

**ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE GUADALAJARA  
BUGA**

**GINA LORENA SANTANA ZULETA  
VANESSA KATHERINE SANCHEZ ZAPATA**

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE ECONOMÍA - MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES  
SANTIAGO DE CALI  
2006**

**ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE GUADALAJARA  
BUGA**

**GINA LORENA SANTANA ZULETA**

**VANESSA KATHERINE SANCHEZ ZAPATA**

**Trabajo de pasantia para optar al titulo de economista y profesional  
en mercadeo y negocios internacionales**

Director  
**RAFAEL MUÑOZ**  
Economista

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA DE ECONOMÍA - MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
**SANTIAGO DE CALI**

**2006**

Nota de aceptación:

Aprobado por el comité de Grado en Cumplimiento en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Economista.

Eco. JUAN CARLOS AGUILAR

---

JURADO

Eco. EDUARDO DEL CASTILLO

---

JURADO

Santiago de Cali, 12 de Junio de 2006

## **AGRADECIMIENTOS**

A RAFAEL MUÑOZ , profesor de la Universidad Autónoma de Occidente, director de trabajo de grado por sus invaluable aportes sin los cuales no hubiese sido posible la realización de este proyecto.

A la Universidad Autónoma de Occidente.

A los profesores quienes en el transcurso de la carrera nos brindaron sus conocimientos.

A todas aquellas personas que de una u otra forma nos colaboraron en la realización del presente trabajo.

## CONTENIDO

	Pag
RESUMEN	12
INTRODUCCIÓN	17
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	20
1.2 . OBJETIVO GENERAL	23
1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	23
2. RESEÑA HISTÓRICA DEL FENÓMENO DEL TURISMO	24
2.1. EL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA	26
2.2. ASPECTOS FUNDAMENTALES DEL SECTOR	30
2.3. LA SITUACIÓN NACIONAL DEL TURISMO	32
2.4. TURISMO Y DESARROLLO REGIONAL	34
3. MARCO JURÍDICO Y DE POLÍTICA NACIONAL	37
3.1. POLÍTICA DE PROMOCIÓN DE COLOMBIA EN EL ÁMBITO	

INTERNACIONAL	42
4. EL COMPORTAMIENTO DEL SECTOR TURÍSTICO EN COLOMBIA PARA EL AÑO 2004	45
4.2. EL TURISMO EN EL CONTEXTO REGIONAL DEL VALLE DEL CAUCA	52
5. EL TURISMO EN LA CIUDAD DE GUADALAJARA DE BUGA	56
5.1. FUNDACIONES	57
5.2 .DESCRIPCIÓN TERRITORIAL	61
5.2.1. Zona plana	62
5.2.2. Zona media	63
5.2.3. Zona alta	63
5.2.4. La Zona Urbana	64
5.3. DEMOGRAFÍA	65
6. LA IMPORTANCIA DEL SECTOR TURÍSTICO PARA EL GOBIERNO DEL MUNICIPIO DE GUADALAJARA DE BUGA	69
6.1. EL PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL. “JUNTOS CONSTRUYENDO EL MUNICIPIO DEL MAÑANA”. 2000 – 2012	69

7. LIMITANTES Y POTENCIALIDADES DEL SECTOR TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE GUADALAJARA DE BUGA	72
7.1. ESTRUCTURA DEL MERCADO	72
7.1.1. Cantidad de Visitantes	73
7.2. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO	75
7.3. SINTESIS DE LAS POTENCIALIDADES DEL SECTOR TURISTICO DEL MUNICIPIO DE BUGA	92
7.4. LIMITANTES DEL SECTOR	95
8. CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE BUGA	98
8.1. A QUIEN VENDEN LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE BUGA ?	101
8.2. ¿QUIÉNES SON LOS CLIENTES?	102
8.3. PRODUCTOS QUE MAS COMPRAN LOS CONSUMIDORES EN BUGA	104
8.4. LUGAR DE PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES DE BUGA	105
8.5. POR QUE MOTIVO COMPRAN LOS HABITANTES DE BUGA?	106

8.6. DETERMINANTES DE LA COMPRA	108
8.7. OPINIÓN DE LOS CONSUMIDORES SOBRE EL COMERCIO DE BUGA	109
9. ANÁLISIS DE LAS VENTAJAS DE CONSTRUIR UN CENTRO COMERCIAL EN LA CIUDAD DE GUADALAJARA DE BUGA.	111
9.1. ANÁLISIS DE VIABILIDAD DE LA CONSTRUCCIÓN DEL CENTRO COMERCIAL	116
10. VALORACIÓN DE LOS RECURSOS CULTURALES TANGIBLES (CONSTRUIDOS)	119
10.1 VALORACIÓN DE LOS ATRACTIVOS.	119
10.1.1. Criterios Para La Jerarquización Y Valoración De Los Atractivos Turísticos.	120
10.1.2. Síntesis de la Valoración de las Festividades y Eventos	133
11. ATRACTIVOS RURALES DE BUGA	137
11.1. ESCENARIOS PARA LA RECREACIÓN Y EL DEPORTE.	144
12. INFRAESTRUCTURA DE TRANSITO Y TRANSPORTE	147
12.1. SISTEMA VIAL	148

13 . INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS PÚBLICOS	175
13.1. SISTEMA DE ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO	175
13.2. SERVICIOS DE ENERGÍA ELÉCTRICA, ALUMBRADO PÚBLICO, GAS DOMICILIARIO	178
14. POSICIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE GUADALAJARA DE BUGA	181
14.1. PLANTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS	181
14.1.1 Comportamiento del sector	181
14.1.2 Servicios de Restaurantes y Gastronomía	186
14.1.3 Agencias De Viaje	191
14.1.4 Instalaciones para Seminarios y Convenciones	195
14.1.5. Escenarios para la Recreación y el Deporte	198
14.1.6. Servicios de Información Turística	203
14.1.7. Otros Servicios de Soporte al Turismo	206
14.1.8. Servicios de Salud	206
14.1.9. Policía Turística.	208
14. 1.10. Comercio Turístico.	208
14.2. ENTIDADES E INSTITUCIONES	211

14.2.1. Entidades del Nivel Nacional.	211
14.2.2. Entidades del Nivel Departamental	214
14.2.3. Entidades del Nivel Municipal	218
14.3. SÍNTESIS SITUACIÓN INSTITUCIONAL	222
14.4. EVALUACIÓN DE LA EDUCACIÓN Y LA CAPACITACIÓN	223
14.4.1. Nivel de educación y capacitación de la planta de personal	223
14.4.2. Programas de formación	225
15. EL SECTOR TURISMO Y SU INFLUENCIA SOBRE EL COMERCIO DE BUGA	228
15.1. CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS	228
15.2. CANTIDAD DE EMPLEOS	230
15.3. CANTIDAD DE EMPRESAS POR MUNICIPIO	238
15.4. VENTAS POR MUNICIPIOS	241
15.5. VENTAS POR ACTIVIDAD ECONÓMICA	242
15.6. INVERSIÓN NETA	243

16. ANÁLISIS DE FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS DEL SECTOR TURISMO	249
16.1. ANÁLISIS DE LA MATRIZ DOFA	249
16.1.1.Matrices de evaluación de factores	250
16.1.2.Evaluación de Factores Internos y Externos	251
16.1.3.Resultados de la Evaluación de Factores	256
17. CONCLUSIONES	258
18. RECOMENDACIONES	267
BIBLIOGRAFÍA	271

## RESUMEN

La gran verdad de que los hombres no viven aislados es aplicable a las naciones. Del mismo modo que la vida de una persona está confusamente unida con la vida de aquellos con los que se asocia, así la vida de una región está minuciosamente entrelazada con la vida de las demás regiones en cuyo ámbito de intereses se mueve. Desde el punto de vista de la importancia nacional de la industria turística para cualquier país interesado en su desarrollo y desde el punto de vista del papel que juega en la vida económica, social y política ningún gobierno debe olvidar el control y dirección de su tráfico turístico, la formulación de una política turística claramente definida orientada hacia el desarrollo del tráfico turístico procedente de regiones cercanas y países extranjeros y la promoción de relaciones comerciales que estimulen las exportaciones y las inversiones locales de capital que estimulen el crecimiento económico y que puede convertirse en una herramienta efectiva para frenar la pobreza de las regiones en vía de desarrollo.

El presente trabajo es una investigación sobre la importancia del sector turístico en el Municipio de Guadalajara de Buga (Colombia), así como las características de los turistas que visitan la región, la capacidad en infraestructura y en servicios relacionados con el sector turístico que posee la ciudad y la valoración de los atributos arquitectónicos y culturales que en la actualidad son atractivos turísticos en el ámbito regional e internacional.

## INDICE DE ILUSTRACIONES

	Pag.
Ilustración 1. Participación del turismo en el pib de algunos países para el año 2004.	45
Ilustración 2. Mapa del Valle del Cauca	60
Ilustración 3. Población por año 2004	66
Ilustración 4. Departamento de residencia	76
Ilustración 5. Sitio de residencia, tanto departamento como ciudad de los visitantes de Buga	78
Ilustración 6. Ciudades del Departamento como destino próximo	79
Ilustración 7. Turistas según genero	81
Ilustración 8. ¿Quiénes son los clientes ?	103
Ilustración 9. Productos que mas compran los consumidores en Buga	104
Ilustración 10. Lugar de procedencia de los clientes en Buga	106
Ilustración 11. Por que motivo compran los habitantes Buga ?	107
Ilustración 12. Determinantes De La Compra	109
Ilustración 13. Opinión De Los Consumidores Sobre El Comercio De Buga	110
Ilustración 14. Diseño Centro Comercial Guadalajara de Buga.1	113
Ilustración 15. Diseño Centro Comercial Guadalajara de Buga.2	113
Ilustración 16. sistema de red vial de Colombia del año 2004	157
Ilustración 17. Red ferrea conectada al Municipio de Guadalajara de Buga	173
Ilustración 18. Inversion neta a Diciembre 2004 – 2005	245
Ilustración 19. Inversion neta consolidada a septiembre del 2005	245
Ilustración 20. Comparativo movimiento de sociedades a septiembre del 2004 al 2005	247
Ilustración 21. Comparativo inversion neta por sector	248

## ÍNDICE DE TABLAS

	Pag.
Tabla 1. Principales orígenes de la llegada de turistas a Colombia.	50
Tabla 2. Síntesis Nacional De La Ocupación Hotelera En Colombia Comparativo Del 2004 Y El 2005.	51
Tabla 3. Proceso fundacional y de traslados de Guadalajara de BUGA	58
Tabla 4. Población por zona 2004-2005	66
Tabla 5. Población por genero 2004	67
Tabla 6. Pirámide poblaciones a 31 de diciembre del 2004	68
Tabla 7. Flujo de Visitantes a la Basílica del Señor de los Milagros	74
Tabla 8. País de residencia de los visitantes de Buga	76
Tabla 9. Departamento de residencia de los visitantes de Buga	77
Tabla 10. Ciudad de residencia de los visitantes de Buga	78
Tabla 11. Ciudades del Departamento como destino próximo	80
Tabla 12. Edades de los visitantes de Buga	81
Tabla 13. cantidad de acompañantes con los que los viajeros visitan a Buga	83
Tabla 14. Estado civil de los visitantes a la Ciudad de Buga	84
Tabla 15. Días de permanencia de los visitantes	85
Tabla 16. Presupuesto de gastos de los visitantes de Buga	86
Tabla 17. Frecuencia de visitas de los turistas	87
Tabla 18. Motivo de la visita de los turistas a la Ciudad de Buga	88
Tabla 19. Mecanismos de información y promoción conocidos por los turistas sobre la Ciudad de Buga	89
Tabla 20. Otras actividades conocidas por los turistas a realizar en la Ciudad de Buga	91
Tabla 21. Análisis Demográfico Por Barrios	100
Tabla 22. A quien vende los establecimientos comerciales en Buga ?	101
Tabla 23. valoración del inventario cultural urbanístico y cultural de la Ciudad de Buga	122
Tabla 24. valoración del inventario cultural urbanístico y cultural de la Ciudad de Buga	122
Tabla 25. valoración del inventario cultural urbanístico y cultural de la Ciudad de Buga	123
Tabla 26. valoración del inventario cultural urbanístico y cultural de la Ciudad de Buga	123
Tabla 27. valoración del inventario cultural urbanístico y cultural de la Ciudad de Buga	124
Tabla 28. valoración del inventario cultural urbanístico y cultural	

de la Ciudad de Buga	124
Tabla 29. valoración del inventario cultural urbanístico y cultural de la Ciudad de Buga	125
Tabla 30. valoración del inventario cultural urbanístico y cultural de la Ciudad de Buga	125
Tabla 31. síntesis de significado de recursos culturales tangibles de la Ciudad de Buga	126
Tabla 32. Jerarquización de los recursos culturales tangibles o construidos	129
Tabla 33. Síntesis del significado de festividades y eventos	133
Tabla 34. Jerarquización de las festividades y eventos de Buga	135
Tabla 35. Parques recreacionales	144
Tabla 36. Síntesis valoración de los accesos viales a la ciudad de Buga	156
Tabla 37. Servicio público de transporte urbano de pasajeros en la Ciudad de Buga	165
Tabla 38. Frecuencia de la prestación del servicio de transporte en la Ciudad de Buga	166
Tabla 39. inventario de la planta de alojamiento de carácter turístico	184
Tabla 40. Inventario de la planta de restaurantes y servicios de gastronomía de la Ciudad de Guadalajara de Buga	186
Tabla 41. Síntesis estructura de servicios gastronómicos	189
Tabla 42. Inventario de las agencias de viajes en la Ciudad de Guadalajara de Buga	192
Tabla 43. Inventario de instalaciones para convenciones, seminarios y otros eventos especiales	195
Tabla 44. Inventario de parques recreacionales de Guadalajara de Buga	199
Tabla 45. Infraestructura de escenarios deportivos de la ciudad de Buga	200
Tabla 46. Calendario de eventos deportivos de índole regional y nacional	201
Tabla 47. Instituciones prestadoras del servicio de hospitalización	207
Tabla 48. Inventario de supermercados de la Ciudad de Buga	209
Tabla 49. Inventario de casa de cambio	210
Tabla 50. Nivel educativo de la planta de personal para el sector turismo	224
Tabla 51. Oferta actual de programas de formación de personal en Buga	225
Tabla 52. Empresas por actividad económica	230
Tabla 53. Cantidad de empleos (cifras a dic del 2002)	234
Tabla 54. Síntesis situación del sector comercio del Municipio de Guadalajara de Buga.	235
Tabla 55. Cantidad de empleos según sectores económicos en la Ciudad de Buga 2003 y 2004	237
Tabla 56. Población empresarial por Municipios aledaños	239
Tabla 57. Conformación empresarial según tamaño de empresa	240
Tabla 58. Ventas por municipios 2003 y 2004	241
Tabla 59. Ventas por actividad económica 2003 y 2004	242
Tabla 60. Comparativo movimiento de sociedades a septiembre	

del 2004 al 2005	246
Tabla 61. Comparativo movimiento por sector económico a septiembre del 2004 y 2005	248
Tabla 62. Matriz de evaluación de factores Internos – Debilidades	252
Tabla 63. Matriz De Evaluación Factores Internos – Externos	253
Tabla 64. Matriz De Evaluación De Factores Externos – Amenazas	254
Tabla 65. Matriz De Evaluación De Factores Externos – Amenazas	255
Tabla 66. promedio ponderado factores internos	256
Tabla 67. promedio ponderado factores externos	257

## INTRODUCCIÓN

El turismo es una poderosa herramienta de transformación social. Las experiencias internacionales y algunos ensayos regionales en Colombia así lo corroboran. Es un instrumento poderoso para contribuir a la construcción de la nueva sociedad, meta prioritaria en torno a la cual se está aglutinando el país y a la consolidación de un “Estado comunitario” que dedique sus recursos a generar riqueza, a avanzar en la equidad social y a brindar mayor seguridad a sus ciudadanos.

Una vez que el turismo se consolida en una región o en una localidad las relaciones establecidas entre los diversos grupos de la comunidad ya no vuelven a ser las mismas. De hecho se modifican las actividades económicas, cambia la actitud frente al manejo de los recursos naturales, se modifican las actitudes frente a otras culturas y a otras formas de ver el mundo.

Aunque Colombia no ha tenido una importante participación en los mercados internacionales turísticos, el trabajo en los mercados internos ha sido destacado, este es el caso de la ciudad de Guadalajara de Buga ubicada en el Departamento de Valle del Cauca (Colombia), ciudad que de forma espontánea se ha convertido

en un lugar turístico por tradición y que gracias a la ayuda administrativa se perfila como destino turístico a nivel Internacional.

La actividad turística del Municipio de Buga se ha sustentado históricamente por muchos años en eventos como sus festividades religiosas en torno al Santuario del Señor de los Milagros, la Exposición Agropecuaria, el Festival de Coros Nacional, el Desfile de Reinas de Belleza en el Hotel Guadalajara, Festibuga, y la Maratón Radio Guadalajara, entre otros. Sus posibilidades de desarrollo se basan en una serie de ventajas comparativas (localización, clima, mano de obra barata, buenas vías), que, aunque necesarias, no son suficientes para posicionar el Municipio como destino atractivo para las inversiones y el desarrollo económico.

En cualquiera de los eventos mencionados que se llevan a cabo en la Ciudad de Buga, hay muchos procesos que se han iniciado en la ruta hacia la competitividad de los destinos turísticos. La mejora de la infraestructura, los procesos de capacitación para obtener una buena calidad de los servicios, los procesos de planificación, de diseño del producto, las labores promocionales, son variables que debe abordar cualquier destino turístico, independientemente de la coyuntura por la que atraviese. Sin embargo a pesar de algunas vacíos de información sobre la dimensión del sector dentro de la economía de Buga, el fenómeno del turismo representa para sus habitantes una alternativa económica de carácter estratégico municipal y regional, que busca convertir a la Ciudad en

un destino turístico competitivo con respecto a los destinos religiosos de similares características de Latinoamérica.

El presente documento investiga la importancia del sector turístico para el municipio de Guadalajara Buga y para ello se divide en tres partes principales, la primera parte se refiere a la importancia del turismo en el ámbito mundial y nacional, la segunda parte se refiere a la situación nacional del turismo y la tercera sección se refiere al sector turístico del municipio de Guadalajara de Buga, sus potencialidades y limitantes.

El documento contiene algunos datos generales que podrían orientar al sector en la planificación de nuevas estrategias competitivas y facilitara de la misma manera la toma de decisiones por parte de la empresa privada interesada en incursionar con nuevas inversiones hacia este sector.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El municipio de Buga actúa como centro funcional del sector meridional del Departamento del Valle del Cauca, compartiendo esta función con el municipio de Tulúa aunque repartiendo sus áreas de influencia. Se ubica en el nodo articulador de los tres sistemas viales más importantes del sur occidente del país, conformado por: el corredor vial Bogotá, Buenaventura, la doble calzada Buga, Tulúa, La Paila y el proyecto en ejecución de la Malla Vial del Valle del Cauca y Cauca. Su situación frente al corredor Bogotá, Buenaventura le confiere importantes ventajas comparativas frente al paso de los flujos de bienes y mercancías, producto del proceso exportador e importador del país.

A esto, se suma su fortaleza turística especialmente en materia religiosa, generada particularmente por la Basílica del Señor de los Milagros, el cual se constituye en uno de los productos turísticos más consolidados de la región sur occidental del país, que le representa un alto nivel de afluencia de peregrinos en virtud de las diferentes festividades y eventos que se desarrollan y que atraen cerca de tres millones de visitantes al año.

La actividad turística se ha constituido en uno de los fenómenos que presentan mayor dinámica económica y social en el mundo contemporáneo. Los avances tecnológicos, las vacaciones remuneradas y el acercamiento experimentado entre las culturas y las naciones, entre otros factores, que explican la gran dinámica y el permanente crecimiento que la caracterizan.

A pesar de la existencia de este importante potencial, se requiere adelantar un proceso que permita trascender las actividades turísticas asociadas solamente a lo religioso e incorporar otras dinámicas, en un contexto regional, que implique la construcción de un sistema articulado de relaciones funcionales y económicas que aproveche la riqueza cultural, ambiental y paisajística existente. Además de explotar su gran potencial existente, gracias a la buena capacidad hotelera, los atractivos históricos y un programa de eventos reconocido en el panorama nacional.

Una de las problemáticas detectadas en torno al sector turístico de Buga, es la carencia de planes de desarrollo turísticos que promuevan la permanencia constante del turista en el municipio, ya sea por motivos de negocios, vacaciones, etc. Como se señaló anteriormente, el sector turismo es pequeño y su participación en la economía no es comparable con la industria y el comercio, toda

vez que, no ha logrado posicionarse en el mercado internacional, con una imagen y unos productos definidos que permitan su desarrollo.

Entre los limitantes del desarrollo turístico se pueden describir los siguientes: Buga no posee un catálogo de atracciones turísticas, ni una guía de la ciudad, ni personal especializado que pueda dirigir recorridos a los monumentos y sitios de interés; carece de señalización que resalte los sitios turísticos; carece de adecuados medios de transporte para visitar los atractivos que se encuentran en la zona rural del municipio y la ciudad no tiene promoción como sitio de descanso pues se encuentra totalmente divorciada de la Corporación Nacional de Turismo; factores que unidos a los problemas de orden público no dan resultados favorables.

Por esto, es importante tener en cuenta algunas estrategias para la promoción del sector, como es el aprovechamiento de la localización geográfica de Colombia, la consolidación de nuevos productos turísticos, la realización de programas de mercadeo, fomento y desarrollo y , la creación de incentivos para que el visitante no solo realice turismo recreativo, sino que aproveche la infraestructura existente en el municipio de Buga.

Con base en lo planteado anteriormente, vale la pena hacer una valorización de la situación actual de la actividad turística de Buga y cuestionarse sobre ¿cómo esta compuesta la estructura económica del municipio?, ¿Cuál es la posición

económica del sector turístico de Buga?, ¿Cuáles son los factores internos y externos que inciden en el sector turístico de esta ciudad?.

## **1.2. OBJETIVO GENERAL**

Analizar el sector turístico del municipio de Guadalajara de Buga.

## **1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar la estructura económica del municipio de Buga.
- Análisis del turismo como actividad económica
- Potencialidades y limitantes del sector turístico de Buga
- Analizar las necesidades y gustos de compra de los habitantes de Buga, como también de los turistas de este municipio.
- Construcción de una matriz DOFA para establecer las fortalezas y debilidades del sector turístico de la ciudad de Guadalajara de Buga.

## 2. RESEÑA HISTÓRICA DEL FENÓMENO DEL TURISMO

Aunque el principio y el fenómeno del ocio queda claramente expresado y definido desde tiempos legendarios, el hecho de viajar o moverse en busca concreta de una actividad placentera o de un deleite sensual es muy reciente.

El termino turismo o cualquiera de sus significados, tiene su origen en una estrecha relación con el termino trabajo y aparece como una contraposición a este. Desde siempre y para el hombre, el trabajo es el padre de todas las virtudes y la holganza la madre de los peores vicios, pero paradójicamente en los pueblos más primitivos, en la edad media o en las sociedades renacentistas, no se encuentra que el trabajo sea considerado como fuente de virtudes cívicas.

“Para la tradición judeocristiana, el trabajo era una maldición divina. Para griegos y romanos, el trabajo era una actividad degradante y depravadora, propia únicamente de esclavos”. Platón en su “República”, la acepta hasta cierto punto porque lo considera como un mal inevitable y necesario. Para los griegos y muchas de las civilizaciones posteriores, el culto al cuerpo, los juegos, la comida y el amor por las artes debían ocupar el tiempo que hoy ocupa el trabajo. Solo

medio siglo después de la Revolución Francesa, cuando el proceso industrializador permitió a la burguesía controlar el poder arrebatado a los nobles por la fuerza, la ideología social, aquella que ve el trabajo como una obligación, se empieza a modificar.

La productividad, remedio que otorga bienes a la humanidad, origina un nuevo culto, el culto al trabajo; el trabajador estaba tan penetrado por la religión del capital que consideraba una recompensa el que éste le diera más trabajo. El cambio de mentalidad fue tan radical a partir de aquí, que impregnó todas las esferas sociales al punto de que hoy nadie se ve libre de la obligación moral de vivir para algo, de ser útil.

Pero desde hace varios años un nuevo y fundamental cambio ha venido afectando a nuestra sociedad; la lucha por rescatar del trabajo, un tiempo que no pueda ser vendido sino invertido en el culto nuevamente del cuerpo, en el disfrute de la naturaleza y en el conocimiento del mundo que nos rodea. Fueron primero las clases sociales mas favorecidas quienes lograron extraer no-solo el tiempo sino también los recursos económicos de sus trabajos, para invertirlo en el ocio, en el turismo. Este nuevo cambio de mentalidad fue eficazmente soportado por diversos factores, la industrialización, que permitió optimizar la productividad, la revolución de los medios de transporte, lo que permite reducir tiempos y acortar distancias,

una mayor y más clara estratificación laboral, las migraciones campo - ciudad, las concentraciones urbanas, el deterioro del medio ambiente urbano, la concentración económica, entre otros, son factores que intervinieron en el nuevo esquema de utilización del tiempo libre y lo que origino lo que en los '80 se denominó la explosión turística.

La explosión turística, obligo a los diversos países a prepararse para abrir sus puertas a migraciones nunca antes vistas; infraestructuras hoteleras y de servicios fueron insuficientes y un remezón en las estructuras sociales, culturales y económicas de los países receptores llegó sin avisar, el no estar preparado significaba un trauma a niveles insospechados. Desde ese momento, inversiones privadas y estatales, programas nacionales e internacionales de turismo, empezaron a prepararse para recibir estas grandes masas de gente, que en ultimas dejarían utilidades, a quienes mejor las recibieran.

## **2.1. EL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA**

El turismo es una actividad de importancia estratégica para cualquier región del mundo que pretenda un desarrollo armónico de sus estructuras sociales. Su atractivo se basa fundamentalmente en la provisión de riquezas, en su carácter multisectorial dinámico que encadena antes, durante y después de la prestación

de servicios de turismo con el resto de la economía, es también un gran generador de empleo en todos los niveles sociales y económicos.

La actividad turística requiere de personal calificado y no calificado, como profesionales, técnicos, tecnológicos y operarios, produce uno de los efectos multiplicadores más altos entre todas las actividades económicas, en tanto que por cada dólar que se invierte en un destino turístico se generan ingresos equivalentes a tres dólares (según datos de la Organización Mundial del Turismo, OMT para el 2003). Esta actividad se comporta como un encadenamiento productivo en el cual participan tanto en el sector primario (producción de alimentos), como el sector secundario (artesanías, vestuario, maquinaria y equipos utilizados por las empresas que prestan los servicios) y el sector terciario (servicios financieros, de salud, de transporte, de comunicaciones, comerciales, de información, de mercadeo y publicidad), conformando una terna impulsadora para el desarrollo económico de la región.

Como se menciono anteriormente el atractivo del turismo para los países en desarrollo se basa fundamentalmente en la provisión de riqueza en moneda local y de divisas en el ámbito internacional, para los gobiernos locales, la actividad turística genera ingresos importantes que permite mayor inversión social para la población mas necesitada, mejoras en la infraestructura arquitectónica de la

ciudad, en su esfuerzo por atraer turistas de las regiones y el correspondiente alivio para el déficit de las deudas públicas de los gobiernos locales, a través del desarrollo económico del sector turístico se financia la expansión de la industria, se diversifica la inversión y por consiguiente la producción, en búsqueda de disminuir la dependencia económica nacional al sector primario, característico de los países en vía de desarrollo.

La promoción del turismo doméstico es necesaria no sólo como un importante objetivo en sí mismo, sino también como propulsor del consumo y de generación de riqueza. La idea entonces sería, paso a paso, con los ingresos del turismo ir financiando las necesidades de la región. En la medida que esto se lleve a cabo, el efecto multiplicador de los ingresos por esta actividad será mayor y los beneficios asociados podrán conservarse más a largo plazo.

Desde el punto de vista de los beneficios económicos de la actividad turística, se deben resaltar los siguientes aspectos (OMT 2003):

- Es la actividad de mayor crecimiento en el comercio mundial por encima de la exportación de petróleo y del sector de los automóviles.
- Genera un 8.5% de los ingresos sobre el valor total de las exportaciones mundiales. En el 2003 los ingresos turísticos fueron de aproximadamente

un 8% del total mundial de exportaciones de bienes y representaron más del 35% del total mundial de exportaciones de servicios.

- El incremento medio de los ingresos por turismo internacional ha desbordado el de las exportaciones mundiales de servicios comerciales.
- A escala mundial uno de cada nueve empleos es generado por el turismo.

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), las cifras internacionales para el año 2004 muestran un incremento del 5.5% en arribos, pesar de los acontecimientos vividos después del 11 de septiembre en USA y el 11 marzo en España, que afectaron fuertemente la confianza de los consumidores. La pauta de las corrientes turísticas internacionales captada por la OMT, muestra ante todo una fuerte concentración geográfica. Así, los diez primeros destinos, como Miami (Florida), Nueva York, en América del norte, Barcelona y Madrid, en España islas del océano pacifico, Atlántico y algunos países de Sur América como Argentina y Chile absorbieron casi el 52% del volumen mundial, a pesar de que en los pasados cinco años se ha presenciado una diversificación gradual de mercados turísticos con la emergencia de nuevos destinos especialmente en la región de Asia Oriental y Europa Central y donde destinos como Polonia y la República Checa obtuvieron considerables aumentos en la clasificación mundial de los destinos turísticos.

Según la OMT, se espera que el turismo se proyecte como una de las mayores actividades económicas del Siglo XXI, generando el 10% del PIB mundial, el 10.6% de empleo productivo mundial, el 8% de los ingresos de las exportaciones mundiales y el 10.7% de las inversiones mundiales de capital.

Las últimas tendencias indican que se está produciendo un cambio fundamental en la mayoría de los grandes mercados emisores, a medida que envejece la población de estos países, cabe destacar la tendencia hacia un mayor interés por los productos culturales y urbanos en detrimento de los destinos de playa, ventajas potenciales de ciudades con ubicaciones hacia el interior de las regiones que poseen atractivos turísticos relacionados con la historia de la región.

## **2.2. ASPECTOS FUNDAMENTALES DEL SECTOR**

El turismo como actividad económica y productiva ha sufrido radicales transformaciones, a partir de la calidad de los servicios a través de una efectiva combinación de la profesional atención personalizada con los últimos avances tecnológicos.

### **La dinámica del sector se ha transformado gracias a fenómenos como:**

- Incrementos del nivel de educación en los mercados turísticos, factor clave en el proceso de decisión de compra de todos aquellos productos y servicios turísticos
- Desarrollo rápido de las comunicaciones a escala mundial, permitiendo una mayor cobertura geográfica y agilizando la transmisión de información, lo que junto al impacto de medios masivos como la televisión y el Internet, implica encontrar un consumidor que, además de poseer un mayor grado de educación, esta mejor informado.
- Desarrollo tecnológico particularmente en transporte y en facilidades y equipos para la prestación de los servicios, entre otros.
- Los acuerdos comerciales entre regiones que han permitido un fortalecimiento gradual de las zonas turísticas, en algunos países la eliminación de tramites turísticos como visas o permisos de transito, que son el principal obstáculo a la migración turística, pero bajo los acuerdos internacionales y el reconocimiento de la importancia de las alianzas, este tipo de dificultad ha ido desapareciendo al hacerse mas fuerte el fenómeno de la globalización.

### **2.3. LA SITUACIÓN NACIONAL DEL TURISMO**

El Ministerio de Desarrollo Económico, en aras de recuperar la competitividad del sector e impulsar los destinos turísticos nacionales, presentó la Política Pública para el Sector Turístico Colombiano, que busca promocionar los productos del sector, incentivar el desarrollo regional, aumentar la inversión extranjera, incrementar los ingresos de divisas e impulsar la generación de empleo.

Esta política cuenta con un gran panorama, pues desde el año 2000 se dieron fuertes signos de recuperación económica para Colombia, como son: un crecimiento económico cercano al 3%, reactivación progresiva de la demanda de bienes y servicios, mejora en las estado de créditos bancarios, que le dan al turismo condiciones propicias para mejorar su desempeño e incrementar su productividad. Por eso, la Política Pública de competitividad para el sector se centra en la promoción de agrupaciones de oferta vacacional y mixta (negocios y turismo) que servirían, no sólo, para estimular el turismo receptivo, sino también, el turismo doméstico. Además, se busca el afianzamiento y maduración de instituciones tales como, la Dirección General del Ministerio de Desarrollo Económico, el Consejo Superior de Turismo y el Fondo de Promoción y Competitividad del Sector Turismo (FPT), que servirán de impulsores de la

actividad turística nacional y regional. Como complemento a estas dos estrategias se busca mejorar en la infraestructura turística por medio de una mayor inversión y adopción de innovación tecnológica y desarrollo del talento humano, lo que serviría para ganar participación en el mercado, gracias a las ventajas obtenidas por la creación de productos eficientes y con alta calidad.

Adicionalmente, se examina la posibilidad de disminuir los costos laborales para los operadores turísticos, ya que estos incrementan el precio de los bienes y servicios prestados. Asimismo, se impulsa la cultura turística en temas, tales como hospitalidad, divulgación de eventos, y mayor calidad en la prestación de servicios y se crearán incentivos a las Mipymes, pues son las mayores generadoras de empleo en el sector y por ende, unidades económicas productivas de gran importancia.

Por último y como complemento esencial a todas estas estrategias, la Dirección General del Turismo del Ministerio de Desarrollo Económico, debe ejecutar acciones con el fin de fortalecer las relaciones internacionales con los países líderes del turismo mundial y la Organización Mundial del Turismo (OMT), con el fin de incrementar los flujos de turistas al país, por medio de convenios de cooperación técnica internacional para el sector. Se espera que la actualización de la reglamentación que rige y afecta al turismo, la puesta en marcha de la

política turística, los planes de promoción realizados en el exterior y el avance en el proceso de seguridad democrática, sirvan como base para su reactivación y crecimiento en los próximos años.

## **2.4. TURISMO Y DESARROLLO REGIONAL**

Históricamente el desarrollo del País ha sido de arriba hacia abajo. Desde 1986 el país emprendió un proceso descentralizador en lo fiscal, político y administrativo, uno de cuyos propósitos era permitirle a los ciudadanos elegir a sus autoridades locales y buscar una mayor legitimidad democrática de las instituciones del Estado.

La Constitución Política de 1991, no solo ratifica el proceso de la autonomía local, sino que le otorgó a los departamentos la posibilidad de emprender un nuevo liderazgo dentro de este mismo contexto, a la vez que reconoció nuevas entidades territoriales como regiones, provincias y distritos y le otorgo autonomía a las entidades territoriales indígenas. En desarrollo de esto, el Estado ha promovido acciones conducentes a fortalecer el proceso descentralizador, entre las cuales se encuentra la promulgación de diversas leyes e instrumentos de financiación para apoyar el desarrollo de las entidades territoriales, con relación a la autonomía política, administrativa y fiscal.

En este contexto, el Ministerio de Desarrollo Económico, cumple funciones de asesoría a las entidades territoriales y puede celebrar convenios para institucionales con las entidades territoriales para armonizar las políticas, de conformidad con los preceptos constitucionales de coordinación, concurrencia y subsidiariedad.

El desarrollo regional asociado a las actividades turísticas exige la identificación de contextos geográficos en los cuales se de un mayor grado de autarquía en la definición y manejo del producto turístico. En este sentido se hablaría del concepto “Cluster”. Estas regiones o destinos deben incluir la mayor parte de ingredientes que permitan tener completa la cadena productiva y de mercadeo implicadas en una o varios productos turísticos concretos, propios de la región, en condiciones de calidad y tamaño ofertables a operadores. Debe disponer de infraestructura básica de servicios, atractivos naturales y culturales, animación y recreación, además de elementos definidos que puedan caracterizar el producto para hacerlo distinguible en el mercado.

El Cluster debe contar con unos empresarios que provean todos los servicios turísticos esenciales –información , redes de reservas, hoteles y afines,

restaurantes, facilidades de congresos, operadores locales, transportistas, operadores, etc.- con animo y conocimiento para salir a ofrecer sus productos.

La región debe disponer además de aprovisionamiento de insumos claves de la cadena de suministros (mano de obra calificada, alimentos, combustibles, licores, servicios de mantenimiento, informática, etc.), de un ámbito de ayudas tecnológicas, fiscales y de crédito favorables a la inversión y a la operación del turismo, ojala concebidas para el territorio y una comunidad estrechamente comprometidos en cooperar en la promoción de destino y de sus principales productos, en ejercer la vigilancia y buena presentación del espacio público, en asegurar el saneamiento ambiental, la seguridad para los turistas y la protección del patrimonio histórico y arquitectónico.

### 3. MARCO JURÍDICO Y DE POLÍTICA NACIONAL

#### **Datos de la Norma**

Tipo de documento: ley

Numero del tipo de documento: 300

Entidad emisora: congreso de la república

Titulo uniforme: ley general de turismo 1996 «ley 300 de 1996»

Documento fuente: diario oficial. año cxxxii. n. 42845. 30, julio, 1996. pag. 3

Estado del documento: vigencia parcial

Notas generales de vigencias: vigencia parcial

#### **A Continuación se resume la norma**

#### **LEY 300 de 1996**

(julio 26)

por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.

#### **EL CONGRESO DE LA REPUBLICA**

DECRETA:

TITULO I

#### **DISPOSICIONES Y PRINCIPIOS GENERALES**

Artículo 1º Importancia de la industria turística. El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales,

regiones, provincias y que cumple una función social. El Estado le dará especial protección en razón de su importancia para el desarrollo nacional.

Artículo 2º. Principios generales de la industria turística. La industria turística se regirá con base en los siguientes principios generales:

**1. CONCERTACION:** En virtud del cual las decisiones y actividades del sector se fundamentarán en acuerdos para asumir responsabilidades, esfuerzos y recursos entre los diferentes agentes comprometidos, tanto del sector estatal como del sector privado nacional e internacional para el logro de los objetivos comunes que beneficien el turismo.

**2. COORDINACION:** En virtud del cual las entidades públicas que integran el Sector turismo actuarán en forma coordinada en el ejercicio de sus funciones.

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

**4. PLANEACION:** En virtud del cual las actividades turísticas serán desarrolladas de acuerdo con el Plan Sectorial de Turismo, el cual formará parte del Plan Nacional de Desarrollo.

**5. PROTECCION AL AMBIENTE:** En virtud del cual el turismo se desarrollará en armonía con el desarrollo sustentable del medio ambiente.

**6. DESARROLLO SOCIAL:** En virtud del cual el turismo es una industria que permite la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, actividades que constituyen un derecho social consagrado en el artículo 52 de la Constitución Política.

**7. LIBERTAD DE EMPRESA:** En virtud del cual, y de conformidad con lo establecido en el artículo 333 de la Constitución Política, el turismo es una industria de servicios de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, sujeta a los requisitos establecidos en la ley y en sus normas reglamentarias. Las autoridades de turismo en los niveles nacional y territorial preservarán el mercado libre, la competencia abierta y leal, así como la libertad de empresa dentro de un marco normativo de idoneidad, responsabilidad y relación equilibrada con los usuarios.

**8. PROTECCION AL CONSUMIDOR:** Con miras al cabal desarrollo del turismo, el consumidor será objeto de protección específica por parte de las entidades públicas y privadas.

**9. FOMENTO:** En virtud del cual el Estado protegerá y otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades turísticas, recreacionales y en general, todo lo relacionado con esta actividad en todo el territorio nacional.

Artículo 3º. Conformación del sector turismo. En la actividad turística participa un sector oficial, un sector mixto y un sector privado.

El sector oficial está integrado por el Ministerio de Desarrollo Económico, sus entidades adscritas y vinculadas, las entidades territoriales y Prosocial así como las demás entidades públicas que tengan asignadas funciones relacionadas con el turismo, con los turistas o con la infraestructura.

El Sector mixto está integrado por el Consejo Superior de Turismo, el Consejo de Facilitación Turística y el Comité de Capacitación Turística.

El sector privado está integrado por los prestadores de servicios turísticos, sus asociaciones gremiales y las formas asociativas de promoción y desarrollo turístico existentes y las que se creen para tal fin.

Artículo 4º. Del viceministro de turismo. Reorganícese la estructura del Ministerio de Desarrollo Económico.

Artículo 6º. Dirección de estrategia turística. La Dirección de Estrategia Turística tendrá a su cargo la realización de investigaciones técnicas en materia de

promoción, mercados y desarrollo de productos, que sirvan de soporte a los contratos que el Ministerio de Desarrollo Económico y la Corporación Nacional de Turismo celebren con el Administrador del Fondo de Promoción Turística en esta materia. Igualmente, tendrá a su cargo la elaboración del Proyecto del Plan Sectorial de Turismo, la asistencia técnica a las entidades territoriales en materia de planificación turística, el apoyo a la creación de infraestructura básica que impulse el desarrollo turístico, las investigaciones especiales que apoyen la competitividad del sector y las relaciones internacionales. Para esos efectos contará con las Divisiones de Investigación de Mercados y Promoción Turística, de Planificación, Descentralización e Infraestructura y de Estudios Especiales

**1.** La División de Investigación de Mercados y Promoción Turística tendrá las siguientes funciones:

**1.1.** La formulación de planes de promoción del turismo, en o para el exterior, diferenciados por productos y por mercados.

**1.2.** Recopilar, procesar y analizar información proveniente de los mercados turísticos mundiales con el fin de determinar nichos de mercado.

### **3.1. POLÍTICA DE PROMOCIÓN DE COLOMBIA EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL**

El sector turístico colombiano es muy pequeño y su participación en la economía no es comparable con el de la industria y el comercio; pues, no ha logrado posicionarse en el mercado con una imagen y unos productos definidos que permitan su desarrollo. Distintos análisis hechos al sector han detectado deficiencias en la prestación del servicio, poca información para tomar decisiones acertadas y poca coordinación entre los entes que están involucrados en él, factores que unidos a los problemas de orden público no han dado resultados muy favorables.

Por esto, es importante tener en cuenta algunas estrategias para la promoción del sector, como es el aprovechamiento de la localización geográfica de sus regiones, la creación de nuevos productos turísticos, la realización de programas de mercadeo, fomento y desarrollo y, la creación de incentivos para que el visitante no sólo realice turismo recreativo, sino que aproveche la infraestructura existente para el turismo de negocios.

En el año 2004 se realizaron varias acciones para promover la captación de turistas, como es el caso del retorno a Cartagena de los vuelos Chárter

procedentes de Italia, que se estimó trajeron 250 turistas cada semana durante los últimos meses del año, además Colombia y Estados Unidos suscribieron un acuerdo bilateral por cuatro años, que amplía gradualmente el tráfico aéreo entre los dos países, que contiene inicialmente la apertura de siete nuevas frecuencias para llegar gradualmente a 42 nuevas frecuencias nacionales entre estos dos países.

Siguiendo esta tendencia y con miras a mejorar la competitividad, la Aeronáutica Civil dictó la Resolución 820 del 10 de marzo del 2000, que disminuye en forma gradual la comisión de las agencias de viajes por la venta de tiquetes aéreos; ya que, las aerolíneas han manifestado la necesidad de bajar el margen de intermediación, argumentando que las tendencias observadas en el mercado internacional, las políticas de apertura y la flexibilización en el mercado de transporte aéreo han tenido un reflejo en las tarifas, que muestran una mayor movilidad y fluctuación, según las exigencias del mercado.

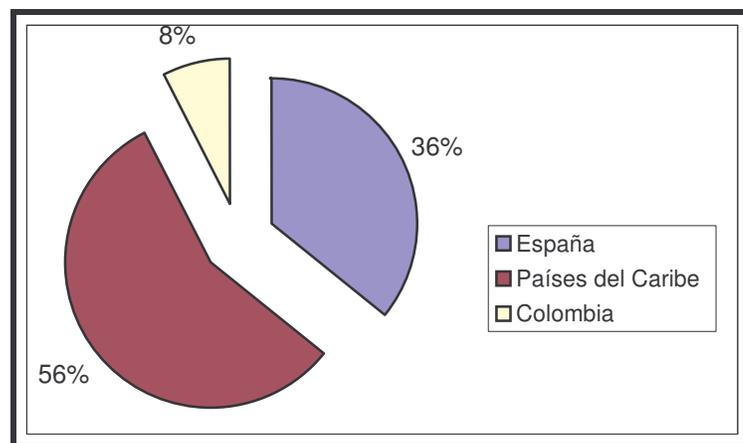
Por lo tanto, se estableció desde el año 2000 que el porcentaje de comisión paso del 15% a un mínimo de 10%. Asimismo, se fijó reducciones graduales de la siguiente manera: a partir del 15 de julio del 2000 fue de 9%, el 15 de enero del 2001 paso a 8%, el 15 de julio del 2001 a 7%, para finalmente el 15 de enero de 2002 en un mínimo de 6% conservando hasta la actualidad este mismo

porcentaje. De esta forma, se busca flexibilizar las regulaciones tarifarias existentes, fijando niveles mínimos que estimulan una mayor competitividad en el mercado.

#### 4. EL COMPORTAMIENTO DEL SECTOR TURÍSTICO EN COLOMBIA PARA EL AÑO 2004

Colombia presenta un mercado rezagado en el desarrollo de la actividad considerando los índices de crecimiento experimentado tanto en el contexto mundial como en las naciones que presentan ventajas comparativas muy inferiores a las nuestras, según el Ministerio De Desarrollo económico Varios factores han incidido de manera directa: la falta de decisión política gubernamental, la débil gestión del sector empresarial, la carencia de una verdadera actitud de apoyo hacia el turismo y las difíciles condiciones de seguridad y estabilidad política de la nación, entre otros, explican dicha situación.

**Ilustración 1. Participación del turismo en el PIB de algunos países para el año 2004.**



En el gráfico podemos observar a modo de ejemplo la participación del turismo en el PIB de algunas regiones del mundo comparado con la participación de este sector turístico en el PIB de Colombia. Indicamos: que para el año 2004, prevaleció con un 56 % de participación del sector en su PIB total los países del caribe que cuentan con mayor fortaleza en cuestión de playas y climas cálidos. En segundo lugar el país de España con fortalezas culturales y disminución de tramites turísticos, sin embargo debido a la situación de los países sur americanos este ha sido mas bien un destino migratorio permanente que provee empleo y subsistencia a los inmigrantes que viajan con una excusa turística, y en comparación el país de Colombia con apenas un 8% de participación del turismo en su PIB nacional, con grandes ventajas climáticas, culturales, y naturales, pero con un gran problema de seguridad nacional y poca proyección en el ámbito internacional del sector turístico.

Sin embargo a pesar que el turismo en el PIB de Colombia no representa una parte fundamental de su composición, si comienza a percibirse fuertemente los cambios realizados por el gobierno en apoyo hacia este sector. Como resultado, terminada la temporada del 2004 de fin de año los informes preliminares permitieron constatar que las ventas en los lugares turísticos del año crecieron en un 17% con respecto al año 2003; la ocupación hotelera se acercó al 80% frente al 66% registrado en el año inmediatamente anterior, según lo informado por la Dirección General del Turismo de Colombia.

El tránsito de viajeros dentro de los límites nacionales fueron permitidos gracias a las caravanas que Colombia organiza por ella, escoltadas por las autoridades militares del país que garantizaron la paz en los trayectos elegidos por las autoridades nacionales. El resultado de la estrategia propuesta mostró como resultado, que en el primero de los puentes festivos del año 2004 y en las rutas programadas el incremento porcentual del número de vehículos movilizados con respecto al año anterior fue de 109% en las principales vías del país, en el puente del 11 de noviembre el incremento del flujo vehicular en las carreteras del país que fue del orden de 481%. La ocupación hotelera en los destinos finales de las caravanas osciló entre el 75% y el 100% en algunas regiones; el gasto de los viajeros en tales destinos, en sus diversos consumos, se calcula en \$12.018.156.000,00 pesos( fuente: Ministerio de Desarrollo Económico) .

Para los días 21, 28 de diciembre de 2004, 2, 6 y 12 de enero de 2005 se realizaron 42 caravanas. En estas caravanas se batieron todos los récords de movilización de pasajeros por carretera: se desplazaron alrededor de 18 millones de personas en los 4.490.238 vehículos que recorrieron las carreteras del país, según datos del Ministerio de Transporte de Colombia. El resultado de esta experiencia ha sido la recuperación de la confianza de la ciudadanía en la capacidad de las autoridades para protegerla en los ejes viales más importantes del país, una estrecha alianza entre los diversos entes estatales y una masiva movilización de los colombianos con una contribución notoria a la recuperación de la economía y al turismo.

En general el 2004 fue un año positivo para el turismo según la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (Anato), renglón que logró aumentar sus ventas tanto en el mercado colombiano como en los mercados internacionales. Según cifras del gremio, el transporte aéreo doméstico aumentó un 3.5 %, remontando un pésimo comienzo de año pues en los cinco primeros meses registró un -1% por ciento.

Para el caso del tránsito internacional de pasajeros, Entre 2003 y el 2004 los pasajeros internacionales disminuyeron un 8%, Paralelamente ante la negativa de los Estados Unidos para considerar en las negociaciones del Tratado de Libre Comercio (TLC) el tema de las visas y de las barreras para arancelarias al comercio de servicios, cuyo renglón principal es el turismo. "La solicitud de E.U. de incluir en la negociación del TLC la derogatoria de las más importantes normas del Código de Comercio sobre la agencia comercial, que de ser atendida por el gobierno nacional ubicaría a los distribuidores colombianos ante una situación indefensa y de desventaja frente a otros mercados, resta posibilidades a la promoción de Colombia en el exterior".

Sin embargo esta disminución del transporte aéreo con destino extranjero fue compensada con el aumento de transporte aéreo de mas colombianos hacia regiones internas del país. De acuerdo con los indicadores de transporte aéreo

suministradas por la Aeronáutica Civil, en el año 2004 los aeropuertos que presentaron mayor concentración de pasajeros nacionales fueron: Bogotá (65.6%), Cali (11%), Río negro (9.9%) y Cartagena y San Andrés (8%); con destinos nacionales, este mismo comportamiento se mantiene para los primeros dos meses del 2005.

Sin embargo y como dato positivo no todos los turistas fueron de procedencia local, a Colombia la visitaron 650.000 extranjeros, que equivale a un 3.5 por ciento más que el año pasado. En cuanto al turismo de cruceros, la recuperación fue del 40 por ciento, al pasar de 28.000 a 42.000 visitantes. Esto demuestra una vez mas que el turismo colombiano comienza a recuperarse fuertemente y a posicionarse en los mercados internacionales y que las políticas de seguridad del gobierno del Presidente Uribe Vélez a aportado una cuota de confianza para la inversión en el sector turístico y para los visitantes a estas zonas.

**Tabla 1. Principales orígenes de la llegada de turistas a Colombia.**

<b>PRINCIPALES ORIGENES DE LA LLEGADA DE TURISTAS A COLOMBIA</b>				
<b>NACIONALIDAD</b>	<b>2004 ene-dic</b>	<b>2005 ene-dic</b>	<b>DIF. (US\$)</b>	<b>CREC. (%)</b>
ESTADOS UNIDOS	197.234	235.417	38.183	19,36%
VENEZUELA	90.752	116.290	25.538	28,14%
ECUADOR	89.703	99.198	9.495	10,58%
ESPAÑA	43.664	56.608	12.944	29,64%
PERU	35.426	44.661	9.235	26,07%
MEXICO	33.180	42.668	9.488	28,60%
ARGENTINA	22.308	33.927	11.619	52,08%
PANAMA	24.214	29.313	5.099	21,06%
BRASIL	21.257	27.021	5.764	27,12%
COSTA RICA	24.310	25.131	821	3,38%
FRANCIA	19.812	22.696	2.884	14,56%
CANADA	19.173	23.984	4.811	25,09%
CHILE	12.816	18.836	6.020	46,97%
ITALIA	17.355	19.799	2.444	14,08%
ALEMANIA	15.517	17.780	2.263	14,58%
REINO UNIDO	14.115	15.528	1.413	10,01%
HOLANDA	13.271	15.435	2.164	16,31%
GUATEMALA	5.741	7.266	1.525	26,56%
SUIZA	6.297	7.423	1.126	17,88%
BOLIVIA	4.635	5.817	1.182	25,50%
OTROS PAISES	58.859	72.552	13.693	23,26%
<b>TOTAL</b>	<b>769.639</b>	<b>937.350</b>	<b>167.711</b>	<b>21,79%</b>

Ministerio de Desarrollo Económico. Dirección de Turismo. El turismo Colombiano: El comportamiento del sector turístico en Colombia para el año 2004, edición No. 34, Noviembre 12-2004. 168 p.

- **Los Destinos Nacionales** . Según la última Encuesta de Turismo de Hogares, realizada por el DANE y el Ministerio de Industria comercio y Turismo para el año 2004, las familias colombianas realizan un promedio de 2,1 viajes por año. Las ciudades a donde llega el mayor volumen de viajeros son en su orden Bogotá, Cali, Medellín, Cartagena, Santa Marta, Bucaramanga, Villavicencio, Barranquilla, Ibagué, Melgar, Girardot y San

Andrés. No obstante, los destinos de mayor preferencia o a donde preferirían viajar, es Cartagena (31,3 por ciento), San Andrés (23,6 por ciento), Santa Marta (19,5 por ciento), Medellín (13,9 por ciento), Bogotá (11,9 por ciento) y Cali (9,3 por ciento). Las ciudades que reciben mayor número de ingresos por parte de los viajeros son Bogotá, con algo más de 200 mil millones de pesos, Cartagena con cerca de 190 mil millones de pesos, Santa Marta con 170 mil millones.

**Tabla 2. Síntesis Nacional De La Ocupación Hotelera En Colombia Comparativo Del 2004 Y El 2005.**

<b>OCUPACION HOTELERA Enero - Septiembre 2005</b>		
<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>OCUPACION ACUMULADA 2004 (%)</b>	<b>OCUPACION ACUMULADA 2005 (%)</b>
Antioquia	48.8	53.1
Barranquilla	45.6	41.9
Atlántico Comercial	45.6	50.5
Bogotá D.C.	61.6	69.2
Boyacá	35.3	39.5
Cafetera	39.8	43.3
Cartagena	58.5	63.0
Influencia Bogotá	45.2	47.0
Norte de Santander	43.1	42.1
Santander	49.6	52.3
San Andrés	42.7	47.2
Santa Marta	39.3	40.9
Sur Occidental	42.9	41.1
Valle del Cauca	43.1	44.8
Hoteles 5 estrellas	55.9	59.8
Hoteles 4 estrellas	47.5	50.0
Hoteles 3 estrellas	40.3	44.3
<b>TOTAL</b>	<b>49.8</b>	<b>52.6</b>

Ministerio de Desarrollo Económico. Dirección de Turismo. El turismo Colombiano: El comportamiento del sector turístico en Colombia para el año 2004, edición No. 34, Noviembre 12-2004. 168 p

La ocupación hotelera durante los años 2004 y 2005 sufrió incrementos no muy significativos pero de gran relevancia para poder determinar la clase de turismo que los Colombianos están prefiriendo, en este cuadro podemos observar como la ocupación hotelera es mas fuerte en ciudades que antes no eran consideradas turísticas como por ejemplo Bogotá, Medellín, Santander , como también algunos tradicionales como lo es Cartagena y el Eje Cafetero, la síntesis también nos muestra que la mayoría de turistas que arribaron a estos destinos se hospedaron en hoteles cinco estrellas y cuatro estrellas.

#### **4.2. EL TURISMO EN EL CONTEXTO REGIONAL DEL VALLE DEL CAUCA**

En el Valle del Cauca, se han dado diversos procesos para la definición de parámetros para el desarrollo y gestión de las actividades turísticas, gracias al trabajo de entidades como la Cámara de Comercio de Cali, el Fondo Mixto de Promoción Turística del Valle del Cauca, la desaparecida CortuValle y la Secretaría de Cultura y turismo del Departamento.

En sentido general, se ha buscado el posicionamiento del Departamento del Valle del Cauca como destino turístico de importancia no solo en el ámbito nacional sino internacional, identificando y desarrollando nuevos productos, por ejemplo relacionados con los servicios de salud, de fincas cañeras y criaderas, avistamiento de ballenas, y otros atractivos turísticos, adelantado así actividades de promoción y mercadeo. Entre estas se destaca la labor adelantada por el Fondo Mixto de Promoción Turística del Valle del Cauca, en especial en lo que se refiere a la formulación del Plan de Promoción del Valle del Cauca, a partir de una consultoría española en el año 2000, cuyas conclusiones fueron incorporadas en el documento “Valle del Cauca: Un estado de animo”.

En este se establecieron las fortalezas y debilidades de la región en el sector, se definieron objetivos con relación tanto al Fondo Mixto como al mismo plan de acción y se fijaron un conjunto de estrategias, a partir de tres campos de acción a saber:

- Del Producto.
- De la Promoción.
- Del Territorio.

Con este trabajo, se dotó al Departamento de un valioso instrumento para direccionar las acciones en turismo tanto en el ámbito regional como, en particular, para algunos municipios, entre los que se cuenta Guadalajara de Buga. Complementariamente, el fondo Mixto edita la Guía turística de Cali y Valle del Cauca, como uno de los elementos de divulgación más importantes de la región, consignando información de tipo turístico, comercial, industrial y cultural que ofrece el Departamento del Valle del Cauca en los niveles nacional e internacional.

Por otra parte, entidades como la Cámara de Comercio de Cali y Fenalco Cali, han promocionado actividades encaminadas a mejorar el entorno gremial e institucional relacionado con el sector, en el camino de fortalecer y unificar la labor de los empresarios, e instituciones públicas que trabajan por el fomento turístico de Cali y del Valle del Cauca.

Desde el punto de vista del sector público, la Secretaría de Cultura y Turismo de la Gobernación del Valle, ha contribuido de manera importante en el conocimiento de los recursos y el patrimonio cultural de la región. Es así, como desarrollo en el año 2000, con la participación de otras muchas entidades, el estudio “Identificación y Clasificación de Nuestro Patrimonio Cultural”, cuyo objetivo general es “proyectar acciones a favor de la población, con una perspectiva de desarrollo turístico que permita la consolidación, valoración y enriquecimiento de los valores culturales,

patrimoniales turísticos y, por ende, sociales entre grupos y miembros de la sociedad; y el afianzamiento de las identidades presentes en el Valle del Cauca, motivos primarios de la intervención y planificación de nuestro territorio.

## 5. EL TURISMO EN LA CIUDAD DE GUADALAJARA DE BUGA

- **DATOS BÁSICOS DE LA CIUDAD DE GUADALAJARA DE BUGA.**

- Area Territorial: 867 Km<sup>2</sup>.
- Número de Habitantes: Población Total: 128.942 Población Urbana: 114.439 Población Rural 14.5045
- Está situado en la Zona Centro del Departamento del Valle del Cauca, su belleza paisajística, su variada topografía, la fertilidad y productividad de sus tierras, constituyen una ventaja para su economía.
- La ciudad está asentada en las estribaciones de la Cordillera Central, sobre el margen derecho del Río Guadalajara, se encuentra a 74Km de Santiago de Cali, la capital del Departamento del Valle del Cauca y a 126Km del Puerto de Buenaventura.
- Su ubicación geográfica es privilegiada y estratégica, pues la coloca en un verdadero cruce de caminos, en el lugar de convergencia de las principales.

- vías terrestres que cruzan el occidente del país. Todo esto le otorga una posición destacada entre las demás ciudades del Departamento del Valle del Cauca.

### **5.1. FUNDACIONES**

La fundación de Buga parte de la ciudad de Cartago, de donde el español Giraldo Gil de Estupiñán, compañero de Jorge Robledo, sale en el año 1555, a fundar una villa en las orillas del río Bugalagrande, que era dominio de los indios Pijaos, caracterizados por ser valientes y pelear especialmente con lanzas, de ahí su nombre “Bugaba” que quiere decir lugar de la lanza.

Esta primera población cuya fecha y sitio exacto no están bien determinados, fue completamente destruida y quemada por los Pijaos, tribu que se caracterizó por ser la que mas resistencia opuso a la conquista española. A finales de 1558 o principios de 1559, el general Alonso de Fuenmayor, se encarga de la reconstrucción de la villa, dándole el nombre de Guadalajara de Buga, en memoria de Guadalajara de España. Posteriormente, en el año de 1569, sus propios moradores solicitaron a las autoridades trasladar el caserío del páramo inhabitable al fértil y sano valle del Río Piedras, que fue como inicialmente se llamó al Río Guadalajara. El Gobernador de Popayán, Álvaro Mendoza Carvajal, demarcó la

ciudad con el nombre de Guadalajara de la Victoria, para finalmente trasladarla a la margen septentrional del Río Piedras, sitio donde actualmente se encuentra, adoptando en forma definitiva el nombre de Guadalajara de Buga.

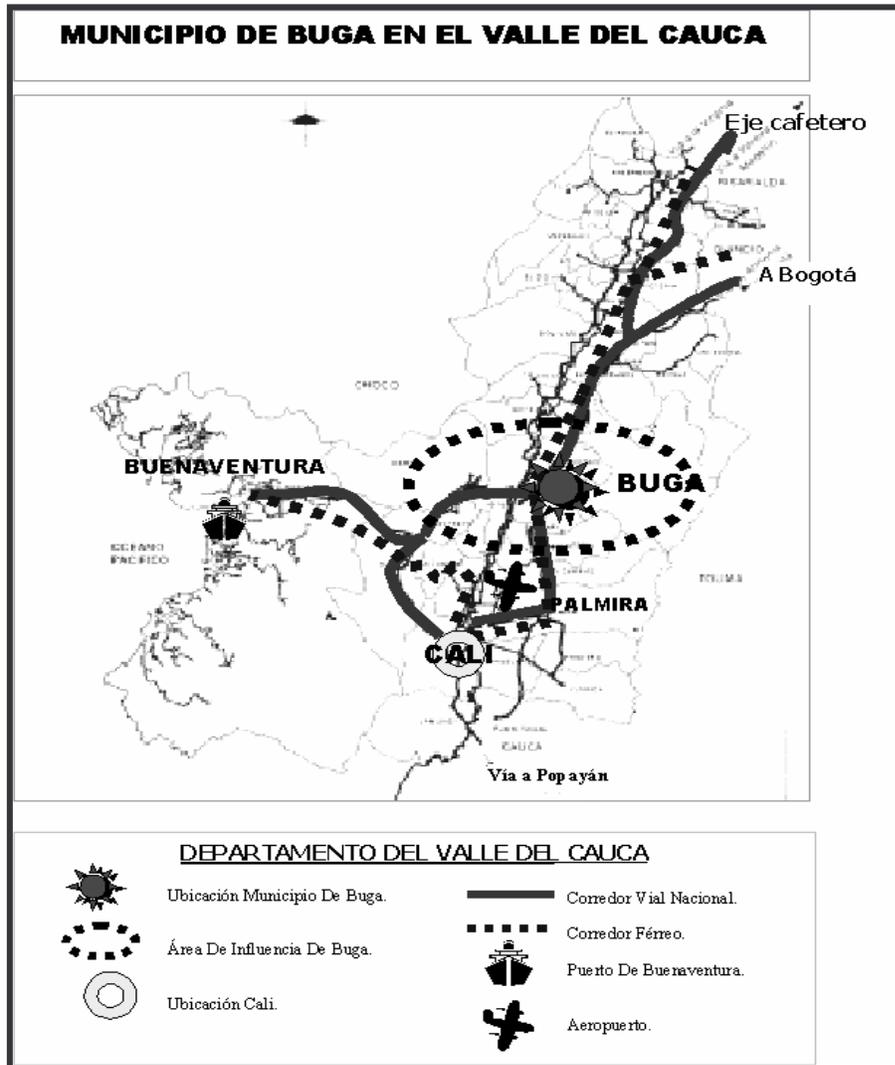
**Tabla 3. Proceso fundacional y de traslados de Guadalajara de BUGA**

Proceso fundacional y de traslados de Guadalajara de Buga	
Primera fundación	Fecha en investigación
Gobernador que la ordenó	Sebastián de Belalcazar
Segunda Fundación	1554
Gobernador que la ordenó	Pedro Fernández del Busto
Oficial que la ejecutó	Giraldo Gil de Estupiñán
Nombre que recibió	Nueva ciudad de Jerez de Buga
Sitio de poblamiento	Cabeceras del río Bugalagrande
Segunda Fundación	1558 - 59
Gobernador que la ordenó	Luis de Guzmán
Oficial que la ejecutó	Alonso de Fuenmayor
Nombre que recibió	Guadalajara de Buga
Sitio de poblamiento	Cerro de Pan de Azucar
Oficial que la ejecutó	Alvaro de Mendoza y Carvajal
Nombre que recibió	Guadalajara de Nuestra Señora de la Victoria de Buga
Nombre que recibió	Guadalajara de Buga

Sitio de poblamiento	Margen derecha del río Guadalajara – sitio que actualmente ocupa.
----------------------	---

Proceso fundacional y de traslados de Guadalajara de Buga de la alcaldía de Guadalajara de Buga[en línea]. Guadalajara de Buga: Alcaldía de Guadalajara de Buga, 2005. [consultado 07 de Octubre del 2005]. Disponible en Internet <http://www.buga.gov.co/>

Ilustración 2. Mapa del Valle del Cauca



Buga corazón del Valle de la alcaldía Guadalajara de Buga de la alcaldía de Guadalajara de Buga[en línea]. Guadalajara de Buga: Alcaldía de Guadalajara de Buga, 2005. [consultado 07 de Octubre del 2005]. Disponible en Internet <http://www.buga.gov.co/>

## 5.2. DESCRIPCIÓN TERRITORIAL

El proceso de desarrollo territorial del Valle del Cauca se ha caracterizado por la conformación de un corredor de actividades y centros urbanos que constituye una de las regiones más desarrolladas del país, asociada al monocultivo de la caña y al desarrollo de la agroindustria e industria pesada y mediana, con una localización privilegiada frente al puerto de Buenaventura, principal entrada y salida de las exportaciones nacionales.

El municipio de Buga se encuentra localizado estratégicamente en este contexto territorial, en el cruce de las vías que conectan el centro del País con el Puerto de Buenaventura, lo que le confiere importantes ventajas comparativas frente al paso de los flujos de bienes y mercancías, producto del proceso exportador e importador. Tiene unas condiciones excepcionales de centralidad tanto en el contexto macro del sur occidente colombiano, como en el ámbito regional vallecaucano. Actúa como centro funcional del sector meridional del Valle, compartiendo esta función con el municipio de Tuluá aunque repartiendo sus áreas de influencia: Buga hacia el sur occidente, con los municipios de Guacarí, Cerrito, Yotoco, Ginebra; y Tuluá hacia el norte con los municipios de Buga la grande, Andalucía, entre otros.

El territorio municipal es diverso y complejo, posee grandes potencialidades y riqueza de escenarios ambientalmente estratégicos para todo el Valle del Cauca. El Municipio de Buga es el centro de la vida ambiental de la región, proporcionando el 100% del agua de Buga, el 60% del agua de Tuluá, y la generación de agua para los municipios de Ginebra y San Pedro a través de las cuencas que la vinculan con estos dos municipios. Este extenso territorio se caracteriza ambiental, orográfica, político - administrativa, socio - económica, funcional y culturalmente en tres grandes zonas, las cuales son:

**5.2.1. Zona plana.** La parte plana, se encuentra asociada al monocultivo de la caña y caracterizada por el sistema hídrico y laguna del río Cauca, así como por importantes zonas para la recarga de acuíferos. A la zona plana corresponden los corregimientos de Chambimbal, Pueblo Nuevo, El Porvenir, El Vínculo, Zanjón Hondo y Quebrada Seca.

**5.2.2. Zona media.** La zona media, corresponde básicamente a la cuenca del Río Guadalajara, con pendientes medias y una amplia diversidad de cultivos, La zona media tiene como límite oriental la divisoria de aguas entre las cuencas de los ríos Guadalajara y Tulúa. A la zona media corresponden los corregimientos cuya topografía es ondulada, a saber: La María, Monterrey, La Habana y Mira flores.

**5.2.3. Zona alta.** La zona alta, con una amplia frontera ganadera y de pastos, se ubica sobre zonas de ecosistemas estratégicos como el Parque Nacional Natural Las Hermosas y zonas productoras de agua, los cuales son de alta vulnerabilidad ambiental. A la zona alta corresponden los corregimientos cuya topografía es montañosa y escarpada, a saber: Frisoles, Crucero Nogales, El Placer, Los Bancos, El Salado, El Rosario, La Playa del Buey y La Mesa.

**5.2.4. La Zona Urbana.** El municipio de Buga, y en particular su centro urbano cuenta con una tradición histórica que hace prevalecer los valores culturales de sus pobladores los cuales se reflejan en las condiciones de su espacio urbano y de su centro tradicional, sus costumbres y actitudes, que le han merecido el apelativo de la “Ciudad Señora.”

El centro histórico constituye el elemento fundamental urbanístico y espacial, conformador de la imagen de la ciudad, complementado por la Avenida de la Basílica y la ronda del río Guadalajara. Fue declarado Monumento Nacional a través de la Ley 163 de 1959, en lo que corresponde a la zona urbana incluida en el perímetro que tuvo la población en los siglos XVI, XVII y XVIII, incluyendo calles, plazas, plazoletas, inmuebles, casas y construcciones. El área urbana de Buga ha presentado un proceso de crecimiento relativamente lento, a partir de su zona histórica tradicional, en donde se concentran las más importantes actividades económicas, administrativas y de servicios de la ciudad.

Desde este centro, se ha expandido la ciudad de una forma diferencial: vivienda de estratos medios y altos al sur, vivienda de estratos bajos hacia el norte con deficientes condiciones de habitabilidad, equipamientos e infraestructuras, y al oriente desarrollos residenciales para estratos medios, además de algunos equipamientos de carácter urbano y regional. Sobre la zona occidental se han

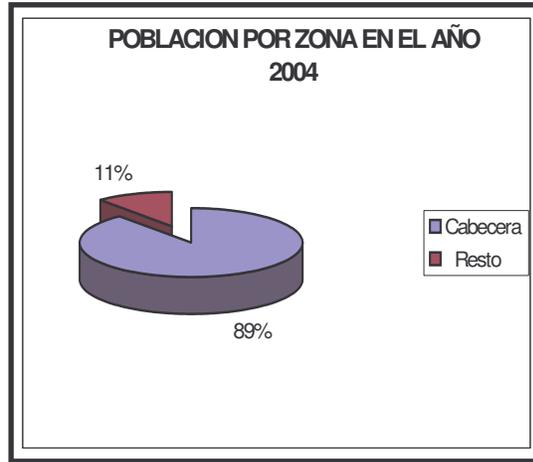
desarrollado usos industriales y comerciales asociados a la vía nacional vehicular y al corredor férreo. Esta estructura urbana se encuentra delimitada por dos grandes bordes urbanos, que han definido una forma urbana de crecimiento y de apropiación del territorio con tendencia norte sur.

Por el oriente, el sistema orográfico de ladera que constituye un elemento paisajístico muy importante, con gran vocación para usos recreativos. Y el otro al occidente, lo constituye el corredor vial nacional. Complementariamente, el río Guadalajara constituye una barrera importante y un elemento fundamental del paisaje urbano, que ha sido superado por desarrollos residenciales hacia el sur.

### **5.3. DEMOGRAFÍA**

Según datos del DANE, el total de población al 2004 en la Ciudad de Guadalajara de Buga es de 131.229 personas de los cuales el 89% corresponden a la zona urbana y el 11% al resto del territorio municipal, además el 49% son mujeres y el 51% mujeres.

### Ilustración 3. Población por año 2004



ALCALDIA DE GUADALAJARA DE BUGA. Plan municipal de ordenamiento territorial: Consideración del turismo como estrategia comercial de posicionamiento de Guadalajara de Buga. Volumen 6 capitulo 33 de la ley 338 de 1997 Junio 8-2000. 198 p.

**Tabla 4. Población por zona 2004-2005**

POBLACIÓN POR ZONA		
DESCRIPCIÓN	2004	2005
Cabecera	114.439	117.916
Resto	14.504	14.454
<b>Total</b>	<b>128.943</b>	<b>132.370</b>

ALCALDIA DE GUADALAJARA DE BUGA. Plan municipal de ordenamiento territorial: Consideración del turismo como estrategia comercial de posicionamiento de Guadalajara de Buga. Volumen 6 capitulo 33 de la ley 338 de 1997 Junio 8-2000. 198 p.

**Tabla 5. Población por genero 2004**

<b>POBLACIÓN POR GENERO</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
Hombres	61.893	63.702
Mujeres	67.050	68.658
<b>Total</b>	<b>128.943</b>	<b>132.370</b>

ALCALDIA DE GUADALAJARA DE BUGA. Plan municipal de ordenamiento territorial: Consideración del turismo como estrategia comercial de posicionamiento de Guadalajara de Buga. Volumen 6 capitulo 33 de la ley 338 de 1997 Junio 8-2000. 198 p.

La población del municipio se encuentra distribuida por estratos socioeconómicos de la siguiente manera: según la pirámide poblacional por grupos de edad al 2004, el 32% de la población del municipio es menor de 14 años, el 29% tiene entre 15 y 29 años, el 21% entre 30 y 44 años, el 11% entre 45 y 59 años y el 8% es mayor de 60 años.

**Tabla 6 Pirámide poblaciones a 31 de diciembre del 2004**

GRUPOS DE EDAD	CABECERA			RESTO			TOTAL		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
0-4	6178	6693	12871	783	848	1631	6961	7541	14502
9-	5893	6384	12277	747	809	1556	6640	7193	13833
14-	5699	6174	11872	722	782	1505	6421	6956	13377
15-19	5390	5839	11230	683	740	1423	6073	6579	12653
20-24	5469	5925	11394	693	751	1444	6162	6676	12838
25-29	5058	5480	10538	641	695	1336	5700	6175	11874
30-34	4588	4970	9559	581	630	1211	5170	5600	10770
35-39	3719	4029	7749	471	511	982	4191	4540	8731
40-44	3047	3301	6348	386	418	804	3433	3719	7152
45-49	2330	2524	4854	295	320	615	2625	2844	5469
50-54	1959	2122	4082	248	269	517	2208	2391	4599
54-59	1540	1668	3208	195	211	407	1735	1879	3615
60-64	1356	1469	2824	172	186	358	1527	1655	3182
65-69	983	1065	2047	125	135	260	1107	1200	2307
70 y más	1721	1865	3586	218	236	455	1940	2101	4041
<b>TOTAL</b>	<b>54931</b>	<b>59508</b>	<b>114439</b>	<b>6962</b>	<b>7542</b>	<b>14504</b>	<b>61893</b>	<b>67050</b>	<b>12894</b>
									<b>3</b>

ALCALDIA DE GUADALAJARA DE BUGA. Plan municipal de ordenamiento territorial: Consideración del turismo como estrategia comercial de posicionamiento de Guadalajara de Buga. Volumen 6 capitulo 33 de la ley 338 de 1997 Junio 8-2000. 198 p.

## **6. LA IMPORTANCIA DEL SECTOR TURÍSTICO PARA EL GOBIERNO DEL MUNICIPIO DE GUADALAJARA DE BUGA**

En este sentido es importante comenzar por analizar algunos aspectos sobre la planeación del turismo en esta región, sin embargo se aclara, que en Buga no existe un proceso de planificación sectorial con relación a la actividad turística local. Sin embargo, existen un documento POT de Buga que trata esta problemática y el cual se relaciona a continuación.

### **6.1. EL PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL. “JUNTOS CONSTRUYENDO EL MUNICIPIO DEL MAÑANA”. 2000 – 2012**

Se define como el instrumento técnico y normativo para ordenar el territorio municipal. Comprende el conjunto de objetivos, directrices, políticas, estrategias, metas, programas, actuaciones y normas, destinadas a orientar y administrar el desarrollo físico del territorio y la utilización del suelo.

El POT, (Plan de Ordenamiento Territorial), significo el reconocimiento de la potencialidad del turismo como motor de desarrollo para el Municipio de Buga, en cuanto hace parte integral de las políticas y estrategias de desarrollo planteadas

para el periodo comprendido entre los años 2000 – 2012. De esta manera, la Visión de futuro planteada se soporta en tres aspectos claves a saber: El soporte al Comercio Exterior, La productividad y Sustentabilidad de la Zona Rural y el desarrollo del potencial turístico. En adelante de esto se incorporaron un conjunto de determinaciones relacionadas con la necesidad de articular el sistema verde municipal, como circuitos turísticos, que comprenden: El Páramo de Las Hermosas y sus zonas de amortiguación, las Reservas de la Sociedad Civil; las Areas públicas de la cuenca del río Guadalajara; las áreas de la cordillera que rodean el casco urbano; la laguna de Sonso y la totalidad del Sistema lagunar asociada al río Cauca.

Se definió la necesidad de recuperar el centro histórico y el patrimonio arquitectónico y cultural del municipio, minimizando los usos de fuerte impacto en estas áreas, propiciando usos culturales y de servicios turísticos, que contribuyan a su conservación y apertura al uso público. Complementariamente, se definió la necesidad de dar prelación a la movilidad peatonal y el mejoramiento del paisaje urbano mediante la canalización de redes telefónicas y eléctricas, así como al equipamiento y señalización de calles, parques y plazoletas. Así mismo, se incluyó la necesidad de desarrollar nuevas áreas en la ciudad para la implementación de infraestructuras asociadas al uso turístico, en especial, aquella relacionada con el transporte de pasajeros regional y nacional; centro de convenciones y zonas hoteleras en las suburbanas definidas como tal.

Con esta síntesis del POT propuesto para Buga, podemos concluir que el sector turístico de la Ciudad pasa a ser de carácter prioritario para los planes del Gobierno municipal , dado que en los informes proporcionados por la Cámara de Comercio el sector turístico es el sector , además de la construcción que eslabona otros sectores tan importantes como el comercio , generador de empleo y crecimiento económico.

Sin embargo se hace también evidente que para poder posicionar al Municipio como destino turístico, no solo religioso si no recreativo, es necesario hacer inversión y mejoras en el aspecto de la ciudad , como lo realizado en el camino hacia la Basílica del Señor de los milagros , el cual fue diseñado para ser un paso peatonal libre de comercio informal que antes existía.

## **7. LIMITANTES Y POTENCIALIDADES DEL SECTOR TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE GUADALAJARA DE BUGA**

Corresponde al análisis técnico de las condiciones de cada uno de los componentes que hacen parte de la actividad turística, mediante la recolección de la información, a través de la aplicación de instrumentos tales como; encuestas, entrevistas, consultas, investigaciones, material bibliográfico y de otras fuentes de información. En esta etapa se indago sobre el estado actual de las condiciones del turismo y para la cual se construyo un soporte sobre el cual se tomen decisiones de inversión, objetivo de la investigación. A continuación se presentan los resultados del mismo.

### **7.1. ESTRUCTURA DEL MERCADO**

Con la cual se cuantifica y cualifica el mercado y se identifica la tendencia en las preferencias de los turistas con relación a los productos turísticos que se le brindan, entendidos estos como el conjunto de atractivos y servicios ofertados al visitante en su desplazamiento y permanencia en un lugar determinado.

**7.1.1. Cantidad de Visitantes.** Para efectos de cuantificar la cantidad de visitantes a la ciudad, se tomó como el indicador que mejor refleja la afluencia de los mismos, el asociado al registro de visitas que se realiza en la Basílica del Señor de los Milagros, por cuanto este santuario es el atractivo turístico que mayor cantidad de personas atrae.

Dicho registro es el indicador que mejor puede reflejar el comportamiento del sector en cuanto a flujo de visitantes, el cual se cuantifica a través de un torniquete en el cual se registra día por día, y un conteo manual de los asistentes en las horas y días picos de visitas a la Basílica, los cuales son mecanismos de seguimiento sencillos pero efectivos. Los resultados de estos conteos muestran un incremento del flujo de visitantes del año 2003 al 2004, en un 5.9%.

Para el año 2002 se contó con la información correspondiente al periodo junio a diciembre, el cual muestra un flujo de 1'286.610 visitantes. Para el mismo periodo del año 2003, se dio un flujo de 1'671.000, mostrando un incremento significativo del 23%, frente al mismo periodo del año inmediatamente anterior. Para el mismo periodo del año 2004, la cantidad de visitantes fue de 1'736.830, lo que corresponde a un incremento del 3.8% . En este sentido, se puede decir que hay un mercado creciente, asociado al crecimiento y madurez del producto turístico principal de Buga, el cual es el santuario del Señor de los Milagros.

**Tabla 7. Flujo de Visitantes a la Basílica del Señor de los Milagros**

MES	2003	2004	2005
Enero	381.1	215.5	222
Febrero	166.15	264.02	168
Marzo	227.75	384.3	315
Abril	344.2	393.9	420
Mayo	192.5	173.7	208
Junio	212	278.2	296
Julio	256	222.2	235
Agosto	308.7	297.5	320
Septiembre	229.3	215.52	198
Octubre	226.3	205.71	256
Noviembre	210.5	239	268
Diciembre	228.2	278.7	274
TOTAL	2.982.700	3'168.250	3.180.000

ALCALDIA DE GUADALAJARA DE BUGA. Plan municipal de ordenamiento territorial: Consideración del turismo como estrategia comercial de posicionamiento de Guadalajara de Buga. Volumen 6 capitulo 33 de la ley 338 de 1997 Junio 8-2000. 198 p.

También podemos observar el numero total del año de visitantes a la Basílica, por ejemplo si miramos el año 2003 , el total de visitas se ubico en 2.982.700 turistas ,para el año 2004 en 3.168.250 y para el año 2005 en 3.180.000 según datos aportados por la Administración de la Basílica del Señor de los Milagros.

## 7.2. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO

Con base en la metodología de investigación de mercados, se diligenciaron 300 encuestas a turistas, aplicadas en las zonas de mayor afluencia de visitantes, es decir, a lo largo de la Avenida Alejandro Cabal Pombo o del Señor de los Milagros, a la salida de los hoteles y restaurantes localizados en la zona del centro histórico de la ciudad, en la zona de la estación de transportes y en el Parador de Buga.

Fruto de este proceso se logró identificar los siguientes aspectos:

- Sitios de Residencia y de Procedencia
- País de residencia

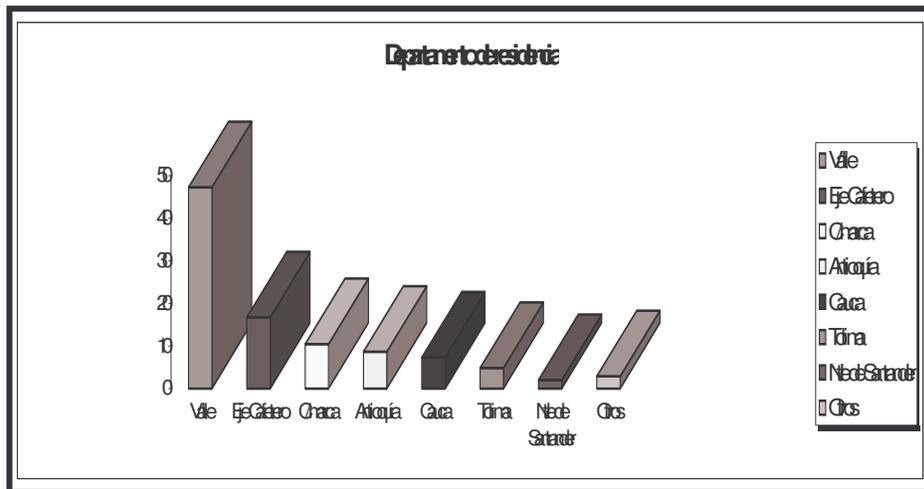
Se encontró la existencia de un 1.5% de personas que procedían del exterior, lo cual, aunque mínimo, es interesante, dado que en las fechas en que se realizaron las encuestas, no se celebraban eventos o festividades de gran trascendencia. Por tanto, este porcentaje puede ser mucho mayor en épocas de las Rogativas del Señor de los Milagros, las cuales convocan visitantes de diferentes zonas de Latinoamérica.

**Tabla 8. País de residencia de los visitantes de Buga**

país de residencia	%
Colombia	98.5
Panamá	1.3
Aruba	0.3
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

- **Departamento de residencia** . De manera más específica se encuentra que el sitio de residencia de los encuestados se distribuye entre el Departamento del Valle del Cauca con el 47.3%, seguido de los departamentos del eje cafetero con el 16.7%, Cundinamarca.

**Ilustración 4. Departamento de residencia**



con el 10.4%, Antioquía con el 8.6%, Cauca con el 7.3% y Tolima con el 7.8 % finalmente se encuentra Norte de Santander con el 2.0% y otros con el 2.9%.

**Tabla 9. Departamento de residencia de los visitantes de Buga**

		departamento de residencia						
Valle	Eje	C/marca	Antioquía	Cauca	Tolima	Nte de	Otros	TOTAL
%	Cafeteros	%	%	%	%	Santander		
47.3	16.7	10.4	8.6	7.3	4.8	2	2.9	100

**Ciudad de residencia.** Desde el punto de vista de la ciudad de residencia, Cali se ubica con la mayor proporción, con un 28.6% de los encuestados, seguida de Bogotá, Pereira y Tuluá, con 6.3%, 6.1% y 6.3%, respectivamente. Posterior se encuentran Popayán (4.8%), Fusagasuga (3.0%), Palmira, Marinilla y Manizales con el (2.8%).

**Tabla 10. Ciudad de residencia de los visitantes de Buga**

ciudad de residencia	%
Cali	28.6
Bogotá	6.3
Pereira	6.1
Tulúa	6.3
Popayán	4.8
Fusagasuga	3
Marinilla	2.8
Manizales	2.8
Armenia	1.3
Espinal	2
Palmira	2.8
Otros	33.2
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

**Ilustración 5. Sitio de residencia, tanto departamento como ciudad de los visitantes de Buga**



El cuadro indica que las ciudades visitadas después de Buga son Cali, Tulua, Palmira, La Unión y Cartago. Se observa que el 3.3% de las personas encuestadas se quedan en Buga por un tiempo adicional. Estos altos niveles de correspondencia entre el sitio de procedencia y de destino próximo, indican que las personas que vienen a Buga se regresan casi que en su totalidad a sus sitios de procedencia directamente, lo cual implica que Buga es un destino turístico consolidado y, no, una ciudad de paso.

**Tabla 11. Ciudades del Departamento como destino próximo**

<b>Cali</b>	33.7 %	<b>Cartago</b>	1 %
<b>Tulúa</b>	7.1 %	<b>Cerrito</b>	0.8 %
<b>Palmira</b>	2.8 %	<b>Darien</b>	0.8 %
<b>Buga</b>	3.3 %	<b>Guacari</b>	0.5 %
<b>La Unión</b>	1.5 %	<b>Otros</b>	5.5 %
<b>TOTAL</b>			<b>57 %</b>

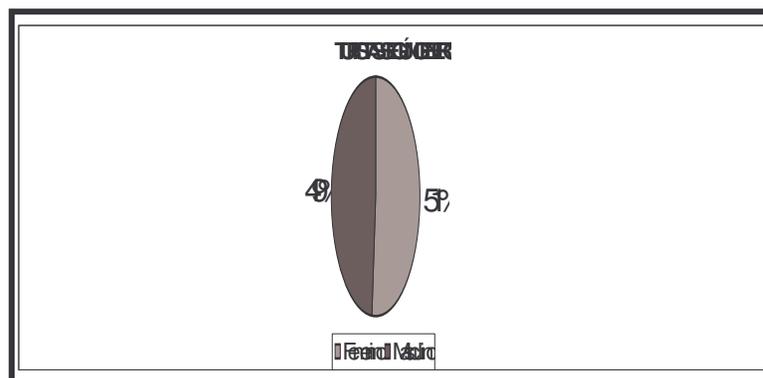
- **Edades y Genero de los visitantes.** El 18% de los turistas encuestados, tienen entre 16 y 25 años; el 24.8% corresponde a personas entre 26 y 35 años, el 27.6% a aquellas con edades que oscilan entre 36 y 45 años; el 11.4% a personas entre 56 y 65 años. El restante 4.3% recoge los sectores poblacionales menores de quince años y mayores de 65.

**Tabla 12. Edades de los visitantes de Buga**

edad del visitante	%
< de 15 años	2
16 - 25	18
26 - 35	24.8
36 - 45	27.6
46 - 55	13.9
56 - 65	11.4
> de 65	2.3
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Se observa como el 70.4% del total corresponde a la población con edades entre 16 y 45 años, lo cual indica que el perfil del visitante es relativamente joven o en edad productiva, mostrando, además, la diversidad de la composición de la población que visita a Buga, los cuales tienen expectativas y necesidades diferentes frente al tema del turismo. Complementariamente, el 51.4% son mujeres y 48.6, hombres.

**Ilustración 7. Turistas según género**



- **Cantidad de Acompañantes y Estado civil.** Del grupo encuestado, solo el 10% manifestó viajar solo, el 14% expresó viajar en pareja, mientras que el 40%, viajaba acompañada por dos a cinco personas, el cual es el número promedio de un grupo familiar. El 18% indicó viajar acompañado por más de 30 personas, lo cual se interpreta como grupos que viajan en excursiones numerosas.

**Tabla 13 Cantidad de acompañantes con los que los viajeros visitan a Buga**

con cuantas personas viaja	%
Solo	10
Pareja	14
Acompañado ( 2 A 5)	40
Acompañado (6 A 11)	11
Acompañado (12 A 17)	4
Acompañado (18 A 23)	4
Acompañado ( 24 A 29)	2
Mas de 30 Personas	18
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Complementariamente, el 45.3% de los mismos expresaron estar casados, el 3.1% ser solteros, el 14.9% encontrarse en unión libre y el 7.1% ser separados. Finalmente el 1.5% dijeron ser viudos y, entre casados y personas en unión libre, suma un 60.2%.

**Tabla 14. Estado civil de los visitantes a la Ciudad de Buga**

estado civil	%
Casado	45.3
Soltero	31.1
Unión libre	14.9
Separado	7.1
Viudo	1.5
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Si relacionamos este 60.2% de personas casadas y en unión libre, con el 40% de personas que viajan acompañados por otras 2 a 5 personas, que es el número promedio de una familia, se puede deducir que el componente familiar tiene una alta representatividad en el turismo de Buga. Esto mismo se puede observar en los datos de edades del visitante que arrojaron un alto porcentaje de personas entre 16 y 45 años, edades comunes en una familia promedio, en cuanto a padres e hijos.

- **Estadía y Presupuesto de Gastos.** En cuanto a la estadía de los visitantes, el 72.7% se queda en la ciudad solo durante un día; el 18% lo hace por dos días, el 7,1% lo hace entre 3 y 5 días; el resto, es decir, el 2.2% realiza su visita durante más de cinco días, lo que representa una porción muy baja, esta estadística nos

muestra que la ciudad solo esta posesionada como destino turístico religioso, mas no como destino de recreación y estadía para los turistas.

**Tabla 15. Días de permanencia de los visitantes**

días de permanencia	%
1 día	72.7
2 días	18
3-5 días	7.1
6-9 días	1.7
10-20 días	0.5
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Este indicador hace referencia a la cantidad de días de estadía, se refleja a su vez en los niveles de gasto que se realizan, es decir, entre menos días de estadía menor es el gasto a realizar.

Esta tendencia confirma la preferencia de los turistas por pasar menos tiempo en la Ciudad, o que deja claro que el motivo mas fuerte de la visita a la ciudad es tan solo por motivo religioso.

**Tabla 16. Presupuesto de gastos de los visitantes de Buga**

<b>presupuesto de gastos</b>	<b>%</b>
< 50.000	41.5
50.001 – 75.000	18.5
75.001 - 100.000	11.1
100.001-125.000	5.3
125.001 - 150000	4.8
150.001 – 200.000	4.1
> 200.000	6.6
No responde	8.1
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Es así como, el 41.5% de los encuestados indicaron que su presupuesto de gastos es menor a cincuenta mil pesos, el 18.5% manifestó que su presupuesto oscila entre cincuenta y setenta cinco mil pesos, el 11.1% gasta entre setenta y cinco y cien mil pesos. Tan solo el 6.6% tiene un presupuesto de gastos mayor a doscientos mil pesos.

- **Frecuencia y Motivo de la visita.** Las frecuencias de visitas son principalmente anuales (41.3%), en segundo lugar se encuentran las frecuencias semestrales (15.4%), seguido del 9.9% de visitas a razón de una por mes. Tan solo el 1.5%, de las personas encuestadas expresaron realizar sus visitas 4 veces por mes, es decir, cada fin de semana.

**Tabla 17. Frecuencia de visitas de los turistas**

frecuencia de visita	%
una vez x año	41.3
cada 6 meses	15.4
1 vez x mes	9.9
cada 3 meses	6.3
2 veces x mes	5.8
Primera vez	4.3
cada 2 años	2.3
4 veces x mes	1.5
cada 4 meses	0.8
cada 2 meses	0.5
cada mes y medio	0.3
cada 3 años	0.3
cada 6 años	0.3
cada 10 años	0.3
De vez en cuando	0.8
Otra frecuencia	0.5

Otros	9.6
Primera vez	4.3
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

La periodicidad de una visita por año y una cada seis meses, implica la relación de las mismas a las épocas de vacaciones y a las festividades tradicionales asociadas al templo del Señor de los Milagros, las cuales son concurridas cumplidamente por los visitantes, sin embargo estas visitas son de poco tiempo pues la ciudad no es un destino que los turistas prefieran para pasar sus vacaciones.

El 86.1% de los encuestados indicaron que el motivo de su visita era principalmente religioso, el 4.8% expresaron que su visita era de carácter familiar, mientras que el 3.5% dijeron que lo hacían por negocios. El 5.6% restante, manifestó que el motivo de su visita se asociaba al descanso, la diversión u otras actividades.

**Tabla 18. Motivo de la visita de los turistas a la Ciudad de Buga**

<b>motivo de la visita</b>	<b>%</b>
Religioso	86.1

Visita a Familiares	4.8
Negocios	3.5
Descanso	2.8
Diversión	1.5
Otros	1.3
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

- Mecanismos de información y Promoción.** Se incluyen los mecanismos de conocimiento y organización del viaje, dando como resultado que los principales promotores de Buga como destino turístico son aquellas personas que han visitado a Buga y que se convierten en multiplicadores de su experiencia. De esta manera se detecta que los principales mecanismos de información son los familiares y amigos de quienes vienen, con el 34.9% y 23.0%, respectivamente. Seguidamente, se encuentran las agencias de viajes que realizan promociones en cada región, atendiendo sus empresas afiliadas, las cuales tienen un 12.9%.

**Tabla 19. Mecanismos de información y promoción conocidos por los turistas sobre la Ciudad de Buga**

Familiares	34.9 %
Amigos	23 %
Agencias de viajes	12.9%

Medios de Comunicación	17.3%
Otros mecanismos	11.6%
No responde	0.3%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Con el 17.3% se encuentran los medios de comunicación, lo cual indica la existencia y repercusión de los procesos de promoción que realizan algunos prestatarios locales. Existe un 11.6%, asociado a otros mecanismos de información y promoción entre los que se cuentan, cooperativas de empleados y procesos puntuales de promoción y organización de excursiones y paseos, en cada región.

- **Actividades complementarias para realizar.** Al preguntar sobre que otras actividades realizarían los encuestados, se refleja el nivel de desinformación existente, es así como el 64.8%, abarca las opciones en las cuales se hace evidente la falta de conocimiento e información sobre alternativas de diversión y esparcimiento en Buga.

Es así como el 35.2% no respondió, el 16.4 expresó no conocer a Buga y el 13.2% manifestó que no desarrollarían más actividades distintas a la visita al señor de los Milagros.

**Tabla 20. Otras actividades conocidas por los turistas a realizar en la Ciudad de Buga**

No responde	35.2 %
No conoce Buga	16.4 %
Ninguna diferente a la visita a la Basílica	13.2 %
Participar en Eventos	12.2 %
Actividades de diversión	11.3 %
Visitar otros sitios Turísticos	3.3 %
Actividades de comercio	1.3 %
Otros	7.1 %
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>

Como ya se dijo, esto refleja la falta de promoción e información sobre otras posibilidades de turismo, lo que lleva a considerar que el único producto turístico verdaderamente fuerte es el relacionado con la devoción al Señor de los Milagros. Así mismo, se concluye que la falta de información acerca de otros atractivos es muy grande, lo que incide en el comportamiento general de la dinámica turística

local. El restante 35.1%, expresó que participarían de otras actividades tales como eventos (12.2%), realizar actividades de diversión (11.3), visitar otros sitios turísticos (3.3%), desarrollar actividades de comercio (1.3%), entre otras actividades (7.1%). Este 35.1%, de los encuestados que manifestaron su disposición para participar en otro tipo de actividades de esparcimiento, diversión y, en términos generales, de índole turística, constituyen un mercado potencial no atendido.

### **7.3 SINTESIS DE LAS POTENCIALIDADES DEL SECTOR TURISTICO DEL MUNICIPIO DE BUGA**

- El municipio cuenta con grandes atractivos históricos reconocidos a nivel internacionalmente como patrimonio de la humanidad, lo que lo hace especial con respecto a otros destino turísticos, su arquitectura se remonta hacia la época de la colonización, lo que representa una excelente motivo para visitarla.
- Posee lo que comercialmente se conoce como ancla, que para este caso es la Basílica del Señor de los milagros, no es necesario que el Gobierno realice demasiadas ofertas para atraer turismo a Buga , pues ya posee un gran flujo de turistas sin hacer mucho esfuerzo, por medio de este atractivo puede intentar sembrar interés por otro tipo de turismo que haga que el turista que

esta acostumbrado a viajar por peregrinaje termine viajando también por recreación.

- Su ubicación es muy privilegiada ya que permite el acceso fácil de turistas de todas partes del país.
- Posee un clima cálido y un paisaje aun muy virgen que atrae al turista de grandes ciudades que busca el descanso y la distracción sana.
- Cuenta con una gran variedad de actividades comerciales que se han ido desarrollando debido entorno al fenómeno del turismo, lo que ayuda a complementar la oferta de productos y servicios necesarios para la atención eficiente de los turistas.
- La plataforma hotelera esta bien dotada y casi siempre hay hospedaje disponible.

- La ciudad no es costosa comparada con otros destinos turísticos, existe una amplia oferta de productos y servicios de muy buena calidad que permite establecer precios bajos para los turistas.
- La ciudad de Buga esta rodeada de otros atractivos ecoturísticos poco explorados pero de gran belleza que permite la interacción del hombre y la naturaleza, esta es quizás una de las potencialidades mas importantes que podría tener el Municipio de Buga.
- La Ciudad es una ciudad de tradición nacional, reconocida a nivel mundial por sus actividades culturales y religiosas que convocan un gran numero de turistas en fechas especiales.
- Es considerado puerto seco de Colombia, donde transitan mercaderías procedentes del interior del país y provenientes del extranjero que arriban a el puerto de Buenaventura.
- El Gobierno Municipal ha tomado parte importante en el apoyo de este sector , a través de las mejoras físicas y sociales que esta realizando a la zona

histórica de la ciudad como también de la disminución de impuestos y barreras de entrada para la inversión extranjera.

#### **7.4. LIMITANTES DEL SECTOR**

- Existen algunas edificaciones que han sido modernizadas de manera intransigente en la zona turística de la Ciudad, lo que afecta el patrimonio arquitectónico de la ciudad. La ley de conservación de este tipo de edificaciones existe, sin embargo el Gobierno no ha sido fuerte en el cumplimiento de esta regla lo que podría impactar fuertemente en una de las fortalezas de la ciudad.
- La organización de la ciudad no es muy clara , pues debido al crecimiento del comercio, las zonas comerciales se han extendido a barrios de vivienda, lo que afea la ciudad.
- Existe demasiado comercio informal y callejero que congestiona las áreas publicas e incomoda al turista.

- No existe una terminal de transporte , muchos de las empresas que prestan el servicio de transporte han tomado alrededor de seis manzanas muy serca del área turística, lo que provoca la congestión vehicular, la adecuación de vivienda familiar en oficinas y la llegada de negocios no muy adecuados al sector como cantinas y casa de citas lo que afea la ciudad y la hace lucir desorganizada.
- No existe un plan publicitario que permita posicionar a Buga como destino de recreación y cultura, lo que ayuda a mermar las potencialidades antes mencionadas.
- No existen paquetes turísticos en las agencias de viajes que promocionen las ventajas turísticas de Buga.
- Falta de construcción de complejos vacacionales que ofrezcan atractivos para los visitantes de la ciudad.

- No hay señalización ni guías de los sitios históricos de la ciudad, no existen placas en la mayoría de los monumentos que cuenten la historia e importancia de los sitios.
- No hay interés en promocionar el ecoturismo de Buga , pues las zonas son tan desconocidas tanto para los habitantes de la ciudad como para los turistas, no se tiene en cuenta las tendencias mundiales del turismo, donde la interacción con la naturaleza es una de las potencialidades mas utilizadas como atractivo turístico.

## 8. CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE BUGA

Para este análisis se tomo un estudio de la Cámara de Comercio de Buga sobre las características de los consumidores en el año 2005 y se hace énfasis en la importancia de tener en cuenta tanto a la población residente en Buga como a la población visitante, ya que la integración de estos determina el conjunto de consumidores de los establecimientos comerciales de Buga .

Cabe aclarar que en los puntos anteriormente desarrollados se tienen datos claves sobre los visitantes de la ciudad de Buga para lo cual solo hemos tomado algunos consolidados arrojados en dichos puntos para este análisis.

**Análisis Demográfico Por Barrios.** La población en Buga esta organizada por 6 comunas, representando los 40 barrios que existen. La estratificación de estos va de 1-4.

Según el DANE, la población predominante se encuentran en los estratos 2 y 3 con ingresos aproximados de dos salarios mínimos legales vigentes , conformando

familias de alrededor de cuatro personas , donde dos de ellos son considerados trabajadores activos con vínculos laborales estables.

La ciudad de Buga , debido a su tamaño y cercanía a los acueductos y plantas eléctricas no requiere de un gran gasto en servicios públicos por parte de sus habitantes , su ubicación como centro circular del Valle del Cauca y paso obligado del transporte desde y hacia Buenaventura le pone en una situación privilegiada en el comercio pues puede conseguirse artículos de alta calidad a bajo precio, los gastos de arrendamiento con respecto a los ingresos promedio de un habitante no supera el 25% dado que la mayoría de propiedades se encuentran en los estratos 2 y 3 . Los gastos de recreación mensual no superan aproximadamente el 15% por grupo familiar ,estos porcentajes han sido consolidados por el DANE según el inventario realizado al sector comercial , conformado sobre todo por restaurantes ,pues es muy poca la presencia de establecimientos nocturnos que funcionen para la población joven.

**Tabla 21. Análisis Demográfico Por Barrios**

<b>COMUNA 4</b>			
Código	Barrio y Urbanización	Población	Estrato Predominante
401	Barr. Ricaurte	822	2 3
402	Barr. Jose Maria Cabal	8.855	2 3 4
403	Barr. La Merced	1.476	2 3
404	Barr. Los Angeles	1.660	3
405	Barr. Aures	2.295	3
406	Urb. Prados de La Julia	418	4
407	Urb. Prados del Sur	566	3
408	Urb. Portales del Río	465	4
409	Urb. Santa Rita	602	3
TOTAL COMUNA 4		17.159	
<b>COMUNA 5</b>			
Código	Barrio y Urbanización	Población	Estrato Predominante
501	Barr. La Ventura	1.765	3
502	Barr. Popular	2.903	2 3
503	Barr. Maria luisa de la Espada	3.325	2 3
504	Barr. Jorge Eliecer Gaitan	2.471	1
505	Barr. El Jardín	2.426	2
506	Barr. La Honda	4.482	1
507	Barrio San Marino	910	2
508	Urb. Caracoli	1.181	2
509	Urb. Los Rosales	1.270	1
510	Urb. El Eden	834	1
511	Urb. Balboa	2.675	1
512	Urb. Ciudadela Comfenaico	381	3
513	Urb. Briñas del Norte	124	3
TOTAL COMUNA 5		24.747	
<b>COMUNA 6</b>			
Código	Barrio y Urbanización	Población	Estrato Predominante
601	Barr. El Carmelo	2.822	4
602	Barr. Stambul	710	4
603	Barr. El Albergue	4.111	3 4 5 6
TOTAL COMUNA 6		7.643	

ALCALDIA DE GUADALAJARA DE BUGA. Plan municipal de ordenamiento territorial: Consideración del turismo como estrategia comercial de posicionamiento de Guadalajara de Buga. Volumen 6 capitulo 33 de la ley 338 de 1997 Junio 8-2000. 198 p.

### 8.1.A QUIEN VENDEN LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE BUGA ?

Esta información fue consolidada gracias a las encuestas realizadas a 125 establecimientos comerciales de Buga, lo que permite establecer algunas conclusiones sobre los clientes del comercio de la ciudad.

Para conocer si el comercio de Buga vienen consumidores de municipios, corregimientos o veredas, aledaños, se indago a través de las encuestas realizadas a los comerciantes sobre la procedencia de los compradores de sus productos , sin embargo podemos concluir según el resultado de las mismas que el 43% dijo tener clientes de otras partes, el 45% dijo que no los tiene y el 12.5 % no sabe de donde provienen sus clientes.

**Tabla 22. A QUIEN VENDEN LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE BUGA ?**

<b>No. Establec</b>	<b>SUBSECTOR COMERCIAL</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>NO SABE</b>
34	Com. al menor de alimentos y bebidas	17	17	0
49	Comercio al detal de prendas de vestir y calzado	25	17	7
14	Comercio al por menor de muebles y accesorios para el	6	7	1

	hogar			
10	Comer. al menor de artículos de ferretería y eléctricos	5	5	0
18	Comercio al menor de diversos	1	10	7
<b>125</b>	<b>TOTALES</b>	<b>54</b>	<b>56</b>	<b>15</b>
		43%	45%	12%
125				

DIRECCION NACIONAL DEL TURISMO. La ley de turismo dentro del contexto de la estrategia de competitividad y desarrollo del sector: Síntesis de la encuesta al comercio.1 ed. Guadalajara de Buga: Septiembre 2004, 98 p.

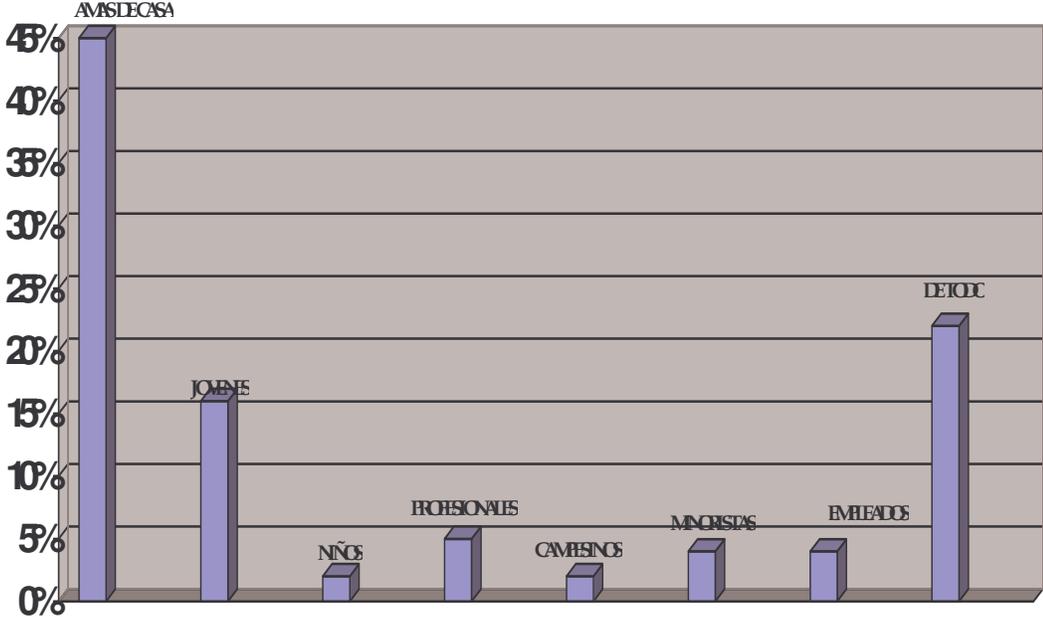
Obsérvese que a Buga, vienen de otras partes a comprar principalmente prendas de vestir. El sector alimentos y bebidas también es muy alto, toda vez que viene diariamente mucho peregrino a la Basílica de los Milagros y el comercio al por menor de ferretería y eléctricos también es muy parejo con los clientes de Buga por que en las veredas y corregimientos casi no se consigue ese tipo de mercancías.

## 8.2. ¿QUIÉNES SON LOS CLIENTES?

Según el DANE el 45% de las personas que compran en Buga son las amas de casa, pues son ellas las que visitan los establecimientos de prendas de vestir y las que compran sus remesas, están pendientes de los mejores precios y dedican

tiempo a las alternativas favorables de compra. Los jóvenes también compran prendas de vestir el porcentaje es del 16%, ellos siempre están pendientes de la moda. El 22% corresponde a todo tipo de personas son entre otras, empleados, turistas, deportistas, etc.

**Ilustración 8. ¿QUIÉNES SON LOS CLIENTES?**

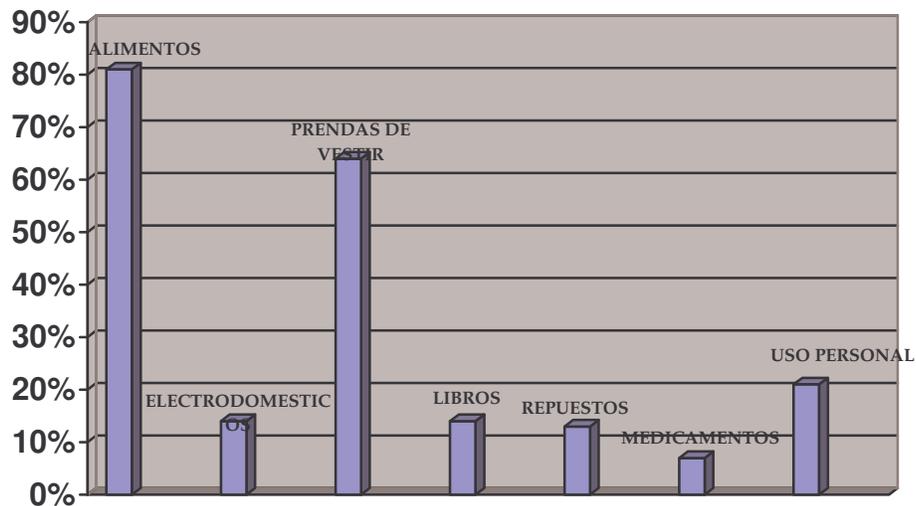


Fuente: DIRECCION NACIONAL DEL TURISMO. La ley de turismo dentro del contexto de la estrategia de competitividad y desarrollo del sector: Síntesis de la encuesta al comercio.1 ed. Guadalajara de Buga: Septiembre 2004, 98 p.

### 8.3. PRODUCTOS QUE MAS COMPRAN LOS CONSUMIDORES EN BUGA

En esta gráfica podemos observar que el consumo de alimentos es muy fuerte dada la composición comercial de la ciudad, según las estadísticas del DANE, muchos de los visitantes demoran alrededor de 5 a 7 horas en la ciudad , la gran mayoría de ellos son peregrinos que llegan a la ciudad en las horas de la mañana y se quedan hasta al medio día donde tiempo en el cual se consumen refrigerios y almuerzos , sin embargo los habitantes de la ciudad destinan gran parte de sus gastos al consumo de víveres y a productos de uso personal.

**Ilustración 9. PRODUCTOS QUE MAS COMPRAN LOS CONSUMIDORES EN BUGA**



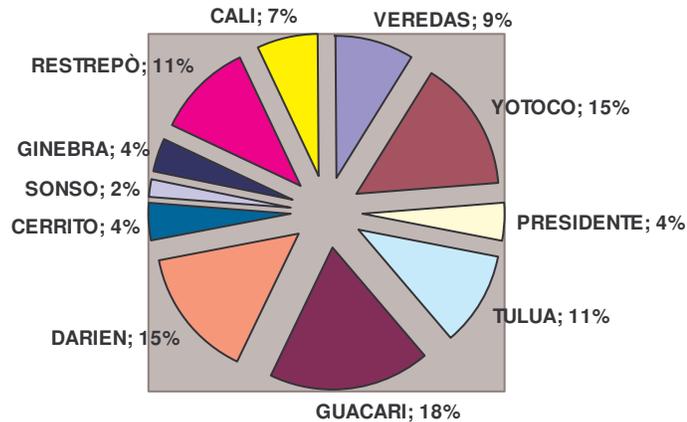
DIRECCION NACIONAL DEL TURISMO. La ley de turismo dentro del contexto de la estrategia de competitividad y desarrollo del sector: Síntesis de la encuesta al comercio.1 ed. Guadalajara de Buga: Septiembre 2004, 98 p.

#### **8.4. LUGAR DE PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES DE BUGA**

Según las encuestas realizadas por el DANE, la procedencia de los compradores que llegan a la ciudad son los lugares aledaños a Buga, en la gráfica se puede observar que con un porcentaje mayor aparece Guacari con el 18%, seguido de Yotoco y Darién con el 15%, le sigue Restrepo y Tulua, todos estos sitios con características de desarrollo económico similares , sin grandes cambios en su estructura comercial o pocas construcciones de centros comerciales.

Caso contrario sucede con la ciudad de Cali, donde el visitante cuenta en su ciudad con grandes centros comerciales que le brindan un sin numero de ofertas a buenos precios, motivo por el cual este tipo de consumidores no es muy dado a comprar en Buga .

**Ilustración 10. LUGAR DE PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES DE BUGA**



DIRECCION NACIONAL DEL TURISMO. La ley de turismo dentro del contexto de la estrategia de competitividad y desarrollo del sector: Síntesis de la encuesta al comercio.1 ed. Guadalajara de Buga: Septiembre 2004, 98 p.

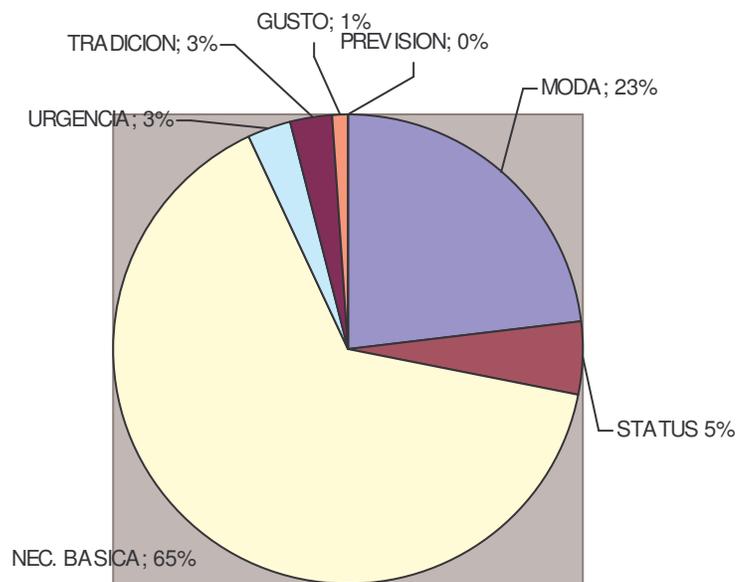
### **8.5. POR QUE MOTIVO COMPRAN LOS HABITANTES DE BUGA?**

Como podemos observar según la información entregada por el DANE la mayoría de los consumidores del comercio de Buga son los residentes de la ciudad , lo que demuestra que destinan la mayoría de sus ingresos en cubrir necesidades básicas como, alimentación, arriendo y servicios públicos etc.

En segundo renglón podemos también observar que 23% de los consumidores compran por moda, este porcentaje esta representado por las ciudades aledañas como El Darien, Guacari , Yotoco y la población de Buga.

En tercer lugar con un porcentaje del 5% esta el consumo por motivo de estatus que corresponde sobre todo según datos del DANE a los habitantes de estratos 4 y habitantes procedentes de Cali . Se aclara que el consumidor que viene de Cali son visitantes que adquieren reliquias y consumen alimentos y bebidas.

**Ilustración 11. POR QUE MOTIVO COMPRAN LOS HABITANTES DE BUGA?**



DIRECCION NACIONAL DEL TURISMO. La ley de turismo dentro del contexto de la estrategia de competitividad y desarrollo del sector: Síntesis de la encuesta al comercio.1 ed. Guadalajara de Buga: Septiembre 2004, 98 p.

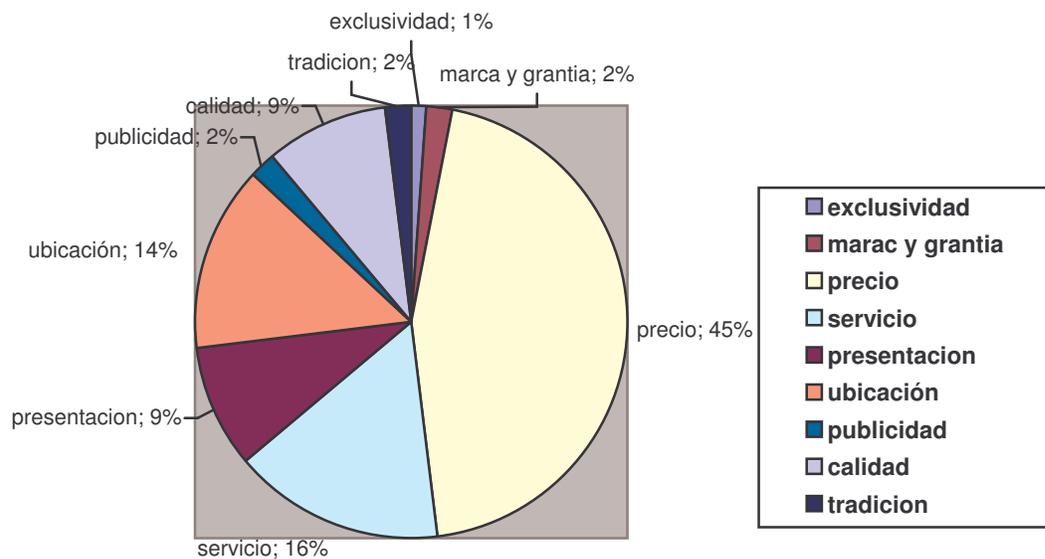
## **8.6. DETERMINANTES DE LA COMPRA**

Según la información del DANE los determinantes de la compra mas fuertes son el precio y la calidad del servicio, seguido de la ubicación, presentación y exclusividad, se puede concluir nuevamente la ventaja que Buga tiene al ser un receptor de transito de mercancías extranjeras y de exportación que llegan a la ciudad , ventajas presentes en el precio y en la exclusividad de los productos.

Los clientes tienen sus razones para comprar en determinados establecimientos comerciales.

El 45% de los clientes se preocupan por los precios económicos, factor que predomina en todos los subsectores del comercio, en segundo lugar el 16% busca un buen servicio, en este concepto predominan los del comercio de prendas de vestir y calzado, el 14% compran de acuerdo a la ubicación del establecimiento comercial, como son los establecimientos de alimentos y bebidas y el comercio al por menor de diversos otros clientes buscan calidad y les interesa la presentación del producto, cada uno representa un 9%.

## Ilustración 12. Determinantes De La Compra



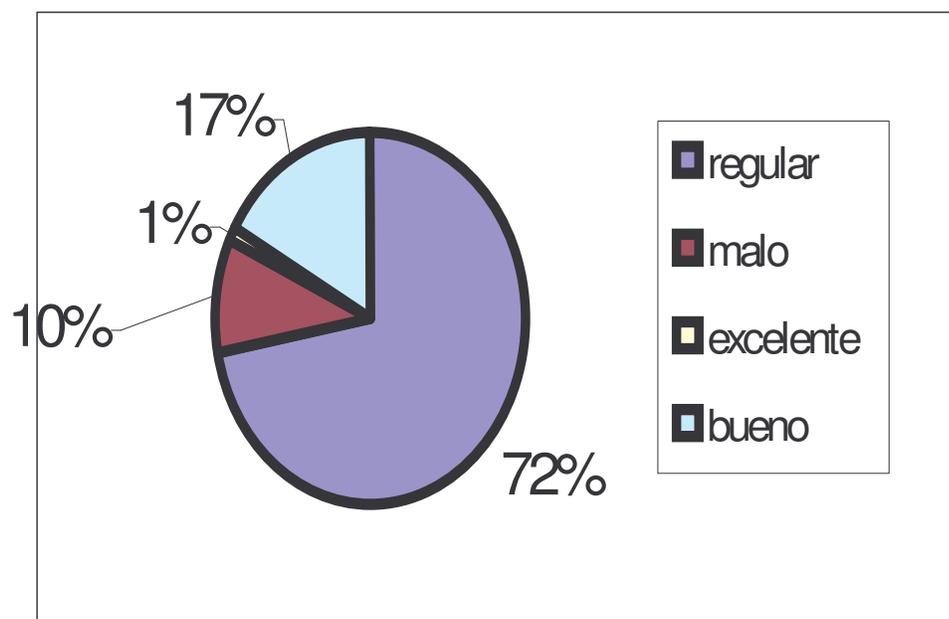
DIRECCION NACIONAL DEL TURISMO. La ley de turismo dentro del contexto de la estrategia de competitividad y desarrollo del sector: Síntesis de la encuesta al comercio.1 ed. Guadalajara de Buga: Septiembre 2004, 98 p.

### 8.7. OPINIÓN DE LOS CONSUMIDORES SOBRE EL COMERCIO DE BUGA

A pesar de los grandes esfuerzos realizados por la Cámara de Comercio y los comerciantes de Buga por embellecer los establecimientos y dar capacitación a sus habitantes en el buen trato al turista, el 72% de los consumidores opina que el comercio de Buga es regular debido a la desorganización del mismo dado que

este ha ido tomando espacio urbano de zonas antes limitadas a vivienda familiar, muchos de los restaurantes son de tipo casero y es escasa la presencia de almacenes de marca o franquicias ya reconocidas entre el gusto de la gente.

**Ilustración 13. Opinión De Los Consumidores Sobre El Comercio De Buga**



DIRECCION NACIONAL DEL TURISMO. La ley de turismo dentro del contexto de la estrategia de competitividad y desarrollo del sector: Síntesis de la encuesta al comercio.1 ed. Guadalajara de Buga: Septiembre 2004, 98 p.

## **9. ANÁLISIS DE LAS VENTAJAS DE CONSTRUIR UN CENTRO COMERCIAL EN LA CIUDAD DE GUADALAJARA DE BUGA.**

Aunque no es objeto de esta investigación, es importante resaltar que la ciudad de Buga no posee sitios o centros comerciales de altos atractivos, las tendencias del comercio se dirigen principalmente a la preferencia de los consumidores por sitios que ofrezcan variedad de productos y marcas internacionales, además que se alterne con actividades de recreación y cultura que le permitan al visitante pasar un rato agradable en un lugar donde pueda encontrar todos los servicios que necesita.

Según la investigación realizada los centros comerciales que hay en la ciudad, se caracterizaron por ser de dos plantas, la segunda planta destinada generalmente a oficinas, y que por ende no posee buen flujo de personas.

Por otro lado, otra de las características que se nota, es la poca afluencia de personas a este tipo de centros comerciales con arquitectura moderna pero poco convencional, con espacio cerrados y angostos que no estimulan la permanencia .

Como es típico en ciudades de clima cálido, las horas picos o al medio día suele no tener gran movimiento , y a esto no es ajeno el comercio, pues es muy

frecuente encontrar el cierre de los negocios a ciertas horas. Para un turista de grandes ciudades la única alternativa es quedarse en los parques de la ciudad, pues los centros comerciales cierran sus puertas y con ellos los restaurantes ubicados en sus instalaciones.

Gracias a estas fallencias, y a la necesidad de crear espacios del esparcimiento, es que nace la idea a la Empresa Interbanca de Colombia S.A. de construir un centro comercial acorde con las tendencias del mercado. Esta investigación sobre la Ciudad de Buga sirvió como aporte en la toma de decisiones por parte de estos inversionistas para construir o no este complejo comercial.

Bajo el concepto de ciudad turística, la Empresa Interbanca , diseño el Centro Comercial Guadalajara de Buga, el cual sería construido en un lote de aproximadamente 7800 metros cuadrados, el cual contaría con zonas de comercio, comidas y de recreación.

**Ilustración 14. Diseño Centro Comercial Guadalajara de Buga.1**

**Diseño arquitectónico: Rodrigo Tazcon y Juan Carlos Ponce de León .**



**Ilustración 15. Diseño Centro Comercial Guadalajara de Buga.2**



Estudios de mercado realizados, indican que los jóvenes de hoy invierten mucho mas dinero en el consumo de bebidas, alimentos, rumba, concierto, música, cine, deportes y todo lo que implique la diversión.

Es por ello que los nuevos escenarios del comercio tendrán mucha mas oferta de actividades para realizar en familia, de tal manera que se conviertan en el lugar ideal, para el paseo dominguero.

Además de la investigación sobre el sector turístico de Buga se realizaron otras investigaciones a diferentes centros comerciales de ciudades intermedias y de ciudades como Cali y Bogotá, para las que resaltan sitios como Unicentro, Centro Comercial Chipichape, Bima, salitre plaza, la herradura en Tulua y el centro comercial el Tesoro en Medellín.

Sin embargo dados los resultados de la investigación se pudo establecer los aspectos positivos y negativos del comercio en Buga.

#### **ASPECTOS POSITIVOS DE LA CIUDAD :**

- Significativa participación del sector turístico en la economía local
- Afluencia Turística de todo Colombia y de países extranjeros alrededor de 3 millones de turistas.

- Clima Cálido y atractivos ecoturísticos e históricos
- Cercanía al puerto de Buenaventura y cuenca del Pacífico
- Buena calidad de Vida
- Zonas no muy afectada por la violencia del país

#### **DEBILIDADES DE LA CIUDAD :**

- Invasión del espacio público por parte de comerciantes ilegales
- Comercio Informal, proveniente de la China
- Falta de terminal de transporte
- Competencia desleal
- Deficiente sistema de comercialización
- Bajo costo de los locales comerciales
- Son escasos los escenarios deportivos y parques
- No existen rampas especiales para personas con limitaciones
- Falta de arborización y de zonas verdes.

- Falta de información sobre otros atractivos turísticos y alternativas de diversión, esparcimiento y recreación se constituye una de las falencias más acentuadas al desaprovechar un mercado muy diverso que se encuentra insatisfecho.
- Pocos hoteles de gran reconocimiento.

### **9.1. ANÁLISIS DE VIABILIDAD DE LA CONSTRUCCIÓN DEL CENTRO COMERCIAL**

A pesar de la importancia del turismo en Buga y de su peso en el sector comercio, la construcción de un Centro Comercial con las características del Complejo Comercial de Guadalajara de Buga, no sería de consecuencias positivas en el corto plazo para la firma inversionista, debido a que según el estudio realizado la mayoría de los visitantes llegan a Buga en peregrinaciones a la Basílica del Señor de los Milagros, hay una cultura muy arraigada a las tradiciones religiosas, según el despacho de la Basílica del Señor de los Milagros, la mayoría de la población que hace este peregrinaje lo hace por solicitar favores o milagros, por lo que es fácil deducir que estas personas no se encontrarán con la disposición de viajar a Buga para realizar compras.

la mayoría de los turistas con ingresos superiores a tres salarios mínimos legales vigentes según el DANE que visitan la ciudad, pertenecen a ciudades como Bogotá, Cali y Medellín los cuales no representan mas del 30% de la población visitante, por lo tanto, y según el perfil de los comercios que se establecerían en este centro comercial, como por ejemplo Arturo Calle, Mac Donalds, Éxito, Estudio F, el publico objetivo no estaría acorde con los precios que estas firmas tienen establecidas en todo el país, teniendo en cuenta que Buga posee almacenes con productos a muy bajo costo y muchos de ellos derivados del comercio ilegal.

La mayoría de los visitantes hacen presencia en esta ciudad los fines de semana, lo cual deja prácticamente solo ocho días de 30 que tiene el mes para realizar la mayor cantidad de ventas , dejando demasiado tiempo sin movimiento económico al resto del comercio.

En la ciudad hay casas que se han convertido en locales comerciales para los cuales el precio de alquiler oscila alrededor de \$180.000 y \$200.000 pesos, la inversión requerida para construir el centro comercial determina un alquiler para un local de 5 metros de fondo por 6 metros de frente en un valor de \$1.500.000 pesos , casi siete veces la suma que paga los comerciantes residentes en Buga , margen que les deja una ventaja en la colocación de precios.

Por estas razones y gracias al apoyo de esta investigación el proyecto del Centro Comercial de Guadalajara de Buga , se realizara cuando la ciudad construya su terminal de transporte y el sector privado construya otros atractivos turísticos.

## **10. VALORACIÓN DE LOS RECURSOS CULTURALES TANGIBLES (CONSTRUIDOS)**

El proceso de valoración de los recursos culturales tangibles, tanto de patrimonio histórico como urbanístico y arquitectónico, indican la gran fortaleza del Municipio en esta materia, tanto por su cantidad como por su calidad. Además de edificaciones patrimoniales se incluyeron otras que, a pesar de no tener esta calidad, son recursos que por su uso o servicios que prestan, resultan atractivos a los turistas. El inventario adelantado incluye 55 atractivos, de los cuales, 23 tienen significado local, 17 regional, 14 nacional y 1 internacional, correspondiente este último a la Basílica del Señor de los Milagros.

### **10.1. VALORACIÓN DE LOS ATRACTIVOS**

Corresponde al registro ordenado de los factores físicos, naturales y construidos, así como las expresiones culturales intangibles, los cuales, poseen potencial como atractivos y que, debidamente integrados, constituyen la base para elaborar los productos turísticos de la región.

### 10.1.1. Criterios Para La Jerarquización Y Valoración De Los Atractivos

**Turísticos.** Con base en el inventario de los atractivos turísticos tanto histórico y arquitectónico y festividades y eventos, se procede a su valoración y jerarquización la cual permitirá establecer la trascendencia de cada uno de estos y su posible uso en el diseño de productos turísticos. En cada uno de los grupos se deben tener en cuenta los criterios de calidad y significado, teniendo en cuenta los siguientes aspectos: se toma de 1 hasta 5 para la valoración del estado de conservación, representatividad general y representatividad turística.

1= Excelente
2= muy bueno
3= Bueno
4= Regular
5= Malo o ninguna

Luego se jerarquizaran los recursos de mayor a menor puntaje.

Para la codificación se aplico la numeración propuesta por el Ministerio de Desarrollo Económico. Es importante recalcar que los recursos se valoran en su condición única sin tener en cuenta el entorno, condiciones de seguridad y otros aspectos externos.

- **Criterios de significado.** Local: **Grado de reconocimiento del atractivo dentro del área municipal. Máximo puntaje 1 mínimo 5.**
  
- **Regional:** Grado de reconocimiento del atractivo en un área de uno o más departamentos. Máximo puntaje 1 mínimo 5.
  
- **Nacional:** Grado de reconocimiento del atractivo dentro del país. Máximo puntaje 1 mínimo 5.
  
- **Internacional:** Grado de reconocimiento del atractivo en uno más países. Máximo puntaje 1 mínimo 5.

**Tabla 23. valoración del inventario cultural urbanístico y cultural de la Ciudad de Buga**

valoración del inventario cultural							
urbanístico y arquitectónico							
Bienes culturales tangibles	Centro histórico	Parque José María Cabal	Catedral de San Pedro	Vivienda de Luis Velázquez Rengifo	Portales de Fuenmayor	Palacio de justicia	Antigua Obra Pía
<b>Criterios de Calidad</b>							
Estado de Conservación	1	1	1	1	1	1	1
Representatividad general	1	1	1	1	1	1	1
Representatividad turística	1	1	1	1	1	1	1
<b>Criterios de Significado</b>							
Local							3
Regional				2	2		
Nacional	1	1	1			1	
Internacional							

**Tabla 24. valoración del inventario cultural urbanístico y cultural de la Ciudad de Buga**

valoración del inventario cultural					
urbanístico y arquitectónico					
Bienes culturales tangibles	Colegio san vicente	Iglesia San Francisco	Plazoleta de San Francisco	Antiguo Colegio Académico	Casa Cural
<b>Criterios de Calidad</b>					
Estado de Conservación	2	1	1	2	2
Representatividad general	2	2	2	2	2
Representatividad turística	3	2	2	3	3
<b>Criterios de Significado</b>					
Local	4				
Regional					1
Nacional		1	1	1	
Internacional					

**Tabla 25. valoración del inventario cultural urbanístico y cultural de la Ciudad de Buga**

urbanístico y arquitectónico					
Bienes culturales tangibles	Basilica del Señor de los Milagros	Torre de la Ermita	Casa Molina	Casa de la Antigua Obra Social	Avenida del Señor de los Milagros
<b>Criterios de Calidad</b>					
Estado de Conservación	1	2	3	3	4
Representatividad general	1	2	3	3	3
Representatividad turística	1	2	3	3	2
<b>Criterios de Significado</b>					
Local					
Regional		2	2	2	
Nacional					1
Internacional	1				

**Tabla 26. valoración del inventario cultural urbanístico y cultural de la Ciudad de Buga**

VALORACIÓN DEL INVENTARIO CULTURAL				
URBANÍSTICO Y ARQUITECTÓNICO				
Bienes culturales tangibles	Edificio de la Alcaldía	Casa de Academia de Historia	Casa de la Cultura	Antiguo Colegio José María Cabal
<b>Criterios de Calidad</b>				
Estado de Conservación	1	1	2	3
Representatividad general	1	3	2	3
Representatividad turística	2	3	3	4
<b>Criterios de Significado</b>				
Local			4	4
Regional	3			
Nacional		1		
Internacional				

**Tabla 27. valoración del inventario cultural urbanístico y cultural de la Ciudad de Buga**

<b>VALORACIÓN DEL INVENTARIO CULTURAL</b>				
<b>URBANÍSTICO Y ARQUITECTÓNICO</b>				
<b>Bienes culturales tangibles</b>	<b>Casa Museo Cornelio Hispano</b>	<b>Vivienda de la familia Perez</b>	<b>Vivienda de la familia Salcedo Materón</b>	<b>Iglesia de la Merced</b>
<b>Criterios de Calidad</b>				
Estado de Conservación	1	2	2	2
Representatividad general	2	3	3	2
Representatividad turística	3	4	4	2
<b>Criterios de Significado</b>				
Local	4	4	4	4
Regional				
Nacional				
Internacional				

**Tabla 28. valoración del inventario cultural urbanístico y cultural de la Ciudad de Buga**

<b>VALORACIÓN DEL INVENTARIO CULTURAL</b>			
<b>URBANÍSTICO Y ARQUITECTÓNICO</b>			
<b>Bienes culturales tangibles</b>	<b>Estación del Ferrocarril</b>	<b>Patinodromo Municipal</b>	<b>Edificio del Castillo</b>
<b>Criterios de Calidad</b>			
Estado de Conservación	1	2	2
Representatividad general	1	2	2
Representatividad turística	1	4	2
<b>Criterios de Significado</b>			
Local			3
Regional	2	3	
Nacional			
Internacional			

**Tabla 29. valoración del inventario cultural urbanístico y cultural de la Ciudad de Buga**

VALORACIÓN DEL INVENTARIO CULTURAL				
URBANÍSTICO Y ARQUITECTÓNICO				
Bienes culturales tangibles	El convento de las Veladoras	Hacienda Julia	Hacienda El Pilar	Instituto de Piscicultura tropical
<b>Criterios de Calidad</b>				
Estado de Conservación	1	1	1	2
Representatividad general	2	4	3	4
Representatividad turística	3	4	4	4
<b>Criterios de Significado</b>				
Local	4	4	4	
Regional				3
Nacional				
Internacional				

**Tabla 30. valoración del inventario cultural urbanístico y cultural de la Ciudad de Buga**

VALORACIÓN DEL INVENTARIO CULTURAL				
URBANÍSTICO Y ARQUITECTÓNICO				
Bienes culturales tangibles	Coliseo de Ferias Camilo J. Cabal	Edificio El Café	Centro Comercial Pomona	Centro Comercial María Fernanda
<b>Criterios de Calidad</b>				
Estado de Conservación	2	1	1	1
Representatividad general	2	2	2	2
Representatividad turística	3	3	3	3
<b>Criterios de Significado</b>				
Local		3	3	3
Regional				
Nacional	1			
Internacional				

**Tabla 31. síntesis de significado de recursos culturales tangibles de la Ciudad de Buga**

<b>Significado</b>	<b>Cantidad</b>
Local	23
Regional	17
Nacional	14
Internacional	1
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>

La valoración permite identificar grupos de recursos con elementos comunes de relación. El grupo de los más sobresalientes es encabezado por la Basílica del Señor de los Milagros como atractivo de óptima calidad y significado internacional. Posteriormente se encuentran los atractivos que constituyen patrimonio histórico, que poseen sobresalientes cualidades arquitectónicas, que se encuentran bien conservados y que son parte importante de la historia regional y nacional. Entre estos se encuentran la Catedral de San Pedro, la Iglesia de San Francisco, el Hotel Guadalajara, el Hostal del Regidor, el Faro Alejandro Cabal Pombo, el Centro Histórico como conjunto urbanístico y el Museo del Señor de los Milagros entre otros.

Posteriormente, se ubican recursos que, a parte sus valores arquitectónicos y espaciales, su importancia se asocia principalmente a lo regional. Hacen parte de

este paquete el edificio de Los Portales de Fuen mayor, la Iglesia Santo Domingo, la Torre de la Ermita, el Antiguo Colegio Académico, el Edificio de la Alcaldía Municipal, el Centro de Historia y el Parque Bolívar. En este mismo paquete se incluye la Avenida del Señor de los Milagros que requieren acciones de mejoramiento en su conformación.

En el tercer paquete se encuentran contenidos un grupo de equipamientos singulares por su uso y finalidad y que sirven de escenario a actividades específicas (Escenarios deportivos del IMDER), o actividades que restringen considerablemente su apropiación turística (Casa de Luis Velázquez Rengifo y la Casa Cural). Adicionalmente, están recursos que han sufrido transformaciones importantes en su configuración arquitectónica (Casa Molina y Casa de la Antigua Obra Social) o que requieren procesos de recuperación formal (Puente de la Libertad) o de recuperación en su estabilidad constructiva y valores arquitectónicos (Estación del Ferrocarril y Teatro Municipal). Además se encuentra la plazoleta de Santo Domingo y la Iglesia de la Merced, que tiene un significado principalmente local.

En un cuarto grupo se localizan aquellos, que a pesar de no encontrarse dentro del inventario de patrimonio histórico o arquitectónico, su importancia se asocia a los servicios que ofrece y a la posibilidad de apropiación espontánea por parte de

los visitantes (Centros Comerciales Pomona y María Fernanda, el Almacén Carulla y el Edificio El Café). Se encuentran también instalaciones que cuentan con un gran potencial turístico (Instituto de Piscicultura Tropical y la edificación conocida como El Castillo). Complementan este grupo, tres edificaciones de usos institucionales relacionados con las actividades religiosas y que contribuyen de manera fundamental para configurar un entorno urbanístico valioso (Convento de las Veladoras, los Colegios San Vicente y Santa Mariana), además de dos construcciones de gran valor patrimonial e histórica que albergan usos culturales (Casa Cornelio Hispano y Casa de la Cultura).

Finalmente, aparecen dos zonas públicas de gran potencial paisajística y urbanística que requieren adecuaciones en su configuración espacial para integrarse a la estructura de parques urbanos (Parque de las Veladoras y Parque lineal del Río Guadalajara).

En un último grupo se encuentra las viviendas de la familia Pérez, y familia Salcedo Materno, además del conjunto arquitectónico Galicia y Granada, casas de habitación. Estas tienen significativos valores históricos pero su conocimiento se restringe de manera importante por su propia naturaleza de casas de habitación. Se complementa este grupo con las construcciones del Cementerio Central, las galerías Central y Satélite y el antiguo Colegio José María Cabal, las cuales

resultan interesantes arquitectónicamente pero que se encuentran relativamente deterioradas o su uso no es compatible con las actividades turísticas. Se cierra este grupo con el Gimnasio Central del Valle y la Antigua Obra Pía, como elementos que contribuyen a la configuración de entornos urbanísticos valiosos.

**Tabla 32. Jerarquización de los recursos culturales tangibles o construidos**

<b>Recurso</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>
Basílica del Señor de los Milagros	1 *
Catedral de San Pedro	2
Iglesia San Francisco	2
Plazoleta de San Francisco	2
Hotel Guadalajara	2
Hostal el Regidor	2
Faro Alejandro Cabal Pombo	2
Centro histórico	3
Museo del Señor de los Milagros	3
Plazoleta de Lourdes	3
Parque José María Cabal	3
Palacio de justicia	3
Coliseo de Ferias Camilo J. Cabal	4
Avenida del Señor de los Milagros	4
Portales de FuenMayor	5
Iglesia de Santo Domingo	5
Antiguo Colegio Académico	5

Casa de Academia de Historia	5
Parque Bolívar	6 ***
Torre de la Ermita	6
Edificio de la Alcaldía	6
Instalaciones deportivas del Inder	7
El patinodromo Municipal	7
Vivienda de Luis Velásquez Rengifo	7
Plazoleta de Santo Domingo	7
Casa Cural	8
Puente de la Libertad	8
Casa Molina	9
Casa de la Antigua Obra Social	9
Estación del Ferrocarril	10
Teatro Municipal	10
Iglesia de la Merced	11***
Centro Comercial Pomona	11
Carulla	12
Edificio El Café	12
Centro Comercial María Fernanda	12
Instituto de Piscicultura tropical	12
El Parque Lineal del Río Guadalajara	13
El convento de las Veladoras	13
Casa Museo Cornelio Hispano (Cenvoc)	13
Casa de la Cultura	13

Edificio del Castillo	13
Parque de las Veladoras	14
Colegio San Vicente	14
Colegio Santa Mariana de Jesús	14
Hacienda El Pilar	15
Las viviendas Galicia y Granada	15
Gimnasio Central del Valle	15
Antigua Obra Pía	15
Hacienda La Julia	16 ****
Vivienda de la familia Salcedo Materón	16
Vivienda de la familia Pérez	16
Galería Central	16
Cementerio Central	17
Edificio de la Galería Satélite	17
Antiguo Colegio José María Cabal	17

1 - 5 muy significativo \*  
6 - 10 significativo\*\*  
11- 15 medianamente significativo\*\*\*  
16 -17 poco significativo\*\*\*\*

Los diferentes recursos asociados al patrimonio histórico, urbanístico o arquitectónico, además de tener valores y atractivos importantes en sí mismas, constituyen el contexto espacial del centro histórico como unidad urbanística homogénea, el cual, además de configurarse como hecho físico espacial,

incorpora variables intangibles de significado que soportan y dan continuidad a los valores culturales y tradicionales característicos de Buga.

Este centro histórico debe ser visto como un órgano urbano complejo, por que en él se articulan la mayoría de los procesos de la dinámica urbana y la vida ciudadana, dando lugar a toda serie de problemáticas como son los procesos de invasión del espacio público, la desorganización del tránsito, el deterioro de algunas zonas y edificaciones, la dificultad de acceso a una oferta comercial amplia, el déficit de parqueaderos, la falta de señalización, adecuación y equipamiento, lo cual no permite un adecuado aprovechamiento turístico.

### 10.1.2 Síntesis de la Valoración de las Festividades y Eventos.

Teniendo en cuenta la centralidad de Buga respecto de una subregión compuesta por varios Municipios en los cuales se desarrollan diversidad de actividades de interés turístico, además de su desarrollo en materia de planta turística que le permite dar soporte a las demandas para alojamiento y demás servicios necesarios para el desarrollo de dichas actividades, se incluye una valoración de los eventos más importantes que se realizan en los Municipios que comprenden el denominado círculo metropolitano turístico de Buga. Para esto se aplican los mismos criterios anotados anteriormente.

La valoración incorpora los eventos y festividades que se han institucionalizado y se cumplen tradicionalmente año por año. Los resultados indican la existencia de 14 grandes eventos que estructuran el calendario anual más las fiestas Rogativas del Señor de los Milagros que se realiza cada siete años, para un total de 15. de estos, 2 son de carácter internacional (Semana Santa y Rogativas), 2 de carácter nacional, 7 de carácter regional y 4 locales.

**Tabla 33. Síntesis del significado de festividades y eventos**

Significado	Cantidad
Local	4
Regional	2

Nacional	8
Internacional	2
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>

Sin duda alguna, las festividades religiosas en torno al Santuario del Señor de los Milagros constituyen el puntal fundamental del calendario, seguido de la Exposición Agropecuaria Nacional, el Festival de Coros Nacionales - Corpacoros, el Desfile de Reinas de Belleza en el Hotel Guadalajara, Festibuga, la Exposición Nacional de Orquidología, el Encuentro Nacional e Internacional de Contadores de Historias y Leyendas y la Maratón Radio Guadalajara, todos estos con un significativo carácter nacional.

En un segundo grupo de eventos con cobertura de carácter regional, se encuentran la Muestra Artesanal del Valle del Cauca y el Festival Departamental Estudiantil de Interpretes de la Canción. Finalmente, con un sentido más local, se ubican el Festival del Mecato, el Festival de artesanías, el Alumbrado Navideño y el Festival de Cometas.

Aunque el calendario abarca diversidad de eventos, de tipo religioso, de carácter cultural, artísticos, temáticos y especializados, de diversión popular, deportivos y de tradiciones, se requiere adelantar acciones de fortalecimiento de los mismos,

con el fin de potenciarlos y ampliar su convocatoria o para recuperar el posicionamiento que alguna vez tuvieron, como en el caso de Festibuga.

**Tabla 34. Jerarquización de las festividades y eventos de Buga**

<b>Recurso</b>	<b>Puntaje</b>
Rogativas del Señor de los Milagros	1
Semana Santa	1
Fiestas anuales del Señor de los Milagros	2
Exposición Agropecuaria Nacional	2
Festival de Coros Nacionales	2
Desfile Anual de las finalistas del Reinado Nacional de la Belleza	3
Festibuga	3
Exposición Nacional de Orquidología	3
Encuentro Nacional e Internacional de Contadores de Historias y Leyendas	4
Maratón río Guadalajara	4
Muestra Artesanal del Valle del Cauca	5
Festival Departamental Estudiantil de Interpretes de la Canción	5
Festival del Mecato	6
Festival de Artesanías	6

Alumbrado Navideño	7
Festival de Cometas	7

## **11. ATRACTIVOS RURALES DE BUGA**

Buga posee un clima cálido , rodeada de una variada vegetación donde la Ciudad se encuentra cerca de la Cuenca del Río Guadalajara el cual se localiza en la zona central del Departamento del Valle del Cauca, sobre la margen oriental del río Cauca.

Limita al occidente con el río Cauca, al oriente y el norte con las cuencas Tuluá Morales y al Sur con las cuencas Sonso Guabas Sabaletas y su extensión total es de 58.010 hectáreas.

El Río Guadalajara, nace al oriente de la ciudad en la parte media de la Cordillera Central, en la confluencia de varias quebradas. De ellas las más importantes son: Los Indios, La Sonadora y los Alpes ubicadas a una altura de 2.850 m.s.n.m. La cuenca geográfica tiene una extensión de 13.500 hectáreas y el recorrido del río es de aproximadamente 36Km. El río desemboca al occidente la ciudad en el Río Cauca.

**FLORA Y FAUNA.** La variedad de pisos altitudinales y de ambientes presentes en la zona, hacen que su flora y fauna asociadas sean relativamente diversos.

**FLORA.** En las cuencas se presentan algunos relictos de bosques en buen estado de conservación, una pequeña porción de formaciones paramunas y múltiples parches de rastrojo alto, algunos en recuperación y dispersos por todo el territorio.

**FAUNA.** La pérdida de bosques y la cacería indiscriminada son los principales factores sobre el recurso fauna en la región. En muestreos realizados se encontraron 27 especies de aves. Las más representativas son: La garza del ganado, tocarza nagüiblanca, torcaza común, periquito, etc

Sin embargo la ciudad carece de excursionistas hábiles en la exploración de estos tipos de paisajes, por lo que no es muy normal que este sitio sea incluido dentro de los paquetes turísticos.

**Sector Ecoturístico Parque Natural Páramo de las Hermosas.** El Parque se encuentra sobre la Cordillera Central, en los departamentos del Valle del Cauca y

Tolima. Hace parte de los Municipios de Palmira, Tuluá, Buga, El Cerrito y Pradera en el Valle y de los Municipios de Chaparral y Río Blanco en el Tolima.

El Cañón de las Hermosas es uno de los parques más sobresalientes ubicados al sur del departamento del Tolima. Aquí podemos encontrar una gran variedad de fauna y flora, sitios de interés para los visitantes y encontrar las lagunas de Las Mellizas, Santa Teresa, Las Truchas, La Rusia.

Tiene un área de 150.000 hectáreas y una temperatura de 24°C en las zonas más bajas de la vertiente oriental del parque y 4°C en las cimas. Para ingresar al parque lo pueden hacer por la vía Bogotá-Cali que dura aproximadamente 10 horas. Conservado para la protección de los recursos naturales posee variedad de especies nativas de la flora (bosques) y fauna (mamíferos como el oso de anteojos, venados, conejos, etc.) numerosas especies de aves y una abundante y variada pesca.

Para las personas que quieren visitar el Parque, desafortunadamente no cuenta con infraestructura, sin embargo para grupos pequeños de máximo 8 personas, hay posibilidad de hospedarse en el corregimiento de Santa Lucía, municipio de Tuluá, en la Sede Operativa del parque. Para dicho alojamiento se debe consultar

directamente con el Jefe del Parque con anterioridad. Se puede acampar, pero de manera muy rústica. En las poblaciones al rededor como Santa Lucía.

**Jardín Botánico El Vinculo.** Se encuentra ubicado al sur de la ciudad de Buga, en las estribaciones de la Cordillera Central. Centro de investigación forestal desde cuyos terrenos se observa la extensa y bella Laguna de Sonso.

La Estación biológica, pertenece al INCIVA (Gobernación del Valle), su ubicación exacta Km. 3 de la Vía Panorama. Los Jardines Botánicos, son centros de investigación y de conservación de la flora, dedicados al estudio de la evolución de las plantas, Los viveros al aire libre y de clima cálido, el Herbario, para plantas medicinales de tierra, la Rocalla, para la plantación de cactus y flora formada en las rupturas de las cordilleras.

Esta institución estableció, hace cinco años, un programa de zootecnia. Pese a todas las previsiones adoptadas por los expertos, no fue posible lograr que los Chigüiros se reprodujeran. Virtualmente extinguido en el Valle del Cauca el chigüiro, un animal nativo de Sur América, ha comenzado a resucitar, y ello gracias a un programa desarrollado por dos zootecnistas Vallecaucanos.

Las visitas pueden hacerlas de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 12:00 m y de 2:00 a.m. a 5:00 p.m. lo que limita las visitas de los turistas los fines de semana.

**Laguna de Sonso o del Chircal.** Ecosistema lagunar de mayor extensión en el Valle Geográfico del Río Cauca. Localizada al occidente de la ciudad, al lado de la carretera "BUGA - MADROÑAL - BUENAVENTURA" y a la margen derecha del río Cauca, entre los Municipios de Buga, Yotoco y Guacarí. Tiene una extensión de 2.045 hectáreas, de las cuales 745 corresponden a la Zona Lagunar y 1.300 a la Zona Amortiguadora.

Está declarada Reserva natural desde 1978. Además, tiene reglamento en cuanto a la utilización del suelo, agua y espacio aéreo, de modo simultáneo la protegen el Código de los Recursos Naturales Renovables y del Ambiente y su reglamento propio.

La Zona Lagunar es administrada directamente por el Estado, a través de la CVC que tiene allí establecido un proyecto Administrativo.

Durante miles de años el Río Cauca ha influido permanentemente en la modificación del paisaje, en épocas de grandes crecientes inunda extensas áreas bajas o tierras de menor altura, dejando a su paso madre viejas y depósitos de materiales en su dique natural. La Laguna es refugio de aproximadamente 132 especies de aves, entre autóctonas y migratorias y de importantes especies de flora y fauna.

Esta laguna inicialmente, tenía comunicación con el río Sonso, el cual por efectos de las crecientes del río Cauca, se represaba y desviaba su curso hacia el norte; estas cumplían diversas funciones en la laguna, como limpiar, por efecto de la corriente allí formadas, los limos y demás sedimentos presentes en la laguna.

Lamentablemente no existe ningún registro estadístico que permita saber la cantidad de visitantes a estos atractivos lugares fuera del casco urbano de la Ciudad de Buga , sin embargo es una de las grandes potencialidades que no ha sido tomada estratégicamente como impulsador del turismo , sobre todo por la falta de coordinación de las entidades publicas, muchos de estos sitios no poseen fácil acceso a los visitantes, no existe un plan que permita a los turistas conocer cada una de esta maravillas naturales y tampoco podría construirse complejos vacacionales debido a que la mayoría de estas tierras son consideradas reservas naturales protegidas por el Gobierno Nacional, lo cual las hace patrimonio de la Humanidad.

Si bien Colombia dispone de magníficos escenarios naturales y de variados recursos culturales para el desarrollo turístico, ellos no le representan grandes ventajas en el momento de conformar los productos turísticos. Es evidente que las ventajas comparativas ya no son suficientes para competir con éxito en los mercados internacionales; ahora se requiere de unas ventajas competitivas, construidas por el país.

## 11.1 ESCENARIOS PARA LA RECREACIÓN Y EL DEPORTE

Hacen parte de estos, aquellos equipamientos destinados a las actividades recreativas y deportivas de carácter permanente, que permitan servir de apoyo a los flujos turísticos y que a su vez sirvan de soporte a dinámicas propias de turismo deportivo o recreativo.

**Tabla 35. Parques recreacionales**

<b>PARQUES RECREACIONALES</b>			
<b>Nombre</b>	<b>Área</b>	<b>Propietario</b>	<b>Dotación</b>
Parque Recreacional el Vergel.	52.587 M2	Municipio de Buga.	Cancha Múltiple Basquetbol y Voleibol, Cancha de Fútbol en Grama, dos Canchas de tenis, Lago de Pesca deportiva, Piscina semi - olímpica, Piscina para niños, Kiosco y Cafetería.
Parque Recreacional el	21.349 M2	Municipio de Buga.	5 Canchas múltiples Basquetbol y Voleibol,

Jardín.			Piscina semi - olímpica, Piscina para niños, Zona de Juegos, Kiosco y Cafetería.
Parque Recreacional la Bombonera.	32.822 M2	Municipio de Buga y Hospital San José.	Dos Canchas múltiples Basquetbol y voleibol, Cancha de Fútbol en Grama, Pista de Trote, Piscina semi - olímpica, Kiosco y Cafetería.
Club Guadalajara Comfenaclo	10.000 M2	-	Tres canchas de tenis en polvo de ladrillo, cancha múltiple (baloncesto, microfutbol y voleibol), piscina adultos y niños, bolera de 4 pistas, billar, tenis de mesa, juegos de mesa, zonas verdes.

La infraestructura existente y los servicios que prestan los parques recreacionales esta asociada a la demanda recreativa local, y no se ha logrado integrar al fenómeno del turismo. En este sentido se ha ido avanzando desde diferentes

frentes, es así como a través de un convenio entre Comfamiliar y Recreavalle, existe un plan de ampliación y mejoramiento de los parques del Jardín y la Bombonera en cuanto a su infraestructura, dotándolos con los servicios necesarios para atender un mercado de carácter turístico.

## **12. INFRAESTRUCTURA DE TRANSITO Y TRANSPORTE**

En este punto se abordan los aspectos relacionados con el sistema vial urbano y rural, los accesos viales a la ciudad, el sistema de transporte urbano y rural y los equipamientos de articulación entre los distintos modos de transporte, tales como terminales aéreas, de transporte de pasajeros terrestre y férreo.

En este aspecto la región posee fortalezas especialmente en infraestructura vial y aeroportuaria. Es así como se cuenta con tres aeropuertos (El Edén en Armenia, La Nubia en Manizales y Matecaña en Pereira, éste de carácter internacional); en el momento se tiene proyectado la culminación de la construcción del aeropuerto de Palestina en Caldas, y la adecuación del aeropuerto Santana de Cartago en el Norte del Valle (este terminal aéreo funciona para el transporte de carga, y eventualmente de pasajeros), situado a 15 minutos de la ciudad de Pereira. Asimismo, el Eje Cafetero cuenta con una infraestructura vial importante, la cual en algunos casos, permite el fácil acceso a los principales atractivos turísticos de la región, especialmente en el departamento del Quindío. Es de señalar que la densidad vial de la zona, es considerada por las autoridades competentes como una de las mejores del país; en efecto, al cierre de 2003 esta densidad alcanzó para Caldas 0.51 Km./Km.

## 12.1. SISTEMA VIAL

Incluye el sistema de vías desde el punto de vista de sus condiciones físicas, teniendo en cuenta principalmente las necesidades para el desarrollo del turismo es decir las condiciones y posibilidades de accesibilidad a las zonas de interés turístico, tanto urbanas como rurales. El sistema vial se clasificará para su estudio en tres clases; el sistema vial nacional, el sistema vial urbano y el sistema vial rural.

- **El Sistema Vial Nacional.** Por su localización el Municipio de Guadalajara de Buga, se sirve de las mejores vías del sur occidente del país, entre ellas la doble calzada Buga , Tulúa , La Paila. Esto se complementará con el desarrollo de diversos proyectos en infraestructura vial que viene impulsando el Gobierno Nacional, con lo cual el Municipio dispondrá en los próximos años, de un sistema de vías nacionales de excelentes especificaciones, lo que redundará a su vez en el mejoramiento del transporte terrestre hacia y desde Buga.
- **Corredor Bogotá – Buenaventura.** Se continúa impulsando los estudios necesarios para mejorar este corredor, uno de los más importantes del país, ya que une el centro del país con el puerto de Buenaventura. El proyecto tiene un costo total estimado en US\$1 billón. Se cuenta actualmente con los estudios de

ingeniería de detalle del tramo Bogotá, Ibagué, del tramo Buga, Buenaventura y con los estudios definitivos de Ibagué - Armenia (Túnel de la Línea).

- **Proyecto Túnel de La Línea.** El Ministerio de Transporte ha impulsado la realización de este proyecto, analizando alternativas que permitan realizar tan importante obra en el menor tiempo, con los menores costos y bajo la mejor alternativa técnica. Para esto, el Ministerio, en conjunto con el Instituto Nacional de Vías, realizó un foro técnico en donde se contó con la participación de expertos internacionales en temas fundamentales para el diseño de un túnel de las características del Túnel de la Línea, como son seguridad, ventilación y aspectos económicos y constructivos.
- **Concesión Malla Vial del Valle del Cauca y Cauca.** En diciembre de 1998 se adjudicó al sector privado este importante proyecto, el cual tiene una inversión inicial superior a los US\$270 millones. El proyecto se encuentra en su fase de construcción. Con el desarrollo de este proyecto se mejorará la circulación de la región y se canalizará el tráfico de larga distancia fuera de las áreas urbanas.

- Proyectos como el corredor Bogotá – Buenaventura y la malla Vial del Valle del Cauca y Cauca, constituyen acciones estratégicas en el sistema nacional. Se debe observar que estos dos corredores viales tienen su punto de articulación en el cruce del Sena en Buga, lo cual origina una ventaja comparativa con cualquier otro municipio del suroccidente del país, situación que debe ser aprovechada en el marco del fortalecimiento de Buga como centro turístico regional y nacional.

En este contexto, constituye un aspecto clave, la solución vial que se desarrolle en el cruce del Sena, puesto que, además de ser el punto de cruce entre estos dos importantes sistemas, es el punto de articulación entre el sistema vial nacional y el sistema vial urbano. En el horizonte del largo plazo, se incluye el proyecto vial Buga – Roncesvalles, el cual definitivamente, fortalecería aún más dicha ventaja. Por tanto, el Municipio, debe adelantar gestiones para que esta iniciativa se vaya consolidando poco a poco.

Es importante aclarar, que el Municipio no tiene jurisdicción sobre estas vías, en el sentido, de decidir sobre el manejo, mantenimiento, adecuación y ampliación de las mismas, dado que son del resorte nacional y por tanto su manejo corresponde al Ministerio de Transporte y a sus Institutos descentralizados.

- **Accesos viales a la ciudad.** El tema de la accesibilidad a la ciudad es un aspecto prioritario en el marco de las relaciones funcionales, económicas y productivas a nivel interregional e intra urbano y, en especial, en el marco de un proceso de afirmación de la vocación turística local.

Por tal razón, los accesos viales tienen gran importancia toda vez que permiten conectar a Buga con la región y de ahí con el resto del país. Se requiere desarrollar tratamientos especiales a los mismos, desde el punto de vista del diseño técnico – geométrico mismo de las soluciones viales, así como de los aspectos de señalización, iluminación y amoblamiento para cumplir con las exigencias técnicas y funcionales requeridas, además de aquellos de orden estético y paisajístico que brinden una buena impresión al visitante en su paso por estas.

Buga cuenta con cinco accesos desde el sistema vial nacional, todos con características y condiciones diferentes y necesidades de adecuación para el desarrollo turístico igualmente distintas. El estudio de los accesos viales comprende tanto las características del acceso (a nivel, a desnivel, etc.), así como de las condiciones particulares de la vía o calle que interconecta al mismo con el

conjunto del trazado urbano. La valoración de cada uno de los diferentes accesos viales a la ciudad, debe permitir identificar cuales son sus condiciones y sus potencialidades y detectar acciones que permitan su mejoramiento, embellecimiento y caracterización, en un proceso de fortalecimiento del sistema vial y del paisaje urbano y suburbano municipal. En desarrollo de esto, se presenta dicha valoración siguiendo el sentido norte , sur, de la siguiente manera:

- **Acceso de Lechugas.** localizado al norte, este acceso vehicular se hace a través del puente de Lechugas el cual intercomunica la doble calzada Buga, Tulúa con la red vial urbana a través de la carrera 8. Este cruce permite canalizar el transito intermunicipal hacia y desde Buga por el norte, aprovechando las excelentes condiciones de la carrera 8, en cuanto a su trazado, iluminación y señalización, en el tramo comprendido entre el puente en mención y el Colegio I.T.A. A pesar de esto, su espacialidad es pobre, en el sentido de carecer de elementos urbanos que le definan un carácter, como por ejemplo sucede con la avenida de los Cauchos asociada al acceso por la glorieta del Sena, la cual se encuentra excelentemente conformada por la arborización que le da unidad espacial. Por tanto, es necesario generar elementos en este tramo de la carrera 8, que permitan su embellecimiento y le den una caracterización estética particular, posiblemente a través de especies arbóreas y vegetales acordes con las condiciones y las potencialidades de desarrollo urbanístico de la zona.

La conectividad urbano, rural noroccidental presenta dificultades en la incorporación efectiva de las industrias, instituciones, establecimientos de comercio, instalaciones de recreación, (además de la comunidad del corregimiento de Cerrorico en la zona rural montañosa del Municipio), a las dinámicas urbanas y municipales, generándose sobre costos y traumas en el tránsito hacia y desde las mismas.

- **Acceso de la Avenida del Señor de los Milagros.** El otro acceso occidental se localiza en el cruce de la doble calzada Buga – Tulua con la Avenida del Señor de los Milagros, constituyéndose en el más estratégico y fundamental para el desarrollo del turismo en el ámbito urbano, teniendo en cuenta que dicha Avenida, conjuntamente con el Centro Histórico y la ronda del río Guadalajara, conforman la estructura del nuevo hito urbano de Buga a consolidar en el largo plazo, en los términos establecidos en el Plan de Ordenamiento Territorial. En dicho Plan se previeron políticas para el desarrollo del modelo urbano, tratamientos específicos para estas zonas y acciones físicas, espaciales de carácter integral, en particular para la reorganización urbanística de dicha Avenida.

Las directrices para dicha reorganización buscan consolidar esta zona como la antesala de la ciudad planteando la reestructuración integral de sus características urbanísticas, a través de la generación de recorridos peatonales a lo largo de la misma definiendo áreas de reposo y de estar, desarrollando un sistema de equipamiento y dotación del espacio público con mobiliario y señalización adecuada al entorno y definición de normas sobre avisos y vallas en los establecimientos acordes con el resto del mobiliario y el entorno urbano.

- **Acceso de la glorieta del SENA.** Se constituye en el sitio neurálgico del tránsito terrestre nacional Centro del País – Puerto de Buenaventura y Centro del País – Región Sur occidental.

La glorieta del SENA, es el punto de enlace entre los sistemas Doble Calzada Buga, Tulúa, La Paila, Buga, Buenaventura, Buga, Palmira, Cali, tratándose del cruce de vías más estratégico del sur occidente colombiano. Pero además de lo anterior, la Avenida de los Cauchos es la vía de acceso a la ciudad más consolidada y mejor conformada paisajística y urbanísticamente, gracias a la arborización abundante y, en cierta medida, uniforme que la caracteriza y la diferencia de los demás accesos, complementándose esto con la presencia de una serie de servicios turísticos de buena calidad, en especial restaurantes, por el

excelente estado de la vía y por los desarrollos residenciales relativamente nuevos y homogéneos, lo cual, en su conjunto, le imprimen a esta zona un gran potencial .

**Tabla 36. Síntesis valoración de los accesos viales a la ciudad de Buga**

<b>Localización</b>	<b>Nombre</b>	<b>Descripción</b>
Norte	Puente de Lechugas	Cruce a desnivel, doble oreja, puente sencillo, enlace con carrera 12 en doble calzada hasta el ITA. Zona no urbanizada. Buena iluminación y señalización vial. De apropiación recreativa en las noches y fines de semana.
Occidente	Puente de Paloblanco	Cruce a desnivel, puente sencillo, una sola oreja, enlace con calle 16 en doble calzada. Zona consolidada de usos mixtos – industriales. Regular iluminación, regular señalización vial. Paisaje urbano deteriorado.
Occidente	Nudo del Milagroso	Cruce a desnivel, glorieta, doble puente, enlace con Avenida del Señor de los Milagros que conduce hasta la Basílica del Señor de los Milagros. Avenida sin urbanizar hasta la vía férrea. A partir de la carrera 19 la avenida se integra el centro histórico y de comercio de la ciudad. Es el corazón del turismo urbano – religioso de Buga.
Occidente	Glorieta del Sena	Cruce a nivel en glorieta, con proyecto de cruce a desnivel en proceso de definición. Constituye el cruce de las vías más importantes del suroccidente colombiano. Sitio de paso del tránsito asociado al comercio exterior colombiano y del tránsito regional y nacional, hacia y desde el eje cafetero, el centro del país, Antioquia, entre otras regiones. Conecta con Avenida de los Cauchos, que se ha consolidado como un corredor de usos turísticos con un paisaje urbano hermosamente conformado.
Sur	Brisas del Valle	Cruce a nivel con entrecruzamientos, con un proyecto de cruce a nivel, de mayores especificaciones. Zona con desarrollos puntuales de servicios turísticos y de recreación. Conecta con carrera doce, vía estrecha con, mala señalización. Zona de carácter suburbano residencial. Desemboca al Puente de la Libertad y da acceso al centro de la ciudad.

Transito municipal de Buga

Ilustración 16. sistema de red vial de Colombia del año 2004



Sistema de red vial de Colombia del Instituto nacional de vías [en línea]. Santa Fe de Bogotá: Instituto nacional de vías, 2005. [consultado 15 de Diciembre del 2005]. Disponible en Internet <http://www.invias.gov.co/>

**Sistema Vial Urbano** . Corresponden al análisis del sistema vial desde el punto de vista de las condiciones físicas de la infraestructura de soporte de la movilidad. (Esto mismo aplica para el Sistema Vial Rural) No se incluyen en este aparte el tema del servicio de transporte, el cual se abordará en el ítem denominado Sistema de Transporte Urbano y Rural.

El casco urbano posee alrededor de 1'400.000 metros cuadrados de vías, de los cuales 793.000 m<sup>2</sup> sirven, directamente, a las zonas habitadas, en tanto que los 607.000 m<sup>2</sup> restantes corresponden a vías de interconexión, propiamente dichas. El 94% de las vías urbanas se encuentran pavimentadas y el 6% restante son vías sin pavimentar, localizadas principalmente en los barrios de la zona norte de la ciudad. La malla vial urbana presenta en las distintas zonas de la ciudad, algún grado de deterioro el cual es ocasionado por diversas circunstancias; por una parte la edad de los pavimentos, por otra la circulación de vehículos para los cuales no se encuentran diseñados los mismos, o por la falta de mantenimiento a las calzadas para controlar el deterioro natural de las mismas por su uso. Pero quizás, la principal razón del deterioro de las vías lo constituye la mala repavimentación de las calzadas cuando se realizan las acometidas domiciliarias del acueducto y alcantarillado o cuando se hacen obras para la extensión de redes de telefonía y gas domiciliario, entre otras.

Para evitar esto, se requieren de acciones de control por parte de la autoridad competente para garantizar que las repavimentaciones de los tramos de las calzadas se hagan cumpliendo los requisitos técnicos establecidos y garantizar la durabilidad de las obras, lo cual tiene una incidencia directa con el estado del paisaje urbano. Es de gran importancia avanzar en la recuperación física de la vialidad, en especial en las zonas de mayor potencial turístico, con lo cual se potencie el mejoramiento del paisaje urbano y se ofrezca una presentación óptima de la ciudad. Esto incluye acciones complementarias en cuanto a señalización, amoblamiento, iluminación y embellecimiento integral en lo urbanístico, paisajístico y arquitectónico.

Al interior de la ciudad la vialidad debe observarse tanto desde los requerimientos del flujo vehicular como por las condiciones de la estructura reticular de calles correspondiente a la zona de conservación del centro histórico y las áreas consolidadas de los barrios pericentrales, la cual no es susceptible de ampliación.

En particular para el caso de la zona histórica, céntrica de la ciudad, la cuestión vial se debe valorar desde la perspectiva del uso turístico predominantemente peatonal que se configura, en especial, durante los fines de semana y cuando se

celebran las festividades religiosas en torno de la Basílica del Señor de los Milagros y demás templos existentes en la zona.

Se debe tener en cuenta la fuerte apropiación peatonal de la carrera 14 entre la plazoleta de Lourdes y el Parque Cabal, que se complementa con la que se genera a lo largo de la Avenida del Señor de los Milagros, la cual canaliza las multitudes durante los fines de semana, convirtiéndose en el escenario principal de las actividades de recorrido y descanso de los visitantes. Esta situación genera una serie de conflictos con el manejo del espacio público, las zonas verdes y las áreas de circulación vehicular, dado que esa Avenida no se encuentra debidamente acondicionada para satisfacer estas demandas, al no tener andenes amplios, ni zonas de circulación y descanso perfectamente definidas.

Mención aparte, merece el tema de los andenes, los cuales, en su mayoría, son estrechos, se encuentran en regular o mal estado y no presentan unidad en cuanto a niveles, dimensiones, tratamientos, materiales, texturas y demás elementos que le impriman unidad formal y constructiva, además de seguridad al peatón.

Tampoco se cumplen las normas de accesibilidad, las cuales buscan permitir la adecuada movilidad a las personas discapacitadas, adecuando rampas y demás elementos establecidos en la normatividad vigente.

- **Sistema Vial Rural.** La zona rural constituye casi el 90% del territorio municipal, la cual se divide en tres zonas: zona plana, zona media y zona alta. Las vías rurales, especialmente en la zona media y alta, se ven sometidas a procesos erosivos por efecto de las lluvias y las características geológicas de los suelos, ocasionando erosión a los taludes, hundimientos a la banca y deslizamiento .

Además, las corrientes de las quebradas que cruzan en algunos sitios las vías ocasionan erosiones locales sobre las obras de arte. El sistema vial rural en especial en las zonas media y alta, es muy vulnerable por todas estas circunstancias, lo que dificulta la accesibilidad a algunas áreas de interés turístico, tal como la zona de páramo y su franja amortiguadora, además de otras de gran belleza e interés eco turístico y ambiental.

De los 335.6 kms., de red vial rural, solo el 28.3 kms., (8.4%), corresponden al orden municipal, el 307.3% restantes (91.6) corresponde al orden departamental. A pesar de esto, el municipio se encarga de su mantenimiento. La principal vía

rural es la que conecta a Buga con la Magdalena y la Habana en la zona montañosa media y que continúa hacia la zona alta, donde se localizan los corregimientos de la Playa del Buey y La Mesa a 38.0 kms. medidos en línea recta del centro urbano, en la zona de páramo. El plan de ordenamiento territorial estableció políticas de movilidad y parámetros para desarrollar un plan vial en la zona rural, la cual busca en términos generales evaluar las vías rurales del Municipio y sus obras complementarias, sus características físicas, formular un diagnóstico físico de su estado actual, definir las prioridades de atención y las estrategias y acciones para su mejoramiento, rehabilitación y conservación.

Con esto se busca garantizar el mejoramiento, rehabilitación y mantenimiento de las vías de la zona rural, ampliar la accesibilidad vial para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población, garantizando el acceso a servicios sociales básicos y fomentar el turismo ecológico, proporcionar a los habitantes de la zona rural los niveles de servicios adecuados compatibles con la funcionalidad, protección ambiental, economía y la estética de la vía.

Además, permitir la constitución de nuevas empresas o formas asociativas de transporte, favoreciendo la sana competencia y la eficiente prestación de los servicios. Con la implementación de estos criterios en el desarrollo de un plan vial rural se lograría un mejoramiento sustancial en la accesibilidad vial y en el tránsito

y transporte para la zona montañosa rural, donde se podrían desarrollar actividades eco turísticas y de turismo rural y agrario, como alternativa para mejorar ingresos y calidad de vida a los pobladores, así como para ampliar la oferta del Municipio en este tema. En tal sentido, se requiere priorizar los proyectos a desarrollar, tanto de rehabilitación, mejoramiento y/o ampliación de la red vial rural, incorporando criterios de acceso a las zonas productoras de alimentos como prioridad para el mejoramiento de la comercialización de los mismos, pero además, teniendo en cuenta la posibilidad de mejorar la accesibilidad a zonas de interés turístico.

**Servicio de transporte.** Este sector presentó un crecimiento año corrido a septiembre de 4.28%, con relación al mismo período de 2003. Al finalizar 2004, la tasa de crecimiento aumente alrededor de 4.5%, respecto a 2003. El buen comportamiento del sector se explica por factores como la reactivación del turismo nacional por carretera, el aumento del transporte fluvial de carga a través del río Magdalena, así como también por la caída del dólar, que favoreció el turismo internacional con la salida de pasajeros vía aérea (según datos de la Aerocivil, en noviembre el transporte de pasajeros nacional e internacional aumentó en 8.43%, con relación al mismo mes del año anterior).

De otra parte, las telecomunicaciones mostraron un buen desempeño a comienzos del año, pues al primer trimestre crecieron 9.1%, debido a factores como las

inversiones de Colombia Móvil y el fortalecimiento de Telmex. Se observa en el sector como característica principal, la sustitución paulatina de servicios que se ha venido presentando en el consumo de telefonía: mientras los consumos de telefonía móvil muestran tendencias crecientes, los consumos de telefonía fija (local y larga distancia nacional) comienzan a decrecer.

Se encuentra constituido por las empresas que prestan el servicio de transporte público (buses y busetas), las rutas y las frecuencias de las mismas, así como los taxis de servicio urbano, todo lo cual, en su conjunto dan cobertura a las distintas zonas del área urbana y rural.

**Servicio de transporte urbano.** El servicio de transporte es prestado por la empresa Cootranspetecuy Ltda, la cual cuenta con un parque automotor de 84 vehículos entre buses, busetas y microbuses. Adicionalmente, existen cinco empresas de taxis; Unitax S.A, Empresa de Transporte Cabal y Cabal S.C.S., Cooperativa de Transporte Ciudad señora, Cooperativa de taxis Jotas Buga, Cooperativa de Transporte Guadalajara, las cuales en su conjunto suman en total 498 vehículos.

En general, existe una buena cobertura de las diferentes zonas de la ciudad a un costo favorable para el usuario, tanto en el servicio de buces como de taxis. Se puede tener acceso a los distintos atractivos y zonas de esparcimiento y

recreación de carácter urbano y suburbano. Sin embargo, el sistema de rutas de buces, busetas y microbuses carece de planificación, lo cual genera puntos críticos de congestión vehicular, agravado por la ocupación del espacio público y el deterioro de las vías, en particular, en el centro histórico, zona de interés turístico por excelencia. Se requiere implementar una política integral de reorganización del transporte público y privado, con acciones en señalización, semaforización y control, con el fin de disminuir los conflictos viales, así como la accidentalidad, mejorando la funcionalidad urbana en el centro histórico, la Avenida del Señor de los Milagros y la zona de la estación férrea, entre otras.

**Tabla 37. Servicio publico de transporte urbano de pasajeros en la Ciudad de Buga**

tipo de servicio	numero de empresas	parque automotor
Taxis	5	498
bus – buseta - microbus	1	84

**Servicio de transporte rural.** En lo que tiene que ver con el transporte a la zona rural, el servicio es prestado por las empresas Transportes Buga y Cia Ltda., atendiendo principalmente la zona rural montañosa y Transportes Unidos S.A. que

cubre, además de otros municipios, especialmente la zona rural plana. Para el caso de la zona montañosa media y alta, se presentan los siguientes itinerarios.

**Tabla 38. Frecuencia de la prestación del servicio de transporte en la Ciudad de Buga**

DESTINO	días de la semana							FRECUENCIA
	L	M	M	J	V	S	D	
Alaska	X	X	X	X	X	X	X	C/30 min – C/hora
Nogales	X	X	X	X	X	X	X	1 bus diario
El Salado		X		X			X	1 bus diario
La María	X	X	X	X	X	X		2 buses diarios
Buenos Aires					X	X	X	2 buses diarios
Buenos Aires		X	X	X				1 bus diario

Este servicio garantiza la prestación del servicio a las comunidades que habitan dichas zonas, encontrándose supeditado a la demanda que significa su movilidad, la comercialización de sus productos y otras necesidades específicas de estas comunidades. Para satisfacer posibles demandas de población flotante con fines turísticos, se requeriría implementar servicios de transporte acordes a las características de los posibles usuarios.

**Terminales de transporte de pasajeros.** Los terminales de transporte constituyen los nodos de articulación entre los diferentes niveles del sistema (internacional - nacional – regional – urbano) y los diferentes modos de transporte (aéreo, terrestre, férreo, acuático). En orden de escala internacional, nacional, regional, se tienen los siguientes nodos de articulación.

**Aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón.** Actúa como el nodo articulador entre el sistema de transporte aéreo con el terrestre en los niveles nacional a regional. Este aeropuerto se encuentra localizado a 60 kilómetros de Buga, en el municipio de Palmira.

En agosto de 1998 se inició el proceso de estructuración técnica, legal y financiera que permitiera entregar en concesión el aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón. La licitación se abrió en octubre del 2.000 y se cerró el 29 de febrero del 2.001 y fue ganada por la firma Aerocali. Las inversiones programadas desarrolladas por la firma concesionaria en mención, ascienden a US \$50 millones, con los cuales se mejoró las condiciones de seguridad aérea, el mejoramiento de los sistemas tecnológicos de apoyo, así como de las instalaciones físicas y demás elementos del terminal aéreo. Con esto, el aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón, se pone a la vanguardia en el País, con lo cual logrará superar los problemas que lo caracterizaron durante muchos años.

Además de lo anterior, con la ampliación a doble calzada de la vía Buga, Palmira, se logrará disminuir el tiempo del recorrido Buga, Aeropuerto, mejorando además la seguridad vial en esta ruta y las condiciones actuales para su uso.

**Terminal de transporte de Pasajeros Intermunicipal de Buga.** Buga no cuenta con este importante equipamiento el cual es fundamental para su consolidación como centro turístico organizado y sostenible, sin embargo el gremio de transportadores de la ciudad de Buga adquirió el lote llamado el milagroso ,donde se proyecta será ubicada la terminal de transporte con una inversión cercana a los siete mil millones de pesos y la cual será apalancada financieramente por la Empresa Ínter banca de Colombia S. A., adicionalmente para este proyecto se evalúa la factibilidad de construir un centro comercial articulado a la terminal de transporte como atractivo turístico y estrategia comercial de la empresa vinculada, con una inversión cercana a los \$30 mil millones de pesos.

La información recopilada dentro del gremio de transportadores indica que el número de pasajeros por día que llegan y salen en tránsito a Buga es de aproximadamente catorce mil personas que son atendidas por dieciocho empresas de transporte de pasajeros por carretera. Este flujo de personas y de vehículos es atendido en la actualidad a partir de una serie de instalaciones y garajes localizados en la zona de la estación férrea y en el centro de la ciudad,

que han sido acondicionados como sitios terminales de las rutas de transporte intermunicipal y oficinas de ventas de tiquetes de cada una de las empresas, siendo adaptaciones inseguras con servicios complementarios sub arrendados y sin control sanitario, incomodas zonas de espera, baños insuficientes y antihigiénicos. Esta situación genera gran cantidad de problemas e inconvenientes a los visitantes y turistas, entre las que se pueden nombrar las siguientes:

- El Servicio de transporte intermunicipal se presta sin coordinación para la operación ordenada y conjunta.
- Invasión del espacio público.
- Deterioro de sectores y edificaciones en general, algunas de valor patrimonial, tal como la zona de la estación férrea.
- Inexistencia de mecanismos de seguridad para el usuario.
- Congestionamiento vehicular y conflictos de uso del suelo.
- Ascenso y descenso de los pasajeros en condiciones peligrosas para su integridad física.

Además de lo anterior, estas zonas son potencialmente inseguras para propios y extraños, por las posibilidades que ofrecen para el robo y por la falta de vigilancia y control continua de las autoridades. Así mismo, se han convertido en zonas

donde el paisaje urbano, el espacio público y las edificaciones se encuentra profundamente deterioradas, ofreciendo una imagen desmejorada de la ciudad.

El Municipio debe dar solución a esta grave falencia, teniendo en cuenta que un proyecto de estas características requiere de procesos complementarios a través de la implementación de acciones encaminadas al mejoramiento del entorno en las zonas donde se han dado estos usos, recuperando el espacio público y el estado de las vías, organizando el sistema de transporte urbano y racionalizando los usos del suelo acordes a la vocación turística comercial que se quiere afianzar.

**Sistema De Transporte Férreo.** Buga se encuentra conectada a la red ferroviaria de occidente que une a Armenia y Cartago al norte y Cali y Buenaventura al sur occidente, se encuentra culminadas las inversiones en recuperación de este tramo de vía el cual esta asegurado para la prestación de servicios entre el Puerto de Buenaventura y Buga como punto terminal intermodal.

En diciembre de 1998, se adjudicó la concesión para la recuperación integral de 500 km. de vía férrea, que abarca el tramo Buenaventura (Valle), La Felisa (Caldas), con un potencial de carga de 2.1 millones de toneladas anuales. Esto permitirá facilitar al sector productivo nacional la movilización de carga desde y

hacia Buenaventura. Este proyecto inició su ejecución en febrero de 1999, y la firma adjudicataria es un consorcio Colombo Español, Sociedad Concesionaria de la Red Férrea del Pacífico S.A.

El proyecto tuvo un aporte de la Nación de US \$120 millones. Comprende la red férrea del Pacífico con una longitud de 499 kilómetros y conecta la Tebaida, en el eje cafetero, con el puerto de Buenaventura.

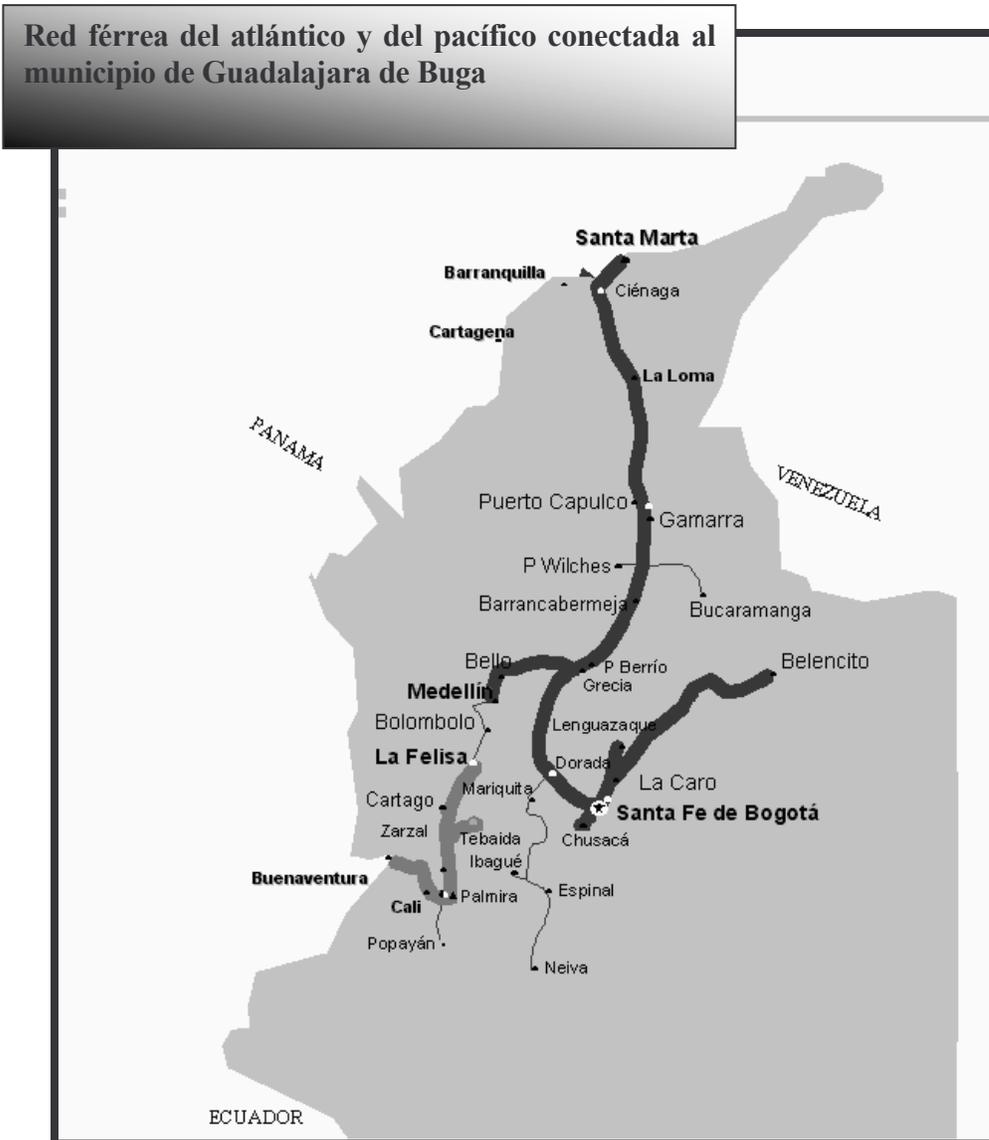
Los trayectos están divididos de la siguiente manera: Buenaventura, Cali con una longitud de 174 kilómetros; Cali , Cartago 173 kilómetros; Cartago, La Felisa 122 kilómetros y Zarzal, La Tebaida con 40 kilómetros.

Inicialmente se tiene previsto atender el transporte de carga con el interior del país, especialmente la zona del eje cafetero. Para esto, el concesionario de la obra ha ejecutado trabajos de limpieza en la vía, obras de topografía, revisión de puentes e infraestructura, así como la recuperación del equipo rodante recibido en el contrato de concesión, el cual consta de cuatro locomotoras, quince carromotores y cien vehículos de material rodante.

Se desarrollaron los trabajos en el tramo Yumbo, Cali, Palmira , Buga, Andalucía, Y el servicio el tramo Cartago, La Felisa. En el futuro se espera conectar corredor del Pacífico con la línea férrea del Atlántico a través del Departamento de

Antioquia. En la actualidad la empresa privada como Comfenalco y Comfandi han incentivado el turismo local a través del servicio de transporte de pasajeros por vía férrea, en el marco de un aprovechamiento turístico de este recurso, dada la ubicación equidistante de Buga, conectando el sur y norte de la región (el 30% de los visitantes proceden de Cali y el 17% proceden del eje cafetero).

### Ilustración 17. Red férrea conectada al Municipio de Guadalajara de Buga



Sistema de red vial de Colombia del Instituto nacional de vías [en línea]. Santa Fe de Bogota: Instituto nacional de vías, 2005. [consultado 15 de Diciembre del 2005]. Disponible en Internet <http://www.invias.gov.co/>

Se cuenta además con la localización de la edificación de la estación férrea en el perímetro del centro histórico de la ciudad, la cual se adaptó para el recibo de pasajeros, desarrollando además servicios de soporte turístico como tiendas artesanales, plazoleta de la cultura, para lo cual se está recuperando tanto en sus valores arquitectónicos como en su entorno urbanístico. Otro de los atractivos de este sector es la construcción de bodegas aledañas a la vieja estación férrea ya que la ciudad también se proyecta como el primer puerto seco (lugar de descargue y almacenamiento de bienes de exportación e importación) gracias a su cercanía al puerto de Buenaventura.

## 13 . INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS PÚBLICOS

En este análisis se incluye la valoración del componente de servicios públicos básicos en acueducto, alcantarillado, aseo, energía eléctrica, alumbrado publico, además de las telecomunicaciones.

### 13.1. SISTEMA DE ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO

- **Servicio de Acueducto.** es la distribución municipal de agua apta para el consumo humano, incluida su conexión, medición, así como las actividades complementarias de que trata la ley 142 de 1994, como son: captación, procesamiento, tratamiento, almacenamiento, conducción y transporte de agua. (art. 14.22 ley 142 de 1994).
- **Servicio de Alcantarillado.** es la recolección, transporte y disposición final de las aguas servidas y pluviales por medio de tuberías y conductos.

- **Servicio de aseo y recolección de residuos sólidos.** De acuerdo con el Decreto 605 de marzo 27 de 1996, comprende los servicios de recolección, transporte, barrido y limpieza de vías y áreas públicas, transferencia, tratamiento, aprovechamiento, y disposición final de los residuos sólidos. El servicio de aseo es prestado por la empresa BUGUEÑA DE ASEO S.A. E.S.P., ofreciendo una cobertura de recolección del 98% en lo que corresponde a la zona urbana. Así mismo abarca los centros poblados de La Habana, La Magdalena, La María ubicados en la zona rural media y El Vinculo, Zanjón Hondo, Quebrada seca, Chambimbal, La Campiña, San Antonio y Pueblo Nuevo, ubicados en la zona rural plana. Los principales problemas que presenta este servicio y que impactan de manera directa en el perfil turístico que se desea consolidar, se encuentran los siguientes:
  - Los recicladores que desplazan las bolsas de residuos generando regueros y mal aspecto de las calles y en general del espacio público.
  - La falta de civismo y sentido de pertenencia de algunos ciudadanos que arrojan residuos y escombros en lugares públicos.

- La ausencia de una cultura ciudadana en cuanto al manejo de los residuos sólidos.

Para dar solución a estos inconvenientes y mejorar la prestación del servicio, además de garantizar la limpieza de las áreas públicas de la ciudad, la empresa Bugueña de Aseo ha formulado un plan de gestión social, con el cual se busca, entre otros aspectos, mejorar el comportamiento ciudadano en el manejo de los residuos sólidos y lograr una ciudad limpia dispuesta a ser disfrutada por propios y visitantes. Dicho plan de gestión incluye acciones en materia de capacitación interna, manejo de residuos en la fuente, educación ambiental y programa informativo, para trabajar con los trabajadores, la comunidad en general, la comunidad escolar, entre otros actores.

Por otra parte, la deficiencia de amoblamiento urbano, en este caso basureros, en los diferentes sectores urbanos y sobre todo los de afluencia turística, impiden un mayor control en el manejo de las basuras en las áreas públicas. Esto va aunado a la débil cultura para el adecuado autocontrol ciudadano en el manejo de los desechos, los cuales son arrojados en cualquier sitio, se configura en una fuente importante del problema.

## 13.2. SERVICIOS DE ENERGÍA ELÉCTRICA, ALUMBRADO PÚBLICO, GAS DOMICILIARIO

- **Servicio Público Domiciliario de Energía Eléctrica.** este servicio es prestado por la Empresa de Energía del Pacífico S.A., EPSA S.A. ES.P., la cual a través de diversos programas de atención al usuario, busca optimizar la prestación del servicio y mejorar el uso racional y eficiente de la energía eléctrica. La principal problemática identificada tiene que ver con la contaminación visual ocasionada por las redes de transmisión en el centro histórico de la ciudad.
  
- **Servicio de Alumbrado Público.** comprende el servicio de alumbrado de las zonas publicas urbanas, el cual es prestado por la Empresa Enelar S.A. El programa de repotenciación emprendido por Enelar S.A., conjuntamente con la Alcaldía Municipal, tiene un cubrimiento de la zona urbana de la ciudad, previendo el cambio de 5500 luminarias de febrero de 2002 a junio del 2004.

Uno de los proyectos de mayor interés para la dinámica turística es el cambio del sistema de iluminación en el eje de la Avenida de la Basílica desde la plazoleta de Lourdes hasta la doble calzada Buga, Tulúa (incluyendo posteadura, localización y luminarias), para esto se trabaja de manera conjunta con la Alcaldía Municipal.

- **Servicio Público Domiciliario de Gas Combustible.** este servicio es prestado por la empresa Gases del Norte del Valle, la cual tiene previsto dar cobertura a las diferentes zonas urbanas residenciales, al finalizar el año 2004.

Aunque la cobertura es buena, se han detectado problemas relacionados con el incumplimiento de algunas normas técnicas en las obras civiles de expansión de las redes, con la ausencia de un plan operativo de emergencia, con el alto riesgo por instalación de redes de gas en corredores de otros servicios, con la falta de información y capacitación a la comunidad y, en general, con la poca coordinación con entidades municipales en la ejecución de obras civiles, entre otros aspectos. De esta manera se hace necesario, adelantar las acciones en estos campos y equilibrar los aspectos de calidad con los de cobertura. Se requiere que las obras civiles que se ejecutan para la expansión de las redes, sean de buena calidad de tal manera que se evite el deterioro de las vías, andenes y demás zonas publicas, tanto residenciales como céntricas.

- **Servicio de Telefonía Pública Básica Conmutada.** se encuentra prestado por las empresas Bugatel S.A., E.S.P., y la Empresa Regional de Telecomunicaciones E.R.T., S.A., E.S.P., presentando las siguientes características: La dotación del Municipio en el servicio de telefonía es excelente,

en cuanto a la tecnología implementada, la gestión, calidad y disponibilidad del servicio, colocándose entre los primeros municipios en la región y el país.

## **14. POSICIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE GUADALAJARA DE BUGA**

Como una parte importante, se presenta lo concerniente a la situación del sector turismo con relación a los demás renglones de la economía local, incluyendo en dicho análisis, las empresas del sector transporte, hoteles, restaurantes y agencias de viajes, principalmente, determinando la cantidad de establecimientos y de empleos que se generan.

### **14.1. PLANTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

Se denominan como tal los establecimientos que prestan los servicios turísticos tales como alojamiento, gastronomía, agencias de viaje, recreación, comercio turístico, cambio de moneda, información turística, excursiones y viajes. En este capítulo se evalúa lo relacionado con la capacidad instalada, porcentajes de ocupación, clasificación, tipos de servicios y facilidades.

**14.1.1. Comportamiento del sector.** Para este análisis solo se obtuvo la información consolidada del año 2004 debido a que la Cámara de Comercio no ha entregado el informe anual del 2005.

El sector de comercio, restaurantes y hoteles, alcanzó a septiembre del 2004 un crecimiento acumulado de 4.99%. La dinámica de la oferta comercializable, jalonada por el buen desempeño del sector industrial y de las importaciones de bienes, ha influido positivamente sobre este sector. Las cifras muestran además, que el crecimiento de la actividad comercial se explica en gran medida por las ventas de los bienes durables, específicamente las del sector automotriz con sus exportaciones a Venezuela. A diciembre, COLMOTORES reportó un crecimiento en ventas de 24.20%, respecto al mismo período de 2003. Adicionalmente, la venta de bienes no durables también ha mostrado una tendencia creciente durante 2004, y año corrido a diciembre registró un crecimiento de 3.51%.

En 2004 las ventas de comercio al por menor registraron su nivel más alto de los últimos cinco años, con una variación porcentual anual de 6.07%. Los grupos que en este período presentaron mayor dinamismo en ventas fueron: vehículos automotores y bicicletas (23.85%), electrodomésticos y muebles para el hogar (16.87%) y artículos de ferretería, vidrios y pinturas (12.02%). Entre los menos dinámicos figuran: lubricantes para vehículos automotores (-0.67%) y libros y papelería (-0.31%).

En cuanto a las ventas de los grandes almacenes e hipermercados, al segundo trimestre del año éstas crecieron 3.63% en términos reales, con relación a igual período del año anterior. Entre los grupos que más crecieron están: muebles y electrodomésticos para el hogar (11.9%), productos textiles y prendas de vestir

(10.1%) y repuestos y accesorios de vehículos (9.04%). Los rubros que presentaron variaciones negativas, fueron: muebles y equipos para oficina (-8.34%), productos farmacéuticos (-2.97%), y libros papelería y revistas (-1.73%). En síntesis, el comercio en el año que termina tendió hacia la acumulación de bienes durables y semidurables por parte de los hogares, antes que al consumo de alimentos y bienes no durables.

Por otro lado, a lo largo de 2004 se han observado incrementos sostenidos en la tasa de ocupación hotelera; el promedio de la tasa de ocupación entre mayo y noviembre de 2004 fue 53.5%, el máximo nivel registrado para ese periodo en los últimos años.

Para efectos de analizar la infraestructura hotelera de Buga, se tomó en consideración los distintos tipo de hospedajes que existen y que se asocian directamente a las actividades turísticas, incluyéndose hoteles, paradores, hostales y hospedajes. Para este diagnóstico se excluyeron los moteles y otros alojamientos de uso no turístico, dado que la demanda de sus servicios se enmarcan en otros contextos.

Estos suman una capacidad de 1.524 camas. Las cifras relativas a porcentajes de ocupación, muestran que para el caso de una semana uniforme sin celebraciones especiales, se aprecia un índice de ocupación promedio de lunes a viernes de 26.7% y de 54.48% para los fines de semana, un promedio del 40.6%, inferior al promedio nacional para ciudades intermedias, correspondiente, para el año 2.004, a 41.8%.

**Tabla 39. inventario de la planta de alojamiento de carácter turístico**

Nombre	Cantidad de habitaciones	Cantidad de camas	% Promedio ocupación entre semana	% Promedio de ocupacion fin de semana
Buga Real	12	28	25.00%	33.30%
Caribe	7	12	14.30%	42.00%
Casa Antigua	18	55	25.00%	80.00%
Casa del Peregrino	70	225	20.00%	50.00%
Claro de Luna	20	50	30.00%	50.00%
Cristo Rey	28	63	17.00%	28.00%
Condado Plaza****	47	100	30.00%	40.00%
Hostal del Regidor*****	23	82	43.50%	65.10%
Hotel Don Juan I	10	92	40.00%	60.00%
Hotel Don Juan II	9	18	33.00%	40.00%
Hotel Don Juan III	12	40	16.70%	41.00%
Hotel Don Juan IV	13	28	15.40%	23.00%
Hotel Guadalajara****	72	170	40.00%	45.00%
Hotel Ilama	26	117	38.50%	90.00%
La Posada Real	14	45	20.00%	80.00%
Los Ángeles	12	40	16.70%	25.00%
Los Faraones	36	55	20.00%	40.00%
Los Faroles	11	32	36.40%	100.00%
Mesón de España	23	60	43.50%	65.20%
Plaza	10	32	20.00%	70.00%

Parador de Buga[1]	19	80	30.00%	90.00%
Sahara	8	20	10.00%	40.00%
San Fernando	27	80	29.60%	55.50%
<b>TOTAL</b>	<b>527</b>	<b>1524</b>	<b>26.70%</b>	<b>54.48</b>

Las cifras de ocupación promedio muestran una disponibilidad de habitaciones y camas que no esta siendo ocupadas , teniendo en cuenta que el 72.7% de las personas que visitan a Buga, solo se quedan un día sin pernoctar. Las cifras sobre índices de ocupación muestran la necesidad de priorizar el aprovechamiento de la oferta no ocupada, antes que la ampliación de la misma. Por otra parte, se observa la variedad en cuanto a las características de la misma, existiendo diversidad de alternativas para atender las necesidades y requerimientos de los diferentes tipos de clientes y demandantes de estos servicios (variedad de precios, servicios complementarios y demás aspectos).

**14.1.2. Servicios de Restaurantes y Gastronomía.** Se incluyen los establecimientos que prestan servicio de restaurante y que se encuentran ligados a las demandas del turismo, evaluándose desde el punto de vista del tipo de comida que ofertan y de la capacidad instalada, tanto en cada línea como en el consolidado. En el inventario se incluyen aquellos establecimientos localizados en las áreas de mayor afluencia de visitantes (Avenida del Señor de los Milagros y áreas aledañas), los que hacen parte de los servicios de carretera y/o cuya calidad, tradición y posicionamiento en la estructura de la oferta local y regional, los hace parte de las potencialidades turísticas del Municipio. Con base en estas consideraciones se clasificaron los distintos restaurantes en comida típica, comida china, comidas rápidas, comida italiana, asaderos de pollo, carnes y asados, comida internacional, teniéndose los siguientes resultados.

**Tabla 40. Inventario de la planta de restaurantes y servicios de gastronomía de la Ciudad de Guadalajara de Buga**

<b>Restaurante</b>	<b>Capacidad (Asientos)</b>
<b>Comida Tradicional</b>	
Candilejas	30
Casa Del Peregrino	300
Casa Grande	14
Cristo Rey	40
Don Karlos	60

El Campanario	110
El Mirador Valluno	60
El Milagro	60
El Paraíso	40
El Balcón	30
La 14	50
La Gran Sazón	15
La Merced	56
La Esquina Del Sabor	40
Las 7 Carnes	40
Loncheria La Barra	80
Lourdes	60
May	32
Mesón De España	35
Estación	30
Panes Del Valle	40
Rinconcito Valluno	44
<b>Asaderos de Pollo</b>	
Pollos Asados Mario	88
Carioca	40
Mister Pompy	90
Yo Si Soy El Pollo	80

<b>Comidas Rápidas</b>	
American Pizza	18
Hambursandwis Cubano	30
Melao Comidas Rápidas	36
Rynos	60
Verona	52
<b>Comida China</b>	
China	10
Fénix Dorado	64
<b>Comida Italiana</b>	
Italian Pizza	26
Leos Pizza	52
<b>Carnes y Asados</b>	
La Chambrana	120
La Portada	170
<b>Cocina Internacional</b>	
Alfárez Real	50
El Llanito	150
Hotel Guadalajara	150
Rancho Luna	54
Restaurante San Miguel	150

El consolidado indica que, de los cuarenta y dos (42), establecimientos censados, veintidós (22), se encuentran asociados directamente a la demanda de visitantes y turistas y ofrecen servicio de comida tradicional, localizándose principalmente alrededor de la Avenida del señor de los Milagros, con una oferta en este renglón de 1266 asientos. En cuanto a asaderos de pollos, se tienen cuatro establecimientos y 298 asientos. Así mismo son cinco los establecimientos reconocidos de comidas rápidas ofreciendo 196 asientos de capacidad.

El servicio de comida china se ofrece a través de dos establecimientos, con 74 asientos de capacidad. El de comida italiana es ofrecido por dos establecimientos de manera especializada con un total de 78 asientos. En Carnes y Asados, se tienen dos establecimientos especializados que cuentan con 270 asientos de capacidad. Mientras tanto, existen cinco restaurantes que ofrecen cocina internacional, de los cuales dos corresponden a hoteles, para una capacidad de 554 asientos.

**Tabla 41. Síntesis estructura de servicios gastronómicos**

<b>Tipo de Comida</b>	<b>Cantidad de Establecimientos</b>	<b>Capacidad (Asientos)</b>	<b>Participación %</b>
Comida tradicional	22	1266	46.3%

Asaderos de pollo	4	298	10.9%
Comidas rápidas	5	196	7.2%
Comida China	2	74	2.7%
Comida Italiana	2	78	2.9%
Carnes y Asados	2	270	9.7%
Cocina Internacional	5	554	20.3%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>2.736</b>	<b>100.0%</b>

En términos de planta de servicios gastronómicos existe una muy buena capacidad instalada, abarcando diferentes tipos de comida, para diversidad de necesidades. La mayor oferta en cuanto a cantidad de asientos se relaciona con el tipo de comida tradicional con el 46.3% del total, seguida del servicio de cocina internacional con el 20.3%. En tercer lugar se encuentra los asaderos de pollo con el 10.9% y en cuarto lugar los servicios de carnes y asados.

Los establecimientos de comidas rápidas se ubican en quinto lugar con el 7.2% de la capacidad, para completar la oferta con los establecimientos de comida italiana y comida china con porcentajes menores al 3%. No fue posible determinar el comportamiento general de ocupación de estos establecimientos, dado que la mayoría de los establecimientos, salvo algunos contados casos, no implementa

mecanismos de seguimiento, que permitan establecer con cierta precisión este aspecto.

Se detecta en este sector que su mayor problemática es la informalidad de parte importante de los establecimientos, los cuales funcionan sin cumplir las normas de funcionamiento, salubridad y otros requisitos exigidos por la autoridad municipal. Aunado a esto, se presenta la falta de control en los precios de los productos y servicios en algunos de los establecimientos, dando lugar conflictos con turistas y visitantes que han hecho uso de los mismos. En términos generales se ha configurado un cuadro crítico de competencia desleal en los servicios de restaurantes, que conlleva al deterioro de las condiciones del sector turístico municipal en general.

**14.1.3. Agencias De Viaje.** Las agencias de viajes son empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, se dedican profesionalmente al ejercicio de actividades turísticas dirigidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros de los servicios. Se distinguen tres clases de agencias de viajes.

- **Agencias de Viajes y Turismo.** es decir las que se dedican profesionalmente a vender planes turísticos.
- **Agencias de Viajes Operadoras.** aquellas que se dedican profesionalmente a operar planes turísticos.
- **Agencias de Viajes Mayoristas.** las que se dedican profesionalmente a programar y organizar planes turísticos.

A partir de estos criterios, las agencias de viajes locales se clasifican de la siguiente manera:

**Tabla 42. Inventario de las agencias de viajes en la Ciudad de Guadalajara de Buga**

NOMBRE	CLASE
Casa del Turismo	Agencia de viaje mayorista
Viajes Guadalajara	Agencia de viajes y turismo
Protur	Agencia de viajes y turismo
Turismo Roma	Agencia de viajes y turismo
Redetour	Agencia de viajes operadora
Buga tours	Agencia de viajes y turismo

Viajes y Negocios	Agencia de viajes y turismo
Viajes Nirvana	Agencia de viajes y turismo

Como se puede observar, la labor que las agencias de viaje locales adelantan en la actualidad, se asocia principalmente a la comercialización de paquetes turísticos a diferentes regiones del país y del exterior, mas no, a la promoción del municipio como destino turístico. La única agencia de viajes operadora es Redetour la cual oferta paquetes turísticos para ser operados en Buga y su área de influencia, además presta servicios de guías por los atractivos y monumentos históricos y patrimoniales localizados en la zona urbana y desarrolla labores de promoción del Municipio en diferentes zonas del País, entre otras actividades, contribuyendo con esto a mejorar las posibilidades de los viajeros y turistas en su visita a Buga. Además de esto, algunas instituciones, promotores y empresarios ejecutan de manera independiente acciones de promoción del Municipio, para atraer excursiones de diferentes sitios del país.

La labor desarrollada por las oficinas de turismo y recreación de las cajas de compensación presentan un gran valor por cuanto promueven, organizan e implementan actividades de recreación con empresas, grupos de familiares y otras personas de diferentes sitios del departamento y la región, configurando convenios con entidades hoteleras, restaurantes, empresas de transporte y sitios de

diversión. Sin embargo, no existe un plan de promoción del Municipio y sus diferentes atractivos, que sea integral, sostenible y de largo plazo, que defina nichos de mercado y desarrolle nuevos productos, que incorpore mecanismos de seguimiento y evaluación y que permita su ajuste de acuerdo a las necesidades cambiantes del mercado.

Los cerca de tres millones de visitantes que llegan a Buga, no tiene una oferta real de servicios de diversión y esparcimiento o de conocimiento de otros atractivos existentes, configurándose como una de las falencias más importantes en todo el proceso. Se evidencia la falta de servicios de operación turística que genere programas sostenibles de turismo receptivo, que propicie economías de escala para disminuir los costos, incorporando criterios de calidad en el servicio, variedad de productos y oportunidad en la atención al visitante, entre otros elementos.

**14.1.4. Instalaciones para Seminarios y Convenciones.** Comprende los establecimientos e instalaciones aptas para realizar seminarios, convenciones, conferencias, exposiciones y todas aquellas actividades de similares características. Para estos eventos, se debe contar con unas excelentes instalaciones físicas, además de ayudas tecnológicas y personal capacitado en la organización de los mismos.

En Buga se desarrollan continuamente eventos empresariales de carácter local y muchos de índole regional, en los que se da cobertura especialmente a los Municipios que comprenden su área de influencia, identificándose un potencial interesante asociado a la existencia de empresas, industrias, agremiaciones e instituciones que generan este tipo de actividades.

**Tabla 43. Inventario de instalaciones para convenciones, seminarios y otros eventos especiales**

NOMBRE	TIPO	CAPACIDAD	AYUDAS	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
Biblioteca Carlos Morales. H.	Salón	150 personas	Proyector de acetatos, de filminas, V.H.S. T.V.,	-
Cámara de Comercio de	Auditorio	95 personas	Proyector de acetatos,	Aire acondicionado.

Buga			proyector de opacos, computador, TV, VHS. Video been.	
Casa de la Cultura	Salón	50 personas	Proyector de acetatos y de filminas.	-
Club Comfenalco	Salones para eventos y fiestas	300 personas	Proyector de acetatos.	Parqueadero, restaurante, cafetería, instalaciones recreativas.
Club de Leones	Salón	250 personas	Proyector de acetatos, T.V, V.H.S.	-
Comfamiliar	Salón Salón Nro. 2.	120 personas 30 personas;	Proyector de acetatos, filminas, opacos, Vídeo ven, T.V, V.H y Beta	Aire acondicionado,
Hospital San José	Auditorio Hernán Racines	230 personas	Sala de proyección tipo cine.	Parqueadero, vía y plazoleta de acceso.
Hotel Condado Plaza	Salón para seminarios	250 personas.	T.V,, V.H, proyector de acetatos, filminas, opacos, Vídeo been, Sonido,	Aire acondicionado, hospedaje, parqueadero, restaurante, centro comercial, terraza, piscina y demás servicios del hotel.
Hotel Guadalajara	Salón Salón Carlos Renteria Salón central	12 personas. 50 personas o 25 personas con mesas de trabajo 130 personas o 70 personas con mesas de trabajo	Proyector de acetatos, diapositivas, Vídeo been, T.V, VHS,	Hospedaje, restaurante, parqueadero, terraza, piscina y demás servicios del hotel.
Palacio de Justicia Salón de Gobernadores	Salón	150 personas	Proyector de acetatos	-
Universidad del	Salón	80 personas	Proyector de	

Valle			acetatos, proyector de opacos y vídeo been, TV, VHS.	-
Universidad Antonio Nariño	Salón	150 personas	Proyector de acetatos, de filminas, computador, V.H.S. y T.V.	Parqueadero

Ciudades intermedias, similares a Buga, como Girardot, Melgar, Paila y Villa de Leyva, cuentan con centros de convenciones que permiten realizar eventos de gran importancia a escala nacional, en complejos arquitectónicos que ofrecen todas las facilidades atrás mencionadas.

Los centros de convenciones existentes en el país ofrecen planes completos y servicios de gran calidad, dotados con salas múltiples, auditorios, salas VIP, salas de periodista, salas de Internet y prestan los servicios adicionales de cabinas de proyección y sonido, traducción simultanea y conferencias virtuales.

En el Municipio no existe un centro de convenciones que ofrezca los servicios para la realización de un evento de gran magnitud y que sirva para impulsar la ciudad como destino turístico empresarial y de negocios. Se debe complementar con el fortalecimiento de la capacidad organizacional para este tipo de eventos, en planes que puedan incluir traslados aeropuerto, hotel, aeropuerto, recepción de

bienvenida, alojamiento, impuestos y servicios, alimentación, salón de reuniones y coffe breacks, entre otros. En este sentido, se debe avanzar en el tema de la infraestructura física para grandes eventos de convenciones y de la capacidad organizacional de soporte a los eventos, de manera que se pueda potenciar una oferta regional fuerte y competitiva.

**14.1.5. Escenarios para la Recreación y el Deporte.** Hacen parte de estos, aquellos equipamientos destinados a las actividades recreativos y deportivas de carácter permanente, que permitan servir de apoyo a los flujos turísticos y que a su vez sirvan de soporte a dinámicas propias de turismo deportivo o recreativo.

**Tabla 44. Inventario de parques recreacionales de Guadalajara de Buga**

<b>Nombre</b>	<b>Área</b>	<b>Propietario</b>	<b>Dotación</b>
Parque Recreacional el Vergel.	52.587 M2	Municipio de Buga.	Cancha Múltiple Básquetbol y Voleibol, Cancha de Fútbol en Grama, dos Canchas de tenis, Lago de Pesca deportiva, Piscina semi - olímpica, Piscina para niños, Kiosco y Cafetería.
Parque Recreacional el Jardín.	21.349 M2	Municipio de Buga.	5 Canchas múltiples Básquetbol y Voleibol, Piscina semi - olímpica, Piscina para niños, Zona de Juegos, Kiosco y Cafetería.
Parque Recreacional la Bombonera.	32.822 M2	Municipio de Buga y Hospital San José.	Dos Canchas múltiples Básquetbol y voleibol, Cancha de Fútbol en Grama, Pista de Trote, Piscina semi - olímpica, Kiosco y Cafetería.
club Guadalajara Comfenaclo	10.000 M2	-	Tres canchas de tenis en polvo de ladrillo, cancha múltiple (baloncesto, microfutbol y voleibol), piscina adultos y niños, bolera de 4 pistas, billar, tenis de mesa, juegos de mesa, zonas verdes.

La infraestructura existente y los servicios que prestan los parques recreacionales esta asociada a la demanda recreativa local, y no se ha logrado integrar al fenómeno del turismo. En este sentido se ha ido avanzando desde diferentes

frentes, es así como a través de un convenio entre Comfamiliar y Recreavalle, existe un plan de ampliación y mejoramiento de los parques del Jardín y la Bombonera en cuanto a su infraestructura, dotándolos con los servicios necesarios para atender un mercado de carácter turístico. Con estas adecuaciones se podrán ofertar nuevos servicios y ampliar las posibilidades para un mercado que no esta siendo atendido con nuevos productos y atractivos.

**Tabla 45. Infraestructura de escenarios deportivos de la ciudad de Buga**

Nombre	Área	Propietario	Capacidad	Dotación
Coliseo Cubierto De la sexta	1.131 M2	Municipio de Buga.	1000 Personas.	Cancha de baloncesto, voleibol, sede de la Liga De Fútbol de Salón.
Coliseo Cubierto Ignacio Alvarez	23.600 M2	Municipio de Buga.	2.500 Personas.	Cancha de fútbol auxiliar, pista de atletismo, gimnasia olímpica, boxeo, esgrima, fútbol de salón, patinaje, pruebas de velocidad, aeróbicos, piscina, karate do, baloncesto.
Fundación Amigos de Ternat	118.631 M2	Instituto Colombiano de Bienestar Familiar	-	Cancha de fútbol, piscina, cancha de baloncesto y voleibol.
Patinodromo	5.514 M2	Municipio de Buga.	300 personas	Pista de patinaje, cancha de hookey y fútbol de salón.

Estadio Municipal Hernando Azcarate Martínez	19.194 M2	Municipio de Buga.	10.000 Personas	Cancha de fútbol, pista de atletismo y coliseo de pesas.
--	-----------	--------------------	-----------------	--

La infraestructura de escenarios deportivos existente le proporciona a Buga capacidad de organización de eventos deportivos de índole regional y nacional, gracias a la gestión del Instituto Municipal del Deporte y la Recreación.

**Tabla 46. Calendario de eventos deportivos de índole regional y nacional**

Fecha	Evento	Días	Cantidad de deportistas
Febrero	Campeonato Nacional de Marcha atlética	2	200
Mayo	Copa Nacional de Atletismo en pista	3	300
Junio	Campo Nacional de Jockey	3	300
Junio	Campeonato Nacional Fútbol sala	2	300
Junio	Campeonato Departamental de escuelas de formación de Boxeo	2	500
Julio	Maratón nacional de patinaje de carrera	2	1500
Julio	Campeonato Departamental de Boleystoll Junior y pre-junior	5	300
Agosto - septiembre	Campeonato Nacional de Basquetboll	5	300
Diciembre	Maratón Atlética radio Guadalajara	1	2000
Diciembre	Festival Departamental de Deportes	1	150

	Extremos		
<b>TOTAL</b>			<b>5.850</b>

Estos eventos se han convertido en importantes espacios para la atracción de personas, en particular deportistas, los cuales, a su vez vienen acompañados por los delegados de las organizaciones, entrenadores y familiares.

Los registros indican que fueron 5.850 los deportistas que participaron en los campeonatos deportivos realizados en el año anterior en Buga, constituyéndose en un nicho muy importante para atender con programas acordes con sus actividades. De esta manera se ha logrado consolidar a Buga como un centro organizador de eventos deportivos regional y nacional con un calendario de eventos reconocido por la comunidad deportiva regional y nacional.

**14.1.6.Servicios de Información Turística.** Este tipo de servicios permiten orientar al visitante en el conocimiento de los diversos atractivos y eventos en los cuales puede participar. Aquí se incluye los centros de información, los medios impresos, los servicios de transporte y guía turística, principalmente. La disponibilidad de información de los diferentes atractivos turísticos, sitios de diversión y esparcimiento, eventos y demás aspectos relativos a la orientación del visitante para que disfrute de la mejor manera de las posibilidades que ofrece el Municipio, es limitada, por cuanto no existe material impreso actualizado, que incluya desde mapa turístico hasta guía con la información completa en materia de alojamientos restaurantes, operadores y demás componentes de la planta turística.

Aunque en el pasado, se han editado guías turísticas municipales, éstas no han contado con actualización requerida o no son de fácil consecución para un turista. No existe un centro de información al turista que permita canalizar de manera ordenada esta información y que se convierta en el punto de articulación entre la oferta turística local y los requerimientos de los viajeros desde el punto de vista de sus necesidades y expectativas en su estancia en Buga.

En esta materia los esfuerzos se deben integrar, apuntando a que las iniciativas se vinculen en un proyecto de escala, de gran calidad y que cuente con el soporte

operativo que permita sus sostenibilidad y óptimo funcionamiento. En la actualidad se presta un servicio de guía por los diferentes monumentos de interés turístico localizados en la zona urbana, prestado por la agencia operadora Redetour, con el denominado “Trencito”.

**Uso de la Tecnología.** Para el fortalecimiento del sector y de sus posibilidades como impulsor de dinámicas importantes en lo social, económico y cultural, se tiene en cuenta lo relacionado con la disponibilidad de tecnología, entendida esta como los procesos de sistematización de las operaciones de las empresas desde la perspectiva de optimizar la gestión, elevar la productividad, mejorar la eficiencia y ser más competitivos.

El nivel de sistematización es bajo y son poco aplicadas las tecnologías de información para conocer el comportamiento del sector, la estructura de sus mercados, los indicadores de gestión, el estado financiero, con lo cual se tienen empresas turísticas con mucho por hacer en estos aspectos. Desde el punto de vista de la gestión empresarial, la mayoría de las empresas no utiliza mecanismos de gestión claros para identificar los niveles de satisfacción del cliente, dado que las herramientas más utilizadas son las charlas informales y el recibo de sugerencias de manera personal, lo que no permite establecer indicadores de gestión confiables que permitan detectar la efectividad en los diferentes procesos.

El fortalecimiento de las empresas del sector en esta materia debe apuntar a priorizar su desarrollo en materia de tecnologías blandas, que contenga programas de cartera, contabilidad, sistematización de operaciones, mecanismos adecuados de conocimiento e investigación de mercados, de promoción a mercados objetivos y demás aspectos inherentes a la vinculación de la informática a la gestión empresarial.

**14.1.7.Otros Servicios de Soporte al Turismo.** Dentro de este se incluyen los servicios de policía turística y los servicios de salud, el comercio de almacenes de cadena, las casas de cambio de moneda, los servicios de esparcimiento como salas de cines y teatros y de diversión nocturna como discotecas y grilles y por ultimo las instituciones encargadas de la formulación del turismo regional y nacional, todas las cuales constituyen en su conjunto actividades de apoyo a las necesidades de los turistas y visitantes,

**14.1.8.Servicios de Salud.** Como actividades de soporte a la dinámica turística se encuentra la prestación de los servicios de salud, en materia de accesibilidad, calidad y disponibilidad de los mismos a los turistas. La prestación de los servicios de salud en el Municipio se ha realizado en el sector oficial en el nivel I, en la Empresa Social del Estado Hospital Divino Niño, y en las IPS privadas con un numero de cinco camas.

En el Nivel II en la I.P.S. Nuestra Señora del Carmen del Seguro Social Buga y la I.P.S. Fundación Hospital San José, entidad de carácter privado. Estas dos instituciones tienen un total de ciento veinte (120) camas Nivel II, a saber; ISS setenta (70) camas y Fundación Hospital San José Buga cincuenta (50) camas.

**Tabla 47. Instituciones prestadoras del servicio de hospitalización**

<b>ENTIDAD</b>	<b>NIVEL</b>
Hospital San José	II **
Instituto de Seguros Sociales	II
Hospital Divino Niño	I *
Clínica Materno Infantil	I
Comfamiliar I.P.S.	I
Comfamiliar Nro. 2	I
Comfenalco I.P.S.	I
Centro Medico Señor de los Milagros	I
Clínica Urgencias Medicas	I
Cooperadores	I
Caprecom	I

- Nivel I clínicas u hospitales de mediana o baja capacidad \*
- Nivel II clínicas u hospitales de capacidad normal\*\*

**14.1.9.Policía Turística.** Uno de los avances importantes de la Ley General de Turismo, tiene que ver con la creación de la Policía turística, la cual para el caso de Buga, puede prestar apoyo a actividades de vigilancia y control de los atractivos, atender labores de información turística, orientar a los turistas y canalizar las quejas que se presenten, apoyar procesos de investigación, entre otros aspectos. Este es un servicio prioritario dentro del esquema general de soporte a la actividades, por lo tanto es de suma importancia avanzar en su conformación acorde con las necesidades particulares del Municipio.

**14.1.10. Comercio Turístico.** Se valora la disponibilidad del comercio frente al comportamiento del turismo, se incluye lo relacionado con los almacenes de cadena, se observa principalmente el tema de los días y horarios de atención, teniendo en cuenta que la demanda se da, especialmente, en los fines de semana y días festivos .

**Tabla 48. Inventario de supermercados de la Ciudad de Buga**

<b>Nombre</b>	<b>Horario de Atención</b>
Almacenes Olímpica	Lunes a Sábado 7.00 a.m. a 9:00 p.m. Domingos 7:00 a 8:00 p.m.
Almacenes Carulla – Vivero	Lunes a Domingo 7:30 a.m. a 9:30 p.m.
Supermercado Surtí familiar	Lunes a Sábado 8:00 a 8:00 p.m. Domingos 8:00 a 3:00 p.m.
Almacenes Ley	Lunes a Sábado 8:30 a 7:30 p.m. Domingos 8:00 a 1:30 p.m.
Supermercado Comfandi	Lunes a Sábado 8:30 a 7:30 p.m.

La oferta comercial local es restringida en los días de mayor afluencia de visitantes, (fines de semanas, domingos y festivos), debido a varias causas, entre las que se pueden enumerar: los altos costos laborales, los altos tributos municipales, la falta de incentivos. Se debe diversificar y adecuar a las tendencias que dominan el mercado, es decir los centros comerciales que combinan tiendas y almacenes de todo tipo de productos, con un almacén ancla, espacios de recreación, comidas y demás servicios.

Este tipo de desarrollos, se convierte en atractivos en sí mismos que podrían aprovechar el potencial actual y consolidarse como una importante alternativa de comercio turístico.

En la siguiente tabla se incluye el inventario de casas de cambio existentes, aunque su demanda por el turismo puede ser más importante en contextos donde los flujos de visitantes extranjeros son mucho mayores.

Este tipo de servicios es prestado en días y horarios de oficina, dificultando su acceso en los días de fines de semana y festivos que son aquellos en que el turismo se mueve.

**Tabla 49. Inventario de casa de cambio**

<b>Nombre</b>	<b>Servicios</b>
Cambiamos S.A.	Pago de giros internacionales, compra – venta de divisas.
Cambios Country	Pago de giros internacionales, transferencias, compra venta de divisas, cheques de viajero.
Cambio Exacto S.A.	Pago de giros internacionales, compra venta de divisas.
Girar S.A.	Pago de giros internacionales.

Titan Intercontinental S.A.	Pago de giros internacionales.
Casa De Cambios Unidas S.A.	Pago de giros internacionales, compra venta de divisas.
Pagos Internacionales S.A.	Pago de giros internacionales.

## 14.2 ENTIDADES E INSTITUCIONES

Esta integrada por todas las instituciones de naturaleza pública, privada o mixta, que se relacionan con la coordinación y toma de decisiones para el desarrollo del sector, en el nivel nacional, departamental y municipal. Con respecto a las mismas se toma en consideración las funciones y actividades que desarrollan de acuerdo a su ámbito de acción y su relación con otras entidades afines.

**14.2.1. Entidades del Nivel Nacional.** En este caso se incluyen las entidades que por disposición constitucional y legal le compete fijar las políticas generales de desarrollo en materia turística.

**Dirección De Turismo Del Ministerio De Desarrollo:** Es la entidad encargada de desarrollar la competitividad de la industria turística colombiana, aplicando la filosofía y los planteamientos de la Ley General de Turismo, fortaleciendo la gestión institucional en los aspectos de descentralización, planificación,

infraestructura, investigación, control, información y estadística que permitan el logro de la visión, satisfaciendo los estándares más altos de calidad en el sector y contribuyendo al desarrollo económico del país cumpliendo con los principios del Ministerio de Desarrollo Económico.

Es la dependencia encargada del diseño y de la rectoría de la política pública. Su función principal es implementar la política de turismo y, de manera consecuente lo siguiente:

- Coordinar su ejecución.
- Asignar prioridades.
- Prestar asistencia técnica a clusters y a entidades territoriales.
- Realizar la evaluación y el seguimiento de las políticas.
- Dirigir la coordinación institucional en temas como información y registro.
- Identificar las necesidades de infraestructura.
- Fomentar el desarrollo tecnológico.
- Coordinar aspectos de seguridad turística con la policía de turismo

**Consejo Superior de Turismo:** es el organismo que actúa como el asesor colegiado del Gobierno Nacional para el diseño y la implementación de la política turística. Se convocará regularmente para hacer partícipe al sector privado de la política turística, y actuará como mecanismo de facilitación para la coordinación interinstitucional.

**Fondo de Promoción y Competitividad del Sector Turístico - FPT:** creado a partir de la Ley 300 de 1996, es un patrimonio autónomo sin personería jurídica, es administrado por una entidad privada escogida por licitación pública. Es el ejecutor de la política de promoción a través de proyectos promocionales, institucionales y de desarrollo de la competitividad de acuerdo con la secuencia: Planeación del Desarrollo; Investigación de Mercados; Diseño del Productos; Promoción y Mercadeo.

La labor de reorientación de las prioridades del FPT en la asignación de recursos, se fundamenta en su función como instrumento ejecutor de la política de promoción y competitividad turísticas. En tal sentido, el Fondo trabajará en proyectos relacionados con la imagen internacional de Colombia como destino turístico, definirá criterios y pautas operativas para la participación en ferias, señalará los productos y clusters objeto de su actuación, favorecerá el desarrollo de nuevos productos e impulsará el fortalecimiento de la competitividad turística regional.

**14.2.2. Entidades del Nivel Departamental.** hacen parte de este nivel institucional las entidades de carácter publico o mixto que adelantan actividades tendientes a la coordinación, organización y promoción de la región para posicionarlo como destino turístico importante.

- **Secretaria de Cultura y Turismo del Departamento del Valle del Cauca.** creada mediante Decreto No. 0206 de marzo 24 de 2000. Es la máxima autoridad gubernamental del orden departamental en el tema de turismo, y esta encargada de fijar la política del sector y así mismo elaborar el Plan Sectorial de Turismo para el Departamento. Para esto ejerce funciones de planeación en armonía con los intereses de los municipios y las entidades territoriales.

**Comité Departamental de Turismo del Valle del Cauca.** Fue creado mediante Decreto No. 0758 del 19 de diciembre de 2000, con el propósito constituirse en un espacio de concertación y de consulta entre el gobierno departamental y la sociedad civil, encargado de asesorar a la Secretaria de Cultura y Turismo en la planificación, la formulación y la ejecución de la Política de Turismo en el Valle del Cauca.

**El Fondo Mixto de Promoción del Valle del Cauca.** Es una entidad de carácter mixto constituida por entidades del sector publico y privado del departamento del Valle del Cauca, con la misión de proyectar una imagen positiva de la Región.

- Promueve y divulga permanentemente los atractivos y posibilidades turísticas, comerciales, industriales y culturales que ofrece el valle del Cauca a nivel nacional e internacional.
  
- Crear y mantener una imagen positiva del Valle del Cauca.
  
- Propiciar un clima de inversión hacia la región.

- Planear, proponer y desarrollar programas tendientes a procurar la estimulación de los valores cívicos de la comunidad buscando optimizar la imagen del Departamento.
- Diseñar programas tendientes a facilitar el incremento del numero de visitantes de la región.

En desarrollo de lo anterior, el Fondo Mixto de Promoción ha adelantado importantes gestiones en pro de la consolidación del Departamento como destino turístico en los ámbitos nacional e internacional. La edición de la guía turística de Cali y el Valle del Cauca, el Plan de Promoción Turística del Valle del Cauca, la campaña “Valle del Cauca: un Estado de Animo” y el desarrollo de nuevos productos son acciones fundamentales en la consolidación del potencial turístico de la región.

**Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca – C.V.C** . Es un ente corporativo de carácter público que esta dotado de autonomía administrativa y financiera, patrimonio propio y personería jurídica, que tiene por objeto la ejecución de las políticas, planes, programas y proyectos sobre medio ambiente y recursos naturales renovables del Valle del Cauca, así como dar cumplida y

oportuna aplicación a las disposiciones legales vigentes sobre su disposición, administración, manejo y aprovechamiento, conforme a las regulaciones, pautas y directrices expedidas por el Ministerio del Medio Ambiente.

La corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca, en un esfuerzo para lograr el desarrollo sostenible de su área de jurisdicción, ha reconocido como instrumento útil el ecoturismo, considerando esta actividad compatible con el cuidado, preservación, protección y restauración del medio ambiente.

Una alternativa para lograr lo anterior está basada en la construcción de Corredores Biológicos, los cuales se definen como franjas de vegetación que conectan dos paisajes naturales”. Para esto se encuentra impulsando junto con otras instituciones de la región el diseño del proyecto de corredor eco turístico Laguna de Sonso, El Vinculo, Reserva de Yotoco, Calima Darien, en sus fases de factibilidad económica, social y ambiental. Este proyecto se convierte en una alternativa interesante para el Municipio de Buga que permitirá proyectar sus atractivos y recursos en un marco de conocimiento e integración a los procesos de ecoturismo con criterios de sustentabilidad y preservación de los recursos naturales y paisajísticos.

**14.2.3. Entidades del Nivel Municipal.** Hacen parte de este nivel, aquellas entidades públicas, como de derecho privado que actúan como instancias decisorias, así como aquellas de derecho privado que han contribuido desde sus propias esferas institucionales al desarrollo del sector.

**El Concejo Municipal de Guadalajara de Buga.** Es una instancia política con facultades constitucionales para determinar entre otras cosas la declaratoria de Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario, a través de la afectación del suelo dando prioridad a los usos turísticos, señalando la dotación de estas áreas con servicios públicos en infraestructura básica y definiendo incentivos a las actividades de los prestatarios turísticos.

**La Alcaldía Municipal de Guadalajara de Buga.** Constituye la célula básica de la organización estatal y tiene por objeto, dentro de un régimen de autonomía, cumplir las funciones y prestar los servicios a su cargo, promover el desarrollo de sus territorios y el mejoramiento socio cultural de sus habitantes, asegurar la participación efectiva de la comunidad en el manejo de los asuntos públicos de carácter local y propiciar la integración regional.

De acuerdo con la Ley 136 de 1994, una de las funciones de los Municipios, tiene que ver con planificar el desarrollo económico, social y ambiental de su territorial, de conformidad con la Ley en coordinación con otras entidades. De esta maneaa, el Municipio es uno de las entidades participantes en el proceso tanto de elaboración del plan como de su implementación y evaluación.

**La Cámara de Comercio de Buga.** Tiene como misión liderar, promover y ejecutar proyectos que contribuyan al desarrollo empresarial, social y económico de la región, soportada en una capacidad ágil, flexible, con tecnología adecuada y alta capacidad de gestión, con un equipo humano calificado y comprometido en la satisfacción del cliente. Cumple además de manera efectiva y transparente las funciones publicas delegadas por el Estado colombiano. Dentro de las actividades que desarrolla se encuentran programas y proyectos no solamente en el Municipio de Buga, sino también, en el área de jurisdicción, la cual se compone de Darién, Restrepo, Yotoco, Guacarí, Cerrito, Ginebra y San Pedro.

Constituye una de las instancias principales en el proceso de gestión de proyectos de desarrollo no solamente en turismo sino en otros campos, contribuyendo al mejoramiento del entorno empresarial y productivo, los cuales son insumos fundamentales para fortalecer la competitividad del sector. Ha sido pieza fundamental en la formulación del Plan de Ordenamiento Territorial, en el que se

reconoció al turismo como uno de los pilares de desarrollo a consolidar en el Municipio. Ha contribuido grandemente a proyectos asociados a la recuperación del espacio público, en especial de la Plazoleta de Lourdes, y del Patrimonio histórico y arquitectónico de la ciudad, como la recuperación de la Casa Molina, entre otros. Así mismo promueve otros importantes proyectos como la Terminal de transportes, el rediseño de la Avenida de la Basílica, conjuntamente con la Congregación de Padres Redentoristas y otras entidades, organiza la muestra artesanal que se realiza en Semana Santa, y un sinnúmero de iniciativas fundamentales para el desarrollo social y económico de la región.

Dentro de los alcances de este proceso se destacó la incorporación de un paquete turístico básico en un concepto de producto con marca distintiva y personalidad única; la obtención de elementos para facilitar el conocimiento de los clientes actuales y potenciales que permitan estructurar un sistema para la toma de decisiones de mercadeo; el desarrollo de un modelo de servicio distintivo y unificado que asegure la satisfacción de los clientes y la elaboración de un plan de promoción para divulgar las características del producto.

**Universidad del Valle - Sede Buga.** Se constituye en el centro de educación superior más importante del Municipio y la Región, contribuyendo a la formación del talento humano que garantiza su desarrollo armónico integral traducido en el

mejoramiento de la calidad de las diferentes esferas de la vida ciudadana liderando y/o participando en los procesos de formulación, ejecución y control de políticas económicas, sociales y culturales, asesorando y realizando investigación para y con los sectores público y privado.

Para el caso del desarrollo turístico se presenta como una de las entidades principales para los procesos de investigación y de formación y capacitación, base del mejoramiento y fortalecimiento de la competitividad empresarial, en particular, del sector turismo.

**Comité Municipal de Turismo.** Se constituye en un espacio de concertación y de consulta entre el gobierno municipal y la sociedad civil, encargado de asesorar a la Administración municipal en la planificación, formulación, y coordinación de la política de turismo en el Municipio. Dicho comité se encuentra conformado por representantes de instituciones públicas y privadas, organizaciones cívicas, comunitarias, agremiaciones y demás ONG's, relacionadas con el sector. Su órgano de administración es la Junta Directiva, la cual es presidida por el Señor Alcalde Municipal, un vicepresidente, un tesorero, un fiscal un secretario y dos vocales.

**Corporación para el Desarrollo Cultural y Turístico de Guadalajara de Buga y Su área de influencia “ASOCULTUR”.** Constituye un gremio asociativo de concertación, dialogo, armonía y defensora de los interés ciudadanos, de la academia, del sector empresarial, de las instituciones públicas y privadas del sector cultural y turístico. Hace parte de la Junta Directiva del Comité Municipal de Cultura.

### **14.3. SÍNTESIS SITUACIÓN INSTITUCIONAL**

El avance en la consolidación de una estructura institucional que impulse y promueva la coordinación de los procesos de fortalecimiento del sector turístico y el mejoramiento de su situación, ha sido muy lenta y, casi se podría afirmar, reciente. A pesar de esto, se han dado procesos de gestión e impulso de proyectos relacionados con el tema, a través de algunas entidades, las cuales han dejado experiencias importantes a la hora de iniciar un proyecto de desarrollo en la materia.

La poca integración entre el sector publico y privado y entre los mismos prestatarios, no ha permitido orientar acciones estratégicas que definan un norte sobre el cual se estructuren los demás procesos y se construya un proceso sostenible y de largo plazo. Es fundamental avanzar en el tema de la organización,

coordinación y concertación entre los diferentes sectores involucrados en el tema turístico, definiendo un esquema participativo y abierto, pero a la vez técnico y metódico, que logre dar respuestas a los propósitos de desarrollo que se establezcan.

#### **14.4. EVALUACIÓN DE LA EDUCACIÓN Y LA CAPACITACIÓN**

Tiene que ver con los procesos de formación de talento humano en sus modalidades técnico, tecnológico y profesional que intervienen en los niveles de operación y gestión de cada uno de los establecimientos turísticos. Se incluye la evaluación de las entidades que brindan formación y capacitación en turismo, calidad y cobertura, pertinencia de los programas académicos, como también los actuales requerimientos laborales en las empresas.

##### **14.4.1. Nivel de educación y capacitación de la planta de personal.**

Corresponde a la identificación de la estructura educativa del personal, así como una aproximación al conocimiento sobre los procesos de capacitación llevados a cabo por los prestatarios en su personal.

La composición de la planta de personal para el sector, arroja que el 22%, de la misma tiene formación educativa hasta primaria, el 60% corresponde al nivel de secundaria, el 8%, posee formación técnica y/o tecnológica. Para el caso del nivel universitario este porcentaje alcanza el 9%, mientras que tan solo el 1% alcanza los niveles de postgrado.

**Tabla 50. Nivel educativo de la planta de personal para el sector turismo**

<b>HOTELES – RESTAURANTES – AGENCIAS DE VIAJE</b>	
<b>Nivel</b>	<b>Participación en el Total</b>
Primaria	22%
Secundaria	60%
Técnico – tecnológico	8%
Universitario	9%
Postgrado	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Complementariamente, se identificó el estado de los procesos de capacitación de personal, desprendiéndose que el 33% de los hoteleros ha implementado procesos de capacitación en sus empleados. Para el sector de restaurantes, estos procesos han sido aplicados por el 26.4% de los establecimientos encuestados.

Sobre las necesidades de formación de personal, se tiene que las necesidades se asocian a los aspectos de mercadeo, ventas y atención al cliente, además manejo de sistemas, idiomas y operación turística. En los niveles gerenciales, se demandan procesos de actualización en sistemas de administración que conduzcan a la optimización de los recursos, elevar la productividad y ser más competitivos.

**14.4.2 Programas de formación.** Se asocia a los planes educativos ofrecidos por instituciones publicas o privadas que se enfocan a formar personal para diseñar, implementar y operar procesos de prestación de servicios turísticos.

**Tabla 51. Oferta actual de programas de formación de personal en Buga**

<b>Programa</b>	<b>Institución</b>	<b>Nivel</b>
Informador turístico local	SENA	Técnico
Técnico Profesional en Agencias de Viaje	SENA	Técnico
Administración en Hotelería y Turismo	ITA - TEPA	Profesional

La oferta en cuanto a formación de personal para el sector es muy restringida, tanto desde el punto de vista de los programas que se ofrecen, como de la

disponibilidad de recursos por parte de las instituciones, en particular el SENA, que no garantiza la continuidad de los mismos debido a sus dificultades presupuestales.

No existe un acercamiento efectivo entre oferentes y demandantes de los procesos, con lo cual, no ha sido posible satisfacer las necesidades de los mismos, ya sea en procesos formales o no formales. En general, el tema de la capacitación y formación de personal se constituye en una de las mayores debilidades del sector y exige acciones prontas y efectivas para empezar a desarrollar el personal idóneo que garantice un entorno competitivo y un panorama de mejoramiento en el mediano y largo plazo.

Además de la capacitación del recurso humano que se emplea directamente en los establecimientos de servicios turísticos, como hospedajes, restaurantes, agencias de viaje, entre otros, se requiere también de capacitación para otros actores que participan de manera colateral o indirecta en la dinámica turística local. En este se incluyen los taxistas y personal de establecimientos de comercio tradicional.

Aparte de los procesos de sensibilización, se requieren mecanismos de seguimiento y evaluación para medir la efectividad de los mismos y adelantar los ajustes que sean necesarios.

## **15. EL SECTOR TURISMO Y SU INFLUENCIA SOBRE EL COMERCIO DE BUGA**

Dado el análisis anterior se ha podido detectar la influencia que el sector turismo ha tenido sobre el sector comercio del Municipio de Guadalajara de Buga, podría decirse que el comportamiento del comercio es resultado de la demanda turística que el lugar ha venido desarrollando a través de los años, para dar consistencia al análisis económico de la ciudad se ha integrado algunos datos importantes sobre el sector comercio pero con referencia al turismo, dado que no es objeto de estudio de este documento profundizar sobre las características del sector comercio como tal.

### **15.1. CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS**

De acuerdo con el registro mercantil de la Cámara de Comercio se tiene que, dentro de un universo de 3256 establecimientos registrados, la actividad económica predominante en el área de jurisdicción de la Cámara de Comercio de Buga para el año 2.004 es el comercio con 1.645 inscritos que representa el 51% del total de registros, Con respecto a la variación por sectores entre 2.003 y el 2004 , el sector comercio creció en un 8.8%. De los 3256 establecimientos

Inscritos en la ciudad de Guadalajara de Buga, 324 registros pertenecen a la industria manufacturera con una participación en el total de registros del 10% y una variación con respecto al 2003 del 15.4 %, después el sector hotelero con 243 registros y una participación del 7.4% y una variación con respecto al año anterior del 18.5% el sector financiero que aun que solo figura con un 7.5% en el total de registros, mostró un fuerte crecimiento comparado con todos los sectores del 32.8% el mas alto comparado en el 2004 con respecto al 2003. El sector agropecuario con 189 establecimientos, para un 6% total.

Si se observan los datos del 2005 , el sector del comercio sigue predominando en cantidad de empresas registradas dedicadas a esta actividad económica, aunque su crecimiento no sea el mas dinámico, sin embargo los hoteles y restaurantes no sufren ninguna modificación confirmando que la oferta hotelera es tal vez la suficiente para la baja demanda de este servicio, cosa que no ocurre con el comportamiento de los sectores de la agricultura, ganadería, industria manufacturera y establecimientos de intermediación financiera como bancos y casas de cambio, que muestran una vez mas la tendencia del turismo de Buga en cuanto a sus preferencias de consumo.

**Tabla 52. Empresas por actividad económica**

Actividad Económica	2.003	2004	2005
DESCRIPCIÓN	Cantidad	Cantidad	
Agricultura, Ganadería, Caza y	183	189	204
Silvicultura, Pesca			4
Explotación de Minas y Canteras	1	2	2
Industrias Manufactureras	274	324	360
Suministro de Electricidad	7	7	7
Construcción	41	54	56
Comercio	1500	1645	1652
Hoteles y Restaurantes	198	243	243
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	162	84	84
Intermediación Financiera	80	244	254
Actividades inmobiliarias	195	186	186
Servicios	264	275	256
<b>TOTAL</b>	<b>2.905</b>	<b>3.256</b>	<b>3308</b>

Ministerio de Desarrollo Económico. Dirección de Turismo. El turismo Colombiano: El comportamiento del sector turístico en Colombia para el año 2004, edición No. 34, Noviembre 12-2004. 168 p.

## 15.2. CANTIDAD DE EMPLEOS

Para esta sección se ha tenido en cuenta los datos recopilados para los años 2002, 2003 y 2004 con el objetivo de poder establecer el comportamiento real del empleo.

**Panorama Nacional del empleo en el 2004.** Para el total nacional, la tasa de ocupación promedio en 2004 se situó en 52.5%, inferior en 0.8 puntos porcentuales al valor observado en 2003. En cuanto a la tasa de desempleo promedio, ésta fue 13.6%, 0.6 puntos porcentuales por debajo del valor observado el año pasado .

En 2004 se desaceleró la creación de nuevos puestos de trabajo. En promedio se generaron 111 mil nuevos empleos, mientras que el año pasado se habían generado 847 mil. Esto significa que durante 2004, el crecimiento del número de ocupados fue de 0.6%, en contraste con un crecimiento de 5.1% en 2003. Este resultado muestra que la economía está generando empleos a un ritmo de crecimiento menor al de la población en edad de trabajar, que en promedio creció 2.2%. La participación laboral promedio, en 2004, disminuyó 1.3 puntos porcentuales respecto al valor observado el año pasado. La caída en la TGP se explica por el menor crecimiento de la población económicamente activa (PEA), respecto a la población en edad de trabajar. En promedio la PEA no registro ningún crecimiento mientras que la PET creció 2.2%. El nulo crecimiento de la PEA se debe al incremento de la población económicamente inactiva, que en promedio creció 5.68% en 2004, mientras que para 2003 dicho aumento fue de 0.5%.

La mayor inactividad responde al aumento en el número de estudiantes y personas dedicadas a los oficios del hogar como consecuencia del incremento en

los ingresos laborales de las personas. El ingreso laboral promedio para las siete ciudades, a partir del cuarto trimestre de 2003, empezó a experimentar tasas de crecimiento positivas. De hecho, en el segundo trimestre de este año el crecimiento del salario real fue 7.6%.

Cabe destacar que a pesar de que en 2004 no se generaron puestos de trabajo con la misma dinámica del año pasado, la calidad del empleo a partir de junio presentó una mejoría. La tasa de subempleo promedio de junio a diciembre de 2004 fue 31.5%, inferior en 1.6 puntos porcentuales a la observada en el mismo periodo de 2003. Por rama de actividad económica a nivel nacional se generaron 80 mil empleos en la industria, 25 mil en comercio, 18 mil a la construcción, 12 mil a electricidad, gas y agua, y 38 mil a servicios. En agricultura, que fue uno de los sectores que más generó puestos de trabajo en 2003, se dejaron de contratar 86 mil trabajadores en 2004 .

Para las trece áreas metropolitanas la tasa de desempleo promedio en 2004 fue 15.3%, 1.4 puntos porcentuales menos que la observada un año atrás. La tasa de ocupación promedio disminuyó 0.6 puntos porcentuales, situándose en 53.1% . Al igual que para el total nacional, la participación laboral de las 13 ciudades disminuyó; en promedio, ésta pasó de 64.5% en el 2003, a 62.7% en 2004. De igual modo, esta caída se explica por el aumento de la población inactiva, que pasó de 91 mil en 2003, a 369 mil en 2004. Durante 2004, en las trece áreas metropolitanas se generaron 121 mil nuevos empleos, lo que equivale a un

incremento de 1.5%. De estos puestos, 45 mil se generaron en la industria, 40 mil en transporte, 27 mil en actividades inmobiliarias y 42 mil en servicios y otras ramas. Contrario a lo anterior, en los sectores de la construcción y el comercio se dejaron de contratar 7 mil y 27 mil personas respectivamente. De acuerdo con la posición ocupacional, se emplearon en las trece áreas metropolitanas 117 mil obreros y empleados particulares, 23 mil trabajadores familiares sin remuneración, 37 mil patronos o empleadores, 23 mil empleados del gobierno. Adicionalmente, se suprimieron 18 mil puestos de empleados del servicio doméstico y 39 mil de trabajadores cuenta propia.

Es muy probable que de no haber diseñado una estrategia de retención de la mano de obra y de generación de empleo la tasa de desempleo hubiera sido mayor. Dentro de las acciones que comprendían esta estrategia se pueden citar la reforma a la empleabilidad; fortalecimiento de la capacitación, incentivos a la generación de empleo, protección al cesante, reactivación de sectores con uso intensivo de mano de obra, impulso a la economía solidaria y una mayor retención escolar. Con la reforma a la empleabilidad no sólo se generaron unos 350 mil empleos, sino que también se eliminaron muchas de las distorsiones que afectan el mercado laboral y que limitan el acceso a opciones del mismo por parte de la población económicamente activa. Así mismo, los programas de capacitación han atendido cerca de 2.7 millones de alumnos en cursos, entre graduados en el programa de Jóvenes en Acción, con contrato de aprendizaje (170.814), contratos de aprendizaje regulado en las empresas (89.000), entre otros. Por último, los

empleos generados a través de incubadoras de empresas ascienden a un poco más de 4 mil<sup>1</sup>.

**Cantidad de empleos año para la ciudad de Buga 2002.** En lo atinente a los empleos declarados en el mismo registro, se tiene que los hoteles y restaurantes proporcionan el 2.72% del total, con 307 empleos, seguido se encuentran las empresas del sector transporte con el 0.47%, es decir 23 empleos. Las empresas del sector turismo comprenden el 7.3% del total (125 de 1715) y proporcionan el 3.58% de los empleos declarados en Buga (404 de 11.302), así mismo genera 3.98 empleos por establecimiento.

**Tabla 53. Cantidad de empleos (cifras a dic del 2002)**

Descripción	Cantidad	
Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	3866	34,21%
Pesca	3	0,03%
Explotación de Minas y Canteras	6	0,05%
Industrias Manufactureras	1994	17,64%
Suministro de Electricidad	14	0,12%
Construcción	89	0,79%
Comercio	2519	22,29%
Hoteles y Restaurantes	307	2,72%

<sup>1</sup> Estos programas de impacto directo fueron acompañados de grandes montos de recursos ejecutados a través de programas de micro crédito, \$2.8 billones.

Agencias de Viaje	44	0,39%
Transporte	53	0,47%
Almacenamiento y Comunicaciones	442	3,91%
Intermediación Financiera	342	3,03%
Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	787	6,96%
Educación	145	1,28%
Servicios sociales y de Salud	136	1,20%
Otras actividades de Servicios comunitarios, Sociales y Personales	555	4,91%
<b>TOTAL</b>	<b>11.302</b>	<b>100%</b>

**Tabla 54. Síntesis situación del sector comercio del Municipio de Guadalajara de Buga.**

Descripción	de Empleos		Promedio empleos/ sector
	Cantidad Establecimientos %	generados %	
Sector Comercio	46.40%	22.29%	3.16
Sector agropecuario	9.10%	34.21%	24.78
Sector servicios (2)	21.46%	17.38%	5.2
Sector industrial	9.50%	17.64%	12.23
Sector turismo (1)	7.30%	3.58%	4.09
Sector Almacenamiento y comunicaciones	3.90%	3.91%	6.6
Sector construcción	2.04%	0.79	2.54
Otros sectores (3)	0.30%	0.2	4.83

<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>-</b>
--------------	----------------	----------------	----------

Registro Mercantil Cámara de Comercio de Buga

1. comprende hoteles y restaurantes, agencias de viaje y empresas de transporte de pasajeros
2. Comprende las actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler, servicios sociales y otros servicios comunitarios y personales.
3. Comprende pesca, explotación de minas y cantera y suministro de electricidad.

Las cifras indican que las actividades comerciales y agropecuarias proporcionan la mayor cantidad de establecimientos y empleos, seguida de las actividades de servicios e industriales, después se encuentran las actividades propias del sector turismo y finalmente las de almacenamiento y comunicaciones, construcción y otras.

Bajo este panorama se puede concluir que el comportamiento de la economía local no es dependiente, en gran medida, de las actividades de turismo, sin embargo, este sector presenta una dinámica creciente en su fortalecimiento como factor clave de desarrollo municipal y regional. Vale recordar que el turismo participa del PIB nacional solo con el 3%, mientras que para países como España y los países del Caribe, dicha participación equivale al 18% y al 30%, respectivamente. El sector turístico local no es ajeno a la situación del mismo en el ámbito nacional.

**Empleos generados por sectores años 2003 y 2004.** En el siguiente cuadro se puede observar como los sectores de manufacturas y comercio son las principales generadoras de empleos,.

**Tabla 55.Cantidad de empleos según sectores económicos en la Ciudad de Buga 2003 y 2004**

<b>EMPLEO POR ACTIVIDAD ECONÓMICA</b>					
	<b>2.003</b>		<b>2.004</b>		<b>Variación</b>
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>%</b>	<b>CANT.</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	2684	18.507	2837	18.85	1.8
Explotación de Minas y Canteras	2	0.0138	6	0.04	66
Industrias Manufactureras	4377	30.18	4819	32.03	10
Suministro de Electricidad	54	0.3723	42	0.279	22
Construcción	167	1.1515	183	1.216	9
Comercio	3460	23.857	3571	23.73	4
Hoteles y Restaurantes	638	4.3991	766	5.091	17
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	677	4.668	583	3.875	-13.8
Intermediación Financiera	344	2.3719	359	2.386	5
Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	1117	7.7019	850	5.649	-24
Servicios	983	6.7779	1031	6.852	5
<b>TOTAL</b>	<b>14503</b>	<b>100</b>	<b>15047</b>	<b>100</b>	<b>3.61</b>

**Sector Industria.** La economía municipal presenta una estructura agroindustrial que moviliza gran parte del empleo y de la inversión. Las empresas del sector industrial generan un porcentaje importante del empleo en Buga, cerca del 32%. Dentro de la industria, las empresas de alimentos para animales, preparación y conservación de carnes, fabricación de productos lácteos y productos de molinería (trilladoras) como los más importantes., así como una mayor generación de valor agregado, lo que implica generación de ingresos para un porcentaje importante de la población.

### **15.3. CANTIDAD DE EMPRESAS POR MUNICIPIO**

La mayor población empresarial esta concentrada en el municipio de Guadalajara de Buga que representa el 67%, del total de los municipios que conforman el área de jurisdicción de la ciudad. En cuanto al crecimiento de establecimientos, para la ciudad fue del 14%. Siendo la tercera ciudad en crecimiento para el año 2004.

**Tabla 56. Población empresarial por Municipios aledaños**

Municipio	2.003		2.004		Variación
	Cantidad	%	Cantidad	%	%
<b>Buga</b>	1912	65.8175559	2184	67.14	12.4
Cerrito	457	15.7314974	485	14.91	5.7
Ginebra	122	4.19965577	140	4.304	12.85
Guacarí	161	5.54216867	152	4.673	-5.92
Restrepo	57	1.96213425	65	1.998	12.3
San Pedro	70	2.40963855	76	2.336	8
Yotoco	51	1.7555938	49	1.506	-4.08
Darién	75	2.58175559	102	3.136	26
<b>TOTAL</b>	2905	100	3253	100	10.7

Ministerio de Desarrollo Económico. Dirección de Turismo. El turismo Colombiano: El comportamiento del sector turístico en Colombia para el año 2004, edición No. 34, Noviembre 12-2004. 168 p.

**15.3.1. Empresas Por Tamaño.** La categorización del tamaño de las empresas se realiza con base en los parámetros establecidos en la Ley Mipyme, la cual toma en cuenta el nivel de activos y la cantidad de empleados de las unidades empresariales. A partir de la aplicación de esta categorización se evidencia que para el 2.004 la mayor participación porcentual corresponde a las microempresas con 2.945 inscritos equivalente al 91%, seguido por la pequeña empresa con 238 inscritos representando el 7%, la mediana empresa con 37 inscritos con una participación del 1% y finalmente la gran empresa con 33 inscritos representando el 1%.

**Tabla 57. Conformación empresarial según tamaño de empresa**

Tamaño	2.003		2.004		Variación
	Cantidad	%	Cantidad	%	%
Microempresa	2592	89.2254733	2945	90.53	12
Pequeña Empresa	243	8.36488812	238	7.316	-2.1
Mediana Empresa	40	1.37693632	37	1.137	-8.1
Gran Empresa	30	1.03270224	33	1.014	9
TOTAL	2905	100	3253	100	10.8

Ministerio de Desarrollo Económico. Dirección de Turismo. El turismo Colombiano: El comportamiento del sector turístico en Colombia para el año 2004, edición No. 34, Noviembre 12-2004. 168 p.

#### 15.4. VENTAS POR MUNICIPIOS

El comportamiento de las ventas se concentró en el Municipio de Buga el cual aporta un 77% del total de la jurisdicción, seguido por Guacarí y El Cerrito con el 12% y 5% cada uno, San Pedro con el 3%. Con porcentajes del 1%, se ubican Darién, Ginebra y Yotoco. Con participación menor al 1% se ubica el municipio de Restrepo.

**Tabla 58. Ventas por municipios 2003 y 2004**

Municipio	2.003		2.004		Variación
	Cantidad	%	Cantidad	%	
Buga	\$ 625.258.745.709	60	\$ 677.013.549.035	77	8
Cerrito	48.070.370.765	5	45.994.154.235	5	-4
Darién	5.413.693.285	1	5.737.985.439	1	6
Ginebra	10.075.264.658	1	10.884.099.122	1	8

Guacarí	117.971.132.542	11	104.512.475.861	12	-11
Restrepo	3.280.296.281	0	3.819.580.863	0	16
San Pedro	12.452.373.673	1	22.945.376.352	3	84
Yotoco	215.599.881.912	21	7.975.363.563	1	-96
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.038.121.758.825</b>	<b>100</b>	<b>\$ 878.882.584.470</b>	<b>100</b>	<b>-15</b>

Ministerio de Desarrollo Económico. Dirección de Turismo. El turismo Colombiano: El comportamiento del sector turístico en Colombia para el año 2004, edición No. 34, Noviembre 12-2004. 168 p.

### 15.5. VENTAS POR ACTIVIDAD ECONÓMICA

El sector con mayor porcentaje en ventas para el 2004 es la industria manufacturera con \$491.780.967.089 que representan el 56%, en segundo lugar se ubica el sector comercial con ventas de \$219.541.752.590 que representa el 25%, posteriormente se halla el sector agrícola y de pesca con ventas de \$91.640.829.317 que representa el 10%.

**Tabla 59. Ventas por actividad económica 2003 y 2004**

Descripción	2003		2004		Variación
	Cantidad	%	Cantidad	%	%
Agricultura, Ganadería, Caza y	\$ 121.964.304.259	12	\$ 91.640.829.317	10	-25

Silvicultura, Pesca					
Explotación de Minas y Canteras	29.250.000	0	155.136.937	0	430
Industrias Manufactureras	648.770.096.406	62	491.780.967.089	56	-24
Suministro de Electricidad	2.365.398.964	0	989.989.519	0	-58
Construcción	8.237.682.252	1	13.821.221.675	2	68
<b>Comercio</b>	<b>189.389.410.298</b>	<b>18</b>	<b>219.541.752.590</b>	<b>25</b>	<b>16</b>
Hoteles y Restaurantes	5.009.004.436	0	9.142.597.595	1	83
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	24.642.906.124	2	19.540.874.925	2	-21
Intermediación Financiera	804.399.396	0	976.826.206	0	21
Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	5.139.598.394	0	4.032.915.731	0	-22
Servicios	31.769.708.296	3	27.259.472.886	3	-14
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.038.121.758.825</b>	<b>100</b>	<b>\$ 878.882.584.470</b>	<b>100</b>	<b>-15</b>

## 5.6 INVERSIÓN NETA

Esta información ha sido tomada del informe de inversión neta entregado por la Cámara de Comercio de Buga para el ultimo trimestre del 2005 , donde se muestra la conformación empresarial de la actividad económica de Buga y se

destaca el crecimiento de la inversión neta en el sector comercio gracias a las actividades del sector turismo.

**Capital neto suscrito.** La inversión neta<sup>2</sup> de Buga y su área de jurisdicción a septiembre de 2005, llegó a \$ 4.317.3 millones lo cual significó una disminución del 13.9% frente a los resultados obtenidos en este mismo periodo del año anterior lo cual alcanzó los \$5.015 millones; este decrecimiento tuvo su origen fundamentalmente en una disminución del 16% en el capital reformado.

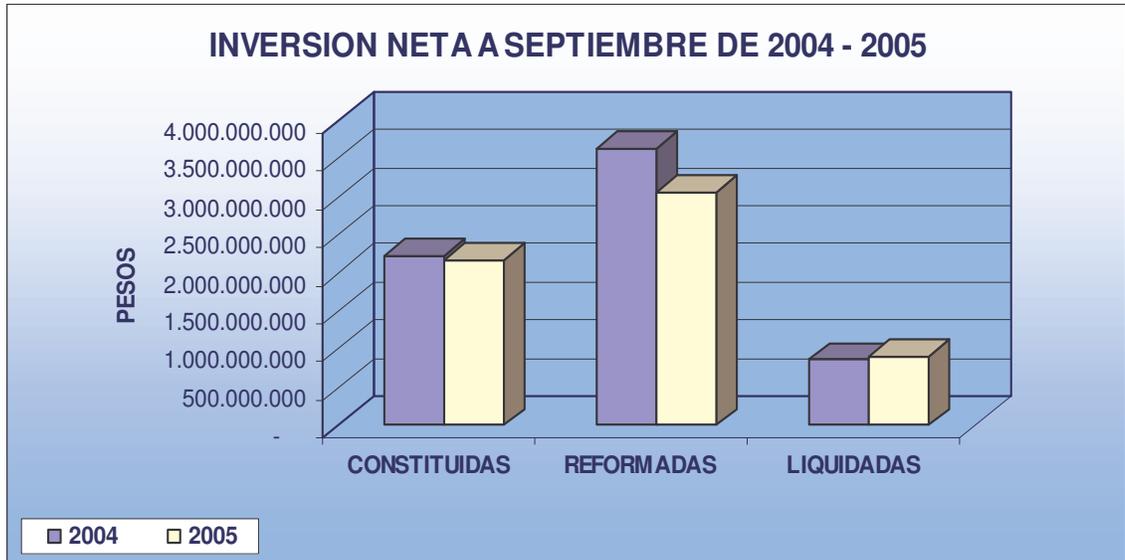
Los sectores que presentaron comportamiento positivo, fueron el sector Industria que aumento de \$351.4 millones en el año 2004 a \$1.126.5 millones; el sector Transporte de \$489.2 millones a \$1.028.2 millones y Construcción de \$22.3 millones a \$968.4 millones.

Los sectores que presentaron disminución en la Inversión Neta a septiembre, fueron el sector Comercio, el cual pasó de \$2.809.7 a \$678.5 millones, Servicios de \$879.2 millones a \$635.8 millones, Intermediación Financiera de \$37.4 millones a \$25.5 millones, Restaurantes de \$50 millones a \$9.5 millones.

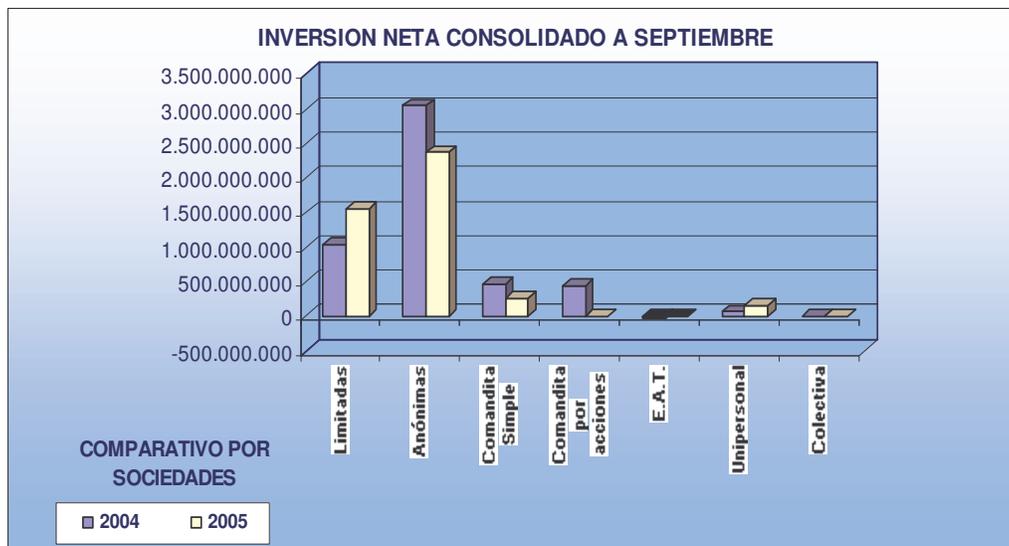
---

<sup>2</sup> La inversión neta resulta de sumar el capital de las sociedades constituidas más las reformas de capital – si son positivas – de las sociedades existentes menos el capital de las sociedades disueltas.

**Ilustración 18. INVERSIÓN NETA A SEPTIEMBRE DE 2004 – 2005**



**Ilustración 19 Inversión neta consolidada a septiembre del 2005**



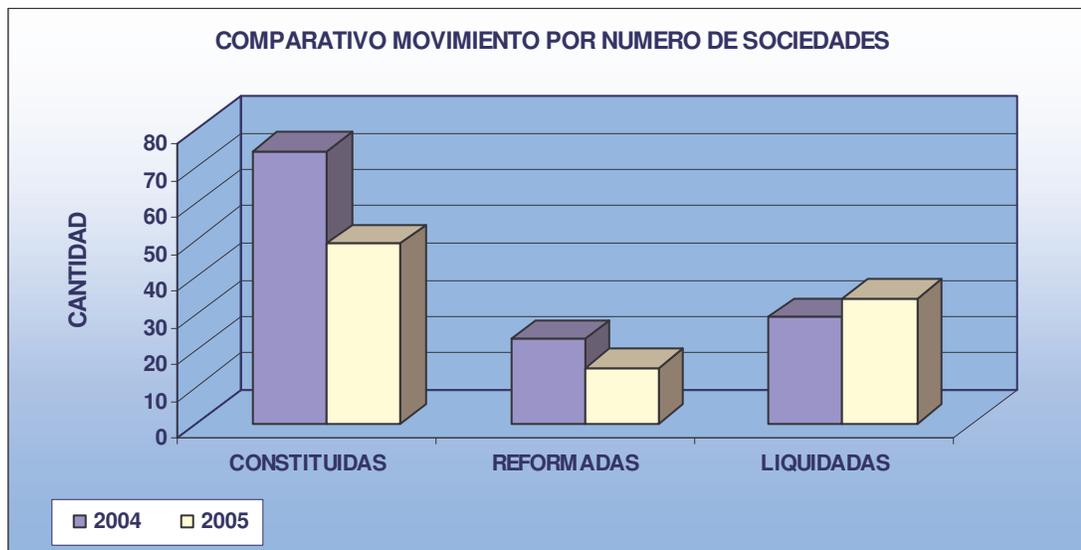
**Constitución de Capital.** A septiembre de 2.005, la constitución de capital disminuyó en un 2.8% frente al mismo periodo del año 2.005 pasando de \$2.232.5 millones a \$2.169.3 millones de pesos.

Con respecto al número de sociedades constituidas se presentó una disminución del 33.7% pasando de 74 empresas en el 2004 a 49 en el 2005.

**Tabla 60. Comparativo movimiento de sociedades a septiembre del 2004 al 2005**

<b>COMPARATIVO MOVIMIENTO DE SOCIEDADES A SEPTIEMBRE 2004 - 2005</b>									
<b>TIPO SOCIEDAD</b>	<b>CONSTITUIDAS</b>			<b>REFORMADAS</b>			<b>LIQUIDADAS</b>		
	<b>2.004</b>	<b>2.005</b>	<b>DIFERENCIA</b>	<b>2.004</b>	<b>2.005</b>	<b>DIFERENCIA</b>	<b>2.004</b>	<b>2.005</b>	<b>DIFERENCIA</b>
Limitadas	30	25	-5	11	9	-2	11	13	2
Anónimas	6	9	3	6	6	0	1	1	0
Comandita Simple	4	3	-1	1	0	-1	1	1	0
Comandita por acciones	0	0	0	2	0	-2	0	0	0
E.A.T.	3	1	-2	1	0	-1	7	4	-3
Unipersonal	31	11	-20	2	0	-2	9	15	6
Colectiva	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>49</b>	<b>-25</b>	<b>23</b>	<b>15</b>	<b>-8</b>	<b>29</b>	<b>34</b>	<b>5</b>

**Ilustración 20. Comparativo movimiento de sociedades a septiembre del 2004 al 2005**



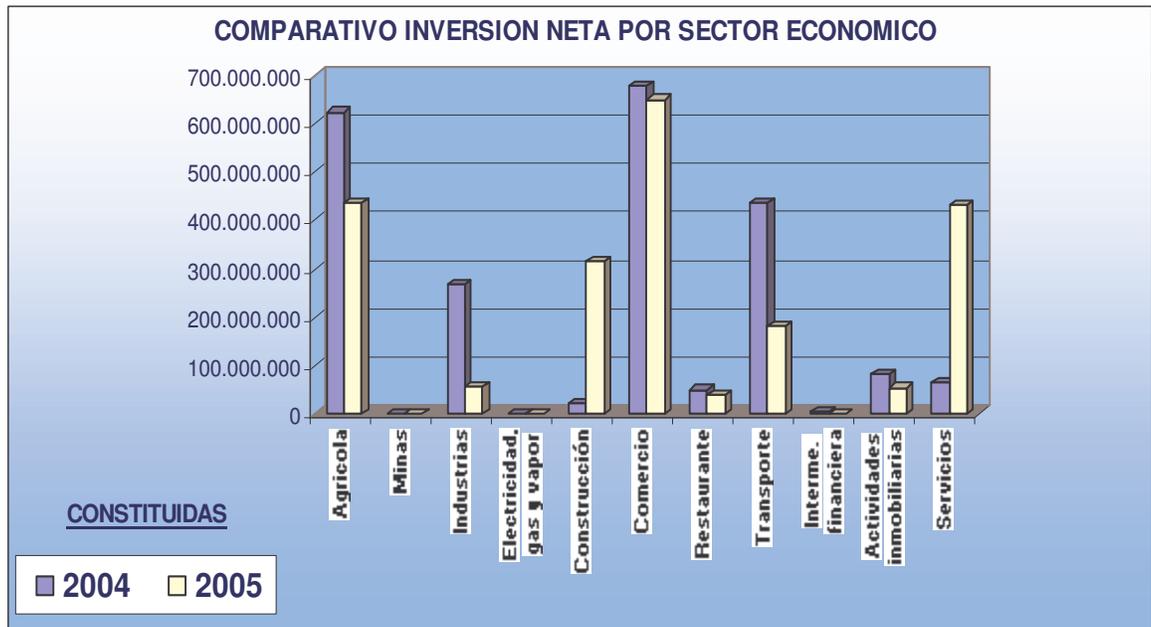
Por sectores económicos la constitución de capital muestra al sector Comercio con un 29.9% de la participación total, el sector de Agricultura y Pesca con un 20.2%, con el 20.0% el sector Servicios, el sector de la Construcción con el 14.5%, el sector Transportes con un 8.4%, el Industrial y Actividades Inmobiliarias con el 2.6% y 2.5% respectivamente.

Por área de jurisdicción la constitución de capital fue el siguiente: el municipio de Guacarí con el 33.4%, 19 empresas constituidas, Guadalajara de Buga con el 29.4%, con una cantidad de 15 empresas constituidas, posteriormente El Cerrito con el 23.7%, 8 empresas constituidas, Calima El Darien con el 9.2%, 1 empresa constituida, Yotoco con el 2.5%, 1 empresa constituida.

Tabla 61. Comparativo movimiento por sector económico a septiembre del 2004 y 2005

COMPARATIVO MOVIMIENTO POR SECTOR ECONÓMICO A SEPTIEMBRE 2004 - 2005									
SECTOR ECONOMICO	CONSTITUIDAS			REFORMADAS			LIQUIDADAS		
	2.004	2.005	DIFERENCIA	2.004	2.005	DIFERENCIA	2.004	2.005	DIFERENCIA
Agrícola	6	6	0	6	1	4	4	5	0
Minas	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Industrias	7	6	-1	2	3	-1	2	2	0
Electricidad, gas y vapor	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Construcción	4	5	-2	0	3	0	0	1	0
Comercio	19	15	-4	6	2	1	6	9	0
Restaurantes	2	1	0	0	1	0	0	1	0
Transporte	19	7	-3	2	2	2	8	10	1
Finanzas	1	0	0	1	1	0	1	2	0
Actividades inmobiliarias	8	5	1	0	0	0	5	2	1
Servicios	8	4	1	6	2	1	3	2	1
<b>Totales</b>	<b>74</b>	<b>49</b>	<b>-8</b>	<b>23</b>	<b>15</b>	<b>7</b>	<b>29</b>	<b>34</b>	<b>3</b>

Ilustración 21. Comparativo inversión neta por sector



## **16. ANÁLISIS DE FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS DEL SECTOR**

### **TURISMO**

Los resultados de estos análisis se presentan en forma de matrices que permiten visualizar las opciones para tomar decisiones. El contenido de las matrices es una “simplificación de la realidad”, ellas son una herramienta de análisis didáctica, útil para resumir sencillamente situaciones o alternativas de acción, pero no sustituye la toma de decisiones, esta le corresponde al estratega.

#### **16.1. ANÁLISIS DE LA MATRIZ DOFA**

El análisis de los factores internos, en término de fortalezas y debilidades y el de los externos, indicando oportunidades y amenazas proporciona un marco general para la formulación de estrategias o lineamientos de desarrollo. Para este tipo de análisis se utilizarán las matrices de evaluación de factores y la matriz comparativa DOFA, este análisis se realizo bajo la colaboración del profesor Abelardo Bermúdez profesor de economía de la Universidad Autónoma de Occidente y Director de proyectos de la Empresa Interbanca de Colombia y el arquitecto Edison Zambrano de planeación de Buga.

**16.1.1. Matrices de evaluación de factores.** Las matrices de evaluación del factor interno resumen las fortalezas y debilidades del sector en sus dimensiones claves y permite medir la importancia relativa de cada uno de ellos en relación con el desempeño global. Los factores externos expresan aquellos hechos que no pueden controlarse tales como los derivados de la economía nacional, el ambiente social, las condiciones políticas, entre otras.. Para clasificar las debilidades y fortalezas se asignará el siguiente puntaje:

- Debilidad importante: 1
- Debilidad menor: 2
- Fortaleza menor: 3
- Fortaleza importante: 4

De igual manera se procede para clasificar el factor externo. La clasificación de cada uno de los factores es la siguiente:

- Amenaza importante: 1
- Amenaza menor: 2
- Oportunidad menor: 3
- Oportunidad importante 4

Después de la anterior clasificación se procede a calificar cada uno de los factores a partir de la definición del promedio de ponderación resultante de dividir 1.0, entre la cantidad de factores. Dependiendo de la importancia relativa de cada uno de estos se le asigna la calificación por encima del promedio resultante como mínimo puntaje. La suma de los promedios debe dar igual a 1.0. Seguido se multiplica Clasificación por Calificación en cada factor dando como resultado el promedio de ponderación correspondiente a cada uno de estos. El resultado total de la ponderación resulta de sumar todos los promedios individuales.

**16.1.2. Evaluación de Factores Internos y Externos.** De acuerdo con la metodología anotada, se evalúan los factores internos y externos que inciden en el desarrollo del sector turismo como actividad económica y productiva, y que inciden directamente en el mejoramiento de su competitividad. A continuación se presentan las matrices de evaluación de los factores internos y externos.

**Tabla 62. Matriz de evaluación de factores Internos – Debilidades**

<b>Debilidades</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Calificación</b>	<b>Ponderación</b>
Falta de coordinación entre los actores comprometidos en el fenómeno del turismo, para la planificación, orientación, regulación y ejecución de actividades destinadas a potenciar el sector.	1	0.08	0.08
Competencia desleal y deficiencia en la prestación de los servicios y atención al cliente	2	0.08	0.16
Ausencia de una estrategia de promoción integral y de turismo receptivo.	1	0.1	0.1
Falta de productos turísticos que complementen la oferta actual	1	0.09	0.09
Falta de un sistema de información integral, que incluya señalización, oficina de información, instrumentos de investigación y mecanismos de seguimiento del comportamiento del sector.	1	0.09	0.09
Contaminación visual y deterioro del paisaje urbano.	2	0.08	0.16
Indigencia, ventas ambulantes e invasión del espacio público.	2	0.08	0.16

Falta de un proceso integral de capacitación al sector.	2	0.08	0.16
Falta de identidad y sentido de pertenencia de la población.	1	0.08	0.08
Falta de integrar las diferentes actividades y recursos como un paquete turístico.	1	0.08	0.08
Ausencia de señalización y amoblamiento en áreas turísticas.	2	0.08	0.16
Oferta comercial limitada y relativamente costosa.	2	0.08	0.16
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>	<b>1.48</b>

(Promedio 0.08)

**Tabla 63. Matriz De Evaluación Factores Internos – Externos**

Fortalezas	Clasificación	Calificación	Ponderación
Basílica como atractivo turístico religioso.	4	0.12	0.48
Localización geográfica estratégica.	3	0.07	0.21
Excelentes vías de integración con la región y el país.	4	0.06	0.24
Calendario de eventos variado.	4	0.08	0.32
Variedad de clima y paisaje apto para el ecoturismo.	3	0.06	0.18
Infraestructura Hotelera.	4	0.06	0.24

Amabilidad y acogida de la gente.	3	0.06	0.18
Clima de seguridad y tranquilidad.	4	0.06	0.24
Existencia del centro histórico y de edificaciones como patrimonio arquitectónico.	4	0.09	0.36
Cercanía a otros atractivos de la región.	3	0.06	0.18
La inclusión del turismo como pilar de desarrollo para el municipio en el POT.	4	0.08	0.32
Interés del sector por consolidar el turismo	4	0.08	0.32
Secretaría de cultura y Turismo.	4	0.06	0.24
Proceso de recuperación del espacio público.	4	0.06	0.24
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>	<b>3.75</b>

(promedio 0.06)

**Tabla 64. Matriz De Evaluación De Factores Externos – Amenazas**

Oportunidades	Clasificación	Calificación	Ponderación
Ley 300 del 96 que señala a Buga como cabeza de circuito turístico.	4	0.19	0.72
Proyecto de Recuperación de la malla vial del Valle del Cauca.	3	0.17	0.51
Proyecto de recuperación del corredor férreo del Pacífico.	3	0.18	0.54
Política Turística para el sector	4	0.17	0.68

La gestión del Fondo Mixto de Promoción del Valle del Cauca.	3	0.15	0.45
Comité Departamental de turismo.	3	0.14	0.42
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>	<b>3.32</b>

(promedio 0.14)

**Tabla 65. Matriz De Evaluación De Factores Externos – Amenazas**

Amenazas	Clasificación	Calificación	Ponderación
Problemática de orden público en el País.	1	0.2	0.2
Mala imagen de Colombia	2	0.2	0.4
Altas cargas tributarias.	1	0.14	0.14
Crisis económica generalizada.	1	0.16	0.16
Desempleo	1	0.16	0.16
Crisis de las finanzas públicas.	2	0.14	0.28
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>	<b>1.34</b>

(promedio 0.14)

**16.1.3.Resultados de la Evaluación de Factores.** Los se afrontan graves amenazas. resultados de los promedios ponderados totales se suman para establecer el resultado global para factores internos y para factores externos. Aquellos que se localizan por debajo de 2.5 para el análisis de factores internos significan que se tienen debilidades para su desempeño y para los factores externos

Los resultados por encima de 2.5 significan por el contrario, que se es fuerte internamente o que se tiene numerosas oportunidades externas. Si es menor se concluye que se tiene muchas debilidades o amenazas.

- **Factores Internos.** Para el caso de los factores internos, se tiene un promedio ponderado de 2,61, lo que nos indica que se tiene internamente importantes fortalezas y pocas debilidades para el caso de los factores internos .

**Tabla 66. promedio ponderado factores internos**

Debilidades	1.48
Fortalezas	3.75
<b>RESULTADO</b>	<b>2.61</b>

- **Factores Externos.** Para los factores externos los resultados muestran un promedio ponderado de 2.33, presentándose una situación donde priman las amenazas al sector, dado que el resultado es menor a 2.5.

**Tabla 67. promedio ponderado factores externos**

Amenazas	1.34
Oportunidades	3.32
<b>RESULTADO</b>	<b>2.33</b>

Con base en los resultados del análisis de factores internos y externos, se puede determinar los lineamientos y estrategias de desarrollo para el sector, en el marco de un proceso participativo y concertado que permita cristalizar los intereses, expectativas y sueños de los diferentes actores que intervienen en la dinámica turística y que oriente el mejoramiento continuo de las condiciones de competitividad del sector.

## 17. CONCLUSIONES

Con base en la investigación adelantada acerca de las características del turismo como fenómeno económico, el análisis de la información recopilada a través de diversos instrumentos metodológicos, el análisis y valoración de las tendencias del mercado, la infraestructura, la planta turística, la capacitación y la situación financiera del sector, la consulta de las necesidades, expectativas y requerimientos del mismo, se llega a las siguientes conclusiones:

- Existe un marcado proceso de desplazamiento y permanencia temporal de los viajeros hacia el Municipio de Buga, atraídos principalmente en función de los atractivos asociados al Santuario del Señor de los Milagros, configurando un fenómeno consolidado de turismo religioso.
- Los flujos de visitantes que llegan a Buga tienen una marcada tendencia creciente, compuesta por cerca de tres millones de viajeros por año. Este fenómeno indica el crecimiento y madurez del principal atractivo turístico de Buga, como es el santuario del Señor de los Milagros.

- Los viajeros que llegan al Municipio de Buga proceden de las diferentes zonas del País, incluyendo los departamentos de Antioquia, Bogota, Tolima y el nororiente de Colombia, pero fundamentalmente, el mercado presenta un fuerte componente regional, asociado al sur occidente del país, abarcando los departamentos del Valle del Cauca, del eje Cafetero y del Cauca, contribuyendo con las mayores emisiones de los flujos identificados.
- La gran cantidad de visitantes y la diversidad de regiones de su procedencia, muestran que el Municipio de Buga se ha logrado posicionar como destino turístico y que funciona de manera autónoma y autosuficiente frente a otros atractivos existentes en la región.
- A partir de Buga se distribuyen los viajeros hacia otras ciudades del Departamento como son Cali, Tulúa, Palmira, La Uribe y Cartago, constituyéndose en un nodo articulador de rutas turísticas en el departamento y en especial en la región centro y norte del Valle.
- El mercado actual se caracteriza por el fuerte componente de grupos familiares, compuestos por 2 a 5 miembros, con edades que van desde los 16 a

los 45 años. Permanecen en Buga en su mayoría un día y, en menor proporción, dos, asignando un presupuesto de gastos de cincuenta mil pesos, aproximadamente. Tuvieron como principal mecanismo de información, los comentarios de familiares y amigos que habían venido y, a parte de la Basílica del Señor de los Milagros, no conocen más sobre Buga.

- Se debe diferenciar entre atractivos turísticos y productos turísticos. En el caso de Buga, existe gran cantidad de recursos y atractivos susceptibles de ser aprovechados turísticamente, incluyendo aquellos de índole natural y ambiental, asociados a expresiones culturales y relacionados con el patrimonio construido histórico, urbanístico y arquitectónico. Sin embargo como producto turístico, solo se encuentra debidamente posicionado y consolidado el religioso en torno de la Basílica del Señor de los Milagros

- Los recursos asociados al patrimonio histórico, urbanístico o arquitectónico del Municipio, son muy valiosos y presentan su mayor expresión en el Centro Histórico. Este, a pesar de sus cualidades, requiere de un proceso integral de recuperación, embellecimiento y adecuación, que permita desarrollar productos asociados a la ciudad vieja, con actividades culturales, que complemente el de ciudad religiosa.

- El calendario de festividades y eventos es diverso y variado, e incluye algunos de interés internacional y otros en lo nacional, regional y local, abarcando actividades de tipo religioso, de carácter cultural, artístico, eventos temáticos y especializados, de diversión popular, deportivos y de tradiciones. Se requiere de acciones para el fortalecimiento de los mismos, con el fin de potenciarlos y ampliar su convocatoria o para recuperar el posicionamiento que alguna vez tuvieron.
- La falta de información sobre otros atractivos y alternativas de diversión, esparcimiento y recreación se constituye en una de las falencias más acentuadas, desaprovechando un mercado muy diverso que se encuentra insatisfecho.
- El servicio de transporte público urbano presenta una adecuada cobertura de las diferentes zonas de la ciudad, sin embargo, requiere de la reestructuración de las rutas para optimizar la funcionalidad urbana. El servicio de transporte a las zonas rurales, ofrece restricciones al acceso con fines turísticos, dado que sus rutas y frecuencias atienden las necesidades de la población asentada en las diferentes zonas.

- Es necesario adelantar acciones para la recuperación física de las vías, en especial en las zonas de mayor potencial turístico, con lo cual se potencie el mejoramiento del paisaje urbano y se ofrezca una presentación óptima de la ciudad. Esto incluye acciones complementarias en cuanto a señalización, amoblamiento, iluminación y embellecimiento integral en lo urbanístico, paisajístico y arquitectónico.
- La ausencia de un terminal de transporte intermunicipal constituye un factor limitante en la consolidación de la vocación turística de Buga. El desarrollo de este proyecto debe permitir el mejoramiento del entorno urbanístico y de la funcionalidad inter – regional y urbana del Municipio.
- Buga cuenta con un buen sistema de servicios públicos que le permite garantizar la satisfacción de las demandas actuales y futuras, tanto en acueducto y alcantarillado, energía eléctrica, alumbrado público, telefonía y gas natural.
- La oferta actual de la planta de servicios turísticos es suficiente y variada, permitiendo atender las demandas actuales. En materia de hoteles y alojamientos

existe una capacidad no ocupada que garantiza el cubrimiento de las necesidades actuales y futuras.

- La cultura deportiva se ha visto fortalecida en los últimos años, lo cual ha traído como consecuencia el posicionamiento de Buga en esta materia, con eventos de importancia en el concierto regional y nacional.
- Se requiere adelantar un proceso fortalecido de turismo receptivo con servicios de operación turística que promueva de manera integral al Municipio y sus atractivos como destino turístico, que desarrolle productos atractivos y de calidad en función de los diferentes nichos de mercado.
- El turismo de negocios se configura como un potencial importante y una de las alternativas que complementa las actuales ofertas. Para esto se requeriría mejorar y/o desarrollar la infraestructura necesaria para este tipo de eventos, así como la capacidad organizacional de soporte a los mismos, de manera que se pueda potenciar una oferta competitiva en esta materia.

- La oferta comercial turística es restringida, pudiéndose impulsar en esta materia proyectos que se conviertan en dinamizadores de ofertas adicionales al turista, las cuales interpreten las tendencias actuales que apuntan a la concentración, en un gran centro, de actividades de comercio, servicios, recreación, comidas, entre otras.
- Es necesaria la estructuración y montaje de un sistema de información integral, en materia de señalización, informadores y guías turísticos, investigación de mercados, indicadores y monitoreo del comportamiento de la relación entre oferta y demanda de servicios turísticos, de tal manera que se puedan establecer indicadores confiables que orienten las decisiones estratégicas del sector.
- Se han configurado zonas de apropiación turística en lo que corresponde al centro histórico incluyendo sus parques, plazas, plazoletas y ronda del río Guadalajara así como la Avenida del Señor del Milagros que pueden recibir tratamiento como zonas de desarrollo turístico prioritario en los términos de la Ley de turismo.

- Las áreas turísticas requieren adecuación con equipamiento en iluminación, amoblamiento urbano, señalización turística, mejoramiento de áreas peatonales y zonas de descanso para los turistas, de tal manera que se logre un entorno receptivo y amable al turista.
- La recuperación, promoción y fortalecimiento de los valores culturales propios y el desarrollo de procesos de formación ciudadana se constituyen en condición básica para consolidar una actitud ciudadana que impulse el desarrollo y sostenibilidad del turismo en Buga.
- Es fundamental avanzar en el tema de la organización, coordinación y concertación entre los diferentes sectores involucrados en el tema turístico, definiendo esquemas de trabajo participativo e integradores, que conduzca a la definición de acuerdos mínimos entre prestadores de servicios, sector público, academia y comunidad organizada, para acordar estrategias comunes de desarrollo, mejoramiento de la calidad, competitividad y mercadeo, en función de unos productos y unos mercados previamente definidos.

- El comportamiento de la economía local no es dependiente, en gran medida, de las actividades de turismo, sin embargo, este sector presenta una dinámica de fortalecimiento como factor clave de desarrollo municipal y regional.

## 18. RECOMENDACIONES

### **Con relación a la adecuación de áreas de interés y desarrollo turístico.**

Impulsar la declaratoria de áreas de desarrollo turístico prioritario en lo que corresponde a la zona del Centro Histórico y su área de influencia, la Avenida del Señor de los Milagros, la Avenida de los Cauchos y otras zonas que se consideren necesarias, tanto urbanas como rurales, para lograr el fortalecimiento de su vocación turística y alcanzar incentivos tributarios que promuevan la inversión en las mismas.

- Propender por la adecuación de las áreas turísticas con equipamiento en iluminación, amoblamiento urbano, señalización turística, mejoramiento de áreas peatonales y zonas de descanso para los turistas, de tal manera que se logre un entorno receptivo y amable al turista.
- Gestionar el mejoramiento del entorno urbano, en especial, de los accesos viales a la ciudad, partiendo de sus características y potencialidades específicas

- para mejorarlos en sus aspectos técnicos, estéticos y de calidad del paisaje urbano y dar una excelente impresión a los viajeros que ingresan a la ciudad.
- Apoyar la recuperación de espacios públicos urbanos de importancia para el turismo como el Parque Cabal, las plazas y plazoletas del centro histórico, la Avenida del Señor de los Milagros, la ronda del Río Guadalajara, el Parque de las Veladoras, además de otros parques y zonas públicas que sirven de escenario a eventos de interés turístico.
- Promover la recuperación integral de las vías y andenes de la ciudad para mejorar el paisaje urbano y brindar un entorno amable y acondicionado para la apropiación turística.

**Con relación al desarrollo y promoción de productos.** Diseñar y promover nuevos productos turísticos en función de nichos de mercado y grupos demandantes específicos, partiendo de la valoración de los recursos que son susceptibles de aprovechamiento turístico, definiendo responsables, canales de promoción y mercadeo, para alcanzar nuevos mercados y garantizar la continuidad en las tendencias de crecimiento de los mismos.

- Propiciar el desarrollo de servicios de diversión, esparcimiento, recreación y cultura, para atender las demandas insatisfechas de los mercados actuales, teniendo en cuenta, entre otros aspectos, el importante componente de grupos familiares que caracteriza el mercado actual.
- Impulsar la recuperación integral del sector histórico, logrando su embellecimiento general y la recuperación de las edificaciones, así como su adecuación con equipamiento, amoblamiento y señalización y posicionarlo como producto turístico asociado a la historia y cultura.
- Promover el mejoramiento de la planta en materia de turismo de negocios y convenciones para poner a Buga a la par de otras ciudades de su misma categoría y aprovechar el potencial existente en materia de desarrollo institucional y empresarial y avanzar en el fortalecimiento de la capacidad organizacional de soporte a los mismos.
- Impulsar los servicios de operador turístico para que de manera ordenada y competitiva se impulse y promueva nuevos y mejores productos.

- Promocionar el desarrollo de una oferta comercial turística acorde con las tendencias del mercado de tal manera que se pueda consolidar como un atractivo adicional.
- Fomentar un servicio de transporte especializado para el sector, que facilite los desplazamientos de los turistas desde Buga hacia las diferentes zonas de la región y viceversa, así como entre las zonas urbanas y rurales del Municipio.
- Velar por el mejoramiento del servicio de transporte intermunicipal e impulsar los proyectos que apunten al desarrollo del terminal de transporte, dada su importancia como equipamiento básico para consolidar la vocación turística municipal.

## BIBLIOGRAFÍA

ALCALDIA DE GUADALAJARA DE BUGA. Plan municipal de ordenamiento territorial. Plan vial urbano. Capitulo 22. Agosto 16-2000 P.45.

CAMARA DE COMERCIO DE BUGA . Plan Integral de Desarrollo Urbano de Buga. Cámara de Comercio de Buga: 1984.

CAMARA DE COMERCIO DE BUGA. Plan Integral de Desarrollo Urbano de Buga. Cámara de Comercio de Buga: 1984.

CAMARA DE COMERCIO DE BUGA – Alcaldía Municipal de Buga. Plan de Ordenamiento Territorial de Guadalajara de Buga, 2000-2012, “Juntos Construyendo el Municipio del Mañana”. 2.000.

CONSTITUCION POLITICA DE COLOMBIA. Bogotá: Legis Editores S.A.

COMISION DE LA AERONAUTICA CIVIL. Política de reglamentación: Volumen 2, Resolución No. 820, Marzo 10-2000, modificación de la resolución 2743 de 1988 P.148-155

DIRECCION NACIONAL DE COLOMBIA. Ley general de turismo dentro del contexto de la estrategia de competitividad y desarrollo del sector. Ministerio de desarrollo económico, Económico, Julio 26-1996 AR. 84-85.

DISEÑO Y EJECUCIÓN DE UN PROYECTO DE DESARROLLO TURÍSTICO PILOTO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN NUEVO PAÍS. BOGOTÁ: Grupo de Egresados de la facultad de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia, 2000.

ENTREVISTA con Yamily Pedraza De Cuadros , Presidenta Ejecutiva, Cámara de Comercio de Buga, Buga, 14 de Enero del 2005.

ENTREVISTA con Edinson J. Zambrano., Secretario de Planeación Alcaldía de Guadalajara de Buga, Buga 24 de Febrero del 2005.

ENTREVISTA con Leon Dario Espinosa Restrepo, Asesor Plan de Ordenamiento Territorial para Bogotá, Universidad Nacional, Cali marzo 4 del 2005.

ENTREVISTA con Leon Dario Espinosa Restrepo, Asesor Plan de Ordenamiento Territorial para Bogotá, Universidad Nacional, Cali marzo 5 del 2005.

ENTREVISTA con Leon Dario Espinosa Restrepo, Asesor Plan de Ordenamiento Territorial para Bogotá, Universidad Nacional, Cali marzo 6 del 2005.

FERNANDEZ A., VICTOR R. Y OSWALDO PORRAS. La Planificación del turismo en las Entidades Territoriales. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 1995. Fondo Mixto De Promoción Del Valle Del Cauca. Guía Turística de Cali y el Valle Del Cauca. Cali: 2004.

GOBIERNO NACIONAL DE COLOMBIA: Ley general del turismo dentro del contexto de la estrategia de la competitividad y desarrollo del sector, Julio 26-1996 p.30

MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO. Reglamentación Ley General de Turismo Bogotá: 1997.

MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO. Política Turística para una Sociedad que Construye la Paz. Bogotá: 2002.

MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO. Política de Promoción y Mercadeo Turísticos Para Colombia. Bogotá:2003 .