

## Contenido

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>3</b>
<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>4</b>
<b>Antecedentes</b> .....	<b>6</b>
<b>Marco Normativo</b> .....	<b>7</b>
<b>Identificación de Actores</b> .....	<b>12</b>
1. A nivel Municipal: .....	<b>12</b>
2. A nivel Departamental: .....	<b>12</b>
3. A nivel Nacional.....	<b>13</b>
4. A nivel Internacional:.....	<b>13</b>
<b>MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL</b> .....	<b>13</b>
A. Marco Teórico .....	<b>13</b>
B. Marco Conceptual.....	<b>15</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>18</b>
a. Descripción de la Metodología Aplicada.....	<b>18</b>
b. Cronograma para la implementación del Diseño Metodológico .....	<b>18</b>
<b>RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO</b> .....	<b>19</b>
a. Análisis de la caracterización sociodemográfica y de la entidad territorial objeto de Asistencia Técnica por parte del PIFAT.....	<b>19</b>
<b>EN MATERIA DE LUGARES TURÍSTICOS EN SAN GIL</b> .....	<b>21</b>
<b>EN MATERIA DE GESTORES DE TURISMO</b> .....	<b>23</b>
<b>ÍNDICES DE TURISTAS QUE LLEVAN AL MUNICIPIO DE SAN GIL</b> .....	<b>24</b>
<b>EN MATERIA DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO</b> .....	<b>26</b>
<b>Análisis de actores</b> .....	<b>28</b>
<b>Conclusiones</b> .....	<b>30</b>
<b>Recomendaciones</b> .....	<b>31</b>
<b>Referencias</b> .....	<b>31</b>

## INTRODUCCIÓN

El Estado colombiano, por medio de lo predicho en el Artículo 52 constitucional, establece el turismo como un derecho social y económico, no solo de quien lo disfruta, sino de quienes lo adoptan como una actividad económica para su desarrollo personal, integral donde se busca resaltar los aspectos culturales, sociales, recreacionales de las diferentes regiones del país (Constitución Política de Colombia, 1991, Art. 52), para lograr la garantía de este derecho, se requiere un trabajo mancomunado de todas las entidades administrativas en los diferentes órdenes territoriales, las entidades de control y vigilancia, y la sociedad en general.

Por ello, el Estado debe propender la implementación de diferentes estrategias y herramientas que se direccionen al resguardo y garantía de estos derechos. Es de resaltar que el desarrollo normativo que se ha integrado al ordenamiento jurídico colombiano ha dispuesto de herramientas para la disposición de medidas que garanticen los derechos individuales y colectivos como el turismo como actividad económica y derecho de esparcimiento y recreación. Esto a causa que el turismo es una de las actividades de las que dependen varios sectores económicos de las regiones en un territorio, tan rico culturalmente como es Colombia, y en especial el Departamento de Santander.

Para lograr la adecuada implementación, y garantía de este derecho constitucional, se han dispuesto diferentes herramientas como lo son el desarrollo e implementación de las políticas públicas, herramientas que se dimensionan como acciones de gobierno, emitidas por los órganos de nivel administrativo, que buscan dar respuesta a las diversas demandas y necesidades existentes a nivel social, y su implementación se da como un alivio en los problemas sociales del territorio, en materias específicas (Martínez, 2000).

Las Políticas Públicas se estructuran según la metodología plasmada por la procuraduría general de la nación, quien en su texto Las diferentes etapas del ciclo de las políticas públicas (2011) establecen que estas se dividen en una etapa de agendamiento, formulación, implementación y evaluación.

El trabajo plasmado a continuación se direcciona a generar los documentos pertinentes de

la etapa de agendamiento, la cual consiste en desarrollar un ejercicio de decisión donde se establece una relación entre los escenarios públicos donde se presentan las problemáticas que existen en la sociedad y la forma en que el gobierno debe afrontar estas, para satisfacer las necesidades de un segmento concreto, como es en este caso el escenario económico y de desarrollo turístico en el municipio de San Gil.

Es por ello, que se resalta la importancia de generar un diagnóstico concreto en aras de determinar con especial énfasis, las verdaderas problemáticas que han identificado las entidades gestoras de datos de índole local, departamental y nacional, direccionado siempre a mitigar los problemas que aquejan entorno al turismo en el municipio de San Gil.

## **JUSTIFICACIÓN**

La ubicación geográfica del municipio de San Gil, Santander ha constituido a este como un punto estratégico para desarrollar estrategias turísticas, no solo de índole local, sino que se ha consolidado como un eje estratégico y referencial para el desarrollo del turismo departamental. Que la Administración Municipal de San Gil, Santander en el desarrollo del Plan de Intervenciones Colectivas PIC (2020), busca crear estrategias para abordar diferentes problemáticas existentes dentro del municipio, en aras a solidificar estrategias que incentiven y catapulten los diferentes sectores sociales, económicos y de inversión. Planes que, al día de hoy, no se han desarrollado por la debilidad en los procedimientos internos propios de sus funciones, los cuales obstaculizan la planeación, organización y control de una buena gestión administrativa.

Problemáticas que afectan no solo a la funcionalidad administrativa del municipio, sino que con ello se puede llegar a incidir negativamente en la población sangileña, es así que en materia de Políticas Publicas se evidencia la falta de la asistencia técnica en el diseño, y ejecución de este Documento, especialmente en la formulación de la Política Pública destinada al Turismo, evidenciándose desarticulación entre las instituciones administrativas de orden local, los operadores particulares de turismo, y entidades privadas destinadas a la gestión turística, situación que se ve reflejado con el bajo índice de estrategias de creación y gestión de actividades turísticas, junto a las limitadas oportunidades que desde la administración se diseñan para superarlas, generando una desatención de uno de los mercados que catalogan desde el año 2004 al municipio

de San Gil como la capital turística de Santander, título otorgado mediante ordenanza de la Asamblea de Santander.

Cabe resaltar que como lo referencia Arroyabe (2010) en su investigación *las políticas públicas en Colombia. Insuficiencias y desafíos*, citando a los autores Vargas (2001) y Cuervo (2007), las políticas públicas son el conjunto de iniciativas, decisiones y acciones del régimen político frente a situaciones socialmente problemáticas, siendo esta el resultado del flujo de decisiones en torno de un problema que ha sido considerado público y ha ingresado en la agenda del Estado.

Es por esto que el Municipio de San Gil, solicitó el acompañamiento y asistencia técnica con el objetivo de fortalecer las capacidades de sus funcionarios en la formulación de la Política Pública de Turismo, en aras a dar cumplimiento y seguir las prerrogativas establecidas en la Política Pública de Turismo Cultural (2021) que pretende mejorar las condiciones del mercado turístico en todo el territorio nacional, esto a raíz de incentivar el turismo cultural que caracteriza el territorio nacional a partir de la sostenibilidad y competitividad haciendo participe a no solo los gestores nacionales, sino a la comunidad local, para con ello fortalecer la responsable gestión turística de los activos culturales, patrimoniales y recreacionales, para con ello reconocer a Colombia como un destino turístico líder en la región.

Necesidad expuesta por parte de la Entidad que se encuentra plasmada dentro del Plan de Desarrollo Municipal (2020) denominado "*San Gil con visión Ciudadana 2020-2023*" cuya meta del producto se enfoca en *Fortalecer el fortalecimiento del sector turístico como desarrollo económico del municipio*; y que a la fecha la Administración Municipal no ha realizado las acciones pertinentes para la eficiente construcción y desarrollo de dichas estrategias que incentiven el turismo en la capital de la provincia Guanentina.

Por lo que se hace oportuno y pertinente para la vigencia 2022, conforme se plasmó en el plan de trabajo presentado y socializado al Municipio, llevar a cabo el acompañamiento y asistencia técnica por parte de los profesionales y contratista de apoyo que integran la línea temática de Políticas Públicas, la formulación de la Política Pública enfocada al turismo, dando inicio a la etapa

del diagnóstico situacional.

### **Antecedentes**

Que el municipio de San Gil, ha tenido un desarrollo turístico que se viene acrecentando desde el año 1954, fecha en la cual se iniciaron obras destinadas a ampliar el sector turístico para el departamento de Santander, las cuales lograron que la provincia Guanentina fuera tenida en cuenta por los extranjeros y turistas en general, haciendo que fuera uno de los aspectos relevantes en los diferentes planes de gobierno durante los próximos años, llevando a que esté desde el año 2004 ostentará el título de “Capital Turística de Santander”, otorgado por la Asamblea Departamental, a causa de su prospero desarrollo turístico, junto a ello, por gran parte de la comunidad turística, ha sido conocido como “La Perla del Fonce”, por ser bañada por las aguas del río Fonce.

Que, desde la década de 1990, el turismo se consolido como un motor del desarrollo social, económico, comercial del cual la población comenzó a ser parte, y ha venido teniendo un crecimiento exponencial que no se puede desconocer, ya que a la capital Guanentina los turistas nacionales e internacionales cada año incrementan, con eso es importante hacer mención a la incidencia que tiene este sector en la economía no solo local, sino nacional, ya que como se puede vislumbrar en los informes emitidos por el CPTUR (2019), el turismo representa el 2,68% del PIB nacional, y llega a constituir un 8,3% de los empleos de los santanderianos, mostrando así que es una necesidad determinante que debe ser atendida por los diferentes órganos administrativos.

Que, en el Plan de Desarrollo Municipal del actual gobierno local, se ha dimensionado este sector como uno de los ejes relevantes para el desarrollo económico del municipio, denominado así en el programa denominado “*Turismo, comercio, emprendimiento, economía solidaria, economía creativa y TIC*” se busca “crear estrategias para fortalecer fuentes de ingreso en sectores ya posicionados como el turismo, la cultura, el comercio y la economía solidaria; y la consolidación de nuevos sectores como los que surgen a la luz de la economía creativa; todo esto a través del fortalecimiento, uso y apropiación de las TIC” (Plan de Desarrollo Municipal de San Gil, 2020).

Meta que a la fecha la Administración Municipal, no ha iniciado con las respectivas acciones tendientes a la materialización de su propósito, lo que indica que no se han destinado recursos específicos para la creación de estrategias. Esto inferido de la nula contratación destinada a la gestión de planes turísticos por parte de la administración local, durante el actual periodo de gobierno.

Es de resaltar que los planes que han sido plasmados en las políticas de índole nacional y departamental, vislumbran que San Gil como capital turística del Departamento, tiene unos planes que se esperan sean desarrollados para la vigencia 2025, ya que se estima que para dicha anualidad se resalte el turismo cultural y recreacional en la región, incentivando con ello a lograr ser uno de los destinos más relevantes en el orden nacional, y ser un referente en el marco internacional para el turismo, ya que San Gil es una de las ciudades pioneras en deportes extremos, y actividades de recreación en el región.

#### **Marco Normativo**

Cuando se hace referencia al marco normativo internacional, el Estado colombiano ha incorporado por vía convencional diferentes acuerdos celebrados y ratificados como lo es:

- El acuerdo de cooperación en materia de turismo entre el Estado colombiano y el reino español en el año 1995, el cual se ratificó por la Ley 350 de 1997, por la cual se acordó el intercambio de experiencias empresariales y técnicas de los programas de investigación turística.
- El acuerdo de cooperación turística en el marco del memorando de Entendimiento entre el Estado colombiano, chileno, peruano, mexicano en el año 2012, donde se ratificó con este, la participación, promoción, intercambio de experiencias y datos respecto al turismo colectivo entre estados del Pacífico.
- El convenio de cooperación internacional entre el Estado colombiano y el Estado argentino ratificado por medio de la Ley 28 de 1980, por la cual se buscó establecer una cooperación en la investigación en el campo turístico, en aras a implementar estrategias tecnológicas, económicas y mercantiles las cuales apoyaran a desarrollar un mejor turismo en ambos estados.

- El convenio de cooperación en el ámbito turístico entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia y el Ministerio de Turismo y medio Ambiente de Andorra en el año 2013, en aras a tener una participación mutua en exposiciones internacionales (ferias, conferencias, seminarios y otros eventos turísticos), intercambio de información y estadísticas, para con ello solidificar el sector turístico de estos dos Estados

Estos son unos de los convenios más relevantes respecto al turismo en Colombia los cuales buscan incentivar el turismo en todo el territorio desde la perspectiva de la cooperación internacional, junto a ello el Estado colombiano ha desarrollado una serie de apartados normativos que se integran al ordenamiento jurídico colombiano desde el año 1990 para normatizar sobre el sector del turismo en todo el territorio nacional. Es así que;

el acuerdo Iberoamericano de Derechos de la Juventud (CIDJ), el cual es consagrado como un instrumento primordial dentro del DI para la regulación e implementación de estrategias para el resguardo de los derechos para los jóvenes, aunado a ello, Colombia incorporo al ordenamiento jurídico los parámetros dispuestos por la Organización Iberoamericana de la Juventud por medio de la Ley 535 de noviembre 19 de 1999, lo que catapulto al Estado a ser parte de los países vanguardistas respecto a la protección de derechos de los jóvenes.

Dentro del marco constitucional, Colombia establece parámetros para el diseño y ejecución de Políticas Públicas direccionadas a los jóvenes, el cual ha venido siendo objeto de desarrollo y complementado a través lineamientos legislativos del orden nacional, departamental y local, así el complemento por medio del marco jurisprudencial y la necesidad determinada en los distintos planes de gobierno del ordena nacional, departamental y local, los cuales se enuncian a continuación de forma cronológica:

*Tabla N° 1. Marco Normativo del plan de diagnostico*

<b>MARCO NORMATIVO NACIONAL</b>	
<b>Marco Normativo</b>	<b>ARTÍCULOS</b>

<p><b>CONSTITUCIÓN POLÍTICA COLOMBIA</b></p>	<p>DE</p> <p>En el Artículo primero Constitucional se establece al Estado como un ente social de derecho organizado en Forma de República, unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general (Constitución Política de Colombia [C.P.], 1991, Art. 1).</p> <p>Al mismo tenor, se tiene que el Artículo 52 constitucional establece que el turismo es un derecho social y económico, no solo de quien lo disfruta, sino de quienes lo adoptan como una actividad económica para su desarrollo personal, integral donde se busca resaltar los aspectos culturales, sociales, recreacionales de las diferentes regiones del país (Constitución Política de Colombia, 1991, Art. 52).</p>
<p><b>La Ley 32 de 1990</b></p>	<p>Norma por la cual se busca reglamentar el trabajo que quienes desarrollan la actividad económica, comercial y laboral del turismo en el Estado colombiano.</p>
<p><b>Decreto 1095 de 1994</b></p>	<p>Decreto por el cual se incorpora al ordenamiento jurídico colombiano el Código de Ética profesional para las Agencias de Viaje y Turismo en el país.</p>
<p><b>Ley 300 de 1996</b></p>	<p>Norma que se integra al ordenamiento jurídico colombiano buscando establecer los criterios fundamentales para la creación de <u>la Ley General de Turismo</u>, y disponer del turismo como una industria esencial para el desarrollo económico del país y en especial de las diferentes regiones provinciales que cumplen dicha función social.</p>
<p><b>Ley 1101 DE 2006:</b></p>	<p>Esta norma realiza modificaciones a la ley general del turismo respecto a los incentivos tributarios para el fomento del turismo en</p>

	diferentes sectores económicos; junto a ello, desglosa la promoción turística parafiscal para quienes son partícipes activos de dicha actividad económica.
<b>LEY 1558 DE 2012</b>	La presente norma modifica parcialmente la Ley General de Turismo, respecto al objeto, importancia y principios de la actividad turística en el ordenamiento jurídico colombiano, estableciendo unos parámetros para la definición de turismo, las clases de turismo, la organización de diferentes sectores, los intereses que se gestan del turismo, la regulación de impuestos entorno al turismo, los bancos de proyectos turísticos, y en general la forma en que se deben gestar estrategias para que los ordenadores del gasto creen estrategias para incentivar el turismo y así resguardar lo pregonado en el título constitucional (Congreso de Colombia, Ley 1558, 2012).
<b>Ley 679 de 2001</b>	Esta ley tiene por objeto establecer estrategias para resguardar los derechos fundamentales de niños y niñas consagrados en el Artículo 44, respecto al turismo sexual, la pornografía infantil, el turismo sexual en las diferentes regiones del país.  Junto a ello, establece la promoción y publicidad de las agencias de viaje respecto al turismo.
<b>LEY 1336 DE 2009</b>	Norma que adiciona criterios normativos a la Ley 679 de 2001 respecto a la explotación sexual y la lucha contra la pornografía y el turismo sexual en diferentes regiones del territorio colombiano.
<b>DECRETO 1074 DE 2015</b>	Norma que integra al ordenamiento jurídico colombiano el Reglamento Único para el sector del comercio, la industria y el turismo.
<b>DECRETOS 833 DE 2002, reglamentado por DECRETO 1100 DE 2014</b>	Norma que integra al ordenamiento jurídico colombiano disposiciones puntuales para la protección del patrimonio cultural, social y el estímulo al turismo cultural de diferentes municipios,
<b>RESOLUCIÓN 348 DE</b>	Por medio de esta, se buscó dar a los municipios el carácter de turístico,

2007	algunos por su arquitectura colonial. En Santander han sido otorgados con esta característica los municipios de Barichara, San Juan de Girón y San Gil.
<b>NORMAS TÉCNICAS DE TURISMO</b>	
NTS - TC 002. Norma que integra el esquema de tiempo compartido turístico y desarrolla una serie de requisitos del servicio que se presta en la gestión comercial destinada al turismo, (2006).	
NTSH 001. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Realización de actividades básicas para la prestación del servicio, 2003	
NTSH 007. Posadas turísticas, requisitos de planta y servicios, 2005	
NTS - TS 005. Norma que establece las normas técnicas respecto al buen manejo del transporte terrestre automotor especializado, empresas operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.	
<b>POLÍTICA PÚBLICA</b>	
<b>POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO CULTURAL COLOMBIA – DESTINO TURÍSTICO, CULTURAL, CREATIVO Y SOSTENIBLE</b>	Estrategia del Ministerio de comercio para fomentar el turismo cultural en las diferentes regiones del país, implementando estrategias para la promoción del patrimonio y el reconocimiento y exaltación de la cultura como factor primordial para el desarrollo cultural en Colombia.
<b>MARCO LEGAL MUNICIPAL</b>	
	Creación de Políticas Públicas destinadas a fomentar el turismo y garantizar el derecho fundamental consagrado en el Artículo 52 constitucional.

*Fuente: realización propia del autor*

Así mismo, la acción del Gobierno se encuentra orientada al impulso de la apertura de espacios que fomenten la gestión turística en el Estado colombiano, especialmente en dichas regiones donde desarrollan esta como una función social, la cual ayudara a fortalecer los segmentos económicos de ciertos territorios, y junto a ello a catapultar el turismo en ciertas regiones del país.

El departamento de Santander tiene como propósito el implementar para la vigencia 2022 la política publica de turismo para el departamento, en la cual se busca crear un plan a 10 años en

donde se depare el futuro del turismo en la región, fomentando el turismo natural, recreacional y cultural de los diferentes municipios de las provincias.

El documento de política pública permitirá fortalecer, articular y evitar la dispersión de ofertas y programas de las entidades nacionales y territoriales; potenciar y dinamizar las acciones orientadas al mejoramiento de los planes para el turismo definidos en la normatividad para los territorios locales, sumado a la inclusión de un enfoque diferencial de aspectos económicos, culturales, sociales, de desarrollo y de incentivo comercial.

### **Identificación de Actores**

Que según la información consignada para la Política Pública de Turismo para el municipio de San Gil, se identificaron aquellos actores que incidirán en el abordaje de las distintas etapas de construcción del Documento, los cuales se clasifican de la siguiente manera:

#### **1. A nivel Municipal:**

- ✓ Alcalde Municipal
- ✓ Secretaria de Gobierno
- ✓ Comisaria de Familia
- ✓ Secretaria de Salud
- ✓ Secretaria de Planeación
- ✓ Secretaria de Cultura y Turismo
- ✓ Policía de Turismo
- ✓ Personería Municipal
- ✓ Agencias de turismo
- ✓ Hoteles
- ✓ Restaurantes
- ✓ Gestores de planes turísticos

#### **2. A nivel Departamental:**

- ✓ Gobernador de Santander
- ✓ Secretaria de Desarrollo Social
- ✓ Secretaria de Educación

- ✓ Secretaria de Salud
- ✓ Secretaria de Cultura y Turismo
- ✓ Universidades
- ✓ Instituto Departamental de Recreación y Deporte – INDERSANTANDER

### 3. A nivel Nacional

- ✓ Turistas nacionales.
- ✓ Ministerio de Educación Nacional
- ✓ Ministerio de Comercio
- ✓ Ministerio de Cultura
- ✓ Cámara de Comercio
- ✓ Ministerio del Deporte
- ✓ Ministerio de Trabajo
- ✓ Ministerio de Salud y Protección Social
- ✓ Instituto Colombiano de Bienestar Familiar – ICBF
- ✓ Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA
- ✓ La Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo – ANATO
- ✓ Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones – ACOLAP
- ✓ Asociación colombiana de la Industria Gastronómica - ACODRES
- ✓ Banco de la Republica
- ✓ Procuraduría General de la Nación
- ✓ Medios de Comunicación Masivos

### 4. A nivel Internacional:

- ✓ Países que posean convenios cooperativos.
- ✓ Organización Mundial de Turismo.
- ✓ Turistas extranjeros.

## MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

### A. Marco Teórico

De conformidad con los principios y las funciones iniciales al análisis del marco teórico basado en el desarrollo humano, el cual está definido como un proceso de expansión de las libertades de las que disfruta cada individuo y que se encuentra representada por las capacidades

de las personas para funcionar en los entornos económicos, sociales, culturales, políticos y de medio ambiente de conformidad con la acción de actividades importantes para la sociedad que integra un territorio. Es de tener en cuenta que el desarrollo del artículo 52 constitucional tiene la necesidad de atender el desarrollo humano y para ello, se deben identificar y ejecutar diferentes estrategias por parte de las autoridades administrativas.

La Organización Mundial de Turismo (2017) ha establecido dentro de sus comunicados y conceptos internacionales que “la calidad total del turismo es la apuesta más segura para lograr la competitividad. Es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas, mejor que los competidores. Su objetivo es claro: satisfacer a los clientes en todos los ámbitos, logrando de esta manera beneficios mutuos para visitantes, empresas y residentes”

Es importante resaltar el trabajo teórico que se ha realizado en torno al tema turístico en la región parte de la percepción de la calidad del servicio como un eje decisivo en el segmento económico del turismo, es por eso que Valarie & Leonard en su libro, *Cinco atributos de la calidad de gestión de servicios*, señalan que la población local que debe gestar por un servicio acorde a las necesidades turísticas que nazcan deben poseer cualidades de “-fiabilidad, empatía, seguridad, capacidad de respuesta y elementos tangibles- lo que ataca por ende, de forma directa la generalizada tendencia a sobre prometer, al comparar las percepciones y las expectativas de los consumidores, es posible proveer a los empresarios con dos ópticas para medir la calidad percibida que, al mismo tiempo y por primera vez, permite segmentar un mercado en grupos con diferentes expectativas respecto a un mismo servicio” (Valarie A & Leonard L, 1992).

Por ende, es necesario y responsable medir por parte no solo de los gestores turísticos, sino también por parte de los Entes administradores locales, los aspectos de calidad del servicio que lleguen a influir en el servicio partiendo de la identificación plena de sus atractivos turísticos, de su infraestructura, y teniendo un plan acorde para desarrollar actividades a los extranjeros que visiten el territorio. En el municipio de San Gil, es necesario y pertinente desarrollar programas que permitan identificar las condiciones, las ofertas y las calidades del servicio para quienes visitan a la capital turística de Santander.

de las personas para funcionar en los entornos económicos, sociales, culturales, políticos y de medio ambiente de conformidad con la acción de actividades importantes para la sociedad que integra un territorio. Es de tener en cuenta que el desarrollo del artículo 52 constitucional tiene la necesidad de atender el desarrollo humano y para ello, se deben identificar y ejecutar diferentes estrategias por parte de las autoridades administrativas.

La Organización Mundial de Turismo (2017) ha establecido dentro de sus comunicados y conceptos internacionales que “la calidad total del turismo es la apuesta más segura para lograr la competitividad. Es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas, mejor que los competidores. Su objetivo es claro: satisfacer a los clientes en todos los ámbitos, logrando de esta manera beneficios mutuos para visitantes, empresas y residentes”

Es importante resaltar el trabajo teórico que se ha realizado en torno al tema turístico en la región parte de la percepción de la calidad del servicio como un eje decisivo en el segmento económico del turismo, es por eso que Valarie & Leonard en su libro, *Cinco atributos de la calidad de gestión de servicios*, señalan que la población local que debe gestar por un servicio acorde a las necesidades turísticas que nazcan deben poseer cualidades de “-fiabilidad, empatía, seguridad, capacidad de respuesta y elementos tangibles- lo que ataca por ende, de forma directa la generalizada tendencia a sobre prometer, al comparar las percepciones y las expectativas de los consumidores, es posible proveer a los empresarios con dos ópticas para medir la calidad percibida que, al mismo tiempo y por primera vez, permite segmentar un mercado en grupos con diferentes expectativas respecto a un mismo servicio” (Valarie A & Leonard L, 1992).

Por ende, es necesario y responsable medir por parte no solo de los gestores turísticos, sino también por parte de los Entes administradores locales, los aspectos de calidad del servicio que lleguen a influir en el servicio partiendo de la identificación plena de sus atractivos turísticos, de su infraestructura, y teniendo un plan acorde para desarrollar actividades a los extranjeros que visiten el territorio. En el municipio de San Gil, es necesario y pertinente desarrollar programas que permitan identificar las condiciones, las ofertas y las calidades del servicio para quienes visitan a la capital turística de Santander.

El crecimiento sostenido que ha tenido el Municipio de San Gil, frente a la gestión turística, se evidencia con la constante llegada de personas provenientes de diversos puntos tanto de la nación como del extranjero, haciendo que se incremente el flujo económico en el mismo, situación que obliga, como se mencionó anteriormente, a mejorar la imagen del territorio, de la población local, y esto llevar a que el servicio se preste con calidad y se ajusta a las expectativas del turista.

## **B. Marco Conceptual**

**Agendas** La agenda es el conjunto de cosas que han de ser realizadas. En materia de políticas públicas existen cuatro tipos de agendas: a. agenda pública, b. agenda política, c. agenda institucional, d. agenda gubernamental.

**Agenda pública:** se entiende como el conjunto de temas que la ciudadanía o uno o varios grupos de ciudadanos pretenden posicionar para que sean considerados como susceptibles de atención por parte de sus representantes (autoridades territoriales o legisladores) (Congreso de Colombia, Ley 1885, 2018).

**Agenda política:** se constituye por el conjunto de temas que alcanzan prioridad en el debate y la acción de aquellos actores que por su posición tienen capacidad para impulsarlas.

**Agenda institucional:** es el subconjunto de asuntos que se presentan públicamente para su consideración a las institucionales de gobierno representativo.

**Agenda gubernamental:** es entonces el conjunto de prioridades que un gobierno constituido plantea a manera de proyecto y que busca materializar a lo largo de su mandato.

**Agroturismo:** Es el desplazamiento de personas hacia lugares distintos, con la finalidad de conocer los procesos y sistemas de producción del campo o experiencias de la vida rural. (Da Silva, 2006)

**Demanda turística:** Le demografía ha considerado que la demanda turística se compone del conjunto de personas que provienen de partes del territorio y del exterior de forma colectiva y/o

individual quienes han identificado una serie de productos o servicios turísticos en un territorio, para así satisfacer sus necesidades (OMT, 1995).

**Destino turístico:** La conceptualización que le han dado a este significa que, es una unidad territorial con vocación turística delimitada espacialmente que cuenta con capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de gestión, enfocados a lograr su sostenibilidad (MinCIT, 2006).

**Ecoturismo:** En principio, se planteó este como la visión restrictiva en entornos o destinos naturales cuyo fin primordial es el acercamiento a la naturaleza. (Ramírez, 2006).

**Geoturismo:** tipo de turismo practicado con el objeto de “experimentar, aprender y disfrutar el patrimonio geológico, de manera que permita al visitante conocerlo, así como fomentar y estimular en él actitudes favorables para su conservación (Servicio Geológico Colombiano, s. f.).

**Patrimonio turístico:** conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales e inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer las necesidades turísticas (OMT, citado por Sancho, 1998).

**Política:** ciencia y arte de gobernar que trata de la organización y administración de un Estado en sus asuntos e intereses. Una política es un comportamiento propositivo, intencional, planeado, no simplemente reactivo, casual. Se pone en movimiento con la decisión de alcanzar ciertos objetivos a través de ciertos medios: es una acción con sentido. Es un proceso, un curso de acción que involucra todo un conjunto complejo de decisiones y operadores. La política también es una actividad de comunicación pública (Pérez, 2013).

**Público:** Entiéndase por público como un adjetivo notorio, patente, visto o salido por otros del común de la sociedad. Relativo al pueblo. Común del pueblo o sociedad (Pérez, 2013).

**Política pública:** son el conjunto de proyectos y acciones construidas de manera colectiva en un contexto económico, político, social y cultural en particular; surgiendo como respuesta a problemas

individual quienes han identificado una serie de productos o servicios turísticos en un territorio, para así satisfacer sus necesidades (OMT, 1995).

**Destino turístico:** La conceptualización que le han dado a este significa que, es una unidad territorial con vocación turística delimitada espacialmente que cuenta con capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de gestión, enfocados a lograr su sostenibilidad (MinCIT, 2006).

**Ecoturismo:** En principio, se planteó este como la visión restrictiva en entornos o destinos naturales cuyo fin primordial es el acercamiento a la naturaleza. (Ramírez, 2006).

**Geoturismo:** tipo de turismo practicado con el objeto de “experimentar, aprender y disfrutar el patrimonio geológico, de manera que permita al visitante conocerlo, así como fomentar y estimular en él actitudes favorables para su conservación (Servicio Geológico Colombiano, s. f.).

**Patrimonio turístico:** conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales e inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer las necesidades turísticas (OMT, citado por Sancho, 1998).

**Política:** ciencia y arte de gobernar que trata de la organización y administración de un Estado en sus asuntos e intereses. Una política es un comportamiento propositivo, intencional, planeado, no simplemente reactivo, casual. Se pone en movimiento con la decisión de alcanzar ciertos objetivos a través de ciertos medios: es una acción con sentido. Es un proceso, un curso de acción que involucra todo un conjunto complejo de decisiones y operadores. La política también es una actividad de comunicación pública (Pérez, 2013).

**Púbico:** Entiéndase por público como un adjetivo notorio, patente, visto o salido por otros del común de la sociedad. Relativo al pueblo. Común del pueblo o sociedad (Pérez, 2013).

**Política pública:** son el conjunto de proyectos y acciones construidas de manera colectiva en un contexto económico, político, social y cultural en particular; surgiendo como respuesta a problemas

socialmente reconocidos y con el propósito de garantizar procesos de cambio frente a realidades sociales (Pérez, 2013).

**Producto turístico:** es la combinación de atractivos y servicios que se ofrecen en el mercado a un precio determinado con el fin de satisfacer necesidades, requerimientos o deseos de los turistas (Ley 300 de 1996).

**Recurso Turístico:** constituye la existencia de un conjunto de bienes materiales o inmateriales que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación para hacer posible la actividad turística y satisfacer las necesidades de la demanda (Sancho, 1998, p. 186)

**Turismo:** Se considera una actividad que aborda uno de los sectores económicos más representativos para algunas regiones, enfatizando en criterios de la economía, ecología, psicología, geografía, sociología, historia, estadística, derecho y las ciencias políticas y administrativas. Entendido este como el conjunto de desplazamientos que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos (Requena y Muñoz, 2006).

**Turismo deportivo:** Se comprende este como todo desplazamiento efectuado por motivos de eventos deportivos apoyados por la relevancia de la actividad deportiva mundial, instituciones y asociaciones recreativas (Cárdenas, 2001).

**Salud:** estado de bienestar o de equilibrio que puede ser visto a nivel subjetivo (un ser humano asume como aceptable el estado general en el que se encuentra) o a nivel objetivo (se constata la ausencia de enfermedades o de factores dañinos en el sujeto en cuestión). El término salud se contrapone al de enfermedad, y es objeto de especial atención por parte de la medicina y de las ciencias de la salud (RAE, 2015).

**Sociedad:** Conjunto de personas que se relacionan entre sí de acuerdo a unas determinadas reglas de organizaciones jurídicas y habituales, y que comparten una misma cultura o civilización en un espacio o un tiempo determinado y cuyos objetivos son los mismos que sus miembros tienen en común (ONU, 2016).

## **MARCO METODOLÓGICO**

### **a. Descripción de la Metodología Aplicada**

La información recolectada y plasmada en el presente diagnóstico se desarrolla a través tres metodologías de investigación, a saber: cualitativa, cuantitativa y la de marco lógico. En el desarrollo cualitativo del diagnóstico para la Política Pública de Turismo del municipio de San Gil, Santander, actualmente se implementan métodos de recolección de información cualitativa, fundamentalmente a través de las entidades a cargo de la información sobre la gestión turística de la región, junto a ello, apoyados en los actores estratégicos en este grupo poblacional, permitiendo conocer de primera mano las percepciones y principales problemáticas que se presentan en el territorio y a su vez generando espacios de participación para una real construcción de las líneas estratégicas que contrarrestaran e impulsaran la región en el ámbito turístico, ampliando con ello la perspectiva que se tiene de este.

En lo que concierne al desarrollo cuantitativo, actualmente se realiza la recolección de información descriptiva y estadística, que integrara parte de las variables a analizar en la perspectiva del asunto propuesto. Dicha información se recopiló de fuentes de información primarias y secundarias, tales como el Departamento Nacional de Planeación, Cámara de Comercio, Plan de Desarrollo Municipal, Alcaldía Municipal, Gobernación de Santander, entre otros actores, los cuales permiten establecer una línea base de las acciones realizadas desde el orden nacional hasta el local en esta materia.

Una vez se obtenga la información recolectada con base en los dos métodos descritos anteriormente, se aplicará la metodología de Marco Lógico, realizando un árbol de problemas a partir de las realidades identificadas en el territorio sobre las falencias en el sector turismo, lo que le permitirá a la Entidad establecer las líneas estratégicas que redundaran como el resultado del flujo de decisiones en torno de un problema que ha sido considerado público y que ha ingresado en la agenda de su gobierno.

### **b. Cronograma para la implementación del Diseño Metodológico**

En el anexo N°1 del presente diagnóstico, se encuentra establecido el plan de trabajo

programado en el marco de la asistencia técnica brindada desde la línea de políticas públicas del programa PIFAT, para la formulación de la Política Pública de Turismo, etapa de diagnóstico del municipio de San Gi, Santander. El cual puede ser objeto de modificación.

## RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO

### a. Análisis de la caracterización sociodemográfica y de la entidad territorial objeto de Asistencia Técnica por parte del PIFAT

El departamento de Santander, es uno de los departamentos de Colombia que más visitan los turistas, especialmente en lo que tiene que ver con turismo social, como negocio y el turismo empresarial, junto a ello por su naturaleza y las diversas actividades para la recreación. Es así que el Consejo privado de competitividad en el año 2020, realizó la actualización del podio de los departamentos más visitados en Colombia y se llegó así a determinar que Santander está dentro de los primeros 5 departamentos más visitados por turistas nacionales y extranjeros.

Tabla N° 2. Rating de departamentos de Colombia más visitados por turistas

DEPARTAMENTO	POSICIÓN EN 2019	POSICIÓN EN 2020-2021
Bogotá	1	1
Antioquia	2	2
Valle del Cauca	4	3 
Santander	3	4 
Risaraldas	6	5 
Atlántico	5	6 
Caldas	7	7
Cundinamarca	8	8
Boyacá	9	9
Quindío	10	10

Fuente: realización propia respecto a los datos del Consejo privado de competitividad, 2020)

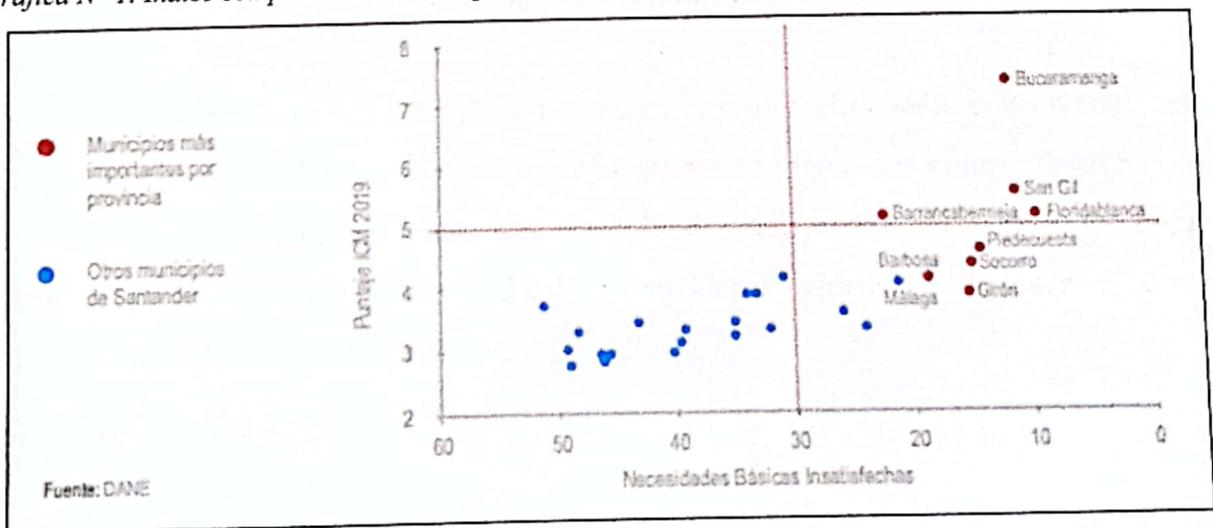
Es así que podemos identificar que el Departamento de Santander, bajo en el rating de departamentos más visitados en el último periodo informado, Al hacer un análisis previo se puede

informar para el año 2018, el Departamento de Santander recibió un total de seis millones de entradas de turistas, superando en visitas a ciudades como Cartagena, Bogotá y Cali.

El municipio de San Gil, Santander, se encuentra ubicado en el sur del departamento, a 95 km de la ciudad de Bucaramanga. Sus límites geográficos son los municipios de Villanueva, Curití, Mogotes, Vallé de San José, Páramo, Pinchote, Cabrera y Barichara, el municipio tiene una extensión de 149,5 Km<sup>2</sup> y según el último censo realizado y actualizado por el DANE, para el año 2022 cuenta con un total de 60.804 habitantes (DANE, 2022).

Que según las encuestas realizadas por el DANE en el periodo 2020, se puede encontrar que el municipio de San Gil, es uno de los municipios más relevantes según su provincia, como se puede evidenciar en la gráfica N° 1 a continuación, se tiene que San Gil tiene diversas necesidades básicas insatisfechas, las cuales son de relevancia para ser atendidas por las autoridades locales y departamentales, y así poder llegar a comprender, donde se integra el factor económico y de desarrollo social, el cual para la región se liga intrínsecamente con el sector del turismo, ya que es un eje fundamental en la economía municipal.

Grafica N° 1. Índice competitividad municipal vs necesidades básicas insatisfechas.



Fuente: DANE, Cámara de Comercio de Bucaramanga (2020)

El municipio de San Gil, luego de la Ordenanza que lo catalogaba como la capital turística

de Santander en el año 2004, fue necesario implementar diferentes estrategias para incentivar el turismo, e incrementar los planes para satisfacer dichas necesidades, las cuales no han sido abordadas con precisión por la administración pública.

### **EN MATERIA DE LUGARES TURÍSTICOS EN SAN GIL**

La ubicación geográfica del municipio de San Gil, hace que la capital turística de Santander sea uno de los mejores destinos del país para practicar deportes de aventura donde se implementa el turismo extremo para pasar unas vacaciones tranquilas, con paisajes extraordinarios, historias y su gente. Contando además con diferentes parques naturales que se encuentran consolidados como parque nacional, junto a ello con una serie de deportes de aventura, expresiones artísticas ancestrales, iglesias y una oferta gastronómica que son llamativas para gran parte de los turistas que visitan la región.

El municipio de San Gil es reconocido por su riqueza de recursos naturales y en particular por su imponente Río -que la ha dado el reconocimiento como la Perla del Fonce y por la belleza del Gallineral que es el único parque natural dentro de un perímetro urbano en Colombia. Estos atractivos han facilitado el desarrollo del turismo de naturaleza y del turismo aventura, en medio de un plácido clima primaveral y de los majestuosos paisajes de los Andes Orientales.

Sin embargo, además de las maravillas naturales, el municipio cuenta con diversos recursos turísticos que permiten el desarrollo de otros segmentos de turismo que contribuirían a reducir la presión sobre los espacios naturales, fortalecer la diversificación del portafolio, reducir la estacionalidad y mejorar la competitividad del destino. Como evidencia de lo anterior, se presenta el siguiente cuadro de atractivos turísticos.

*Tabla N° 3. Atractivos turísticos de San Gil*

Atractivo Turístico	Tipo De Turismo
Cueva Antigua	Turismo de Aventura
Río Fonce	Turismo de Aventura
Parques temáticos para la práctica del cable vuelo, puente tibetano, salto al vacío, escalada, rappel, torrentismo, caminatas, cabalgatas entre otros	Turismo de Aventura
La Casona	Turismo cultural
Casa de la Cultura	Turismo cultural
Casa Republicana Calle 13 con cra 11	Turismo cultural
Casa Republicana Esquina del Águila	Turismo cultural
Centro Histórico	Turismo cultural
Caracol calle 13	Turismo cultural
Caracol calle 12	Turismo cultural
Parque La Libertad	Turismo cultural
Ferias y fiestas	Turismo cultural
Celebración de la Semana Santa	Turismo cultural
Fiestas de Pablo VI	Turismo cultural
Fiestas de la Virgen del Carmen	Turismo cultural
Comparsas del colegio Guanentá	Turismo cultural
Guane de oro	Turismo cultural
Festival de música colombiana y sacra	Turismo cultural
Cerro de la Gruta	Turismo cultural
Cerro de la Cruz	Turismo cultural
Catedral de San Gil	Turismo religioso
Templo María Auxiliadora	Turismo religioso
Templo la Sagrada familia	Turismo religioso
Parroquia de Cristo Resucitado	Turismo religioso
Capillas San Antonio, San Francisco, San Vicente	Turismo religioso
Casa de Mercado	Turismo gastronómico
Parque El Gallineral	Turismo de naturaleza
Pozo Azul	Turismo de naturaleza
Salto la Milagrosa	Turismo de naturaleza
Cascada Afrodita	Turismo de naturaleza
Parque de Ragonessi	Turismo de naturaleza
Pozo el Hoyo	Turismo de naturaleza

Fuente: Datos recopilados de la secretaria de cultura de San Gil y el Plan de Gobierno de San Gil 2020-2023

Podemos inferir en el presente diagnóstico que; el municipio cuenta con más de 35 atractivos turísticos los cuales son atractivos para los turistas que llegan a la región, lugares que son explotados turísticamente, por agencias, empresas y miembros de la comunidad local, que han aprovechado para con ello crear estrategias comerciales como los deportes extremos, de aventura, recorridos gastronómicos, actividades que vinculan así a diferentes actores.

Junto a ello, se ha podido identificar que el municipio de San Gil, más que promotor turístico en todos los aspectos de dicho segmento, se caracteriza por tener una incidencia por sobre todos en ser el punto hotelero, ya que los gestores turísticos han optado por crear estrategias de explotación turística en otros municipios, y en otros atractivos turísticos.

### EN MATERIA DE GESTORES DE TURISMO

En el municipio de San Gil, aparte de los atractivos naturales y culturales, cuenta con diferentes actores participes en la gestión de las operaciones turísticas y comerciales dentro del municipio, es así que la industria local cuenta con cerca de 223 prestadores turísticos, incluyendo 139 establecimientos de alojamiento, 58 agencias, 48 restaurantes, 19 guías, entre otros.

*Tabla N° 4. Prestadores de servicios turísticos en San Gil*

TIPO DE PRESTADOR	N° DE PRESTADORES
Agencia de viajes mayoristas	1
Agente de viajes operadores	39
Agencia de viajes de turismo	18
Guias de turismo	19
Albergues	4
Apartahoteles	1
Apartamentos turísticos	10
Hostales	21
Hoteles	69
Fincas turísticas	15
Otros hospedajes	19

Oficinas de representación turística	2
Concesiones de servicios turísticos	1
Parques temáticos	1
Restaurantes	48
Transporte terrestre automotor	3
<b>Total en general</b>	<b>223</b>

Fuente: Realización propia con base en información de secretaria de cultura y desarrollo Social 2020

Estos datos de dichos prestadores de servicios turísticos, los cuales están ubicados gran parte en la zona céntrica del municipio y en los alrededores del Parque Gallineral, son ya conocidos por medio de la costumbre por su ubicación estratégica para el desarrollo de sus actividades comerciales enfocadas al turismo. El Instituto de Cultura y Turismo del municipio de San Gil ha llegado a identificar que, de estos actores y prestadores de servicios, solo el 7,6% se encuentran inscritos y certificados ante las normas técnicas de turismo que exige la regulación turística para prestar dicho servicio. Se tiene así que para el año 2019, se encontraban inscritas y certificadas los siguientes prestadores de servicios turísticos.

Tabla N° 5. Prestadores de servicios turísticos certificados

TIPO DE PRESTADOR TURÍSTICO	N° DE PRESTADORES CERTIFICADOS
Agencias de viajes certificadas en turismo de aventura	15
Hoteles certificados en sostenibilidad	2

Fuente: Realización propia con base en información de secretaria de cultura y desarrollo Social 2020

## ÍNDICES DE TURISTAS QUE LLEVAN AL MUNICIPIO DE SAN GIL

Respecto a las cifras exactas de turistas en el municipio de San Gil, la administración municipal, ni los gestores turísticos tiene una forma clara para representar la cantidad de turistas que entran al municipio de San Gil en periodos anuales o semestrales, llevando a que se deba hacer una referencia a los indicadores del SITUR, quienes en las estadísticas más recientes – 2019 – tienen un estimado que indica, que para el mes de junio de 2019, la cantidad de turistas que entraron

al departamento de Santander se repartieron un 96,06% en turistas nacionales provenientes de las regiones de Bogotá, Antioquia, Valle del Cauca en su mayoría y un 3,94% provenientes de otros países (SITUR, 2020).

Mismas estadísticas del SITUR (2020) muestran que, durante ese mismo periodo, el 57,4% de los turistas que entraron a la región santandereana eran hombres y el 42,6% eran mujeres, quienes tenían un interés prevalente en conocer atractivos turísticos culturales y de deportes extremos en su mayoría, quienes llegaron al municipio de San Gil por medio de transporte aéreo cerca del 39% de los turistas, por medio de transporte público interdepartamental cerca del 45,4% y en automóviles propios una cifra del 13,19%, cifras que hacen denotar la necesidad de dar prioridad atención a la infraestructura de vías, parqueaderos, agentes de tránsito, esto para satisfacer las principales necesidades de acceso al municipio.

Junto a ello, la misma plataforma SITUR, expone que, en el departamento de Santander, en cuanto a los motivos de viajes más específicos por parte de la comunidad turística, se tiene que las el 84.5% de los viajeros de negocios llegaron para atender alguna diligencia laboral o académica. Respecto a aquellos que llegaron por razones personales, el 53% visitó el departamento de Santander para visitar familiares o amigos y el 33% por motivos de vacaciones y recreación.

*Tabla N° 6. Rango de edad de turistas en el departamento de Santander – 2019*

<b>Rango de edad</b>	<b>Porcentaje de personas</b>
Entre 16 y 25 años	62,3%
Entre 25 y 50 años	28,94%
Mas de 50 años	8,8%

*Fuente: Realización propia a partir de los datos del SITUR – 2020.*

En relación al viaje turístico, SITUR establece que la duración suele estar entre 1 y 3 días (61%), y 4 y 5 días (19.21%), que los turistas reportan una elevada satisfacción (95% superior a 8 en una calificación de 1 a 10) y el 95% volvería a visitar el departamento.

Debido que para el municipio de San Gil no se encuentra información institucional respecto al ingrediente demográfico en el turismo, se tiene que hacer una interpelación de las investigaciones

privadas hechas en informes académicos como el hecho por Forero (2019) que establece en su investigación que el perfil demográfico de los visitantes está compuesto por hombres y mujeres mayoritariamente entre los 15 y 35 años quienes son, “profesionales, solteros y/o en una relación estable, con una situación económica solvente, independientes o con un trabajo estable, de origen colombiano, aunque con una presencia de extranjeros considerable y en crescendo”

En las encuestas realizadas por entidades educativas, que prestan informes respecto a la gestión turística del municipio se tiene que, entre las personas que ingresan al municipio de San Gil, las personas que son constituidas como visitantes nacionales provienen principalmente del mismo departamento de Santander ya que cerca del 41% de personas que vienen al departamento son oriundas en su mayoría de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, el restante porcentual vienen de departamentos como Cundinamarca y Antioquia (17%), Boyacá (6%), Norte de Santander, Caldas (5% respectivamente), entre otros 10 departamentos. Y quienes vienen de otros países y son considerados turistas extranjeros vienen especialmente de Alemania (22%), Estados Unidos (22%), Venezuela (14%), Argentina (11%), Canadá (8%), Brasil (8%), así como también de Bolivia, Perú, Chile y México (Plan de Desarrollo de San Gil, 2020).

En el mismo sentido, afirma que un 59% de los turistas tienen una estancia entre 2 y 6 días, aunque en el caso de extranjeros puede oscilar entre 1 y 2 semanas. Asimismo, 55% llegó en vehículo propio, 36% en transporte público, y 5% en vehículos de turismo o en tour. Finalmente, al evaluar su experiencia en el destino, 62% indica que es entre buena y excelente, 22% como regular y 16% entre mala y muy mala (Plan de Desarrollo de San Gil, 2020).

## **EN MATERIA DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO**

El municipio de San Gil ha desarrollado estrategias para poder ser parte importante en la gestión de estrategias para incentivar el turismo, pero ello mismo atiende a que no solo parte la necesidad de gestionar, sino de ejecutar ciertas medidas necesarias, así las cosas, se tiene que en el municipio de San Gil se han propuesto metas a partir del plan de gobierno 2020-2023 en el cual buscan dirigir estrategias que cimienten un desarrollo turístico mas acorde con la realidad, es por ello que se encontró dentro del plan de desarrollo que viene desarrollándose desde el año 2016:

Tabla N° 7. Metas de Resultado del Plan de Desarrollo San Gil

Meta de resultado	Indicador de resultado	Línea base	Meta para cuatrenio
Elaborar e implementar la política y reglamentación para el funcionamiento del turismo en el municipio de San Gil	Número de políticas elaboradas e implementadas para el funcionamiento del turismo	0	1
Ofrecer 6 escenarios turísticos en óptimas condiciones para la prestación de los servicios	Número de escenarios turísticos en óptimas condiciones para la prestación del servicio turístico	ND	6
Aumentar el número de visitantes del Parque el Gallineral durante cada año del periodo de gobierno 2016-2019	Número de turistas que visitan el parque el Gallineral (número de visitantes)	13859 al año 2013	3000 al año.

Fuente: Plan de Desarrollo San Gil, una Gerencia Social 2016-2019

Metas que se han plasmado en los planes de gobierno, pero que las entidades competentes no han presentado estrategias que direccionen a cumplir con ninguna de estas, es de resaltar que los objetivos plasmados en las metas, son se han ejecutado ninguno por vía contractual.

Es tanto que, durante el periodo actual de gobierno en el municipio de San Gil, no se ha llevado ninguna contratación que direccionen a ejecutar las estrategias que se vislumbraron y se identificaron en el plan de gobierno que se viene desarrollando al día de hoy.

Junto a ello, la administración municipal describió algunos factores incidentes en las debilidades más relevantes para atender por parte de la Administración municipal respecto al turismo en el territorio local. Como lo son (Plan de desarrollo de San Gil, 2020):

- Escases en la planeación objetiva de los planes turísticos.
- Falta de preparación en la gestión turística local
- Baja diversificación del portafolio turístico.
- Limitación en la información y señalización
- Ausencia de la marca local que identifica los puntos esenciales
- Falta de coordinación de trabajo por parte de los actores públicos y privados.
- Limitada infraestructura administrativa y poca conectividad para el acceso a lugares

turísticos.

- Falta de conocimiento y de promoción de los sitios más relevantes turísticamente.

### **Análisis de actores**

Haciendo referencia a la información consignada en el diagnóstico, se establece de manera detallada las características, funciones, percepciones, intereses, nivel de incidencia y de ejecución de cada uno de los actores identificados desde el nivel local hasta el internacional referente a la formulación y construcción de la Política Pública de Turismo para el municipio de San Gil, y la injerencia que tendrán estos en las diferentes etapas de gestión e implementación del Documento.

En materia local los principales actores son los gestores turísticos, los turistas que llegan para desarrollar actividades laborales, comerciales, de recreación, en el municipio de San Gil, quienes categorizarán el segmento poblacional objeto de estudio y de primera atención, junto a ello, se estiman como actores principales, las autoridades y entidades de orden municipal como lo son, en primera instancia la Alcaldía Municipal, quien será el órgano gestor para la identificación de las principales problemáticas presentadas en el territorio, y a su vez el encargado de la formulación e implementación de la Política Pública.

Esta Entidad por medio de sus diferentes dependencias se encarga de ejecutar los planes, actividades, y en general cualquier estrategia que conlleven a cumplir con los ejes estratégicos establecidos en la Política, actividades y planes que serán de encargo para cada una de las Secretarías según su especialidad y función dentro del organigrama municipal.

Las entidades municipales cumplen con la función constitucionalizar de imponer en un territorio las políticas destinadas a incentivar y promocionar el turismo en el municipio, demostrando un criterio de autonomía propia haciendo que sean imprescindibles, considerarlas como un actor fundamental, mediante el liderazgo de la Alcaldía. La implementación de la Política de Turismo en San Gil se puede llegar a condicionar como una herramienta fundamental en el desarrollo de actividades que propicien y promocionen el turismo, así mismo que velen por atender las necesidades que se crean dentro del territorio para atender a los turistas, como lo es el mantenimiento de las infraestructuras, señalización, seguridad, información y promoción de los

diferentes actores institucionales en las diversas instancias de decisión. Es en esta instancia donde encontramos la existencia de desafíos para quienes se encargan de gestar las políticas, ya que buscan tener una mejor y más eficiente percepción del turismo en la región, especialmente en el municipio de San Gil, esto visto desde todas las aristas del sector económico, en aras de acrecentar este segmento económico como eje del desarrollo social.

La Entidad Local deberá gestar un trabajo mancomunado con las directrices y políticas emitidas por los diferentes actores de nivel Departamental en aras del efectivo cumplimiento de los ejes estratégicos que se desglosan de la Política Pública de Turismo que se busca implementar en el departamento para el segundo periodo del año 2022.

De rango constitucional, una de las entidades llamadas a ser participe en la creación de políticas públicas destinadas al turismo es al ministerio de cultura y desarrollo, el cual integra las directrices concretas para integrar no solo a los entes territoriales, sino a diversos grupos de índole departamental y municipal que tienen medios para que a las diversas regiones se promocióne de forma eficiente el turismo y con ello, se acrecenté el desarrollo económico y social territorial. De este mismo modo, se busca que las cámaras de comercio ayuden a integrar a las diversas empresas para que así lleguen a formalizar su actividad económica turística, ya que ello brinda una seguridad a los turistas que llegan al municipio de San Gil y así mismo a tener un banco de empresas sólido el cual se pueda promocionar para la gestión turística municipal ante gran parte de las personas en el territorio nacional e internacional.

Junto a ello, se denota el trabajo que puede llegar a aportar las diferentes instituciones y agencias de orden nacional, las cuales tienen las capacidades técnicas, económicas y mercantiles para desarrollar la promoción masiva y eficiente del municipio junto a todas las operaciones comerciales que pueden ayudar a solidificar.

Por otro lado, a estas organizaciones se integran los diferentes organismos de control, vigilancia que hacen parte del Estado, haciendo un trabajo transversal en el apoyo de la creación y la implementación eficiente y adecuada de las políticas públicas para el turismo en el territorio, por ello, es importante identificar como actores a la Procuraduría General de la Nación, la Contraloría

General de la República, y la Fiscalía General de la Nación, para que ejerzan un control eficiente sobre las diferentes actuaciones que se realicen entorno a la política.

Dentro del grupo de actores externos, el cual está conformado por organizaciones no gubernamentales, así como también entes asociados que han gestado un trabajo cooperativo, empresariado, emprendedores, entre otros, quienes son llamados para ser parte de las soluciones propuestas en esta Política, gracias al interés que tienen con el sector turístico en Colombia.

Dentro de este apartado, también se integran como actores en la creación de políticas, los diferentes medios de comunicación, los cuales se encargan de dar a conocer los diferentes destinos nacionales, departamentales y municipales, llegando con ello a promover y promocionar las estrategias que se están buscando desarrollar en el municipio.

Dentro de los actores internacionales la Organización de las Naciones Unidas (ONU) mediante los diferentes programas de promoción de la cultura, el deporte y el desarrollo social, permitió incluir en el panorama internacional una serie de directrices las cuales permiten avanzar en el desarrollo de enfoques para establecer un turismo sólido en la región, por medio de las cuales define esferas prioritarias de acción comercial y cultural.

### **Conclusiones**

A manera de colofón, en el presente diagnóstico de Política Pública se ha llegado a vislumbrar que, respecto al problema del turismo en el municipio de San Gil, se han identificado las diferentes problemáticas que se evidencian en el territorio, las cuales serán priorizadas en la gestión de una Política Pública dirigida a analizar y afrontar dichas necesidades imperantes que aquejan a la comunidad, y en especial a dicho segmento poblacional.

A partir de ello, se tiene que el municipio de San Gil, como uno de los municipios más importantes del departamento, y la capital de la provincia guanentina y desde el 2004, capital turística del departamento, el cual posee una población de más de sesenta mil habitantes de los cuales cerca del 8% se dedican a ser gestores turísticos en las diversas ramificaciones, como lo son prestadores de servicios turísticos, hoteleros, restaurantes, otros hospedajes, bares, entre otros.

Que el municipio de San Gil no se ha enfocado en crear acciones a fomentar el turismo en el municipio y que las diversas entidades no se han preocupado por fomentar uno de los sectores

que impulsan no solo a los trabajadores del sector directamente, sino que puede afectar indirectamente a los demás comerciantes del sector urbano y rural del municipio.

Que en el municipio se encuentran más de 250 gestores turísticos, los cuales promocionan los más de 35 destinos turísticos de San Gil, pero de los cuales solo un pequeño porcentaje se encuentra certificado bajo las normas técnicas para desarrollar las actividades turísticas en el municipio, esto fomentando la ilegalidad y la informalidad en el trabajo turístico, llevando a que se cree una incertidumbre y una no confianza de los turistas en los servicios que se puede prestar.

Junto a ello, podemos concluir que el municipio no cuenta con un control turístico, el cual permita vislumbrar los sectores más importantes en el turismo regional, y cuáles son las necesidades que buscan zacear los turistas en la región, para con ello, plasmar unas estrategias que se desarrollen en torno a esos ejes económicos más importantes del sector económico turístico.

De la misma forma dentro del diagnóstico se logró identificar la falta de desarrollo del plan de desarrollo 2020-2023, ya que dentro de él se consagran diferentes necesidades y debilidades en el sector turístico, pero no se denotan estrategias dentro de las plataformas de contratación estatal que demuestren un desarrollo y una inversión en atender este segmento de la economía, el cual se considera indispensable en el desarrollo social y en la identidad del municipio de San Gil.

Junto a ello se concluye que, para atender estas necesidades en el territorio, se necesita gestar un trabajo mancomunado entre diferentes actores, los cuales ejecutaran, vigilara y apoyaran el plan de Política Pública de turismo en el municipio de San Gil, para así suplir las necesidades de uno de los segmentos generacionales con más necesidades sociales.

### **Recomendaciones**

A la fecha no es viable emitir una serie de recomendaciones dado que el Municipio se encuentra en la fase inicial del diagnóstico, en la cual la línea temática se encuentra brindando la asistencia técnica.

### **Referencias**

Arroyabe, S. (diciembre de 2010) *Las políticas públicas en Colombia. Insuficiencias y desafíos*. Citando a; Cuervo, Jorge Iván. (2007). “*Las políticas públicas: entre los modelos teóricos y la práctica gubernamental (una revisión de los presupuestos teóricos de las políticas públicas en función de su aplicación a la gestión pública colombiana)*”. Citando a: Vargas, Alejo (2001). *Notas sobre el Estado y las políticas públicas*. Bogotá: Almudena Editores. Universidad Nacional de Colombia, Medellín.

Alcaldía de San Gil, (2020) Plan de Intervenciones Colectivas PIC, Municipio de San Gil.

Alcaldía de San Gil, (2020) Plan de Desarrollo Municipal “San Gil con visión Ciudadana 2020-2023” Municipio de San Gil.

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2020). Nuevas empresas 2020. [https://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2020/emprendimiento\\_2020.pdf](https://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2020/emprendimiento_2020.pdf)

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (s.f). Indicadores económicos de Santander. <https://www.camaradirecta.com/temas/indicadoresantander/>

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2021). Nuevas empresas 2021. <https://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2021/Nuevas%20empresas%20I%20trimestre%202021.pdf>

Cárdenas, F. (2001). *Comercialización del Turismo. Determinación y Análisis del Mercado*. 3ra. ed. Editorial Trillas. México

Centro de Pensamiento Turístico (2019) ICTRC capitales y municipios 2019. Extraído de: <https://eptur.org/publicaciones/WY1JVgF5v6ArxSW>

Congreso de Colombia (8 de marzo de 1990) por medio de la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión del Agente de Viaje [Ley 32 de 1990].

Congreso de Colombia (26 de julio de 1996) por medio de la cual se crean los criterios fundamentales para la creación de la Ley General de Turismo. [Ley 300 de 1996].

Congreso de Colombia (10 de julio de 2012) Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones [Ley 1558 de 2012].

Congreso de Colombia (3 de agosto de 2001) por medio de la cual se expide un estatuto para prevenir y contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con menores, en desarrollo del artículo 44 de la Constitución. [Ley 679 de 2001].

Consejo privado de Competitividad. (2020). Índice departamental de competitividad. <https://compite.com.co/indice-departamental-de-competitividad/>

Castellucci, D. (2009). LA CALIDAD Y LOS SERVICIOS EN DESTINOS TURÍSTICOS MADUROS. Aportes y Transferencias, 4.

De la Colina, J. M. (5 de junio de 2017). [www.ucipfg.com](http://www.ucipfg.com). Obtenido de [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo\\_Turistico\\_-\\_LS2.2.\\_Concepto\\_de\\_Producto\\_Turistico.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf)

Dinero. (2015). ¿Cómo se encuentra Colombia en competitividad turística? Dinero, 8-11.

Fernández Collado, C., & Danhke, G. (1989). Investigación y comunicación. México: McGraw Hill.

Da Silva Sousa, L. (2006) Turismo e desenvolvimento local sustentável na Paraíba Consultado el 03 de abril del 2006 en [http:// www.eumed.net/libros/2006b/lss/](http://www.eumed.net/libros/2006b/lss/)

Congreso de la Republica, (1991) *Constitución Política de Colombia*. Legis Edi. 2º

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE] (2018) *Censo Nacional de Población y vivienda Actualizado 2022* por DNP. CNPV.

Departamento Nacional de Planeación [DNP] (2022) *Terridata, Sistema Estadísticas Nacional de San Gil, Santander*, ficha 68502.

Gobernación de Santander (2021) *POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO*. Departamento de Santander.

DANE. (2021). Sistema de consulta de conceptos estandarizados. <https://conceptos.dane.gov.co/conceptos/conceptos/1047/ficha/>

DANE. (s.f). Competencia departamento de Santander. <https://www.dane.gov.co/index.php/listade-resultados-debusqueda?searchword=competencia%20departamento%20de%20santander&searchphras e=all>

Jiménez, (2018) *Problemas en niños y adolescentes*. Extraído de: <https://www.somospsicologos.es/blog/problemas-en-ninos-y-adolescentes/>

MARTÍNEZ, J (29 de mayo, 2003) *Visión social de la Internet y Políticas Públicas Ideas Para debatir estrategias de incidencia desde la sociedad civil*. Extraído de: <https://www.comminit.com/la/node/150364>

Minicultura (2021) *Política Pública de Turismo cultural, Colombia destino turístico, cultural, creativo y sostenible*. Ministerio de Cultura, edit. Imprenta Nacional.

Organización Mundial del Turismo. (6 de 05 de 2017). *unwto.org*. Obtenido de <http://media.unwto.org/content/infographics>

Presidente de la República (1 de junio de 1994) por el cual se adopta el Código de Ética Profesional del Agente de Viajes y Turismo [Decreto 1095 de 1994].

Pérez, R. (2013) *Las políticas públicas: mecanismo institucional para el desarrollo de las naciones*. Extraído de <http://hdl.handle.net/20.500.11799/21872>

- Pons, R., Morales, L., & Díaz, Y. (2007). La imagen del destino y el comportamiento de compra del turista. *Teoría y Praxis*, 89-101.
- Procuraduría General de la Nación (2011) *Metodología para la actuación preventiva de la Procuraduría General de la Nación en las diferentes etapas del ciclo de las políticas públicas*. [D.P. Gustavo Arnulfo Quintero] Bogotá.
- Segura, C., & Sabaté, F. (2008). Marketing Experiencial: el marketing de los sentimientos y sus efectos sobre la mejora en la comunicación. II International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management (pág. 2). Barcelona: Universidad Politécnica de Catalunya.
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. [RAE] (2015) «salud». *Diccionario de la lengua española* (23.ª edición).
- Ramírez, C. (2006). *Marketing Turístico*. Editorial Trillas. México.
- Requena y Muñoz. (2006). Turismo e Internet. Factores de desarrollo en países subdesarrollados. *Revista Actualidad Contable Año 9 N° 12*, enero-junio 2006. Mérida. Venezuela. (118-131)
- Sancho, A (1998) *Introducción al turismo*. OMT, Pag 186.
- Valarie A, Z., & Leonard L, B. &. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios*. Sao Paulo: Díaz de Santos.
- Vargas, M. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 47-53. [www.um.es](http://www.um.es). (10 de 5 de 2017). [www.UM.es](http://www.UM.es). Obtenido de [www.um.es/docencia/pguardio/documentos/percepcion.pdf](http://www.um.es/docencia/pguardio/documentos/percepcion.pdf)