





DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA

Departamento Administrativo de Planeación



MEMORIA
PRIMERA SEMANA INTERNACIONAL DE LA
CIENCIA, LA TECNOLOGIA E INNOVACION
DEL VALLE DEL CAUCA

CONGRESO TURISMO

DILIAN FRANCISCA TORO TORRES
Gobernadora

LORENA SOFIA VELASCO FRANCO
Directora Planeación Departamental

Investigadores:

SANDRA DE LAS LAJAS TORRES PAZ
Subdirectora Estudios Socioeconómicos Ciencia, Tecnología e Innovación

SHARLYV VIVIAN MENA PACHECO
Contratista (Profesional Especializada)

Santiago de Cali, Julio de 2019

Informe de la Primera Semana Internacional de la Ciencia, Tecnología e Innovación

Gobernadora del Valle del Cauca

Dilian Francisca Toro Torres

Directora del Departamento Administrativo de Planeación

Lorena Sofía Velasco Franco

Editora

Sandra de las Lajas Torres Paz, Ms.

Subdirectora Estudios Socioeconómicos, Ciencia, Tecnología e Innovación

Comité Editorial

Sharlyv Vivian Mena Pacheco

Shirley Xiomara Ramírez

Shirley María Mina

Juan Daniel Puentes Cuervo

Público objetivo

Está dirigida principalmente a investigadores de distintos sectores, profesores, profesionales, estudiantes de distintos niveles y comunidad vallecaucana en general.

Periodicidad

Anual

Para mayor información dirigirse a:

Gobernación del Valle del Cauca

Departamento Administrativo de Planeación Departamental

Subdirectora Estudios Socioeconómicos, Ciencia, Tecnología e Innovación

Tel.: 620 0000 Ext. 1245

El contenido de los estudios es de exclusiva responsabilidad de los autores. En tal sentido, lo aquí registrado no compromete al Departamento Administrativo de Planeación de la Gobernación del Valle del Cauca, ni a sus Directivos. Las imágenes presentadas en este documento provienen del archivo fotográfico de la Gobernación del Valle del Cauca o de fuentes web, cuyas imágenes son de libre uso. Los textos pueden reproducirse total o parcialmente, citando la fuente.

ISSN: 2346-3546.

**MEMORIA DE LA
1RA SEMANA
INTERNACIONAL
DE LA CIENCIA,
LA TECNOLOGÍA
E INNOVACIÓN**

CONGRESO TURISMO

TURISMO

Es fuente importante de desarrollo económico para la región, siendo Cali y el Valle del Cauca fuertes en materia de turismo de negocios, gastronomía, cultura, historia, salud y deporte, con rumbo a potencializarse en Turismo alternativo, de salud, ecológico, social y musical.

La Semana de la ciencia, Tecnología e innovación, en su foco **TURISMO**, tuvo epicentro en la Ciudad de Cali en la Universidad San Buenaventura, recibiendo 480 participantes en los días: 08 y 09 de Mayo 2019 en los horarios de 8: 00 a.m a 12:00 M. cuyas agendas académicas fueron:

Miércoles 08 de Mayo 2019 - Auditorio 108 el Lago

8:15 a.m Harold Rivas Cano *"Funcionamiento de los Sistemas de Información Turístico en Colombia"*

8:45 a.m Juan Camilo Escandón Wittsack *"Hallazgos de la Medición Piloto de Turismo Deportivo en Valle del Cauca"*

9:15 a.m Jhon López León *"Inteligencia de Negocios (BI) aplicado al turismo"*

9:45 a.m Edy Lorena Burbano *"Marketing Turístico Territorial. Oportunidad para las regiones"*

10:15 a.m Marisol Castillo Palacio *"Turismo Urbano como Estrategia de Turismo Alternativo"*

10:45 a.m Oscar A. Escobar B. *"Turismo en Salud"*

11:45 a.m Iván Andrés Ordoñez Castaño *"Medición de la sostenibilidad en los destinos de turismo alternativo"*

Miércoles 08 de Mayo 2019 - Auditorio 110 el Lago

8.15 a.m Alexander Zuñiga Collazos *"Competitividad Turística de Destinos. Oportunidades para la Región"*

8:45 a.m Héctor Javier Tascón Hernández *"Turismo y Música la nueva oportunidad de Desarrollo Cultural en el Valle del Cauca"*

9:15 a.m German Parra Valencia *"Turismo de Naturaleza una oportunidad para la conservación del patrimonio natural y el Desarrollo Local en el Valle del Cauca"*

10:00 a.m Eduard Guerra *"Internacionalización del Turismo. Estrategias para la Región del Valle del Cauca"*

10:30 a.m Adriana Fumi Chim Miki *"Desarrollo Turístico. Caso Brasileño. Ponencia Virtual"*

Jueves 09 de Mayo 2019 - Auditorio San Buenaventura

9:00 a.m Julián Franco *"Turismo: Caso de Éxito en el Valle del Cauca"*

9:45 a.m Martha Lucia Vilegas *"La importancia de generar experiencias en el Turismo"*

10:30 a.m Julián Londoño *"TURISMO INTELIGENTE – Proyecto de Ciencia, Tecnología e Innovación liderado por la Gobernación del Valle del Cauca."*

11:15 a.m Karol Fajardo Mariño *"Plan Sectorial Nacional de Turismo"*

11:50 a.m Nhora Alejandra Tovar *"Arrebató Caleño: Una experiencia Turismo Musical y Encuentro entre Culturas"*

12:00 M Marysol Castillo *"Presentación de la Maestría en Gerencia Turística USBCali"*

"El Turismo del Valle del Cauca, esta viviendo el mejor momento, fue importante que los participantes al congreso vivieran la experiencia y se conectarán con los avances, retos y expectativas en turismo"

Sandra de las Lajas Torres Paz

Subdirectora Estudios Socioeconómicos Ciencia, Tecnología e Innovación

Biscmark Chaverra

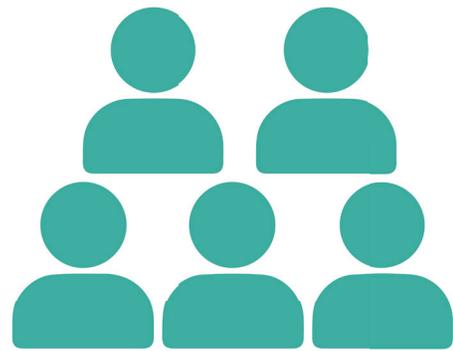
Director del Proyecto SGR "Fortalecimiento Institucional del ecosistema de Ciencia, Tecnología e Innovación del Valle del Cauca"

LA SEMANA EN IMÁGENES



**LA SEMANA
EN CIFRAS**

**-PONENTES
-CONFERECISTAS
-ASISTENTES
-PAÍS INVITADO**



**Conferencistas -
Ponentes:
5 PhD.
8 Mg.**

**480
Asistentes**



PAÍS BRASIL



CONGRESO TURISMO

Lugar:
Universidad San
Buenaventura

Autor(s) de la Ponencia:

Harold Humberto Rivas
Cano.

Investigador. Coordinador del área de estadísticas y estudios económicos de COTELCO Valle del Cauca y actualmente es el director del Sistema de Información Turística Regional SITUR Valle del Cauca Sistema de Información Turística Regional SITUR Valle del Cauca.

COMO FUNCIONAN LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA CASO VALLE DEL CAUCA

Explicar el funcionamiento operativo de los sistemas de información turística de Colombia, su metodología estadística y las potencialidades que esto representa para la construcción de la política pública de turismo y la creación de nuevos productos empresariales en turismo.

SITUR: Es el Sistema de Información Turística Regional, que permite generar, unificar y clasificar información estadística que sirve como insumo para la toma de decisiones, caracterización del impacto del turismo en la dinámica de los departamentos que lo han implementado, soportar las estrategias de promoción de la Ciudad-Región y para consolidar una cultura de información.

Objetivo: Conocer de manera técnica, verídica y en tiempo real las tendencias de la industria turística local y regional.

Identificar el perfil de los visitantes o turistas (turismo receptor y emisor).

El impacto del turismo en la generación de empleo y desarrollo.

TURISMO



CONGRESO TURISMO

Lugar:

**Universidad San
Buenaventura**

Autor(s) de la Ponencia:

Juan Camilo Escandón
Wittsack

Economista de la Universidad del Valle con diplomado en Ciencia de Datos de la misma Universidad.

Analista Económico de la Asociación Hotelera y Turística del Valle del Cauca – COTELCO Valle del Cauca y Analista de las mediciones de Empleo y Oferta del Sistema de Información Turística del Valle del Cauca – SITUR Valle del Cauca

HALLAZGOS DE LA MEDICIÓN PILOTO DE TURISMO DEPORTIVO EN VALLE DEL CAUCA

El Valle del Cauca se ha convertido en un destino destacado a nivel nacional debido a la generación de flujos turísticos que tienen como motivo principal la realización de actividades deportivas en eventos o por cuenta propia. Por esta razón, surgió la necesidad de conocer y caracterizar el perfil de los turistas que visitan la región con dicho motivo, además identificar su importancia relativa frente a otro tipo de turismo y su impacto social y económico sobre la región. Debido a lo anterior, se ejecutó una medición pionera de este especializado turismo, que arrojó resultados importantes para ser tenidas en cuenta tanto en las próximas mediciones como para su replica en el resto de Colombia.

Objetivo: Medir porcentaje de turistas que van a la región con el fin de realizar turismo deportivo. Evaluar qué beneficios socio-económicos tiene para la región este tipo de turismo. (en proceso).

TURISMO



CONGRESO TURISMO

Lugar:

**Universidad San
Buenaventura**

Autor(s) de la Ponencia:

Jhon Edinson López León

Estadista, SITUR Valle del
Cauca

INTELIGENCIA DE NEGOCIOS (BI) APLICADO AL TURISMO

El análisis de datos cada día avanza a grandes pasos, anteriormente nos conformábamos conociendo insights de una variable en particular. Todo esto generaba desperdicio de la información con la que se contaba hasta este momento cuando se conoce la Inteligencia de Negocios, término que cobija aplicaciones, la infraestructura, las herramientas y las mejores prácticas que permiten el acceso y el análisis de la información para mejorar y optimizar las decisiones y rendimiento.

Objetivo: Ilustrar como nuevas tecnologías de tratamiento de información que generan mejores resultados en el sector turístico tomando como base el ejemplo puntual del Sistema de Información Turística del Valle del Cauca.

La Inteligencia de Negocios ha permitido orientar las campañas de promoción turística, ya que se conoce todas las características, gusto, preferencias y percepción de un turista que proviene de una región en particular. Se ha detectado cuales son las falencias del oferta turística y se ha trabajado sobre éstas con el propósito de ser un destino competitivo.

TURISMO



CONGRESO TURISMO

Lugar:

**Universidad San
Buenaventura**

Autor(s) de la Ponencia:

Edy Lorena Burbano Vallejo

Economista, Especialista en
Negocios internacionales,
Magister en Economía
Aplicada y Doctorando en
Ciencias Económicas

MARKETING TURÍSTICO TERRITORIAL. OPORTUNIDAD PARA LAS REGIONES

En el actual contexto económico donde en la última década el turismo ha se ha convertido en aporte importante para la economía, de esta forma las regiones buscan un posicionamiento regional, un marca que los identifique como región, donde se presente su idiosincrania, la riqueza de su cultura, gastronomía, su potenciales a nivel local, de esta forma el concepto de desarrollo local y el marketing territorial se convierte en un movimiento de fuerzas endógenas/exógenas en un territorio para potenciar y puesta en valor de los recursos naturales, institucionales, humanos y tecnológicos en un contexto geográfico definido y se complementa con los planteamientos de la CEPAL en su postura que el desarrollo local como propósito es mejorar la calidad de vida de sus habitantes; para lo cual desde el marketing territorial como sinergia entre los actores regionales: administración pública, el tejido empresarial, la academia y la sociedad están llamados a identificar sus ventajas comparativas y convertirlas en competitivas

TURISMO



CONGRESO TURISMO

Lugar:

**Universidad San
Buenaventura**

Autor(s) de la Ponencia:

Marysol Castillo Palacio

Ingeniera Civil, Magister en Administración, Doctora en Perspectivas Científicas sobre el Turismo y la Dirección de Empresas Turísticas de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España).

**TURISMO URBANO COMO
ESTRATEGIA DEL TURISMO
ALTERNATIVO**

El turismo alternativo puede definirse como: “actividades desarrolladas en una escala menor, por prestadores locales, consecuentemente con menores impactos, y una alta proporción de las ganancias retenidas en la localidad” (Cater, 1983 p. 85 citado por Narváez, 2014). En este sentido, Vera (2011) indica que el turismo alternativo se opone al turismo masivo y se enfoca en una cultura ambiental. Adicionalmente, se ha considerado que contribuye al desarrollo local (Pingel, 2007; Moscardo, 2008; Narváez, 2014).

Sin embargo, no existe un consenso universal sobre su concepto, pero de acuerdo a sus características, el turismo urbano podría considerarse una forma de turismo alternativo. De esta manera, este estudio pretende analizar el caso del turismo alternativo de la Comuna 13 de Medellín (Antioquia) desde la perspectiva del turismo alternativo.

TURISMO



CONGRESO TURISMO

Lugar:

**Universidad San
Buenaventura**

Autor(s) de la Ponencia:

Oscar A. Escobar B.

Estudio de pregrado en Comunicación Social en la Universidad Autónoma de Occidente, Maestría en Administración, de la Universidad ICESI - Tulane University.

MEDICIÓN DE SALUD

Caracterización del Paciente Internacional general y una aproximación más específica del paciente americano quien es nuestro mercado potencial más representativo. Además, incluirá una revisión del modelo de negocio representada en dos líneas generales, la de Broker y la de Facilitador, con la respectiva definición de cada una.

La ponencia terminará con una aproximación al Modelo de Servicio, basado en las necesidades del cliente y en lo que la región puede ofrecerles para satisfacer dichas necesidades.

TURISMO



CONGRESO TURISMO

Lugar:

**Universidad San
Buenaventura**

Autor(s) de la Ponencia:

Iván Andrés Ordoñez
Castaño

Economista, Especialista
en Finanzas, Magister
en Economía Aplicada y
Doctorando en Economía
Agroalimentaria

MEDICIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN LOS DESTINOS DE TURISMO ALTERNATIVO

Un factor relevante para el turismo es su sostenibilidad, particularmente el turismo alternativo debe tener condiciones que permitan el desarrollo local en el territorio. Este tipo de turismo no debe ser de tradición en un destino, no ser de masas, con bajos impactos ambientales y con un rol activo de la comunidad que se empodera y educa al turista de tal forma que éste se involucre.

Conceptualmente es comprensible aunque no es claro cómo medirlo por tal motivo este trabajo contribuye con la compilación de algunos indicadores para un turismo sostenible y realiza una aproximación a algunos indicadores propios de un turismo alternativo de tal forma que sean intuitivos para que las comunidades empoderadas puedan levantar información que finalmente pueda ser compilada y ofertar información a los diferentes actores del territorio.

TURISMO



CONGRESO TURISMO

Lugar:

**Universidad San
Buenaventura**

Autor(s) de la Ponencia:

Iván Andrés Ordoñez
Castaño

Docente Titular Investigador de la Universidad de San Buenaventura-Cali Maestría en Administración, de la Universidad del Valle-Colombia.

Doctor en Perspectivas Científicas sobre Turismo y Dirección de Empresas Turísticas por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España.

COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE DESTINOS Y OPORTUNIDADES PARA LA REGIÓN

El concepto de competitividad es complejo, ya que contiene una muy fuerte carga de subjetividad (¿con quién comparamos?) y, además, tiene un carácter multidimensional (¿cuáles son los atributos de una entidad económica que definen su nivel de competitividad?).

En ocasiones resulta difícil asimilar el concepto de competitividad al sector turístico, ya que este concepto ha sido utilizado principalmente en la investigación del sector industrial. No obstante, han sido varios los autores que han demostrado que no existe ningún obstáculo que impida aplicar esta teoría de la competitividad al sector servicios (Richardson (1987), Riddle (1986) y Gray (1989)).

Esta ponencia, analiza los diferentes pilares que componen la competitividad turística y como se miden.

TURISMO



CONGRESO TURISMO

Lugar:

**Universidad San
Buenaventura**

Autor(s) de la Ponencia:

Héctor Javier Tascon
Hernández

Músico colombiano — grado laureado del Conservatorio Antonio María Valencia, y Magister en musicología de la Universidad de la Rioja.

**TURISMO Y MÚSICA LA NUEVA
OPORTUNIDAD DE DESARROLLO
CULTURAL EN EL VALLE DEL CAUCA**

Esta ponencia tiene como objetivo mostrar a los asistentes el valor que posee la música como elemento patrimonial desde la cultura local, y como su gestión comunitaria puede tener un valor y puesta en escena a la hora de fortalecer productos de turismo cultural.

La ponencia igualmente mostrara algunas ideas y proyectos desarrollados en la alianza Bellas Artes y Escuela de Turismo UAO en los temas de la Ruta de la Marimba, marimba ala playa, salsa en marimba y sonidos del pacifico, y Currulao Cuántico.

La ponencia es además una puesta en escena de una charla musical donde los asistentes interaccionan con los sonidos del pacifico.

TURISMO



CONGRESO TURISMO

Lugar:

**Universidad San
Buenaventura**

Autor(s) de la Ponencia:

Eduar Guerra

Master en administración de empresas con énfasis en negocios internacionales, profesional en administración de empresas bilingüe (español – inglés) Magíster en Administración, énfasis en Negocios Internacionales.

INTERNACIONALIZACIÓN DEL TURISMO, ESTRATEGIAS PARA LA REGIÓN DEL VALLE DEL CAUCA

El Marketing City acompañado del City Branding se ha convertido en un instrumento clave en la estrategia de internacionalización de las ciudades.

Aunque se podría considerar una estrategia relativamente nueva para las ciudades de países en desarrollo, en esta práctica ciudades de países desarrollados, especialmente en Europa tienen mayor aplicación de técnicas en la búsqueda por hacer su localidad como un destino atractivo para recibir localización productiva, sedes de servicios de alto nivel, recepción de visitantes, y de inversión extranjera directa.

Factores que a la larga permiten impulsar el dinamismo de la economía de los destinos y con ello la generación de nuevos emprendimientos, negocios y con ello de nuevos puestos de trabajo.

TURISMO



CONGRESO TURISMO

Lugar:

**Universidad San
Buenaventura**

Autor(s) de la Ponencia:

German Parra Valencia

Biólogo, zoólogo
Magister en Ecología.

**TURISMO DE NATURALEZA
UNA OPORTUNIDAD PARA LA
CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO
NATURAL Y EL DESARROLLO LOCAL
EN EL VALLE DEL CAUCA**

El turismo de naturaleza es uno de los grandes productos de exportación del país, que hoy está ganando mucho auge y además se está implementando en las regiones en muchos casos sin un marco de conocimiento por parte de las comunidades locales, empresarios y autoridades del sector, razón por la cual se considera pertinente dar a los asistentes a la conferencia un marco de referencia institucional, conceptual y del turismo de naturaleza como Negocio y lo que su cadena de servicios debe considerar.

TURISMO



CONGRESO TURISMO

Lugar:

**Universidad San
Buenaventura**

Autor(s) de la Ponencia:

Julián Londoño Duque

Ingeniero Industrial bilingüe
con Posgrado en Logística
Integral y Comercio
Internacional.

TURISMO INTELIGENTE – Proyecto de Ciencia, Tecnología e Innovación liderado por la Gobernación del Valle del Cauca

El proyecto Turismo Inteligente para el Valle del Cauca tiene 3 grandes objetivos:

1. Certificación en Procesos de Innovación a 100 empresarios del Sector Turístico.
2. Formulación y ejecución de 40 proyectos en igual número de empresas, basados en las nuevas tecnologías de la información como Realidad Virtual, Big Data y Aplicaciones inteligentes.
3. Diseño de Plataforma Tecnológica que conecte la oferta Innovadora (empresas turísticas) con la demanda (turistas y consumidores).

Primer proyecto financiado por el Sistema General de Regalías, para el Sector Turístico del Valle del Cauca.

TURISMO



CONGRESO TURISMO

Lugar:

**Universidad San
Buenaventura**

Autor(s) de la Ponencia:

Nhora Alejandra Tovar
Castrillón

Directora de la Fundación-
Centro Cultural Arrebato
Caleño.

Comunicadora Social –
Periodista de la Universidad
Autónoma de Occidente,
con Especialización en
Gerencia Social de la
Universidad Javeriana y un
Diplomado Internacional
en Producción Ejecutiva
(Corporación Cinefilia
Medellín).

**UNA EXPERIENCIA DE TURISMO
MUSICAL Y ENCUENTRO
DE CULTURAS**

Turismo de la Salsa

La salsa debe ser el icono de turismo que visibilice e integre a la ciudad de Cali, con la región del Valle del Cauca. En este sentido es pertinente que la salsa sea canalizada como el instrumento que permita definir por un lado rutas y destinos turísticos en la ciudad y el departamento y por otro lado sea un vehículo para diseñar estrategias de comunicación, marketing digital e innovación turística que nos permita posicionar y vender nuestro territorio como un destino turístico obligado-prioritario en el plan de viaje de los turistas.

Nuestra Fundación – Centro Cultural Arrebato Caleño nace, hace un poco más de cuatro años como un centro de experiencia con un enfoque formativo y social, para hacer de Cali y nuestra cultura los principales actores.

Una melodía y cuatro elementos (turismo, salsa, innovación y paz-encuentro de culturas) han sido la clave para que Arrebato caleño en su recorrido haya contribuido como hacedor de la cultura caleña y vallecaucana en su visibilización a nivel nacional e internacional.

Esa melodía ha sido el rescate del BAILE SOCIAL CALEÑO, en su esencia, tradición e identidad. Son más de 5000 extranjeros los cuales han constituido el 95% de los estudiantes que han pasado durante ese tiempo por la Escuela de Baile Arrebato Caleño, aprendiendo los ritmos antillanos, afrocubanos como el son, el chachachá, boleros, pachanga, guaracha, bogaloo, guajira, entre otros.

TURISMO



CONGRESO TURISMO

Lugar:

**Universidad San
Buenaventura**

Autor(s) de la Ponencia:

Martha Lucía Villegas
Vásquez

Administradora de
Empresas, Especialista en
Finanzas.

LA IMPORTANCIA DE GENERAR EXPERIENCIAS EN EL TURISMO

El turismo de experiencias es un factor clave para destacarse del turismo corriente o de masas.

Las experiencias son el medio para llegar al turista que busca emociones, tema en el que agencias y tour operadores vienen especializándose, creando paquetes turísticos que giran en torno a lo que sientan los viajeros.

TURISMO



CONGRESO TURISMO

Lugar:

**Universidad San
Buenaventura**

Autor(s) de la Ponencia:

Julián Felipe Franco
Restrepo

Ingeniero Industrial de la
Universidad Javeriana de
Cali, Diplomado en Gerencia
en Marketing y Ventas.

TURISMO: CASO DE EXITO
Gobernación del Valle del Cauca

Cumplimiento de Las tareas propuestas la Gobernación del Valle del Cauca a través de la Secretaría de Turismo para fortalecer la promoción de los principales destinos de la región y atraer más visitantes al Pacífico avanza con paso firme.

Somos un polo de desarrollo, una región pujante, biodiversa, multiétnica, multicultural, tenemos mucho para ofrecer, ahora somos líderes en turismo.

TURISMO



CONGRESO TURISMO

Lugar:

**Universidad San
Buenaventura**

Autor(s) de la Ponencia:

Karol Fajardo Mariño

Profesional administración de empresas turísticas y hoteleras, especializada en gobierno, gerencia y asuntos públicos, maestría en gerencia y práctica del desarrollo.

PLAN SECTORIAL NACIONAL DE TURISMO

Colombia es el país latinoamericano con mayor dinamismo en el desarrollo turístico y uno de los más destacados en el mundo por el creciente número de llegadas de viajeros durante los últimos años.

Para lograr este objetivo, este plan establece seis grandes líneas estratégicas del Gobierno Nacional para el cuatrienio 2018 -2022 que definen la ruta de actuación que, a mediano y largo plazo, solucionen los cuellos de botella que enfrenta el sector.

La primera estrategia de esta política pública, pensada para 2019-2022.

Estrategia 1: es la gestión integral de destinos.

Estrategia 2: Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística del país.

Estrategia 3: Más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo.

Estrategia 4: Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo.

Estrategia 5: Fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo, pilar 6: Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad.

TURISMO



SITUR VALLE

¿Qué es el SITUR?

Es el Sistema de Información Turística Regional, que permite generar, unificar y clasificar información estadística que sirve como insumo para la toma de decisiones, caracterización del impacto del turismo en la dinámica de los departamentos que lo han implementado, soportar las estrategias de promoción de la Ciudad-Región y para consolidar una cultura de información.

Valle del Cauca
HACIA UNA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO



SITUR VALLE

TURISMO RECEPTIVO

Objetivos:

Conocer el perfil sociodemográfico de los visitantes. Percepción del viaje

Medios de comunicación del viaje

Detalles del viaje.

Gastos y preparación del viaje

Valle del Cauca
HACIA UNA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO





TURISMO SOSTENIBLE

Objetivos:

Caracterizar el impacto del sector turismo desde el punto de vista ambiental, cultural, económico y social desde el punto de vista de la comunidad, los turistas y las empresas turísticas.



Hallazgos de la medición piloto de turismo deportivo en el Valle del Cauca



Conceptos necesarios

Excursionistas

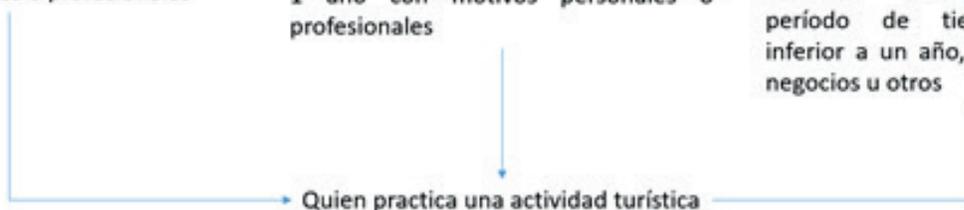
Persona que se **desplaza** fuera de su lugar habitual o de residencia por un **periodo** menor a una noche con motivos personales o profesionales

Turista

Persona que se **desplaza** fuera de su lugar habitual o de residencia por un **periodo** mayor a una noche e inferior a 1 año con motivos personales o profesionales

Turismo

Actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros



Hallazgos de la medición piloto de turismo deportivo en el Valle del Cauca



¿Qué es el Turismo Deportivo?

Definiciones destacadas:

1. El uso del deporte como un esfuerzo turístico. **Kurtzman (1993)**.
2. Una experiencia de actividad física vinculada a una experiencia de lugar. **Standeven y De Knop (1999)**



Hallazgos de la medición piloto de turismo deportivo en el Valle del Cauca

¿Cómo diferenciar un visitante que arriba para la práctica de actividades asociadas al turismo deportivo de otro tipo?

Se estima la motivación y el compromiso de los participantes durante una experiencia turística (...) los turistas deportivos son motivados principalmente por el deporte (...). **Standeven & De Knop (1999)**.



Inteligencia de Negocios (BI) aplicado al turismo

Jhon Edinson López Leon
Estadístico



Comisión Nacional de Competitividad
Ciencia, Tecnología e Innovación
Ministerio de Comercio Exterior, Industria y Turistismo



GRUPIV



Inteligencia de Negocios

1 “La inteligencia de negocios es un termino general para diversos enfoques empresariales basados en la toma de decisiones bien **INFORMADAS**, que conducen a un alto nivel de desempeño en las organizaciones”. (Brohman).

2 “La capacidad de comprender las interrelaciones de los hechos presentados de tal manera que guíe la acción hacia una meta deseada”. (Luhn)



Comisión Nacional de Competitividad
Ciencia, Tecnología e Innovación
Ministerio de Comercio Exterior, Industria y Turistismo



GRUPIV

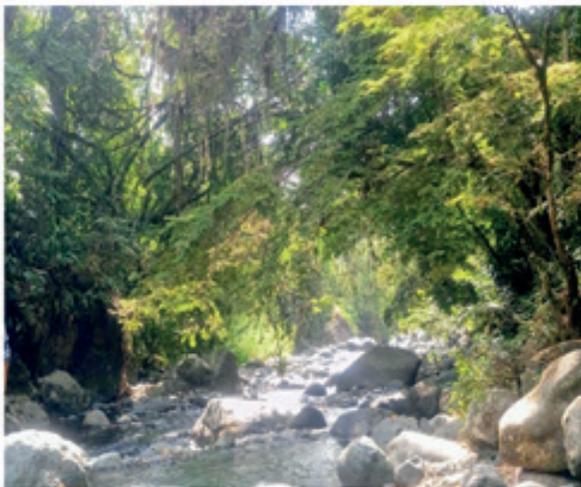


Inteligencia de Negocios (BI) aplicado al turismo

Una breve historia del BI



Marketing Turístico territorial, Oportunidad para las regiones



Comportamiento de los turistas y su proceso de compra ha cambiado de forma tan visible en la última década



Marketing Turístico



Actualmente el turismo, (suma la experiencia y emociones); antes producto, precio y lugar.

Adaptado de Philip Kotler



Marketing Turístico territorial, Oportunidad para las regiones

Marketing Territorial

Según Espinola “la primera, por el uso de un calificativo en español y, la segunda, por ser la palabra territorio más adecuada en su definición, a diferencia de ciudad o región, que son más específicas”



Valle del Cauca
HACIA UNA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO



Comisión Regional de Investigación Científica, Tecnológica e Innovación



CRUPIV



El Valle está en vos



Marketing Turístico territorial, Oportunidad para las regiones

1ª Semana Internacional de la **CIENCIA** TECNOLOGÍA E Innovación



- Desarrollo económico y el Bienestar social.
- Gestión ambiental.
- Participación ciudadana y la gobernanza

Valle del Cauca
HACIA UNA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO



Comisión Regional de Investigación Científica, Tecnológica e Innovación



CRUPIV



El Valle está en vos



EL TURISMO URBANO COMO TURISMO ALTERNATIVO



EL TURISMO URBANO COMO TURISMO ALTERNATIVO

Marysol Castillo Palacio, PhD

Centro de Estudios en Turismo- CETUR
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de San Buenaventura, Cali (Colombia)

Valle del Cauca

HACIA UNA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO



EL TURISMO URBANO COMO TURISMO ALTERNATIVO



CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO ALTERNATIVO (Holder, 2005)

1.) la comunidad local controla el desarrollo turístico

2.) la mayoría de los emprendedores son locales

3.) está enfocado principalmente a la minimización de los impactos negativos al medio ambiente y a las manifestaciones y recursos culturales

4.) se motiva la vinculación de otros sectores de la economía local

5.) los beneficios económicos propios de la actividad turística son recibidos por la comunidad

6.) fortalece la participación de la mujer y de otros grupos marginados en la actividad económica

7.) se conecta con nuevos segmentos de mercado

Valle del Cauca

HACIA UNA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO



ASPECTOS RELEVANTES



EL TURISMO URBANO COMO TURISMO ALTERNATIVO

PRINCIPALES ÍCONOS DE LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL



En los años 90s:
fenómeno del narcotráfico y la violencia,
por lo cual ha sido estigmatizada
negativamente.

A partir de la administración pública de
la ciudad entre los años 2008 a 2011 se
inicia la oleada de cambios, bajo la
modalidad de transformación social,
cultural y educativa

Estos iconos de la transformación social,
los cuales se desarrollaron pensando en
los beneficios para la comunidad local,
se han convertido en atractivos
turísticos para los visitantes

Este tipo de iniciativa política
denominada "urbanismo social",
posteriormente hace parte de uno de
los elementos más importantes de la
estrategia de city branding de Medellín
(Echeverry and Orsini, 2010; Brand,
2010)

Valle del Cauca

HACIA UNA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO



Medición de la sostenibilidad en
los destinos de turismo alternativo



Medición de la sostenibilidad en los destinos de turismo alternativo

Ec. Iván Andrés Ordóñez-Castaño, Ph.D (c).
Magister en Economía Aplicada
Economía Agroalimentaria - UPV
Centro de Estudios en Turismo CETUR
Universidad de San Buenaventura - Cali

Valle del Cauca

HACIA UNA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO



Medición de la sostenibilidad en los destinos de turismo alternativo

Algunas perspectivas de los impactos del turismo



Económico

- Empleo directo e indirecto
- Migraciones
- Emprendimientos
- Sustitución de inversiones
- Transferencia de mano de obra
- Estacionalidad
- Ingresos fiscales

Social

- Sistemas de valores
- Relaciones familiares
- Estilos de vida colectivos
- Niveles de seguridad
- Conducta moral y política
- Expresiones creativas
- Cultura tradicional

Ambiental

- Los atractivos turísticos se desarrollan, habitualmente, sobre ambientes frágiles
- Tipos: indiferencia, simbiosis y conflicto
- Macroimpactos: infraestructura, equipamiento, alojamiento, vías de comunicación, alcantarillados, tratamiento de agua, suministro y generación de energía
- Impactos difusos, relacionados con el que hacer del turista, provocan alteraciones en zonas más amplias



Medición de la sostenibilidad en los destinos de turismo alternativo

Turismo sostenible





Competitividad Turística de Destinos. Oportunidades Y Desafíos para la Región

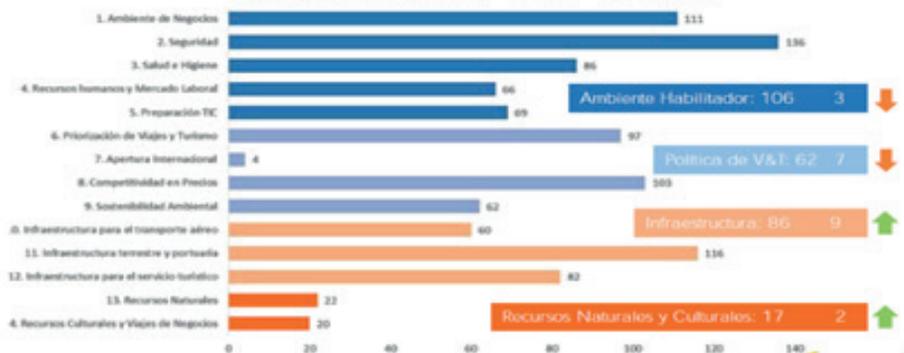
Alexander Zuñiga Collazos, PhD

Director. Centro de Estudios en Turismo- CETUR
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de San Buenaventura, Cali (Colombia)



COMPORTAMIENTO DEL INDICE PARA COLOMBIA EN 2017

POSICIÓN DE COLOMBIA EN LOS 4 SUBÍNDICES Y 14 PILARES



Fuente: Resumen índice CVT publicado por el Gobierno Nacional de Colombia (2018)
Link: <http://www.mincit.gov.co/OS/Pages/GetFile.aspx?uid=1ab33da-dab7-4ded-b46e-d9d61e3b7777>



ASPECTOS RELEVANTES

COMPORTAMIENTO DEL INDICE PARA COLOMBIA EN 2017

Colombia

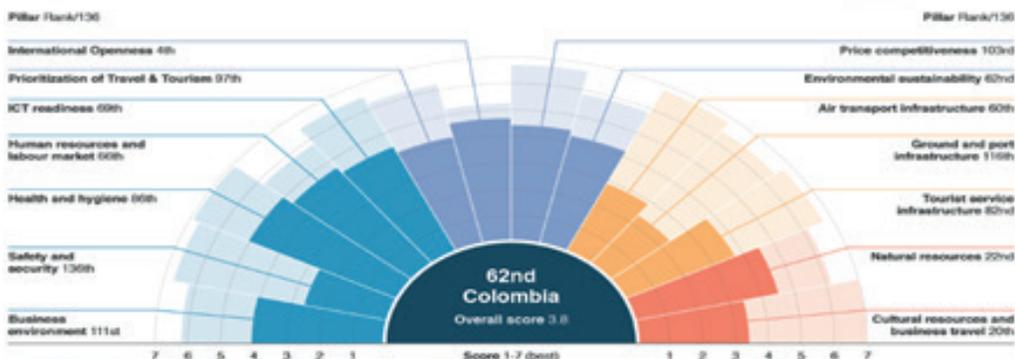
62nd / 136

Travel & Tourism Competitiveness Index 2017 edition

WORLD ECONOMIC FORUM

Performance Overview

Key Score Highest score



TURISMO DE NATURALEZA



TURISMO DE NATURALEZA UNA OPORTUNIDAD PARA LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO NATURAL Y EL DESARROLLO LOCAL EN EL VALLE DEL CAUCA.

Por
Germán Parra V.
 Biólogo Ms. C. Ecología.
 Tarjeta profesional de Turismo No 2466
 ESCUELA DE TURISMO UAO.
 2019.



TURISMO DE NATURALEZA

INTRODUCCIÓN

Estas ventajas, sumado a otros factores como el recién firmado acuerdo de paz, ha propiciado el aumento en la tendencia de turistas y visitantes en Colombia con una tasa del 150% entre 2010 y 2017, logrando el dato histórico de 6.5 millones de turistas el último año, convirtiendo el sector turismo en el segundo renglón de la economía que le genera divisas con un valor de \$5.787 millones en la cuenta de viajes y transporte (tomado de CITUR, 2018)



Fotografía: Germán Parra V.



TURISMO DE NATURALEZA

SUBPRODUCTO: ECOTURISMO ACTIVIDADES:

- Senderismo (Recorridos ecológicos. Paisajismo).
- Bañismo.
- Turismo subterráneo (cuevas, minas y ríos subterráneos) basada en la Espeleología ciencia que estudia la morfología y formaciones geológicas (espeleotemas) de las cavidades naturales del subsuelo.



Fotografías: Germán Parra V.



¿Cuáles ciudades están más interesadas en internacionalizarse? Por qué?

Hay un grupo bien conocido de “ciudades mundiales”: New York, London, Paris, Tokio.

- Hoy un amplio número de ciudades pueden alcanzar aspectos de internacionalización, sin embargo no todas las ciudades pueden lograrlo.
- Para embarcarse en un proceso de internacionalización la ciudad necesita:
 - Capacidades organizacionales y fiscales y poder para atraer inversión extranjera.
 - Un acople identificable entre sus activos económicos y sociales y la demanda internacional por tales atributos.
 - Evitar la internacionalización de sectores débiles o con insuficiente desarrollo histórico, con riesgo de no ser sostenibles en el largo plazo.



Elementos esenciales en una estrategia de internacionalización de la ciudad

a) Conectividad: Ciudades de este asiático y del Golfo han logrado cumplir la tarea exitosamente (Shanghai, Beijing, Dubai han invertido billones de dólares en sistemas aeroportuarios alcanzando los aeropuertos de Singapur, Rotterdam y Hong Kong).

b) Infraestructura y uso de la tierra: Ciudad del Cabo se ha destacado como un facilitador de operaciones de negocios eficientes.

c) Amenidades culturales

d) Identidad, Reputación, Valores, Carácter (City Brand)

While different cities emphasise different aspects of the culture/entertainment nexus, generally the aim in this case is to cultivate a tangible international milieu that can be experienced by all those spending time in the city.



1ª Semana Internacional de la **CIENCIA** TECNOLOGÍA E Innovación Valle del Cauca

HACIA UNA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO



UNIVERSIDAD DE
SAN BUENAVENTURA
CALI

UNIVERSIDAD SAN BUENAVENTURA



CONGRESO DE TURISMO

ENTIDADES PARTICIPANTES



SITUR
Sistema de Información
Turística Valle del Cauca





**Gobernación del
VALLE DEL CAUCA**