciones públicas. Asimismo, tendrá el rol de empoderar a los diferentes actores de la comunidad, prestadores de servicios turísticos, gremios y otros, para la gestión adecuada del turismo en la ciudad, de acuerdo con la visión territorial y la política de turismo.

Se desprenden 4 puntos que se vienen trabajando desde hace 5 años con el Clúster:

- *Fortalecimiento institucional y gobernanza.* Busca consolidar el sistema del clúster a partir de una estructura horizontal de relacionamiento; incentivar la afiliación de nuevos empresarios de los diferentes eslabones de la cadena de valor, al clúster de turismo; consolidar un sistema de información y georreferenciación turística para la ciudad y la región; mantener actualizado el perfil del turista de la ciudad de Manizales.
- *Sofisticación del sector.* Busca incentivar el desarrollo de productos o enfoques hacia la responsabilidad social empresarial; propender por una oferta turística diferenciada y conectada con el patrimonio cultural y natural de la ciudad; desarrollar y fortalecer la ruta gastronómica de la ciudad; fortalecer la movilidad y el turismo accesible; acceder a segmentos de alto valor (premium); incentivar la creación de productos turísticos segmentados.
- *Promoción e innovación.* Busca desarrollar, gestionar y posicionar la marca ciudad; la comercialización conjunta de la cadena de valor del turismo en la ciudad de Manizales; aplicar a convocatorias de I+D+i relacionadas con el sector turístico; posicionar el destino a partir del enfoque de aventura, naturaleza y cultura; formar en temas de innovación del sector turismo; fortalecer los canales de comercialización.
- *Fortalecimiento del capital humano.* Busca capacitar el recurso humano; formar en el manejo de social media y herramientas de marketing online; consolidar una estrategia público-privada para desarrollar competencias en otros idiomas; incentivar la contratación de personal cualificado en las empresas turísticas; sensibilizar sobre el turismo como un sector importante para la economía de la ciudad.

*Plazo: vigente desde el primer momento y de manera indefinida.*

## **1.2. Línea de acción promoción turística eficiente.**

Definición de una hoja de ruta e instrumentos encaminados a optimizar las oportunidades de comercialización del destino.

### *Plan de Acción:*

Desarrollo y promoción de la marca ciudad para Manizales que oriente la construcción sostenida de valor, impulsando el desarrollo de su reputación. A través de la estrategia de posicionamiento de marca, buscamos que Manizales se consolide como una ciudad de referencia.

Actualmente Manizales no tiene una marca que la represente como ciudad capital, no solo para turismo, sino como una representación de lo que significa a nivel de negocios, ciudad universitaria, turismo, etc. Más allá de las marcas (o eslogan) de las administraciones, no hay un mensaje de largo plazo que se transmita y genere confianza. Algunos la llaman “la ciudad de las puertas abiertas”, otros, “la ciudad universitaria”, otros, “la ciudad de los atardeceres maravillosos”, y así. Lo que se requiere es una marca paraguas, que trascienda administraciones y sobre la cual se desarrolle una estrategia de marketing territorial y de la cual se puedan desprender las acciones de mercadeo y promoción de la ciudad como destino turístico.

El turismo es una herramienta de promoción de la ciudad y al tiempo un sector beneficiario de la estrategia de marca, de ahí la necesidad de integrar e impulsar una estrategia de comunicación y co-branding que refuercen el posicionamiento de Manizales como destino de naturaleza, capital mundial de la cultura café y epicentro de la declaratoria UNESCO del Paisaje Cultural Cafetero como Patrimonio de La Humanidad, así como la declaratoria como Geoparque. A ello contribuiría el rico imaginario existente.

*Plazo: 1 año.*

Desarrollo de un Plan de Marketing que oriente las estrategias, acciones y mercados objetivos y que, anualmente, realice el despliegue de medios y acciones concretas en función de los recursos disponibles cada año. Serán principios rectores del plan: i) orientación de mercado, y análisis de las fuentes de información (inteligencia de mercados) para detectar tendencias y oportunidades; ii) estrategias y acciones definidas por segmentos, mercados y productos, no generalistas, para mercado doméstico e internacional; iii) medición de la efectividad de cada una de las acciones propuestas; iv) creatividad de las estrategias de relaciones públicas, comunicación y promoción, alineadas con los objetivos misionales de la entidad, para generar un impacto positivo y perdurable entre el público objetivo .

Para optimizar los recursos disponibles se priorizarán las acciones BTL, las acciones ATL se circunscribirán al ámbito de las Redes Sociales e Internet y se contemplan acciones de mercadeo relacional y *trade marketing*, como alianzas, *fam* y *press trips*, *workshops*, *street marketing* y asistencia a ferias, al objeto de impulsar la comercialización del destino, mejorar la rotación del producto y diversificar la oferta por parte de los operadores turísticos.

*Plazo: 2 años.*

### **1.3. Línea de acción información turística e inteligencia de mercados.**

El acceso a la información tiene dos orientaciones; la primera, de cara al empresario / inversionista / gremio, para tomar decisiones soportadas en hechos reales y certeros, reduciendo riesgos financieros y logrando mayor estabilidad en el desarrollo del sector; la segunda, de cara al turista, facilitando el acceso de información turística con relación a: atractivos, recorridos de interés según gustos, prestadores de servicios turísticos, transporte público, entre otros. La creación de un sistema de información turística es clave para el desarrollo turístico.

El sistema de información debe: i) garantizar el acceso de los visitantes a una información completa y actualizada como base para consolidar una experiencia turística plena y satisfactoria; ii) generar de los turistas información de retroalimentación que permita al destino mejorar sus servicios, su oferta y su atractivo; iii) coordinar la calidad de la información que proveen los prestadores turísticos a sus clientes.

*Plan de Acción:*

Recolectar e integrar información de distintas fuentes, públicas y privadas, analógicas y digitales, abiertas o de pago, para soportar, en tiempo real, la toma de decisiones estratégicas de manera informada y objetiva y alimentar un cuadro de mando que consienta observar en el tiempo el desempeño socioeconómico del destino.

*Plazo: 3 años.*

Crear un sistema de información (solución tecnológica con personal para el análisis y procesamiento) para brindar y obtener retroalimentación del mercado sobre la oferta y demanda, que permita profundizar en el conocimiento del consumidor potencial, adelantarse a las tendencias y adecuar la oferta de productos. Este sistema debe consolidarse como un repositorio central de información, evitando duplicación de datos y facilitando el control para su seguridad; la disponibilidad de análisis en tiempo real y en línea, con mecanismos interactivos que permitan generar información de valor agregado y su integración con Sistemas de Información Geográfica.

*Plazo: 4 años.*

Página web y APP. El desarrollo de una web propia, 3.0, interactiva y *responsive*, es pieza clave en la estrategia de *marketing online*, clave como elemento de marketing relacional, esencial en la generación de leads y componente del necesario proceso de que Manizales retome las riendas de su promoción. La web se puede y debe plantearse como un *hub* de las distintas experiencias disponibles y debe contribuir a un proceso de promoción de la digitalización y ser un elemento de automatización de los procesos comerciales.

*Plazo: 3 años.*

Sistema de información complementario. Se crea para complementar el sistema de información con señalización inteligente, mapas y folletos; ampliará el horario de atención y mejorará información sobre la oferta turística que brindan los informadores profesionales de los PITs (Puntos de Información Turística), de manera presencial y telemática; y reorganizará y creará un mecanismo de concertación con guías turísticos bilingües al objeto de brindar, de forma personalizada, información turística a los visitantes, para facilitarles el reconocimiento, disfrute y apropiación del destino. El equipo se reforzará durante la celebración de eventos y temporada alta, con la apertura de PITs temporales.

*Plazo: 5 años.*

#### **1.4. Línea de acción programa de destino inteligente.**

Responde a la evolución de una nueva concepción de desarrollo y gestión urbana, integral, funcional, urbanista y humanista de las ciudades inteligentes, en respuesta a la necesidad de eficiencia y sostenibilidad pero con una variable esencial: incorpora una variable de negocio al orientarse en mejorar la competitividad y la calidad de las experiencias turísticas, adicionalmente, sentando las base de un espacio innovador, accesible, interconectado, sostenible, cuyo manejo depende de la gestión del conocimiento y un uso creciente de las TICs.

El travel journey del visitante no representa sólo la suma de interacciones con el destino y los proveedores, físicas y digitales. Se extiende al antes, cuando busca alternativas asociadas a su motivación y perfil; a su estancia en destino y necesita información para disfrutar y enriquecer su plan de viaje; y al post viaje, momento que su valoración y la difusión de su experiencia contribuye a forjar la reputación del destino.

Tal cual como sucede con el concepto de Ciudad Inteligente, el objetivo central es mejorar la calidad de vida de los habitantes y, en este caso, sumarle un mejoramiento a la experiencia del visitante en el destino.

*Plan de Acción:*

Diagnóstico del estado de Manizales como Destino Turístico Inteligente (DTI). Lo primero que se hace siempre es identificar el estado actual de la ciudad con relación a los retos que marca la metodología de DTI. Esto implica abordar retos en 5 componentes fundamentalmente: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad. Una vez desarrollado el diagnóstico, trabajar por un plan de acción para convertir a la ciudad de Manizales en un DTI. Primero se tomará como piloto el Centro Histórico de Manizales. Posteriormente, se analizarán nuevas áreas para incorporar al análisis y así, ir extendiendo la aplicación del modelo en la ciudad.

*Plazo: 5 años.*

### **1.5. Línea de acción sostenibilidad.**

La sostenibilidad es transversal al desarrollo turístico y por esto, se han priorizado los Objetivos de Desarrollo Sostenible que se trabajarán de la mano de la presente Política de Turismo. Sin embargo, hay unos programas específicos que se deben trabajar para garantizar la sostenibilidad del turismo y la articulación regional.

La Política de Turismo Sostenible publicada en 2020 por el Viceministerio de turismo, plantea nuevos paradigmas para un turismo sostenible en el mundo, siguiendo tendencias globales; es una responsabilidad compartida por parte de todos los actores involucrados; genera nuevas oportunidades de mercado ante las nuevas preferencias de la demanda; no va ligado a tipologías específicas (ecoturismo, turismo de naturaleza), sino que tiene un enfoque transversal; es un factor de diferenciación desde el punto de vista de la competitividad; es un factor de desarrollo social y cultural.

La Política de Turismo Sostenible plantea seis objetivos específicos que se adoptan por parte de la Política de Turismo de Manizales; aumentar la información disponible, incorporar los criterios de en la planificación y gestión, fortalecer las condiciones e incentivos para la aplicación de parámetros de sostenibilidad en el territorio, estimular las prácticas de mitigación, control, y compensación, promover el comportamiento y el consumo responsable, y fortalecer el posicionamiento de Colombia en mercados estratégicos.

#### *Plan de Acción:*

Impulsar la implementación de las normas de sostenibilidad turística en empresas. Si bien el solo hecho de contar con un RNT implica la aplicación de estándares de sostenibilidad turística, muchas veces es importante acompañar a los empresarios para convertir la sostenibilidad en parte de la cultura de calidad y una apuesta de valor del destino.

*Plazo: vigente desde el primer momento y de manera indefinida.*

Certificación NTS TS 001-1 Centro Histórico de Manizales. El centro histórico de la ciudad de Manizales está certificado con la norma técnica NTS TS 001-1 de sostenibilidad turística, pero esta certificación se puede perder si no se cumplen con los compromisos estipulados en el dossier que dio pie a la certificación. Es clave tomarlo como prioridad e ir tomando acción, teniendo en cuenta también lo contemplado en el POT con relación a la revitalización del Centro Histórico de la ciudad.

Además del Centro Histórico, es necesario ampliar la certificación (o implementación de parámetros de sostenibilidad según la NTS) a su red de ecoparques y reservas naturales protegidas, en particular al llamado Corredor Agroturístico, por su vinculación con la declaratoria como Paisaje Cultural Cafetero Colombiano como Patrimonio de La Humanidad declarado por la UNESCO y de manera general a toda la ciudad, de una manera progresiva para que Manizales, se convierta en la primera ciudad turística sostenible de Colombia en su totalidad.

En este sentido, se debe trabajar de manera articulada para propender por la garantía del cumplimiento de acciones contempladas para Manizales en el marco de la Declaratoria PCCC como Patrimonio de la Humanidad, así como las que vendrán en el marco de la eventual Declaratoria como Geoparque Volcán del Ruiz, lo cual implica esfuerzos importantes, articulación regional y, asimismo, importantes beneficios para los habitantes en términos de calidad de vida.

*Plazo: vigente desde el primer momento y de manera indefinida.*

Programa regional hacia un turismo de naturaleza y calidad, para la aplicación de estándares mínimos basados en buenas prácticas de turismo sostenible para los territorios, productos y subsectores a nivel de las instalaciones y dotaciones, procesos y competencias laborales, articulado de forma gradual con el programa de Calidad Turística de Colombia.

*Plazo: 7 años.*

Diseño, gestión e implementación de programas de reconocimiento, mejoramiento, investigación y sostenibilidad tanto de los recursos naturales y patrimoniales, coordinados con entidades competentes.

*Plazo: 7 años.*

Salvaguarda del patrimonio. Actualmente no se está aprovechando la totalidad del patrimonio de la ciudad ni para la recreación, ni para el turismo. Es necesario hacer una revisión, actualización y categorización del inventario del patrimonio urbano, natural e intangible del municipio (usos y tradiciones, gastronomía etc., y, en particular casas coloniales y fincas cafeteras tradicionales) con el fin de darle un nuevo aire a la ciudad e incrementar el atractivo turístico del destino turístico. Para esto, son clave también las redes y el apoyo que pueden ofrecer las universidades y las asociaciones de guías de turismo para que el proceso de recuperación y visibilidad del patrimonio, sea tarea de todos.

*Plazo: 5 años.*

## **1.6. Línea de acción movilización de recursos.**

La implementación de una Política de Turismo ambiciosa requiere de recursos de todo tipo, muchos de los cuales no están a la mano del ente gestor, en este caso, la Alcaldía de Manizales. En este sentido, se busca tener una política de gestión y movilización de recursos de alto impacto para alcanzar los objetivos propuestos y visión deseada para el destino turístico.

*Plan de Acción:*

Programa de Capital Humano capaz de movilizar recursos. El equipo de profesionales del ICTM (a futuro Secretaría de Turismo de Manizales) y otros entes de gestión vinculados al desarrollo turístico de la ciudad, estarán también encargados de estructurar, formular, gestionar proyectos para promover y desarrollar a Manizales como destino turístico, mediante la obtención de recursos de diferentes fuentes de financiación y cooperación como el Sistema General de Regalías, la contribución parafiscal para la promoción del turismo y recursos de cooperación internacional.

*Plazo: 4 años.*

## 2. EJE ESTRATÉGICO PRODUCCIÓN.

El objetivo es articular una cadena de valor sectorial reforzada, más eficiente, profesional y competitiva, cuyos componentes se complementen para atender adecuadamente las necesidades de mercado identificadas y aporten a la cultura del emprendimiento y la innovación en el territorio.

### 2.1. Línea de acción programa para la reactivación del turismo en la ciudad por la pandemia a causa de COVID – 19.

Programa especial para acompañar a las empresas y al sector turístico en general, a la reactivación económica.

#### *Plan de Acción*

Socializar a todos los empresarios que hacen parte de la cadena de valor, los beneficios estipulados en la Ley 2068 de 2020 para la reactivación del sector.

Entre las medidas tributarias transitorias de la Ley se encuentran la reducción del IVA en los tiquetes aéreos que pasará del 19% al 5% hasta el 31 de diciembre de 2022; suspensión transitoria del pago de la sobretasa a la energía para los prestadores de servicios turísticos de los subsectores hotelero, alojamiento, eventos y parques; la reducción transitoria del impuesto al consumo al 0% y la exención del IVA para servicios de hotelería y turismo hasta el 31 de diciembre de 2021. También se eliminó el pago de la sanción para la reactivación del Registro Nacional de Turismo (RNT) hasta marzo de 2021; el respaldo económico \$585.000, hasta por tres meses a los guías de turismo; y el subsidio Programa de Apoyo al Empleo Formal- PAEF, para dar a los empleadores un aporte que podrán solicitar por una sola vez, mensualmente durante los meses de mayo, junio, julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre de 2020, y enero, febrero y marzo de 2021.

Dentro de los paquetes de ayudas del Gobierno Nacional al sector, también se encuentra el acceso a recursos para la reactivación a través de mecanismos especiales de financiación (FNG, Bancoldex y Fiducoldex).

Con base en estos incentivos, se debe proyectar un plan de acción de la mano con Cámara de Comercio y gremios para reactivar gradualmente el sector mediante campañas agresivas dirigidas a la demanda turística.

*Plazo: 1 año.*

### 2.2. Línea de acción refuerzo de la estructura empresarial.

Mejorar la competitividad a través de la profesionalización, la adopción de una cultura de la innovación, una comercialización más efectiva y la mejora en la gestión empresarial.

#### *Plan de Acción*

Desarrollo del programa de emprendimiento y fortalecimiento empresarial, que implica: fomentar el liderazgo empresarial y los nuevos desarrollos; asesoramiento y acompañamiento por parte de la Cámara de Comercio y otros a nuevos emprendimientos y empresas en proceso de consolidación; y plan de Capital Semilla (referentes en Valle del Cauca e IDT en Bogotá).

*Plazo: 2 años.*



Programa de formación en competencias. A partir de un estudio de yacimiento de empleo y necesidades de formación profesional, encaminado a la valoración del actual desempeño profesional, i) identificación de carencias formativas actuales que requieren acción inmediata y las previsibles necesidades futuras en función de la evolución de los mercados; ii) realización de seminarios formativos acordados con el sector empresarial y el SENA respecto de las necesidades reales existentes, relativas a idiomas, calidad, higiene, tecnología aplicada al sector turístico, atención y especialización en productos, abiertos también a los técnicos del ICTM.

*Plazo: 3 años.*

Programa de Orientación, Incentivo y Acompañamiento en la modernización de la gestión, que fomente la innovación, favorezca la transición del modelo de negocio familiar convencional a un modelo cada vez más profesionalizado, y la adopción de modelos y herramientas digitales.

*Plazo: 4 años.*

Incentivos tributarios (impuesto predial y de ICA) para la cadena productiva del turismo cumpliendo con las políticas de desarrollo local (POT), directrices regionales y la normatividad turística de orden nacional.

*Plazo: 2 años.*

### **2.3. Línea de acción coo**petencia.****

Permite establecer una colaboración oportunista entre diferentes actores económicos que son además competidores. Aunque son competencia (“colaborar para competir”), se mejoran las articulaciones de la cadena de valor (en turismo, las empresas están interconectadas entre sí como proveedores unos de otros) y se fomenta el diseño de productos innovadores.

#### *Plan de Acción*

Procesos asociativos. Impulso de acuerdos interinstitucionales para el acompañamiento y apoyo a los procesos asociativos turísticos para la sostenibilidad, productividad y competitividad turística en la ciudad. Alianzas para la articulación y/o adaptación de programas que fortalezcan la Red Empresarial Turística.

*Plazo: 2 años.*

Creación de un foro profesional virtual (en internet), como un espacio para el intercambio de experiencias y conocimiento, participación, trabajo conjunto y relación B2B. Actualización y caracterización permanente de la base de datos y mapa de actores.

*Plazo: 3 años.*

### **2.4. Línea de acción Desarrollo de una convocatoria de apoyo a proyectos turísticos.**

Busca impulsar y apalancar proyectos empresariales o territoriales que generen un impacto económico, social, cultural y ambiental en el área urbana o rural de Manizales enfocados en el desarrollo del turismo de Manizales. El perfil de los participantes, emprendimientos y organizaciones: i) formalmente constituidos; ii) procesos de turismo comunitarios, iii) sin ánimo de lucro que demuestren la viabilidad de la propuesta en torno a varios criterios técnicos y financieros que se proyectarán.

#### *Plan de Acción*

Creación del fondo de iniciativas y proyectos de turismo, como una opción alternativa que suma a la reactivación económica del sector turístico en beneficio equitativo del tejido productivo territorial. La meta de esta acción es lograr elaborar los Términos de Referencia de la convocatoria en el año 2022.

*Plazo: 1 año.*

## **2.5. Línea de acción Impulso del Turismo Comunitario**

El turismo comunitario surge como una opción para cerrar las brechas sociales y económicas en comunidades rurales y urbanas, además de considerarse un camino factible para que las comunidades diversifiquen sus ingresos, gracias a que habitan territorios con vocación turística. Al respecto, el ICTM y a Secretaría de TIC y Competitividad vienen realizando sendos estudios para determinar el potencial turístico de las principales veredas en la zona rural de Manizales que forman parte del PCC. De hecho, existen varias experiencias identificadas alrededor de la cultura cafetera, la naturaleza, la aventura y las artes- oficios en la zona principal que congrega los corregimientos de El Remanso, Panorama y Corredor Agroturístico.

### *Plan de Acción*

Generación de un ecosistema para el fortalecimiento del turismo comunitario. Alimentar el emprendimiento implica la acción y articulación de varios aspectos: i) un ambiente propicio donde interactúen diferentes instituciones capaces de dar asesoría; ii) formar al emprendedor; iii) realizar acompañamiento y iv) facilitar el acceso a capital semilla. Será importante rodearse de aliados adecuados para tal efecto, como la Cámara de Comercio de Manizales, el SENA y la Academia.

*Plazo: 2 años.*

## **2.6. Línea de acción Promoción de la calidad.**

Lineamiento que persigue mejorar la prestación de los servicios y promover la calidad turística a nivel de prestadores y del destino turístico, a través de apoyos puntuales para la implementación y certificación de sistemas de calidad turística.

### *Plan de Acción*

Plan para la certificación bajo normas de calidad colombianas a la cadena de valor del sector turístico (alojamiento y hospedaje, restaurantes turísticos, bares turísticos, transporte turístico, etc.). Este ambicioso plan buscará implementar requisitos estipulados en normas de calidad turística y convertirá a Manizales en un destino turístico reconocido por su calidad y la gestión eficiente por parte de sus empresas.

*Plazo: 5 años.*

## 2.7. Línea de acción Estímulo al Turismo Naranja: cultural y creativo.

Manizales viene trabajando en el desarrollo de varias Áreas de Desarrollo Naranja<sup>1</sup>- ADN, apostando, como la nación, en que la cultura es un recurso para el desarrollo económico de las ciudades y regiones, siempre y cuando se consigan concentrar servicios culturales que sirvan de reclamo para el desarrollo de otras actividades. No obstante, a día de hoy, no se ha declarado ningún ADN en Manizales ni en el departamento, lo que es una oportunidad inmensa.

### *Plan de Acción*

Programa de fortalecimiento empresarial enfocado a las industrias creativas. Son muchas las oportunidades del Turismo Naranja, Manizales debe identificar en primera instancia la suya(s) entre nichos con mayor desarrollo como el patrimonio, las artes, los festivales, la artesanía, el cine, el idioma, la gastronomía, la música y el baile. Se proponen 3 fases, recomendadas en la Guía de Implementación de ADN en Colombia: i) caracterización del ADN y poligonización; ii) declaratoria de ADN; iii) estrategias e instrumentos para la conformación del modelo de gobernanza y iv) definir proyectos prioritarios y agendas creativas.

*Plazo: 5 años.*

## 3. EJE ESTRATÉGICO SOPORTE.

Su objetivo es mejorar las condiciones generales del territorio en modo tal que permitan afirmar el derecho universal al turismo, tener un desarrollo competitivo del sector público y empresarial a partir del ámbito de la gestión, comercialización y desarrollo de productos, y un equilibrio en el sector.

### 3.1. Línea de acción ordenamiento territorial.

Incorporar al POT la reglamentación sectorial unificada en el Decreto 074 de 2015, en donde se referencian las figuras de desarrollo turístico vigentes actualmente.

### *Plan de Acción*

A partir del POT Plan de Ordenamiento Territorial Municipal, reglamentar el uso del suelo turístico y en especial, aquellos usos especiales que requieren protección especial, en este caso, la definición de la necesidad de planes de manejo ambiental y de uso público, estudios de capacidad de carga turística o de límite de cambio aceptable, entre otros. Asimismo, definir para zonas específicas, Puntos de Control Turístico en caso de ser necesario para hacer cumplir con las capacidades de carga definidas de acuerdo con lo contemplado en la Ley 2068 de 2020 con relación a este tema. En general, es aterrizar el POT al desarrollo turístico, reglamentando la actividad en el territorio.

*Plazo: 1 año.*

---

<sup>1</sup> Destinos Turístico Sostenible, Ecosistema TIC y Distrito Creativo de las Artes, este último implica la renovación urbana de la zona prevista.

### 3.2. Línea de acción seguridad turística.

La experiencia del COVID-19 ha puesto de manifiesto la necesidad de generalizar el concepto de seguridad (y todos los riesgos asociados, como catástrofes, accidentes, crimen, gestión de masas, salubridad, enfermedad o ESCNNA, entre otros) entre proveedores turísticos y turistas; concienciar a residentes, proveedores y visitantes; mejorar la imagen de los destinos, entendida como la capacidad de reacción y gestión; incorporar la seguridad en los procesos de planificación; mejorar la coordinación de los distintos agentes y transmitir una información veraz y completa.

#### *Plan de Acción*

Impulso a la seguridad. Dinamización del Consejo de Seguridad Turística: la implementación generalizada de los Protocolos de Seguridad desarrollados por el Mincit; y la definición de un comité de comunicación y una estrategia de gestión de crisis.

*Plazo: 1 año.*

Asistencia. La creación de una red o mecanismo de seguridad turística y el despliegue de mecanismos de asistencia (teléfono de asistencia, traductor, formularios autoadministrados en idiomas).

*Plazo: 1 año.*

### 3.3. Línea de acción accesos a la ciudad.

Propender por un acceso cada vez más flexible y fácil para el mercado turístico será elemental para el desarrollo turístico de la ciudad.

#### *Plan de Acción*

Conectividad aérea. El Aeropuerto del Café es una realidad y se debe proyectar el desarrollo turístico bajo esta lógica, pensando en ganar conectividad y capacidad regional. Mantener la Nubia para aviones de mediano cabotaje y corto alcance, es también necesario.

Esto implica que se deben trazar planes para la gestión de rutas de conexión tanto desde el futuro aeropuerto, como para la Nubia para lograr unirse, no solo con las ciudades más grandes del país como Bogotá, Medellín, Cali y Cartagena, sino con otros mercados potenciales a nivel subnacional y, por supuesto, con mercados internacionales estratégicos.

Asimismo, se deben proyectar buses lanzadera que conecten los aeropuertos cercanos y las zonas de desarrollo turístico que han sido priorizadas en el POT de la ciudad.

*Plazo: 5 años.*

Conectividad terrestre. Si bien la infraestructura turística no es del eje de competencia de una Secretaría de Turismo, sí le compete la gestión para que la infraestructura de terminales aéreas y terrestres estén siempre en las mejores condiciones, así como el acceso a los atractivos turísticos y focos de atracción turística en general.

*Plazo: vigente desde el primer momento y de manera indefinida.*

### 3.4. Línea de acción movilidad urbana.

Dada la particular geografía de Caldas la movilidad es, aún más, un criterio de competitividad. Implica, no solo articularse a dinámicas locales de movilidad, sino proyectar necesidades ante una creciente demanda turística esperada para los próximos 10 años.

#### *Plan de Acción*

“Bus gratis”. Contar con unas rutas de transporte público para que, con la compra de un pase diario, se pueda hacer uso ilimitado de los autobuses. Ubicación de paradas frente a los principales hoteles, focos de atracción turística e infraestructuras de transporte de la ciudad (aeropuertos / terminales).

Plazo: 5 años.

Fomento del transporte alternativo. Incentivar la creación de redes de alquiler de vehículos con presencia en la región del PCCC para que las personas que lleguen por Cali, Armenia, Pereira, Aeropuerto del Café o la Nubia, puedan alquilar vehículos en una ciudad / aeropuerto y entregarlo luego en otra ciudad / aeropuerto, incentivando la llegada de cada vez más turistas a Manizales.

Plazo: 2 años.

Programa Bus Turístico Ciudad de Manizales. Propuesta de creación de una red de buses turísticos que recorran los principales atractivos de la ciudad con paradas prefijadas a horarios determinados. Pase diario. Implica un incremento importante de la demanda.

Plazo: 6 años (según evolución de la demanda turística).

Aplicación para smartphone App Manizales Smart Tour, permitirá integrar la información relativa a todos los recursos para diseñar itinerarios personalizados, ajustando tiempos, con ayuda de un mapa; así como saber el estado de los flujos de movilidad en tiempo real, sugiriendo alternativas de visita; e interactuar con la señalización inteligente y otros dispositivos Smart, para generar información de retroalimentación. Se completará con realidad aumentada, facilitando la interpretación del patrimonio visitable y permitirá hacer consultas online con los PITs.

Plazo: 5 años (según evolución de la demanda turística).

### **3.5. Línea de acción mejora de la señalización.**

En el espacio público, para informar, orientar y ubicar a visitantes y turistas, en relación con los atractivos y zonas de interés de la ciudad, consintiendo el disfrute del destino de forma autónoma.

#### *Plan de Acción*

Análisis de la señalización actual, desde la perspectiva turística, al objeto de establecer las bases para la realización de los planes de señalización (direccional, posicional e interpretativa) e identificar los recursos y rutas susceptibles de señalizarse y/o interpretarse. Empleo de criterios AIMPE.

Plazo: 3 años.

Adecuación y mantenimiento de la señalética. Reparación y/o reposición de componentes, llevando a cabo los trabajos necesarios para restablecer sus condiciones funcionales, estructurales y estéticas; mejora de los factores físicos en los sitios de interés, para integrarse a los productos turísticos.

Plazo: vigente desde el primer momento y de manera indefinida.

### **3.6. Línea de acción accesibilidad.**

Se busca romper con las diferentes barreras existentes (infraestructura, sensoriales, comunicación), y fortalecer las habilidades del sector turístico de Manizales; para que todas las personas, en especial, quienes tienen requisitos específicos de acceso, puedan disfrutar del turismo en la ciudad, de manera autónoma, cómoda y segura.

*Plan de acción:*

Formación en accesibilidad: sensibilización y capacitación a los funcionarios y los diferentes actores de la cadena de valor sobre turismo accesible, para que comprendan y adopten buenas prácticas y reformas estructurales.

*Plazo: 1 años.*

Manual de Accesibilidad. Recoge los requisitos de inclusión y accesibilidad para los diferentes subsectores y actividades, a título orientativo: en instalaciones, en comunicaciones, contenidos web, protocolos de servicio, productos, señalización, etc.

*Plazo: 2 años.*

Recorridos accesibles. Desarrollo de recorridos turísticos por lugares accesibles de la ciudad o con ajustes implementados pensados para personas con algún grado de discapacidad.

*Plazo: 3 años.*

Plan de accesibilidad. Recoge las mejoras y adecuaciones necesarias en espacios de control o influencia municipal: servicios (baños), productos, infraestructura o atractivos de la ciudad, teniendo en cuenta el diseño universal.

*Plazo: 4 años.*

### **3.7. Línea de acción conectividad digital.**

Proyecto De la mano con el enfoque de DTI, es necesario proyectar a Manizales y, puntualmente, el centro histórico como un destino turístico conectado. Por un lado, mejorará el acceso a información de los atractivos y prestadores de servicios turísticos y, por otro, permitirá monitorear el comportamiento del turista en el destino, así como existe la posibilidad de conocer más de quién está llegando a visitar la ciudad.

*Plan de acción:*

Proyecto gradual de sensorización (Bluetooth) y WiFi gratuito en el Centro Histórico. Lo que busca es poder brindar información al turista y, de la misma manera, obtener información del turista con relación a su visita, sus intereses, perfil etario, etc.

*Plazo: 4 años.*

### **3.8. Línea de acción fomento de la hospitalidad y endomarketing.**

La cultura turística es elemental para que los habitantes, parte integral del destino, contribuyan a la generación de una experiencia inolvidable. Estos esfuerzos se complementan con una estrategia de marketing institucional direccionada a acciones internas para fomentar el conocimiento y apropiación del patrimonio local.

*Plan de Acción:*

Campañas de sensibilización turística (publicity + BTL, no publicitaria), en medios de comunicación locales, internet y redes sociales, de diferentes manifestaciones culturales y patrimoniales de Manizales, destinada a fomentar el reconocimiento de la relevancia que representa el sector turístico para la ciudad, generar apropiación y fomentar la cultura de la hospitalidad.

*Plazo: 2 años.*

Programa Colegios amigos del turismo. Desarrollo de actividades pedagógicas para fortalecer la cultura turística y la apropiación de la ciudad por parte de los estudiantes; y orientación sobre estudios y salidas profesionales relacionados con el sector. Ya existe un CAT, pero se propone que se tenga otro colegio vinculado al programa, además de seguir fortaleciendo el primero.

*Plazo: 6 años.*

Iniciativa del Mincit Caja de herramientas del Patrimonio Mundial UNESCO para los Colegios Amigos del Turismo: adecuar los contenidos de los PEI en la educación media para incorporar la Caja de Herramientas desarrollada por la UNESCO, dirigida a entidades educativas que deseen aplicarla, en su compromiso por vincular a los jóvenes en la protección, cuidado y conocimiento del patrimonio cultural.

*Plazo: 2 años.*

Encuesta anual sobre percepción turística a la comunidad residente, sobre los impactos (positivos y negativos), adelantando eventuales riesgos con relación a la hospitalidad. Entre mejor sea la percepción del turismo por parte de la comunidad local, mejor será el nivel de hospitalidad hacia el turista.

*Plazo: 3 años.*

Incentivos a la comunidad local para que realice turismo en su ciudad (Endomarketing): programa de visitas guiadas para residentes, temáticas, con cupo, con guía y acceso libre a los distintos recintos, en días señalados a lo largo del año y con reserva previa. Este programa mejorará el sentido de pertenencia de los habitantes por su ciudad, además de convertirse en promotores del turismo al estar informados.

*Plazo: 3 años.*

Cátedra UNESCO. La marca ciudad debe generar sinergias y aprovechar el impulso que supone su asociación con la declaratoria como Paisaje Cultural Cafetero como Patrimonio de La Humanidad declarado por la UNESCO, así como su inminente declaración como Geoparque por la UNESCO, incluyendo socialización del tema, a nivel de cátedra. Se debe propender por la inclusión de la Cátedra UNESCO en todos los colegios y universidades de la ciudad.

*Plazo: 6 años.*

## **4. EJE ESTRATÉGICO ATRACCIÓN.**

Su objetivo es beneficiar los atributos, potencialidades y atractivos que caracterizan y distinguen al territorio, de modo que incrementen la capacidad de atracción y que motiven la visita, lo que implica identificar y priorizar las apuestas en desarrollo de productos y adecuación de la oferta a las expectativas y tendencias del mercado.

### **4.1. Línea de acción programa de fortalecimiento y/o desarrollo de productos turísticos.**

Es necesario concentrar esfuerzos de manera permanente por el fortalecimiento / desarrollo de productos turísticos especializados y de alto nivel, pensando en mercados turísticos cada vez más exigentes.

*Plan de Acción:*

**Fortalecimiento producto Turismo de negocios.** Se busca la consolidación del turismo de negocios a través de las actividades motivables. En el caso del MICE o turismo de reuniones, Manizales cuenta con un recorrido previo. Pero también está el *bleisure* (vocablo que refiere a la combinación de *business + pleasure* o trabajo y ocio) y que hace referencia a las extensiones de estancia que hacen los viajeros profesionales para conocer un destino, una vez que los costos más importantes (como el avión) ha sido pagados por su empresa. Los viajeros MICE también son susceptibles de hacer *bleisure*.

El afianzamiento del MICE en Manizales tomará como base el Plan Estratégico Nacional para el Desarrollo del Turismo MICE de Colombia y se logrará mediante la adopción y puesta en marcha de las actuaciones indicadas en el Plan de Desarrollo del Producto MICE del PCC relativas, a; i) inversiones en el destino (aeropuerto internacional, mejoramiento de vías, profesionalización, modernización de los recintos y facilidades); ii) la complementariedad entre especialidades profesionales de apoyo (caso de la producción audiovisual); iii) la priorización de productos a ofertar al mercado: reuniones académicas (que ya lo son en su mayor parte), reuniones de empresa (con legado) e incentivos y, en menor medida, a SMERF, como eventos deportivos.

Construcción de un plan de acción para el turismo de reuniones. Interacción con actores del sector, de cara a definir una estrategia de largo plazo y dotar de recursos, humanos y económicos a Visit Manizales para la captación de eventos toda vez que es insuficiente en la actualidad para poder competir.

*Plazo: 1 año.*

**Fortalecimiento producto Aviturismo.** Manizales ha sido protagonista y líder en el desarrollo de aviturismo en Colombia gracias a la realización del Congreso de Aviturismo, así como por ser parte de una de las cuatro rutas priorizadas para el desarrollo de aviturismo en el país – Ruta Andes Centrales. De la apuesta nacional que surge del Plan Estratégico Nacional de Aviturismo se pueden tener elementos para priorizar para la ciudad, como son, i. Protección de las aves (participación e involucramiento de la ciudadanía en aviturismo, fomento de la conservación en zonas con *Hotspots*), ii. Adaptación de un portafolio innovador y mejoramiento de la capacidad receptiva (fortalecimiento de guías de turismo, fortalecimiento de la planta turística especializada, fortalecimiento del producto de aviturismo en general, posicionamiento del producto), iii. Innovación y monitoreo permanente (fomento a la investigación y apoyo en la creación de un ecosistema digital de aviturismo en Colombia).

Construcción de un plan de acción para el desarrollo del aviturismo en Manizales. Si bien el clúster de turismo de Manizales, a través de sus dinámicas por producto reúnen a los actores involucrados en el desarrollo del aviturismo en la ciudad, es necesario hacer un plan de acción para el desarrollo del aviturismo, de acuerdo con los lineamientos del Plan Estratégico Nacional.

*Plazo: 1 año.*

**Fortalecimiento Producto Manizales cultural.** Se propone recuperar el carácter cultural, como parte del imaginario de la ciudad, para el turismo.



Mediante mesas de trabajo con operadores turísticos y culturales e instituciones y mediante la construcción colectiva de planes de acción se busca la construcción de una agenda cultural (a difundir a través de la web) y la potenciación de los atractivos urbanos y culturales: circuito de arquitectura urbana republicana (Club Manizales, Banco de la República, Casa Estrada, Calle del Tango, Cementerio San Esteban, corredor polaco para ver la panorámica de la ciudad; Recinto del Pensamiento; Estación El Cable, sector de Chipre), música (tango y música guascarrilera), y, en particular, la cultura cafetera (agroturismo y proceso industrial asociado), en cuyo sentido se hace necesaria la programación de actividades y eventos y la implicación de los alojamientos y la municipalidad en un proyecto de tematización urbana entorno al café. También, se vincula el Ron Viejo de Caldas y los posibles recorridos que se pueden desarrollar al interior de la Licorera de Caldas.

Construcción de un plan de acción para el desarrollo del turismo cultural en Manizales. Implica acordar un direccionamiento claro para el desarrollo del turismo cultural, vinculado al Plan de Revitalización del Centro Histórico de Manizales y toda la oferta cultural de la ciudad con potencial de desarrollo turístico.

*Plazo: 1 año.*

**Manizales en el paladar.** La gastronomía juega un papel cada vez más protagónico dentro del desarrollo turístico y se constituye en una de las ventajas comparativas a la hora de escoger destino.

Realización, apoyo o participación en programas de fomento de la gastronomía de la ciudad. Desarrollo de concursos.

*Plazo: 2 años.*

Desarrollo de una ruta de especialidades gastronómicas, que incluye restaurantes de renombre o vanguardia, restaurantes tradicionales o de gastronomía autóctona, roof-terraces o sitios caracterizados por su decoración de diseño o las vistas, pastelerías y boutiques del café. Publicación de guías gastronómicas.

*Plazo: 2 años.*

**Manizales, destino de biciturismo.** Gracias a la era dorada que ha vivido Colombia en los últimos años gracias a la participación de ciclistas como Nairo Quintana, Rigoberto Urán, Egan Bernal, entre muchos otros en las grandes vueltas, el mundo ha girado hacia Colombia como destino de biciturismo. Adicionalmente, Colombia ha sido sede de eventos mundiales de bicicleta de montaña donde Manizales ha aportado rutas, por lo que el potencial en Manizales y el departamento de Caldas, es absoluto.

Diseño de un producto turístico de biciturismo para Manizales y el área de influencia. Al no contar con un producto turístico diseñado, se debe partir de aquí, para luego establecer un plan de acción para su desarrollo en la ciudad y cercanías.

*Plazo: 3 años.*

Diseño de un portafolio Productos premium. Elaboración de un portafolio de productos identitarios, a partir de recursos/atractivos *ready to market*, especializados o con alto potencial diferencial, para generar un efecto demostración a la hora de articular la cadena de valor turística, impulsar el reconocimiento del destino e incentivar la comercialización.

*Plazo: 2 años y de ahí en adelante.*

## 4.2. Línea de acción desarrollo de eventos de ciudad

Esta Política apunta a que la Feria de Manizales y el Cumpleaños de la ciudad actúen como mecanismo de promoción del destino y desarrollo de la economía local.

### *Plan de Acción:*

Organización y desarrollo de la Feria de Manizales. Evento que propicia la mayor visitación a Manizales, cuenta con un amplio repertorio de actividades en el mes de enero, durante aproximadamente nueve días. Cultura y arte, música, danzas, fiestas y alegría, tablados y artesanías, bailes, reinas, conciertos de multitudes, fondas y arrierías.

*Plazo: 1 año y de ahí en adelante.*

Organización y desarrollo del Cumpleaños de Manizales. El Cumpleaños de Manizales, se celebra desde que se fundó oficialmente la ciudad, el 12 de octubre de 1948. Se realiza como manifiesto y acto simbólico de celebrar la vida de este territorio campesino y arriero. Es una cita ineludible para recordar las tradiciones de los antepasados y transmitir valores, historias y objetivos de generación en generación. Durante 5 días, se realizan actividades culturales, artísticas y turísticas.

*Plazo: 1 año y de ahí en adelante.*

## 4.3. Línea de acción adecuación de atractivos estratégicos.

La ciudad debe propender por el buen estado (mantenimiento) y, cuando sea necesario, la adecuación de atractivos turísticos estratégicos / priorizados para el desarrollo de los productos turísticos especializados en el destino.

### *Plan de Acción:*

Plan formulado para la adecuación y el mantenimiento de los atractivos de la ciudad. Revisar el inventario turístico de la ciudad de Manizales con el fin de revisar el estado actual de los atractivos y las necesidades de mejora. A partir de aquí, crear un plan de mantenimiento / adecuación de atractivos.

*Plazo: 4 años.*

# Resumen Plan de Acción

<b>EJE ESTRATÉGICO GESTION ACCIONES</b>	<b>A1</b>	<b>A2</b>	<b>A3</b>	<b>A4</b>	<b>A5</b>	<b>A6</b>	<b>A7</b>	<b>A8</b>	<b>A9</b>	<b>A9</b>	<b>A10</b>
<b>1.1. Gobernabilidad y Gobernanza participativa</b>											
Creación de la Unidad de Turismo de Manizales											
Consolidación y fortalecimiento del Clúster de Turismo de Manizales											
<b>1.2.Promoción turística eficiente</b>											
Desarrollo y promoción de la marca ciudad											
Diseño y Desarrollo de un plan de marketing											
<b>1.3.Sistema de Información Turística e Inteligencia de mercados</b>											
Recolectar e integrar información											
Diseñar y poner en marcha un sistema de información											
Página web y APP											
Sistema de Información complementario											
<b>1.4.Programa de Destino Inteligente</b>											
Diagnóstico del estado de Manizales como destino turístico inteligente (DTI)											
<b>1.5.Sostenibilidad</b>											
Impulsar la implementación de las normas de sostenibilidad turística Certificación NTS TS 001-1 Centro Histórico de Manizales											
Programa regional hacia un turismo de naturaleza y calidad											
Diseño, gestión e implementación de Programas de reconocimiento, mejoramiento, investigación y sostenibilidad tanto de los recursos naturales y patrimoniales											
Salvaguarda del patrimonio											
<b>1.6.Movilización de recursos</b>											
Programa de Capital Humano capaz de movilizar recursos											
<b>EJE ESTRATÉGICO PRODUCCIÓN ACCIONES</b>	<b>A1</b>	<b>A2</b>	<b>A3</b>	<b>A4</b>	<b>A5</b>	<b>A6</b>	<b>A7</b>	<b>A8</b>	<b>A9</b>	<b>A9</b>	<b>A10</b>
<b>2.1 Línea de acción programa para la reactivación del turismo en la ciudad por la pandemia a causa de COVID – 19</b>											
Socializar a todos los empresarios											

<b>2.2 Línea de acción refuerzo de la estructura empresarial.</b>											
Desarrollo del programa de emprendimiento y fortalecimiento empresarial											
Programa de formación en competencias											
Programa de orientación, incentivo y acompañamiento en la modernización de la gestión											
Incentivos tributarios											
<b>2.3 Línea de acción coopectencia</b>											
Procesos asociativos											
Creación de un foro profesional virtual											
<b>2.4 Línea de acción Desarrollo de una convocatoria de apoyo a proyectos turísticos</b>											
Creación del fondo de iniciativas y proyectos de turismo											
<b>2.5 Línea de acción Impulso del Turismo Comunitario</b>											
Generación de un ecosistema para el fortalecimiento del turismo comunitario											
<b>2.6 Línea de acción promoción de la calidad</b>											
Plan para la certificación bajo normas de calidad colombianas											
<b>2.7 Línea de acción Estímulo al Turismo Naranja: cultural y creativo</b>											
Programa de fortalecimiento empresarial enfocado a las industrias creativas											
<b>EJE ESTRATÉGICO SOPORTE ACCIONES</b>	<b>A1</b>	<b>A2</b>	<b>A3</b>	<b>A4</b>	<b>A5</b>	<b>A6</b>	<b>A7</b>	<b>A8</b>	<b>A9</b>	<b>A9</b>	<b>A10</b>
<b>3.1 Línea de acción ordenamiento territorial</b>											
Plan de ordenamiento territorial municipal											
<b>3.2 Línea de acción seguridad turística.</b>											
Impulso a la seguridad											
Asistencia											
<b>3.3 Línea de acción accesos a la ciudad</b>											
Conectividad aérea											
Conectividad terrestre											
<b>3.4 Línea de acción movilidad urbana</b>											
Programa Bus Turístico Ciudad de Manizales											
Fomento del transporte alternativo											
Aplicación para smartphone App Manizales Smart Tour											
<b>3.5 Línea de acción mejora de la señalización.</b>											
Análisis de la señalización actual											
Adecuación y mantenimiento de la señalética											

<b>3.6 Línea de acción accesibilidad</b>											
Formación en accesibilidad											
Manual de accesibilidad											
Recorridos accesibles											
Plan de accesibilidad											
<b>3.7 Línea de acción conectividad digital</b>											
Proyecto gradual de sensorización (Bluetooth) y WiFi gratuito en el Centro Histórico											
<b>3.8 Línea de acción fomento de la hospitalidad y endomarketing</b>											
Campañas de sensibilización turística											
Programa Colegios amigos del turismo											
Iniciativa del Mincit Caja de herramientas del Patrimonio Mundial UNESCO											
Encuesta anual sobre percepción turística											
Incentivos a la comunidad local para que realice turismo en su ciudad (Endomarketing)											
Catedra UNESCO											
<b>EJE ESTRATÉGICO ATRACCIÓN ACCIONES</b>	<b>A1</b>	<b>A2</b>	<b>A3</b>	<b>A4</b>	<b>A5</b>	<b>A6</b>	<b>A7</b>	<b>A8</b>	<b>A9</b>	<b>A9</b>	<b>A10</b>
<b>4.1 Línea de acción programa de fortalecimiento y/o desarrollo de productos turísticos</b>											
Fortalecimiento producto Turismo de negocios											
Fortalecimiento producto Aviturismo											
Fortalecimiento Producto Manizales cultural											
Manizales en el paladar											
Desarrollo y promoción de una ruta de especialidades gastronómicas											
Manizales destino biciturismo											
Diseño de un producto turístico de biciturismo para Manizales y el área de influencia											
Diseño de un portafolio Productos premium											
<b>4.2 Línea de acción desarrollo de eventos de ciudad</b>											
Organización y desarrollo de la Feria de Manizales											
Organización y desarrollo del Evento Cumpleaños de Manizales											
<b>4.3 Línea de acción adecuación de atractivos estratégicos</b>											
Plan formulado para la adecuación y el mantenimiento de los atractivos de la ciudad											

---

## IX. Referencias Bibliográficas

- Alcaldía de Manizales. (2013). Lineamientos Locales De Política Pública De Desarrollo Rural 2015 – 2025. Manizales, Caldas.
- Alcaldía de Manizales. (2015). Decreto 0231. Manizales, Caldas.
- Alcaldía de Manizales. (2016). Plan De Desarrollo 2016-2019, Manizales Más Oportunidades. Manizales, Caldas.
- Alcaldía de Manizales. (2017). Plan de Ordenamiento Territorial de Manizales – Documento Técnico de Soporte. Manizales, Caldas.
- Alcaldía de Manizales. (2020). Plan de Desarrollo Manizales + Grande 2020-2023. Manizales, Caldas.
- Alcaldía de Manizales. (s.f). Código de Ética, Clúster de Turismo de Manizales. Manizales, Caldas.
- Alcaldía de Manizales. (s.f). Plan De Desarrollo Manizales 2012 – 2015- Anexo Caracterización Sector Rural. Manizales, Caldas.
- Alcaldía de Manizales; Corporación Para El Desarrollo de Caldas (2019). Resultados Del Perfil Del Turista Nacional Y Extranjero De La Ciudad De Manizales 2019. Manizales, Caldas.
- Alcaldía de Manizales; Corporación Para El Desarrollo de Caldas. (s.f). Reglamento Interno Clúster de Turismo de Manizales. Manizales, Caldas.
- Alcaldía de Manizales; Corporación Para El Desarrollo de Caldas. (2019). Resumen Clúster de Turismo de Manizales. Manizales, Caldas.
- Alcaldía de Manizales; Instituto de Cultura y Turismo. (2018). Actualización Del Plan De Desarrollo Turístico De La Ciudad Manizales 2018-2029 Y Formulación De Los Lineamientos De La Política Pública De Turismo. Manizales, Caldas.
- Alcaldía de Manizales; Instituto de Cultura y Turismo. (2019). Diagnóstico – Apropiación Y Diseño De Producto Turístico En Los Corregimientos El Remanso, Corredor Agroturístico Y Panorama Del Municipio De Manizales. Manizales, Caldas.
- Alcaldía de Manizales; Instituto de Cultura y Turismo. (s.f). Taller Para La Socialización De Los Lineamientos De Política Definidos En La Actualización Del Plan De Turismo De La Ciudad De Manizales Año 2018 – 2028. Manizales, Caldas.
- Alcaldía de Manizales; Instituto de Cultura y Turismo. (s.f). En Cuanto A Las Normas Y Leyes Que Rigen El Sector Turismo En Colombia. Manizales, Caldas.

Alcaldía de Manizales; Instituto de Cultura y Turismo. (s.f). Inventario Turístico De Manizales Patrimonio Material. Manizales, Caldas.

Alcaldía de Manizales; Instituto de Cultura y Turismo. (s.f). Plan De Desarrollo Turístico Manizales 2008-2019 Resultados Estrategias. Manizales, Caldas.

Alcaldía de Manizales; Instituto de Cultura y Turismo. (s.f). Taller Instituciones. Manizales, Caldas.

Alcaldía de Manizales; Instituto de Cultura y Turismo. (s.f). Taller Aplicado A Agencias De Viaje Y Operadoras. Manizales, Caldas.

Alcaldía de Manizales; Instituto de Cultura y Turismo. (s.f). Taller Aplicado al Sector Alojamiento. Manizales, Caldas.

Alcaldía de Manizales; Instituto de Cultura y Turismo. (s.f). Taller Aplicado a Restaurantes y Bares. Manizales, Caldas.

Alvarez, R; González, H; Duque, G. (2016). Gestión Y Política Pública Ambiental, Para El Manejo Sostenible Y Uso Ecoeficiente Del Patrimonio Natural En Colombia. Manizales, Caldas.

Asociación Guías de Turismo de Caldas - Aguitec & Asdeguías Caldas (2021). Revisión Política Pública de Turismo de Manizales. Manizales, Caldas.

Asociación Turística Empresarial de Caldas ATEC. (s.f). Inventario Turístico. Manizales, Caldas.

Benavides, G. (2015). Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.005>. Bogotá, Colombia.

Centro de Pensamiento Turístico de Colombia - CPTUR (2020). Índice Regional de Competitividad Turística de Colombia - IRCTC, Ciudades Capitales y Municipios con Vocación Turística. Bogotá, Colombia.

Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2014). Documento Conpes 3803 Política Para La Preservación Del Paisaje Cultural Cafetero De Colombia. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3803.pdf> . Bogotá, Colombia

Diaz, D. (2018). Modelo de gestión para el turismo cultural sostenible en la ciudad de Manizales. Universidad Nacional de Colombia.

DTI Consultores en Turismo. (s.f). Documento de conceptualización para la Ruta del Café de Chinchiná, Ruta del Café de Colombia. Manizales, Caldas.

DTI Consultores en Turismo. (s.f). Plan Maestro de gestión para Ruta del Café de Chinchiná, Ruta del Café de Colombia. Manizales, Caldas.

Fundación Territorios. (2017). Actualización Del Plan De Desarrollo Turístico De Manizales Y Formulación De Los Lineamientos De La Política Pública De Turismo Inventario Y Diseño Del Producto Turístico De La Zona Rural De Manizales, Corregimientos Panorama, Remanso Y Corredor Agroturístico, Enmarcados En La Declaratoria Del PCC. Manizales, Caldas.

Gobierno de Caldas. (2013). No. 061 De 2017-05-05 Ordenanza No. 799 Del 2017-05-03 "Por Medio Del Cual Se Adopta Como Herramienta De Política Pública El Plan Estratégico De Turismo Del Oriente Y El Magdalena Caldense Y Se Dictan Otras Disposiciones". Manizales, Caldas.

Gobierno de Caldas. (2020). Plan de Desarrollo 2020-2023. Obtenido de [https://asambleacaldas.micolombiadigital.gov.co/sites/asambleacaldas/content/files/000347/17347\\_pts-2020--2023.pdf](https://asambleacaldas.micolombiadigital.gov.co/sites/asambleacaldas/content/files/000347/17347_pts-2020--2023.pdf) . Manizales, Caldas.

Gobierno de Caldas; Corporación Para El Desarrollo de Caldas; Isagen. (2016). Plan Estratégico De Turismo Del Oriente Y Magdalena Caldense. Manizales, Caldas.

Instituto de Cultura y Turismo de Manizales. (s.f.) Políticas Públicas De Cultura Y Turismo De Manizales. Manizales, Caldas.

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2008). Gestión Del Desarrollo Sostenible En Territorios Rurales: Métodos Para La Planificación. San José, Costa Rica.

Martinez, J. (2017). XI Congreso Online Internacional Sobre Turismo Y Desarrollo. Universidad de Málaga.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2007). Política de Turismo Cultural: Identidad y Desarrollo Competitivo del Patrimonio. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-cultural/descargue-el-documento-completo-aqui/politica-de-turismo-cultural.pdf.aspx> . Bogotá, Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2010). Metodología Para La Elaboración Del Inventario De Atractivos Turísticos. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/desarrollo-regional/inventarios-turisticos/metodologia-para-la-elaboracion-del-inventario-de/metodologia-para-la-elaboracion-del-inventario-de-atractivos-2010.pdf.aspx>. Bogotá, Colombia

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). Lineamientos De Política Para El Desarrollo Del Turismo Comunitario En Colombia. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=58fc480a-7a27-4420-aac4-e72c8bcee437>. Bogotá, Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). Política de Turismo de Naturaleza. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza.pdf.aspx> Bogotá, Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). Buenas Prácticas en Turismo de Naturaleza, Agencias de Viaje. Bogotá, Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). Guía de buenas Prácticas para Prestadores de Servicios en Turismo de Naturaleza. Bogotá, Colombia.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2015). Índice De Competitividad Viajes Y Turismo 2015 Foro Económico Mundial. Bogotá, Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2015). Turismo Generador De Divisas, Empleo Y Paz 2015 – 2018. Bogotá, Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). Plan Sectorial De Turismo “Turismo Para La Construcción De La Paz” 2014-2018. Obtenido de [https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-12/POLITICAS\\_PUBLICAS\\_3.PDF](https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-12/POLITICAS_PUBLICAS_3.PDF) Bogotá, Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). Informe Programa de Turismo Comunitario. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=0dd40fe1-4a33-49f7-86ab-2041f4ddc375>. Bogotá, Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). Plan Sectorial De Turismo 2018 – 2022 “Por Un Turismo Que Construye País”. Bogotá Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). Plan de acción 2020 del Consejo Superior de Turismo. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/consejo-superior-de-turismo/documentos-aprobados/documentos-tecnicos/plan-de-accion-2020-consejo-superior-de-turismo/plan-accion-cst-2020-pacto-turismo-cst-10.pdf.aspx> .Bogotá, Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f). Manual de Buenas Prácticas para la Prevención ESCNNA en Viajes y Turismo. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/programa-de-turismo-responsable-escnna/documentos-relacionados/manual-de-buenas-practicas-para-la-prevencion-de-l/manual-de-buenas-practicas-para-la-prevencion-de-la-escnna-en-viajes-y-turismo.pdf.aspx>.Bogotá, Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Fondo Nacional de Turismo (FONTUR) Consejo Iberoamericano de Diseño, Ciudad y Construcción Accesible (CIDCCA). (2019). Manual de Turismo Accesible, Turismo para Todos. Obtenido de <http://acolap.org.co/wp-content/uploads/2019/07/MANUAL-TURISMO-PARA-TODOS.pdf>. Bogotá, Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Fondo Nacional de Turismo (FONTUR). (2014). Diseño y estructuración de los productos turísticos del Paisaje Cultural Cafetero -Talleres de socialización e implantación.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Fondo Nacional de Turismo. ( 2017). Plan de Desarrollo del Producto MICE del PCC 2017. Bogotá, Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Fondo Nacional de Turismo. (2018). Plan Estratégico Nacional para el Desarrollo del Turismo Cultural de Colombia. Bogotá Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Fondo Nacional de Turismo. (2017). Plan Estratégico Nacional para el Desarrollo del Turismo MICE de Colombia. Bogotá, Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Fondo Nacional de Turismo. (2020). El Plan Estratégico de Aviturismo de Colombia. Bogotá, Colombia.

Organización Internacional del Trabajo. (2011). Guía para Autogestión de Sostenibilidad Destinos Turísticos Comunitarios. Obtenido de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_185024.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_185024.pdf)

Organización Mundial de Turismo OMT. (2005). Declaración “El Turismo Al Servicio De Los Objetivos De Desarrollo Del Milenio”. Nueva York, EEUU.

Organización Mundial del Turismo OMT; Organización De Los Estados Americanos OEA. (2018). El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Buenas prácticas en las Américas, OMT, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419937>

Paisaje Cultural Cafetero. (2019) Plan de Manejo del Paisaje Cultural Cafetero. Obtenido de [http://paisajeculturalcafetero.org.co/static/files/Plan\\_de\\_Manejo\\_PCCC\\_\(Valores-Objetivos-Estrategias\).pdf](http://paisajeculturalcafetero.org.co/static/files/Plan_de_Manejo_PCCC_(Valores-Objetivos-Estrategias).pdf)

Paisaje Cultural Cafetero. (s.f). Guía Turística, Rutas de Paisaje Cultural Cafetero.

Unión Temporal Turismo Chocalán. (2012). Plan De Desarrollo Turístico de Caldas. Obtenido de [https://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/163.Plan\\_de\\_desarrollo\\_turistico\\_de\\_Caldas.pdf](https://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/163.Plan_de_desarrollo_turistico_de_Caldas.pdf). Manizales, Caldas.

Universidad Autónoma De Manizales. (2020). Informe De Prospectiva Para El Corto Y Mediano Plazo De Manizales Como Destino Resiliente Y Sostenible. Manizales, Caldas.

## **X. Anexo 1: Actores involucrados en el proceso de elaboración y validación de la Política Pública de Turismo de Manizales**

### **Actores institucionales:**

- Aguas de Manizales.
- Alcaldía de Manizales
- Asociaciones de municipios
- Cámara de Comercio de Manizales
- Central Hidroeléctrica de Caldas, CHEC
- Comité Departamental de Cafeteros de Caldas
- Confamiliares
- Corporación para el Desarrollo de Caldas
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia
- Gobernación de Caldas
- Inficaldas
- Infimanizales
- Instituto de Cultura y Turismo de Manizales ICTM
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Policía Nacional
- Secretaría de TIC y Competitividad
- Sistema Departamental de Áreas Protegidas SIDAP
- U.D.R. Alcaldía de Manizales
- Viceministerio de Turismo

### **Gremios y asociaciones:**

- ACOPI Caldas
- ASDEGUIAS
- AGUITEC
- ASOHOFRUCOL Caldas
- Asotranscal
- CONFECOOP Caldas
- COOTRAESCAL
- COTELCO Caldas
- COTELCO Joven
- FENALCO Caldas
- Junta de acción comunal barrio Las Américas
- Junta de acción comunal barrio Villa Pilar

### **Sector Académico:**

- Alianza Colombo Francesa
- Centro Colombo Americano
- Colegio La Asunción
- Politécnico Empresarial de Caldas
- Sena, regional caldas
- Universidad Autónoma de Manizales UAM
- Universidad Católica de Manizales
- Universidad de Caldas

- Universidad de Manizales
- Universidad Luis Amigó
- Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales

**Prestadores turísticos:**

- Actuar Finanfuturo.
- Altos del Tío Conejo
- Café Don Gabriel
- Casa Blanca Hostal
- Corpaisaje
- Chica Adventures
- Diviértete y Turismo
- Eco-finca Los Alpes
- Eco-Hotel La Juanita
- Finca La Estrella, vereda San Peregrino
- Finca La Giralda, vereda Cuchilla del Salado
- Frutas Donachus
- Granja Animalia
- Guiandes Adventures
- Hacienda El Bosque
- Hacienda Santana, vereda La Aurora
- Hato Caravana
- Hostal Apolo
- Hotel Boutique
- Hotel El Edén
- Nacional Tours
- Origen Coffee Tours
- Pueblito Manizaleño
- Q´MACHERIA
- Reserva Monte León
- Reserva Rio Blanco
- Restaurante Salento con Trucha y Patacón

- XI. Anexo 2: Actas de talleres y socializaciones con los actores 2020 - 2021**
- XII. Anexo 3: Cronología Construcción de la política pública de turismo de Manizales 2018 - 2021**