

## ACUERDO 78 DE 2013

### “Por medio del cual se adoptan las bases de la Política Pública “Medellín Ciudad de Turismo Corporativo: Grandes Eventos y Eventos de Conocimiento”

#### EL CONCEJO DE MEDELLÍN

En uso de sus facultades constitucionales y legales, en especial las otorgadas por el artículo 311 y el numeral 1 del artículo 313 de la Constitución Política, y las Leyes 136 de 1994 y 1551 de 2012,

#### ACUERDA

**ARTICULO 1°. Adopción.** Adóptese las bases de la Política Pública de “Turismo Corporativo: Grandes eventos y eventos de conocimiento de Medellín” que será coordinada por la Vicealcaldía de Ciencia, Tecnología e Innovación, Desarrollo Económico, Internacionalización y Alianzas Público Privadas (APP); con el apoyo del Departamento Administrativo de Planeación, la Secretaría de Desarrollo Económico, la Secretaría de Cultura Ciudadana, Plaza Mayor, el Medellín Convention and Visitors Bureau, la Agencia para la Cooperación Internacional y demás entes municipales conexos y pertinentes.

Dicha Política Pública será concebida como la orientación específica emanada desde el Gobierno Municipal para dar respuesta sostenible a la actividad económica del turismo corporativo, y a las implicaciones e impactos territoriales en sus ámbitos ambiental, social, cultural, empresarial y de relaciones funcionales.

#### TITULO I

#### MARCO GENERAL

**ARTICULO 2°. Principios de aplicación.** Los principios de aplicación de la Política Pública serán:

1. **Asociatividad:** En virtud de que las redes empresariales son fundamentales para aumentar la productividad del sector. La asociatividad es la base del mejoramiento de las ventajas competitivas de las MIPYMES de Medellín, en donde las capacidades individuales se deberán convertir en comunidades económicamente competitivas. Esta asociatividad será local (Medellín), subregional (Valle de Aburrá) y con compañía de otras subregiones de Antioquia y de los departamentos vecinos.
2. **Internacionalización:** Entendiendo que la atracción de contenidos de talla mundial de conocimiento y *redes de contacto/Networking* como eventos de interés público que permitirán el mejoramiento de la competitividad de Medellín; en la medida en que posibilitará más completas y permanentes conexiones de Medellín

con el mundo, y a su vez de sus ciudadanos y sus empresas.

3. **Doble vía:** En virtud de que la atracción de eventos competitivos a nivel mundial debe acompañarse por una activa estrategia de producción de contenidos para la producción local y la exportación.
4. **Corresponsabilidad ambiental y social:** Atendiendo a que la inclusión social y las prácticas amigables con el medio ambiente, son señales de un destino orientado a la sostenibilidad, por ello Medellín centrará la toma de decisiones en la conservación de los recursos y la generación de beneficios para las comunidades locales.
5. **Diferenciación:** Por medio de la identificación de las brechas con la metodología GAPS aplicada a la investigación que generó como resultado ésta Política de turismo de grandes eventos y eventos de conocimiento para Medellín, se definirán los puntos de partida que harán de Medellín la ciudad predilecta en América Latina para la realización de eventos.  
  
Dicha identificación le permitirá a la Ciudad generar un nuevo aire para la realización de Grandes Eventos y Eventos de Conocimiento y *Redes de contacto/Networking* y, le permitirá además diferenciarse de otros lugares para la realización de este tipo de turismo.
6. **Calidad:** Entendiendo que la función de creación de ventajas competitivas para la ciudad-región, la satisfacción del cliente, la prestación de los servicios, las instalaciones, el personal y los equipos técnicos serán óptimos y de primera estancia.
7. **Coordinación:** En virtud del trabajo articulado y coordinado de las entidades públicas y privadas que participan en la gestión y desarrollo de la industria de las reuniones.
8. **Participación:** Por medio de la cual se busca promover la vinculación de los diferentes actores del turismo e instituciones relacionadas en la toma de decisiones referentes a la industria de las reuniones.
9. **Aporte al desarrollo regional y local:** Entendiendo que, los grandes eventos, eventos de conocimiento y *redes de contacto/Networking*, contribuyen como motor de desarrollo para la ciudad-región, comprometiendo así a los diferentes actores del turismo a generar acciones de mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos.

10. **Descentralización:** En virtud de la cual la actividad turística es responsabilidad de los diferentes niveles del Estado en sus áreas de competencia.
  11. **Planeación:** Por medio de la cual las actividades turísticas serán desarrolladas de acuerdo con el Plan Sectorial de Turismo, el mismo que formará parte del Plan Nacional de Desarrollo que se encuentre vigente.
  12. **Libertad de empresa:** En virtud de la 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 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.
  13. **Fomento:** Entendiendo con esto que el Estado protegerá y otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades turísticas de ocio y negocios y en general, todo lo relacionado con estas actividades en todo el territorio local.
  14. **Facilitación:** En virtud de la cual los distintos organismos relacionados directa o indirectamente con la actividad turística, simplificarán los trámites y procesos que el Consejo Superior de Turismo identifique como obstáculos para el desarrollo del turismo.
  15. **Desarrollo social, económico y cultural:** El turismo, conforme al artículo 52 de la Constitución Política, es un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades.
  16. **Desarrollo sostenible:** El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. La determinación de la capacidad de carga constituye un elemento fundamental de la aplicación de este principio. El desarrollo sostenible se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.
  17. **Calidad en el servicio:** En virtud de la cual, es prioridad optimizar la calidad de los destinos y de los servicios turísticos en todas sus áreas, con el fin de aumentar la competitividad del destino y satisfacer la demanda nacional e internacional.
  18. **Competitividad:** Por medio de la cual el desarrollo del turismo requiere propiciar las condiciones necesarias para el mejoramiento continuo de la industria turística, de forma que mediante el incremento de la demanda se genere riqueza y se fomente la inversión de capital nacional y extranjero.
  19. **Accesibilidad:** En virtud de ésta, es deber del sector turístico propender conforme al artículo 13 de la Constitución Política, por la eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los sectores de la sociedad, incentivando la equiparación de oportunidades.
  20. **Protección al consumidor:** Con miras al cabal desarrollo del turismo, el consumidor será objeto de protección específica por parte de las entidades públicas y privadas.
- ARTICULO 3°. Objetivo General.** Construir una plataforma competitiva para que la Ciudad de Medellín se posicione a nivel nacional y latinoamericano como la primera sede para la realización de grandes eventos, eventos de conocimiento y *redes de contacto/Networking*, por medio de la gestión y ejecución de estrategias competitivas, conjuntas y sostenibles; que la conviertan en referente de atracción de eventos con estándares internacionales y mejore su capacidad para producir contenidos culturales, que permitan además el desarrollo del *Cluster* alrededor del turismo de eventos de conocimiento y *redes de contacto/Networking*.
- ARTICULO 4°. Objetivos Específicos.**
1. Estructurar una oferta de formación de capital humano para el montaje, producción y generación de eventos de talla mundial.
  2. Establecer un sistema regional de oferta de escenarios para el desarrollo de grandes eventos y la producción de contenidos.
  3. Generar la red regional de logística para la producción de grandes eventos, eventos de conocimiento y producción de contenidos.
  4. Implementar una ventanilla única y un proceso de aprobación acelerado de licencias para la producción de grandes eventos de interés público y el desarrollo de contenidos culturales bajo estándares internacionales.
  5. Instaurar las estrategias para promover el emprendimiento alrededor de servicios especializados carentes en la región, para articular otras Instituciones de fomento a la competitividad que ayuden a las firmas a superar las brechas actuales de servicio e innovación y se logre su especialización y escalabilidad.
  6. Constituir la política de la industria de los eventos a través de una normatividad con fuerza vinculante, por medio de la cual se convierta en una herramienta pública y las decisiones se tomen de manera concertada.
  7. Fortalecer el sistema turístico de la Ciudad, buscando el trabajo en red de los actores, la calidad en el servicio, la cualificación del talento humano, la gestión efectiva y la capacidad institucional para el desarrollo de la industria de las reuniones.
  8. Propender por las facilidades de acceso, las condiciones de seguridad y atracción necesarias para

motivar la realización de grandes eventos y eventos especializados en la Ciudad.

9. Implementar el Observatorio de Turismo Medellín-Antioquia que permita tener cifras confiables para las actividades involucradas dentro del turismo y el turismo corporativo: Grandes eventos y eventos de conocimiento. Esto permitirá cuantificar el verdadero impacto (Directo, indirecto e inducido) que tienen tanto el turismo como el turismo corporativo en la economía de la Ciudad y el departamento.
10. Conformar una red interinstitucional que vele por la competitividad de la industria de las reuniones en la Ciudad y la aplicación de las estrategias propuestas en la política pública.

**ARTICULO 5°. Componentes Estratégicos.** Los componentes estratégicos de la Política serán:

1. **Componente de desarrollo de la plataforma competitiva para la atracción de grandes eventos y eventos de conocimiento:** Este componente tendrá como objetivo mejorar las condiciones de diferenciación de la Ciudad y de la región, fomentando el trabajo articulado y en conjunto entre la Alcaldía de Medellín, la Gobernación de Antioquia y otras alcaldías municipales, para así desarrollar acciones encaminadas hacia el mejoramiento de los servicios básicos y de infraestructura; los cuales deben estar determinados de manera precisa con el fin de permitir la existencia de condiciones de seguridad, infraestructura, tecnología y capital humano para la atracción de Grandes eventos, eventos de conocimiento y *Redes de contacto/Networking*.
2. **Componente de Logística de la Administración Municipal:** Este componente tendrá como objetivo permitir la declaratoria de evento de Ciudad, y a partir de allí generar celeridad en la entrega de permisos y el acompañamiento para la producción de grandes eventos y desarrollo de contenidos de talla mundial.
3. **Componente de Desarrollo de las empresas culturales:** Este componente tendrá como objetivo asegurar la producción local de contenidos culturales universales que aseguren la sostenibilidad de las empresas culturales.
4. **Componente de Articulación Institucional para el fortalecimiento de la industria de las reuniones:** Este componente es indispensable para que los diferentes actores e instituciones públicas y privadas del turismo se integren a la gestión que está realizando la Ciudad para el desarrollo de la industria de las reuniones, participando activamente en todas las acciones y estrategias que se están implementando. Este segmento debe ser prioritario para el desarrollo de la Ciudad y la generación de oportunidades económicas y todos deben actuar de conformidad con esta premisa.
5. **Componente encaminado a lograr incentivos y estímulos para la atracción de grandes eventos**

**y eventos de conocimiento:** Por medio del cual, se busca lograr la implementación de mecanismos de atracción y facilitación para la realización de congresos, viajes de incentivos, convenciones, reuniones de planeación estratégica de las empresas, eventos especializados y eventos artísticos.

6. **Componente de fortalecimiento de la promoción de Medellín como destino de grandes eventos y eventos de conocimiento:** Este conjunto de acciones busca resaltar el énfasis que tiene para la política pública, la necesidad de identificar e implementar estrategias eficientes para la promoción de Medellín como destino de grandes eventos y eventos de conocimiento. En este sentido, la ejecución de la presente política se caracterizará por el desarrollo de actividades y herramientas de promoción turística.

## TITULO II

### CONCEPTOS FUNDAMENTALES

**ARTICULO 6°. Turismo Corporativo.** Entiéndase por "*Turismo Corporativo*" el conjunto de corrientes turísticas, en las que el motivo del viaje se da en un marco laboral o profesional.

**ARTICULO 7°. Industria de las reuniones.** Conjunto de actividades que abarcan la organización, promoción, venta y distribución de reuniones y eventos, productos y servicios que incluyen reuniones gubernamentales, de empresas y de asociaciones; viajes de incentivos de empresas, seminarios, congresos, conferencias, convenciones, exposiciones y ferias.

**ARTICULO 8°. Eventos de Conocimiento y *Redes de contacto/Networking*:** Actividades desarrolladas alrededor de un tema especializado en determinada disciplina, con un alto contenido de intercambio académico y formación de redes de contactos para hacer negocios.

**ARTICULO 9°. Grandes Eventos.** Entiéndase por "*Grandes Eventos*" cualquier tipo de reunión de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso, promocional o de otra índole que facilite el intercambio de ideas, conocimientos, y/o experiencias entre los participantes.

**ARTICULO 10°. Evento de Ciudad.** Entiéndase por "*Evento De Ciudad*", aquel tipo de reunión de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso, promocional o de otra índole que facilite el intercambio de ideas, conocimientos, y/o experiencias entre los participantes; que implique trascendencia social o histórica para la Ciudad de Medellín.

**ARTICULO 11°. Declaratoria de Evento de Ciudad.** El Alcalde de Medellín podrá declarar un evento específico como "*Evento de Ciudad*", de manera que se desencadene un proceso ágil de aprobación de los permisos necesarios

para llevarlo a cabo en lo relacionado con la seguridad, el medio ambiente, el transporte y los permisos sanitarios respectivos.

**PARÁGRAFO 1.** La declaratoria de "Evento de Ciudad" permitirá al Alcalde acelerar los procedimientos para la aprobación de permisos y recursos necesarios para la producción del evento, sin perjuicio del cumplimiento de la normatividad vigente en materia de seguridad, medio ambiente, transporte y permisos sanitarios respectivos.

**PARÁGRAFO 2.** Sólo se podrán declarar como máximo al año 4 (cuatro) eventos como "Eventos de Ciudad".

## TITULO III

### LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

#### CAPITULO I

#### ARTICULACIÓN INSTITUCIONAL PARA EL FORTALECIMIENTO DEL TURISMO

**ARTICULO 12°. Gestión de la Política para la Realización de Turismo Corporativo: Grandes Eventos, Producción de Contenidos y Eventos de Conocimiento.** La Alcaldía de Medellín por medio de la Subsecretaría de Turismo, adscrita a la Secretaría de Desarrollo Económico, en el ejercicio de sus funciones como rector de las políticas públicas de la Ciudad, coordinará la gestión de la Política para la realización de eventos de Turismo Corporativo en Medellín, junto con los diferentes actores y entidades del orden territorial necesarios para la implementación de la política a partir de diferentes mecanismos de gestión.

Los diferentes actores públicos y privados del Turismo Corporativo en la Ciudad, deberán implementar dentro de sus planes y programas la presente política en coordinación con las entidades gubernamentales.

**ARTICULO 13°. Comité Municipal de Turismo Corporativo de Medellín.** Créase el "Comité Municipal de Turismo Corporativo de Medellín", cuya función principal será, la de articular los esfuerzos y lograr la ejecución de la política en pro de posicionar a Medellín como la más importante sede a nivel nacional y latinoamericano de grandes eventos y eventos de conocimiento durante todo el año, logrando que cada actor de este negocio se integre y cumpla su rol adecuadamente para alcanzar el objetivo principal, siempre realizándole seguimiento a las acciones que lleven a su consecución.

**PARÁGRAFO:** Los planes, programas y proyectos generados por el comité, no son vinculantes para la Administración, pero sirven de marco de actuación para las secretarías encargadas.

**ARTICULO 14°. Funciones del Comité Municipal de Turismo Corporativo de Medellín.** Este comité trabajará

como asesor en el desarrollo del plan de mercadeo y ventas de Ciudad, la búsqueda de recursos, la mejora de la competitividad y de la calidad turística; y además en la investigación y la gestión de recursos humanos direccionados a la captación de reuniones internacionales, operación y gestión de los eventos, logística de las salas de eventos y marketing de destino.

**ARTICULO 15°. Miembros del Comité Municipal de Turismo Corporativo de Medellín.** Este comité contará con la representación de las organizaciones que hacen parte de la industria del turismo y de las reuniones de la Ciudad, de los gobiernos local, regional y de los gremios. Su estructura es la siguiente:

Los siguientes serán los miembros invitados del Comité:

- El Secretario(a) de Desarrollo Económico o el Subsecretario(a) de Turismo de Medellín,
- El director(a) del Medellín Convention & Visitors Bureau,
- El director(a) de Plaza Mayor,
- El director(a) de la Agencia para la Cooperación y el Desarrollo de Medellín (ACI),
- Un representante de Ruta N,
- Un representante de los Aeropuertos (Rionegro/ Medellín),
- Un representante de PROEXPORT,
- El Director(a) del Cluster Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones,
- Un representante de los establecimientos de alojamiento y hospedaje,
- Un representante de los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones y operadores turísticos de turismo receptivo,
- Un representante de agencias de publicidad y firmas BTL (Below The line),
- Un representante de las empresas habilitadas por el Ministerio de Transporte para prestar servicios de transporte terrestre de pasajeros en la modalidad de servicios especiales,
- Un representante de los establecimientos de gastronomía y bares,
- Un representante de empresas de Catering,

- Un representante de las aerolíneas (ATAC, ALAICO),
- Un representante del sector de comercio de la Ciudad,
- Un representante del sector de educación en turismo con énfasis en operación de eventos,
- Un representante de empresas de software especializado en eventos,
- Un representante de la Policía Nacional,
- Un representante de la dirección del Departamento Administrativo de Gestión del Riesgo de Emergencias y Desastres (DAGR),
- Un representante del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF)

**ARTICULO 16°. Sesiones del Comité Municipal de Turismo Corporativo de Medellín.** Se realizarán sesiones de forma periódica, con el propósito de lograr los consensos que se requieren para la determinación de los criterios enfocados a la aplicación de la política pública.

**PARÁGRAFO:** La secretaria del Comité Municipal de Turismo Corporativo de Medellín la ejercerá la Secretaría de Desarrollo Económico o quien haga sus veces.

**ARTICULO 17°. Coordinación Interinstitucional de la política de Grandes Eventos y Eventos de Conocimiento.** La Subsecretaría de Turismo o quien haga sus veces como representante de la Alcaldía de Medellín ante el sector, asumirá la coordinación interinstitucional de la política de grandes eventos y eventos de conocimiento.

**ARTICULO 18°. Sector Privado.** Vincúlese a las entidades del sector privado de la industria de los eventos en el desarrollo y ejecución de la política, propendiendo por un trabajo enfocado hacia la competitividad, específicamente en servicio, productos innovadores, calidad, protección y cuidado ambiental, entre otros.

## CAPITULO II

### ESTÍMULOS PARA LA ATRACCIÓN DE TURISMO CORPORATIVO

**ARTICULO 19°. Alianzas.** Promuévanse alianzas con la concesión de los aeropuertos y aerolíneas a fin de que se vinculen económica y estratégicamente en la consecución de eventos, adicional al mantenimiento de competitividad del mismo.

**ARTICULO 20°. Incentivos.** Promuévanse incentivos a las empresas con sede en la Ciudad de Medellín y en los municipios pertenecientes al Área Metropolitana que motiven a sus filiales o casas matrices en el exterior para que realicen viajes de incentivos dentro de este territorio,

así como a aquellas empresas que se instalen en la ciudad, sean extranjeras o nacionales, para que realicen en los siguientes años sus reuniones de planeación estratégica, sus convenciones, viajes de incentivos para sus mejores empleados o vendedores, entre otras.

## CAPITULO III

### COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA DE LAS REUNIONES

**ARTICULO 21°. Registro de Habitaciones y Salones.** Créase un registro de Habitaciones y Salones, por medio del cual cada hotel y/o lugar que pueda ser sede, oportunamente informe su disposición y reporte el número de habitaciones al año, con el fin de que la Ciudad pueda mantener actualizada su oferta hotelera y de espacios para eventos.

**ARTICULO 22°. Información de Eventos y Viajeros de Turismo Corporativo.** Créase un Observatorio de Turismo Medellín- Antioquia que permita tener cifras confiables para las actividades involucradas dentro del turismo corporativo: Grandes eventos y eventos de conocimiento, esto permitirá cuantificar el verdadero impacto (Directo, indirecto e inducido). Igualmente, deberá actualizar permanentemente la información de todos los eventos que se realicen en la Ciudad y de los espacios utilizados para los mismos, con el fin de determinar su disponibilidad y evitar que se realicen en fechas con baja oferta de espacios y hoteles, hacer seguimiento al número de visitantes y describir el perfil de los demandantes del turismo de grandes eventos y eventos de conocimiento.

**ARTICULO 23°. Responsabilidad Social y Ambiental.** Promuévase e incentive el establecimiento de prácticas y actividades que cumplan con criterios de responsabilidad social y ambiental, buscando no solamente una reducción en el impacto ambiental durante las actividades previas y durante los eventos, sino para propiciar el desarrollo y bienestar social de las comunidades de la Ciudad-región, promoviendo el buen manejo de los residuos generados durante los eventos, e involucrando a los grupos de reciclaje organizados de la Ciudad para ser partícipes en la disposición de los mismos. Es necesario promover acciones en contra de la proliferación del turismo sexual y el maltrato animal que van en contravía del desarrollo social de la Ciudad.

**ARTICULO 24°. Profesionalización de los prestadores de Servicios Turísticos Corporativos.** Promuévase la capacitación y recursos de profesionalización a los prestadores de servicios turísticos corporativos, por medio de programas de certificación con reconocimiento internacional en las instituciones de la Ciudad que impartan educación en turismo y afines.

**ARTICULO 25°. Normas Técnicas Sectoriales.** Promuévase el incremento de niveles de calidad en el servicio de todos los involucrados en el segmento del Turismo Corporativo, hasta que puedan igualarse con los estándares internacionales.

## CAPITULO IV

### FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN DE MEDELLÍN COMO DESTINO DE TURISMO CORPORATIVO

**ARTICULO 26°. Estrategias de Posicionamiento.** Impleméntense estrategias de diferenciación y posicionamiento a corto, mediano y largo plazo de la imagen de Medellín; por medio de campañas vinculadas a una marca que asocie la Ciudad con un destino experiencial y con elementos de unicidad.

**ARTICULO 27°. Vincular a la Ciudad.** Vincúlese a la Ciudad, a sus habitantes y a sus empresarios con el objetivo de posicionar a Medellín como destino de turismo corporativo, desarrollando una cultura de ciudad innovadora y dinámica que gira en torno a los negocios, y en donde todos los medellinenses sean voceros del mensaje de ciudad al sentirse identificados.

**ARTICULO 28°. Plataforma de Comercialización de Destino.** Crease una plataforma de comercialización de destino, aprovechando los distintos escenarios o espacios de participación local, nacional e internacional para difundir

y dar a conocer el mensaje "Medellín destino de turismo corporativo".

**ARTICULO 29°. Inversión Extranjera.** Impleméntese una articulación entre la ACI y el BUREAU de Medellín como estrategia para potencializar la búsqueda de inversión extranjera para la Ciudad.

## TITULO IV

### VIGENCIA

**ARTICULO 30°. Recursos Presupuestales.** La Administración Municipal destinará los recursos necesarios para el cumplimiento del presente Acuerdo Municipal.

**ARTICULO 31°. Reglamentación.** La Administración Municipal reglamentará este Acuerdo en un lapso de seis (6) meses a partir de su vigencia.

**ARTICULO 32°. Vigencia.** El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación en la Gaceta Oficial del Municipio de Medellín.

## PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Medellín a los 29 días del mes de noviembre de dos mil trece (2013).

Presidente

**NICOLÁS ALBEIRO ECHEVERRI A.**

Secretario

**JUAN DAVID PALACIO CARDONA**

Post scriptum: Este Proyecto de Acuerdo tuvo (2) debates en dos días diferentes y en ambos fue aprobado como consta en Acta 379.

Secretario

**JUAN DAVID PALACIO CARDONA**