



**MINISTERIO DE COMERCIO,  
INDUSTRIA Y TURISMO**

# **ANÁLISIS DE LA “METODOLOGÍA PARA LA DEFINICIÓN DEL NIVEL DE DESARROLLO TURÍSTICO TERRITORIAL”.**

**VILLETA (Cundinamarca)**

**Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible de Turismo  
Gestión Integral de destinos turísticos**

**Agosto de 2022**



GD-FM-039.v6



## **1. INTRODUCCIÓN.**

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo – OMT, durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

“El turismo forma parte de uno de los principales sectores económicos a nivel mundial, siendo objeto de estudio en diversos destinos geográficos. Esta actividad económica opera como fuente de oportunidades para la modernización socioeconómica y cultural de un área geográfica, siendo el patrimonio un factor de cohesión social por las importantes sensibilidades a las que afecta. En consecuencia, son más frecuentes los modelos que giran en torno al desarrollo sostenible del turismo de un destino.

En este sentido, los recursos culturales, naturales y patrimoniales forman parte de una red de gran valor y riqueza, que deben promocionarse y comercializarse de forma sostenible, con el objetivo de mejorar el desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales en los destinos y la conservación de los recursos (Castellanos Verdugo et al., 2013). Para ello, es importante la coordinación de todos los implicados o que pueden ser afectados por el desarrollo del turismo a través de los elementos culturales, naturales y/o patrimoniales en un destino geográfico determinado” (Redalyc.org, 2016).

Para un adecuado análisis del nivel de desarrollo turístico de los territorios, es necesario tener en cuenta la interacción entre la oferta y la demanda; donde la *“oferta turística, se define como el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese*





*lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas. La conjunción de los atractivos, productos y servicios turísticos de un determinado lugar, a los que cuando se les añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un esquema de distribución y una estructura de precio que responda a las características del mercado meta, es lo que se define como el producto turístico” (Derechos Reservados Propiedad Intelectual de Intermark, S.A, 2013).*

*Por otra parte, la demanda turística “se define como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que los animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar. La demanda turística comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias que, influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos. La demanda está directamente relacionada con la toma de decisiones que los individuos realizan en la planificación de sus actividades de ocio, cuando se trata de viajes de recreación y familiares o bien de sus ocupaciones profesionales, cuando se trata de viajes de negocios. Ésta se ve afectada, positiva y negativamente, por factores tales como: las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, etc.; y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, etc” (Derechos Reservados Propiedad Intelectual de Intermark, S.A., 2013).*

El Viceministerio de Turismo a través de la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo creó la herramienta “Metodología para la definición del nivel de desarrollo turístico territorial”, con el objetivo principal de evaluar en tiempo presente a los destinos y de esta manera poder identificar los factores que requieren mayor atención, gestión e inversión turística dentro de los territorios.

En este proceso de autoevaluación del territorio por parte de los municipios, se vinculan actores tanto públicos como privados, que con su participación conjunta permiten evidenciar las necesidades, obstáculos y retos que se presenten en el desarrollo sostenible y competitivo de la actividad turística.





Para el debido desarrollo de esta “Metodología” se tuvieron en cuenta 80 indicadores, los cuales están divididos en 14 ejes entre oferta y demanda, los que que permitirán obtener resultados encaminados a la mejora continua y al fortalecimiento del sector turístico en los territorios. La información suministrada por las autoridades municipales que tienen acceso a este instrumento, permitirá la obtención de un cúmulo de información cuyo análisis admitirá un adecuado diagnóstico del estado actual de los diferentes elementos involucrados en la cadena de valor turística; de esta forma, se pueden realizar sugerencias a los gobernantes de los territorios para la toma de decisiones conjunta en tiempos futuros, en cuanto a la adecuada planificación y gestión de los municipios y/o Departamentos en el ámbito turístico.

En el presente informe encontrará un análisis realizado por los funcionarios del Viceministerio de Turismo, de acuerdo con los resultados obtenidos del diligenciamiento de la herramienta “Metodología para la definición del nivel de desarrollo turístico territorial”.

## **DEFINICIÓN DE LA EVALUACIÓN.**

Para mayor comprensión de los resultados obtenidos por cada municipio, a continuación se explica como se evalúan sus respuestas y como se obtiene el resultado final, que se resume en la matriz “OFERTA-DEMANDA”, donde se ubica al municipio según el grado de desarrollo del tema turístico.

Las calificaciones o puntajes que entregan los municipios en cada uno de los indicadores (que son las preguntas respondidas, 65 de oferta y 15 de demanda) para cada uno de los ejes (7 de oferta y 7 de demanda), se suman y se obtiene un promedio para cada eje y este a su vez, se multiplica por el porcentaje o peso específico asignado a cada uno por el Viceministerio de Turismo, tal como se observa en la tabla 1.





**Tabla 1. Ponderación de los ejes**

DETALLE	EJE	PORCENTAJE ASIGNADO
<b>O F E R T A</b>	1. GESTIÓN DE DESTINO	20%
	2. ASPECTOS ASOCIADOS A LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA	20%
	3. INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES BÁSICAS DEL DESTINO	15%
	4. PLANTA TURÍSTICA	15%
	5. FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN EN TURISMO	10%
	6. PRODUCTO TURÍSTICO	10%
	7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	10%
<b>D E M A N D A</b>	8. DEMANDA NACIONAL	20%
	9. DEMANDA INTERNACIONAL	15%
	10. GASTO TURÍSTICO	15%
	11. OCUPACIÓN HOTELERA	15%
	12. PERNOCTACIÓN	15%
	13. PRESENCIA DIGITAL	10%
	14. SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS	10%

Obtenidos los resultados, estos se cruzan (oferta y demanda) en la matriz para tal fin, como la del gráfico 1.

**Gráfico 1. Modelo de Matriz**





## 2. DESARROLLO DE LOS TEMAS

### Municipio: Villeta

Atendiendo las respuestas generadas por el municipio de Villeta en la Metodología para la definición del nivel de desarrollo turístico territorial, se presentan los resultados en cada uno de los catorce ejes que conforman los grupos de Oferta y Demanda.

El resultado general de los catorce ejes evaluados es el presentado en la siguiente tabla:

**Tabla 2. Resultados de la evaluación de los ejes.**

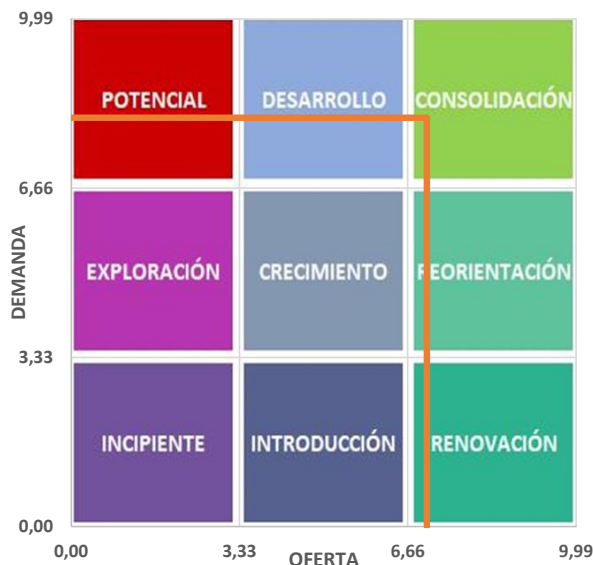
GRUPO	NOMBRE EJE	Nº RESPUESTAS	PESO PORCENTUAL	TOTAL
OFERTA	GESTIÓN DE DESTINOS	10	1,76	7,04
	ASPECTOS ASOCIADOS A SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA	13	0,92	
	INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES BÁSICAS DEL DESTINO	21	1,16	
	PLANTA TURÍSTICA	5	1,50	
	FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN EN TURISMO	7	0,56	
	PRODUCTO TURÍSTICO	5	0,56	
	PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	4	0,58	
DEMANDA	DEMANDA NACIONAL	4	2,00	8,05
	DEMANDA INTERNACIONAL	4	1,50	
	SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS	2	0,90	
	GASTO PROMEDIO	1	1,50	
	OCUPACIÓN HOTELERA	1	0,90	
	PERNOCTACIÓN	2	0,25	
	PRESENCIA DIGITAL	1	1,00	

La calificación obtenida del proceso de autoevaluación del municipio de Villeta corresponde en Oferta a 7,04 y en Demanda a 8,05. Este resultado (punto de cruce) se muestra en la matriz del gráfico 2.





**Gráfico 2. Matriz de nivel de desarrollo turístico**



Según los resultados, en la matriz de nivel de desarrollo turístico, el municipio se clasifica en el nivel de **CONSOLIDACIÓN**, el cual se define como:

**Consolidación:** El destino cuenta con niveles destacados en el desarrollo de la oferta y recibe un importante número de turistas nacionales e internacionales que se mantiene en el tiempo. El destino identifica afectaciones por uso sobre las infraestructuras y planta turística, así como impactos que pueden perjudicar la sostenibilidad del destino (mayor número de turistas frente al número de residentes, impactos en la disponibilidad de servicios básicos, contaminación, daño del patrimonio, inseguridad, aculturación, delitos, entre otros).

Por lo general, un importante porcentaje del destino recibe ingresos y se beneficia casi exclusivamente del turismo. Pueden presentarse escenarios de rechazo a la actividad turística, razón por la cual la gestión distrital o municipal 12 tendrá que orientar sus esfuerzos hacia el equilibrio entre la actividad y el bienestar de las comunidades de destino.

Este resultado se genera con base en las calificaciones entregadas por el municipio, que se analizarán más detalladamente a continuación.





## 2.1 ANÁLISIS DE LOS EJES DE OFERTA

A continuación, se realiza un análisis a cada uno de los ejes de oferta evaluados según los resultados obtenidos.

### 2.1.1 EJE 1: GESTIÓN DE DESTINO

*La gestión de destinos entiende el territorio como una organización que integra y articula a todos los actores que tienen responsabilidades y compromisos en el desarrollo turístico, con quienes se realiza la coordinación de actividades para el beneficio del destino y la optimización de recursos disponibles (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019).*

*Este eje permite evaluar elementos que deben ser priorizados en el desarrollo turístico territorial, pues se constituyen como parte esencial de los procesos de gobernanza, articulación interinstitucional y planificación turística. Alcanzar un puntaje destacado en estos criterios indicará que el distrito o municipio cuenta con las bases necesarias para el desarrollo territorial, validando la importancia de la actividad turística en el mismo.*

Para facilitar la representación de los indicadores en los gráficos, se toma la siguiente nomenclatura:

**Tabla 3. Nomenclatura para la gráfica Eje 1**

EJE 1 GESTIÓN DE DESTINO		PUNTAJE
1. Turismo en el Plan de Desarrollo distrital o municipal	INDICADOR 1	10
2. Plan de desarrollo turístico	INDICADOR 2	10
3. Oficina para la gestión turística	INDICADOR 3	10
4. Presupuesto destinado al turismo	INDICADOR 4	10
5. Consejo distrital o municipal de turismo	INDICADOR 5	10
6. Articulación del municipio (sector turismo) con la Comisión Regional de Competitividad e Innovación	INDICADOR 6	10
7. Participación del distrito o municipio (sector turismo) en un clúster de turismo regional, departamental o municipal	INDICADOR 7	10
8. Plan de trabajo de articulación público - privada	INDICADOR 8	10
9. Posición del departamento al que pertenece el distrito o municipio en el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC), departamentos	INDICADOR 9	8
10. Posición del municipio o ciudad capital en el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC), ciudades capitales y municipios	INDICADOR 10	0

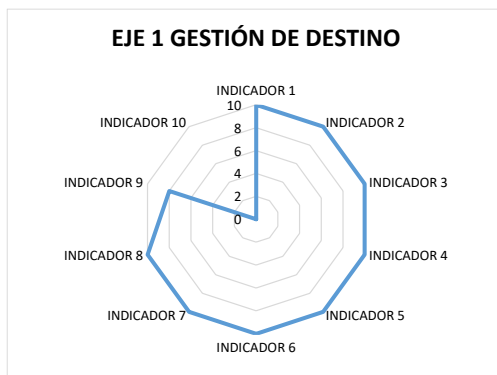
Para este eje denominado “Gestión de Destino” se evaluaron 10 indicadores, que son los de la tabla anterior y sus resultados se presentan en el gráfico 3.







**Gráfico 3. Resultados evaluación Eje 1**



Con base en las calificaciones se evidencia que el municipio tiene priorizados la mayor parte de los elementos de desarrollo turístico territorial, lo que indica que estos son parte esencial de los procesos de gobernanza, articulación interinstitucional y planificación turística, lo cual valida la importancia de la actividad turística en el mismo.

**Algunas acciones para tener en cuenta:**

Continuar trabajando y hacer la revisión del plan de inversión que tiene relacionado para turismo y hacer seguimiento y monitoreo al plan.

Realizar revisión del documento y el porcentaje de cumplimiento en cada una de las acciones plasmadas tanto en gestión como en recursos humanos y económicos del Plan de Desarrollo Turístico del municipio Turística, para su actualización, con el propósito de establecer las orientaciones para el desarrollo turístico local, teniendo en cuenta información de base como inventarios, oferta de servicios, necesidades en capacitación, superestructura e infraestructura, entre otros temas fundamentales. El Viceministerio brindará a solicitud del municipio la asistencia técnico-informativa para la formulación del plan.

Acorde a la importancia y presupuesto que tenga la Alcaldía o Distrito, la misma podrá robustecer su equipo técnico para el desarrollo de las estrategias turísticas.

Identificar oportunidades turísticas en el territorio, enmarcadas en las líneas estratégicas para el desarrollo turístico municipal o distrital, con el propósito de definir periódicamente presupuesto y plan de ejecución de recursos asignados para el cumplimiento de las metas en materia de turismo.





Citar periódicamente al Consejo, Comité, Mesa o instancia de articulación según lo establecido por el municipio, a fin de dar seguimiento al plan de trabajo establecido.

Propender por el desarrollo de proyectos turísticos que permitan solucionar las necesidades de interés regional a través de la Comisión Regional de Competitividad e Innovación CRCI departamental, articulándose con los demás alcaldes de la subregión o provincia a la que pertenezca.

Sí dentro de su municipio o distrito existe un Clúster (Grupo de empresas e instituciones interrelacionadas, concentradas geográficamente, que compiten en un mismo negocio. Generalmente incluyen: Empresas situadas en varios escalones de la cadena de valor.) que requiera fortalecerse, se les invita a que trabajen con la Dirección de Competitividad y Productividad del Ministerio de comercio, Industria y Turismo, iNNpulsa Colombia, SENA y las Cámaras de Comercio. Las iniciativas clúster siempre vinculan al sector empresarial, las mismas son autónomas, pero trabajan en coordinación con las autoridades locales para lograr sus metas.

Trabajar en el mediano plazo en la identificación de los subíndices con menores puntuaciones de las líneas ambiental, cultural, económico, empresarial, estrategia de mercadeo, gestión de destino, infraestructura o componente social. Y en la planeación, estructuración y ejecución de planes de trabajo para mejorar la ubicación del departamento dentro de la calificación del Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC), departamentos.

Trabajar en el mediano plazo en la identificación de los subíndices con menores puntuaciones de las líneas ambiental, cultural, empresarial, estrategia de mercadeo, gestión de destino e infraestructura. Y en la planeación, estructuración y ejecución de planes de trabajo para mejorar la ubicación del municipio o ciudad capital dentro de la calificación del Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC), ciudades capitales y municipios.

## **2.1.2 EJE 2: ASPECTOS ASOCIADOS A LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA**

*Por su dinámica, la actividad turística genera impactos ambientales, culturales, sociales y económicos que pueden ser positivos o negativos SEGÚN como se adelanten los procesos de planificación turística, apropiación del territorio, articulación y corresponsabilidad, formalización, sensibilización, entre otros. Por lo anterior, teniendo en cuenta la importancia que para el sector representa adelantar acciones que*





*contribuyan a la generación de ingresos y empleo, el aumento de la capacidad empresarial, la distribución de ingresos, la contribución al Producto Interno Bruto (PIB), el efecto multiplicador, la diversificación económica, la preservación del patrimonio natural y cultural (material e inmaterial) y al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades de destino; se hace necesario implementar acciones permanentes que garanticen la sostenibilidad de la actividad turística en cualquier territorio.*

La nomenclatura para los indicadores es la siguiente:

**Tabla 4. Nomenclatura para la gráfica Eje 2**

EJE 2. ASPECTOS ASOCIADOS A LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA		
11. Nivel de satisfacción de la comunidad local con el turismo	INDICADOR 11	10
12. Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes (ESCNNA) en el contexto de viajes y turismo	INDICADOR 12	8
13. Obstáculos económicos en el acceso a actividades turísticas para la población local	INDICADOR 13	0
14. Lineamientos de accesibilidad para el sector turístico	INDICADOR 14	0
15. Informalidad laboral asociada a la actividad turística	INDICADOR 15	4
16. Salarios en el sector turístico	INDICADOR 16	4
17. Tráfico de fauna y flora	INDICADOR 17	8
18. Preservación, salvaguardia o promoción del patrimonio cultural	INDICADOR 18	10
19. Bienes de Interés Cultural	INDICADOR 19	2
20. Participación del turismo en el PIB departamental	INDICADOR 20	2
21. Programas o actividades de conservación y protección ambiental en el contexto de viajes y turismo	INDICADOR 21	10
22. Empresas certificadas en Normas Técnicas Sectoriales de Sostenibilidad	INDICADOR 22	2
23. Destinos certificados en Normas Técnicas Sectoriales de Sostenibilidad	INDICADOR 23	0

Para el eje de aspectos asociados a la sostenibilidad turística, se evaluaron 13 indicadores, que son los que aparecen en la tabla 4 y sus resultados se presentan en el gráfico 4.

**Gráfico 4. Resultados evaluación Eje 2**





En este eje, el municipio tiene 8 indicadores a mejorar; se sugiere realizar un esfuerzo para subsanar los indicadores de calificación baja, que permitan al municipio en un futuro garantizar la sostenibilidad de la actividad turística y mejorar su dinámica, pues es importante planificar y desarrollar actividades que generen un impacto positivo en todos los aspectos y situaciones que tengan alguna injerencia en la sostenibilidad del turismo y mejoren sus indicadores, permitiendo que el municipio se posicione mejor a nivel regional, departamental y nacional.

### **Algunas acciones para tener en cuenta:**

Seguir trabajando en el registro y revisión de peticiones, quejas, reclamaciones, sugerencias o felicitaciones hechas por la comunidad local.

Se hace una invitación a realizar el curso virtual de prevención de la ESCNNA aquí: <http://escnna.mincit.gov.co/course/index.php> #OjosEnTodasPartes, y revisar el Manual de Buenas Prácticas para la Prevención de la ESCNNA en viajes y turismo, en el siguiente link <https://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/turismo-responsable/prevencion-escnna/cartilla-escnna-fontur-editable-2021-1.aspx> ; para que en conjunto con los prestadores de servicios turísticos del territorio construyan una estrategia de disminución del delito.

Generar un plan de acción que incorpore estrategias, proyectos, planes y acciones concretas y con indicadores de evaluación y seguimiento que permitan trazar una ruta para incorporar el turismo social y accesible en su municipio. Tal como se solicita en el marco normativo. Ley 300 de 1996 Artículos 32 y 35, Ley 1101 de 2006, política pública de Turismo Social 2009, Ley 1558 de 2012 Artículos 13 y 15, Política Pública Nacional de Discapacidad e Inclusión 2013, Decreto 1074 de 2015, Decreto 2158 de 2017 Programas Turismo Social, Turismo Accesible, Tarjeta Joven, Turismo Responsable, Ley 2055 de 2020 Artículo 22.

Iniciar el proceso de identificación de la oferta turística en atractivos y prestadores de servicios turísticos públicos y privados asociados a la atención de los segmentos objeto del turismo social (Jóvenes, Personas de 60 años o más, personas en situación de discapacidad y personas con recursos económicos limitados con especial atención a los afiliados al SISBEN 1 y 2). Como apoyo a ese proceso puede consultar el Decreto 2158 de 2017.



Trabajar en la generación de empleo formal bajo los marcos legales o normativos, con remuneración digna. Velar por la generación de más puestos de trabajo del sector a través de la búsqueda de mecanismos de inversión que generen la estabilidad y las condiciones para el desarrollo ecosistémico del país que impulse el empleo.

Trabajar en incrementar los niveles de remuneración bajo los marcos legales o normativos del sector turístico. La medición hace énfasis en el departamento.

Trabajar en el fortalecimiento de las actividades que producen bienes o servicios relacionados con el sector turístico del departamento.

Seguir trabajando en la implementación de proyectos piloto de adaptación de la oferta turística al cambio climático, con énfasis en destinos y atractivos turísticos ubicados en ecosistemas de alta montaña, paramos, humedales, playas, espacios insulares y arrecifes coralinos

Seguir desarrollando proyectos piloto de restauración ambiental y paisajística para atractivos turísticos emblemáticos de la nación.

Si no cuenta con prestadores de servicios turísticos certificados y una certificación en una norma técnica de destino, se recomienda priorizar la implementación de una norma técnica aplicable al destino para su posterior certificación. Recuerde que las normas pueden ser consultadas en [www.mincit.gov.co](http://www.mincit.gov.co)

Puedes consultar diferentes herramientas y documentos de apoyo en [www.calidadturistica.gov.co](http://www.calidadturistica.gov.co)

Recuerda que puedes presentar proyectos al FONTUR para certificar al destino o áreas turísticas del destino en Normas Técnicas aplicables a destinos turísticos bajo la línea:

Línea Estratégica 1: Mejoramiento de la Competitividad Turística

Programa 3: Calidad Turística

Subprograma 3.2: Implementación y Certificación en Normas Técnicas Sectoriales de Turismo y Normas de Calidad Turística para destinos turísticos

Subprograma 3.3. Implementación y Certificación de Normas Técnicas Sectoriales, estándares de calidad para el turismo para Prestadores de Servicios Turísticos





### 2.1.3 EJE 3. INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES BÁSICAS DEL DESTINO

*El desarrollo de actividades turísticas implica intervenciones físicas que además de garantizar la calidad y seguridad de la experiencia del visitante, deben asegurar el bienestar y la calidad de vida de las comunidades de destino.*

*Este eje permite evaluar indicadores asociados a la seguridad, el estado actual de los servicios básicos necesarios para la prestación de servicios turísticos y las condiciones presentes de las infraestructuras turísticas en el distrito o municipio en evaluación. Una calificación superior en los indicadores incluidos en este eje permitirá avanzar en dirección hacia el desarrollo sostenible y seguro de los territorios.*

La nomenclatura para los indicadores es la siguiente:

**Tabla 5. Nomenclatura para las gráficas Eje 3**

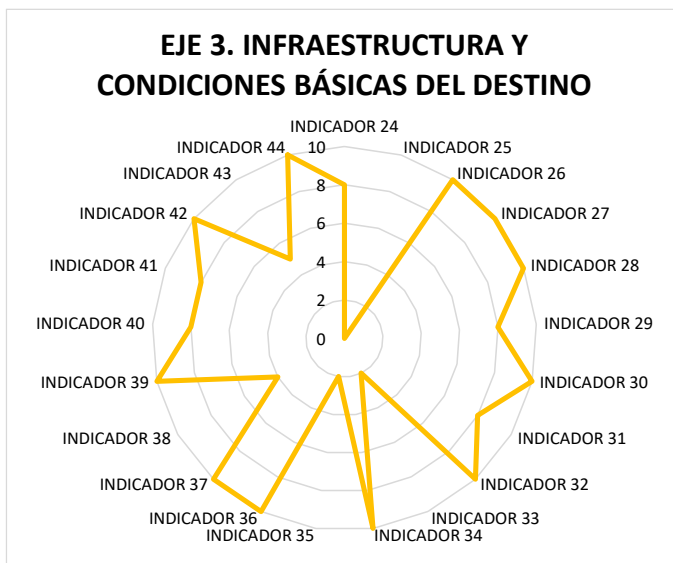
EJE 3. INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES BÁSICAS DEL DESTINO		
24. Control y sanciones en la prestación de servicios turísticos	INDICADOR 24	8
25. Número de accidentes que afectan a turistas	INDICADOR 25	0
26. Actos de terrorismo	INDICADOR 26	10
27. Homicidios	INDICADOR 27	10
28. Policía de Turismo	INDICADOR 28	10
29. Accidentalidad vial en temporadas turísticas	INDICADOR 29	8
30. Comités Departamentales de Seguridad Turística	INDICADOR 30	10
31. Delitos cometidos hacia turistas	INDICADOR 31	8
32. Prestadoras de servicios de salud	INDICADOR 32	10
33. Infraestructura aeronáutica nacional	INDICADOR 33	2
34. Infraestructura aeronáutica internacional	INDICADOR 34	10
35. Terminales de transporte terrestre	INDICADOR 35	2
36. Índice de penetración del servicio de internet banda ancha	INDICADOR 36	10
37. Velocidad de conexión de internet banda ancha	INDICADOR 37	10
38. Llamadas caídas en la red de telefonía móvil	INDICADOR 38	4
39. Cobertura del servicio de acueducto	INDICADOR 39	10
40. Cobertura del servicio de alcantarillado	INDICADOR 40	8
41. Cobertura del servicio de aseo	INDICADOR 41	8
42. Cobertura del servicio de energía eléctrica	INDICADOR 42	10
43. Infraestructuras para el desarrollo de actividades turísticas	INDICADOR 43	5
44. Presupuesto asignado al funcionamiento y mantenimiento de la infraestructura para el turismo	INDICADOR 44	10

Para el eje infraestructura y condiciones básicas del destino, se evaluaron 21 indicadores, que aparecen en la tabla 5 y los resultados en el gráfico 5.





**Gráfico 5. Resultados evaluación Eje 3**



De los 21 indicadores el municipio tiene debilidad en 1 de estos y 4 con baja calificación, que tienen que ver con el número de accidentes que afectan a turistas, tecnología de las comunicaciones e infraestructura pública para turismo; estas fallas impiden un mejor desarrollo de las actividades turísticas, debido a que estas garantizan la calidad de los servicios turísticos y la seguridad para el turista o visitante, tampoco permiten asegurar el bienestar y la calidad de vida de la comunidad local.

**Algunas acciones para tener en cuenta:**

Seguir articulando acciones y estrategias con las entidades territoriales y de la fuerza pública para mitigar los actos de terrorismo.

Seguir trabajando las estrategias de seguridad con las entidades territoriales y la Policía Nacional.

Seguir trabajando articuladamente con la Policía de Turismo en los programas de seguridad turística.

Priorizar las acciones y articular con la Policía de Tránsito y Transporte creando estrategias para el cumplimiento de sus labores de vigilancia y control en las temporadas de mayor movilidad.



Dar cumplimiento al decreto reglamentario 355 de 2017 para la realización de los Comités Departamentales de Seguridad Turística.

Priorizar las acciones y estrategias con las entidades territoriales y la Policía Nacional.

Se recomienda a la autoridad de turismo y prestadores de servicios turísticos, revisar cuáles serían los servicios públicos de salud más cercanos al destino y atractivos turísticos y determinar u procedimiento de cómo acceder a esos servicios de salud sí fueran necesarios.

Producto de los resultados obtenidos frente al presente indicador es importante contemplar acciones de mediano y corto plazo encaminadas a la optimización de servicios de transporte terrestre de pasajeros.

Se recomienda que el ente Gubernamental con el acompañamiento de la autoridad de turismo mantenga el monitoreo sobre las empresas públicas y privadas prestadores de servicios de telefonía móvil, acueducto, alcantarillado, a fin de garantizar a las partes interesadas permanente prestación del servicio.

Identificar los proyectos de infraestructura que respondan a una necesidad en el proceso del desarrollo turístico del territorio de manera sostenible y económica en el tiempo, además de ser amigable con el medio ambiente y finalmente que contribuya a satisfacer las necesidades de los turistas y población local para el fortalecimiento competitivo del territorio.

#### **2.1.4 EJE 4. PLANTA TURÍSTICA**

*Además de atractivos e infraestructuras PÚBLICAS, un destino turístico debe garantizar la prestación de servicios que faciliten la experiencia del visitante, permitiendo que este pueda realizar las actividades que le interesen bajo parámetros de calidad y accesibilidad.*

*A través de este eje se EVALÚAN los principales indicadores asociados a la planta turística de un distrito o municipio. Una calificación superior en los indicadores incluidos en este eje, indica la existencia de condiciones posiblemente suficientes para la prestación de servicios turísticos, frente a la que tendrán que realizarse análisis asociados a la calidad y alcance, así como a la satisfacción que estos generan en la estadía del visitante.*





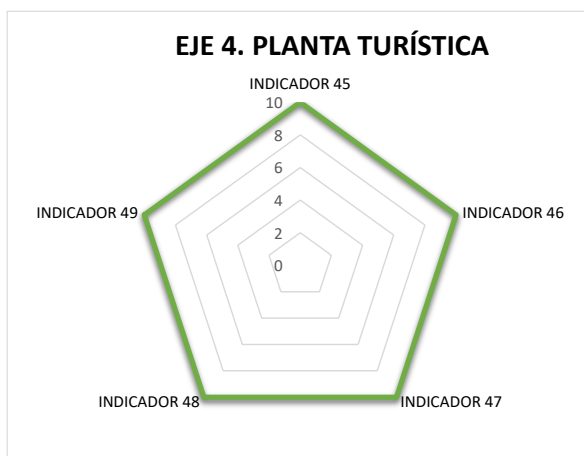
La nomenclatura para los indicadores es la siguiente:

**Tabla 6. Nomenclatura para las gráficas Eje 4**

<b>EJE 4. PLANTA TURÍSTICA</b>		
45. Cobertura en servicios de alojamiento y hospedaje	INDICADOR 45	10
46. Servicios de agencias de viajes	INDICADOR 46	10
47. Guías profesionales de turismo	INDICADOR 47	10
48. Servicios de establecimientos gastronómicos	INDICADOR 48	10
49. Servicios de transporte terrestre turístico especial	INDICADOR 49	10

Para el eje planta turística, se evaluaron 5 indicadores, que aparecen en la tabla 6 y los resultados en el gráfico 6.

**Gráfico 6. Resultados evaluación Eje 4**



De los 5 indicadores evaluados en este eje, el municipio cuenta con óptima calificación para cada uno de estos, lo cual hace que este destino garantice la prestación de servicios que facilitan la experiencia del visitante, permitiendo que este pueda realizar las actividades que le interesen bajo parámetros de calidad y accesibilidad.

**Algunas acciones para tener en cuenta:**

Mantener la disponibilidad de camas ofrecidas por Prestadores de Servicios Turísticos (PST) inscritos a través del Registro Nacional de Turismo (RNT) según los



turistas que visitan el distrito o municipio. Continuar con el seguimiento del indicador para elaborar planes de acción cuando haya riesgo en su reducción

Conservar o ampliar el número de agencias de viajes que comercializan la oferta turística de la ciudad o municipio. O ampliar la cobertura de los servicios que ya manejan las agencias de viaje.

Mantener o ampliar el número de guías de turismo con RNT en la ciudad o municipio.

Conservar o ampliar el número de establecimientos gastronómicos, bares y similares cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y bebidas para consumo y que, además, podrán prestar otros servicios complementarios.

Mantener o ampliar el número de establecimientos que prestan servicios de transporte turístico especial.

### **2.1.5 EJE 5. FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN EN TURISMO**

*En el proceso de desarrollo turístico es fundamental contar con personas que cuenten con los requisitos de formación y capacitación necesarios para garantizar al turista una experiencia de calidad. La formación hace referencia a un proceso de mediana o larga duración y varios niveles, que incluye el desarrollo de un programa en una disciplina de forma amplia. Por su parte, la capacitación consiste en un proceso educativo de corta duración que otorga conocimientos y habilidades puntuales técnicas para ejecutar tareas en el ámbito laboral.*

*Entendiendo lo anterior, es fundamental contar con personas capacitadas en diferentes niveles y temáticas, que cuenten con las habilidades necesarias para responder de forma oportuna a los retos del sector. Así mismo, es necesario que quienes se encuentran interesados en vincularse laboralmente al sector, encuentren una oferta de programas que responda a las necesidades de los empleadores y exigencias de la actividad turística.*

*A través de este eje se EVALÚAN los principales indicadores asociados a procesos de formación y capacitación en turismo. Una calificación superior en los indicadores incluidos en este eje refleja la importancia que el destino otorga a la profesionalización del sector, así como a la contratación de talento humano competente.*

La nomenclatura para los indicadores es la siguiente:



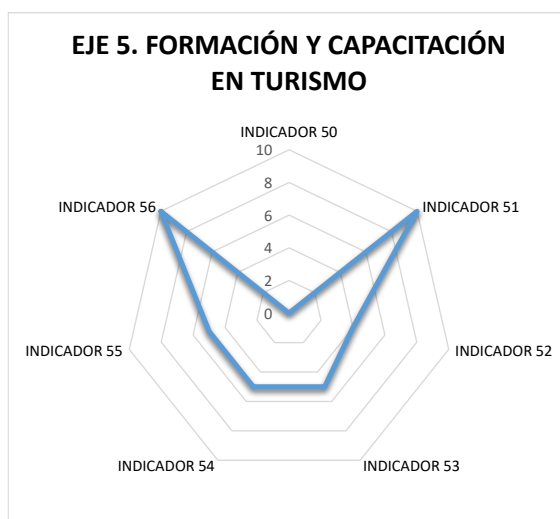


**Tabla 7. Nomenclatura para la gráfica Eje 5**

<b>EJE 5. FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN EN TURISMO</b>		
50. Colegios Amigos del Turismo	INDICADOR 50	0
51. Programas de pregrado activos en los niveles técnico y tecnológico en turismo	INDICADOR 51	10
52. Programas de pregrado en nivel profesional para el sector turismo	INDICADOR 52	4
53. Programas de posgrado en turismo	INDICADOR 53	5
54. Bilingüismo en programas de pregrado en los niveles técnico y tecnológico para el sector turismo	INDICADOR 54	5
55. Bilingüismo en programas de pregrado en nivel profesional para el sector turismo	INDICADOR 55	5
56. Educación no formal en turismo	INDICADOR 56	10

Para el eje formación y capacitación en turismo, se evaluaron 7 indicadores, que aparecen en la tabla 7 y los resultados en el gráfico 7.

**Gráfico 7. Resultados evaluación Eje 5**



Este eje presenta una evaluación favorable, pues de los 7 indicadores la mayoría cuenta con una calificación media- alta, sin embargo, se sugiere al municipio que genere más vinculaciones con instituciones educativas que cuenten con la oferta de hotelería y turismo, ya que estos generan procesos de sensibilización, formación y participación que fortalecen al territorio de manera transversal. Adicionalmente, se sugiere tomar en consideración incluir dentro ampliar los programas de educación programas dirigidos al turismo y bilingüismo.



### **Algunas acciones para tener en cuenta:**

Iniciar procesos de vinculación de Instituciones Educativas Públicas del municipio en el programa Colegios Amigos del Turismo, del mismo modo, incluir continuamente el programa en los planes de desarrollo turístico local. Revisar informativo de Colegios Amigos de Turismo y video sobre el programa CAT.

Trabajar prioritariamente en conjunto con las instituciones de educación superior a presentar programas ante el ministerio de Educación programas de turismo en todos los niveles, acorde a las necesidades de la región. También motivar a los colegios vinculados a CAT a continuar con la media vocacional en turismo.

Sensibilizar a la comunidad a vincularse con la oferta académica de las instituciones educativas departamentales con el propósito de fortalecer la fuerza laboral en los diferentes niveles educativos técnico, tecnólogo y profesional.

Trabajar prioritariamente en conjunto con las instituciones de educación superior para implementar y mantener el aprendizaje de una segunda lengua en programas técnico, tecnológicos y profesional para el sector turístico.

### **2.1.6 EJE 6. PRODUCTO TURÍSTICO**

*El producto turístico, hace referencia a la combinación de elementos a los que accede el turista en el desarrollo de su experiencia de viaje (atractivos, infraestructuras, servicios y actividades), los cuales en conjunto satisfacen sus motivaciones y necesidades.*

*Realizar un ejercicio de diseño de producto turístico se constituye como el primer paso para adelantar actividades que respondan a la vocación territorial y sean coherentes con las políticas y lineamientos de planificación definidos a nivel distrital o municipal, departamental, regional y nacional. Así mismo, el compromiso y dedicación de parte de los actores de la cadena de valor en el ejercicio de implementación y sostenibilidad del producto serán aspectos fundamentales, garantizando el desarrollo de experiencias de calidad, responsables y competitivas.*

*A través de este eje se EVALÚAN los principales indicadores asociados al diseño e implementación de productos turísticos, así como algunos de los elementos más importantes para este ejercicio asociados a la vocación territorial, el estado de atractivos y recursos y su vínculo a uno o más productos turísticos a nivel distrital o municipal. Una calificación superior en los indicadores incluidos en este eje refleja la importancia que el destino otorga*



*al desarrollo de experiencias turísticas bajo criterios de sostenibilidad, responsabilidad y coherencia*

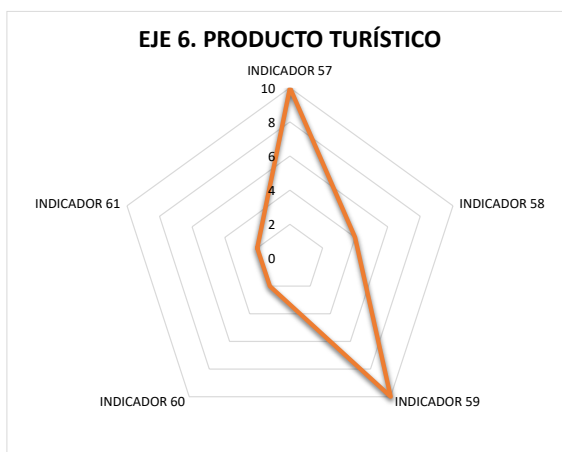
La nomenclatura para los indicadores es la siguiente:

**Tabla 8. Nomenclatura para la gráfica Eje 6**

<b>EJE 6. PRODUCTO TURÍSTICO</b>		
57. Inventario de recursos y atractivos turísticos	INDICADOR 57	10
58. Estructuración del producto turístico	INDICADOR 58	4
59. Destino priorizado en los planes estratégicos de naturaleza, cultura, MICE o salud y bienestar	INDICADOR 59	10
60. Bienes del patrimonio cultural (material, inmaterial, festividades y eventos y grupos de especial interés) en el producto turístico	INDICADOR 60	2
61. Bienes de patrimonio natural en el producto turístico	INDICADOR 61	2

Para el eje producto turístico, se evaluaron 5 indicadores, que aparecen en la tabla 8 y los resultados en el gráfico 8.

**Gráfico 8. Resultados evaluación Eje 6**



En este eje el municipio cumple a cabalidad con la 2 de los 5 indicadores evaluados y los demás los ha ido implementando, lo que se evidencia que el municipio cuenta con el conjunto de elementos necesarios que permiten al turista el buen desarrollo de su experiencia de viaje, componentes tangibles e intangibles que incluyen los recursos o atractivos turísticos, infraestructura, servicios y actividades recreativas. Esta combinación de elementos responde de manera efectiva a la vocación de cada uno de los territorios lo cuales garantizan experiencias de calidad, responsables y competitivas.



**Algunas acciones para tener en cuenta:**

Elabore un plan de trabajo para el uso del inventario turístico de acuerdo con los siguientes posibles ámbitos de aplicación:

1. Planificación turística
2. Diseño de producto turístico
3. Comercialización
4. Promoción

Si el inventario turístico del Municipio está próximo a cumplir 3 años desde su elaboración, contemple la posibilidad de elaborar un plan de actualización.

Para el diseño de producto turístico puede presentar un proyecto a Fontur; para caracterización o implementación de un o varios productos turísticos puede solicitar una asistencia técnica al Viceministerio de Turismo.

Proyecto:

Línea Estratégica 1: Mejoramiento de la Competitividad Turística

PROGRAMA 1: Planificación Turística

Diseño de productos turístico

**2.1.7 EJE 7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN**

La nomenclatura para los indicadores es la siguiente:

**Tabla 9. Nomenclatura para la gráfica Eje 7**

<b>EJE 7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN</b>		
62. Plan de mercadeo y promoción	INDICADOR 62	0
63. Recursos asignados a la promoción y comercialización turística	INDICADOR 63	10
64. Vinculación del distrito o municipio en campañas de promoción turística	INDICADOR 64	8
65. Participación en ferias de turismo	INDICADOR 65	5

Para el eje promoción y comercialización, se evaluaron 4 indicadores, que aparecen en la tabla 9 y los resultados en el gráfico 9.



**Gráfico 9. Resultados evaluación Eje 7**



De los 4 indicadores cumple totalmente solo en 1, que corresponde a la asignación de recursos a la promoción y comercialización turística, los otros 3 que hacen referencia al mercadeo, promoción, campañas y participación del municipio en ferias de turismo tiene una calificación media-baja, con lo cual en algunos casos la oferta turística no se da a conocer fuera del municipio y no se promociona; es necesario, que el presupuesto asignado se oriente a las actividades que le permitan al municipio adelantar acciones encaminadas al reconocimiento de los atractivos turísticos a nivel regional, departamental y nacional.

**Algunas acciones para tener en cuenta:**

La promoción turística se debe realizar una vez el destino haya realizado plena identificación de sus productos y cuente con una oferta de servicios formal y suficiente para recibir turistas y conozca el perfil del mercado al que se dirigen sus productos y servicios.

Destinar recursos técnicos, humanos y financieros para el diseño e implementación de un plan de promoción turística.

Establecer en el plan de marketing acciones orientadas al desarrollo sostenible a través de la promoción de prácticas de turismo responsable.





## 2.2 ANÁLISIS DE LOS EJES DE DEMANDA

A continuación, se realiza un análisis a cada uno de los ejes de demanda evaluados según los resultados obtenidos.

### 2.2.1 EJE 8. DEMANDA NACIONAL

*El análisis de la demanda adquiere gran importancia por su impacto en el desarrollo turístico de un destino a través del reconocimiento de las características de quien se interesa en él. Las llegadas por turismo y la información generada alrededor de la complejidad del turista, sus motivaciones, expectativas y necesidades, permite asegurar en buena parte la sostenibilidad económica de los destinos, a partir del mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios, permitiendo además la diversificación de productos y servicios, el incremento de las visitas por turismo y mayor adaptación a los cambios de la demanda.*

*Sumado a esto, el conocimiento de la demanda permite a los destinos definir los límites y parámetros para el desarrollo de la actividad turística desde la óptica de inversionistas, prestadores de servicios turísticos, proveedores y turistas (en este caso nacionales); propiciando que el turismo se desarrolle en términos de sostenibilidad social, cultural y ambiental a largo plazo; contribuyendo además, al diseño de estrategias efectivas de diferenciación y segmentación, diseño de producto, fortalecimiento empresarial, innovación y comercialización; así como la ejecución de inversiones responsables y coherentes con las necesidades territoriales y las metas sectoriales.*

*La demanda nacional representa los ingresos por turismo de un amplio NÚMERO de destinos de Colombia; sin embargo, no es frecuente priorizar el análisis de la demanda frente a los ejercicios de diseño de producto turístico. Este eje pretende generar un primer acercamiento de los destinos a los aspectos más relevantes de la demanda, con el fin de identificar las necesidades en investigación de mercados y estructuración de mediciones que sean necesarias para la toma de decisiones de cara al turismo doméstico.*

La nomenclatura para los indicadores es la siguiente:

**Tabla 10. Nomenclatura para la gráfica Eje 8**

<b>EJE 8. DEMANDA NACIONAL</b>		
66. Ingreso de visitantes nacionales al municipio	INDICADOR 66	10
67. Variación en la llegada de visitantes nacionales al municipio	INDICADOR 67	10
68. Procedencia de los mercados nacionales potenciales	INDICADOR 68	10
69. Conectividad aérea nacional (porcentaje de ocupación de sillas aéreas en vuelos nacionales)	INDICADOR 69	10





Para el eje de demanda nacional, se evaluaron 4 indicadores, que aparecen en la tabla 10 y los resultados en el gráfico 10.

**Gráfico 10. Resultados evaluación Eje 8**



De acuerdo con las calificaciones reportadas por el municipio tiene una gran fortaleza en este eje, pues realiza la medición, registros o reportes de variación de crecimiento o descenso de los turistas o visitantes nacionales que llegan a su territorio, lo cual genera que se pueda realizar un análisis real para identificar la potencial demanda, así como identificar información relevante de los turistas para entender y atender su complejidad, sus motivaciones, expectativas y necesidades, que se traduzca en el aseguramiento de la sostenibilidad económica, efectuando mejoras en la calidad de la prestación de los servicios turísticos, el incremento de los turistas y la toma de acciones que minimicen las dificultades en cualquiera de las actividades de la cadena de valor del turismo.

Nota: para futuras calificaciones es importante leer detenidamente la pregunta de tal manera que la respuesta este acorde al interrogante que se está haciendo; específicamente en el indicador 67 que hace referencia a la *Variación en la llegada de visitantes nacionales al distrito o municipio* **no se incluyó el valor**, lo mismo ocurrió con el Indicador 68 que solicita escribir en el texto los TRES destinos que corresponden a la procedencia de los visitantes nacionales que ingresan al municipio y en su lugar solo se respondió el número 3 que no da respuesta al interrogante.

### **Algunas acciones para tener en cuenta:**

Mantener las mediciones de visitantes nacionales al distrito o a los municipios. Acoger los lineamientos para la producción estadística establecidos en el Sistema Estadístico Nacional.

Mantener los programas y actividades que promocionan el distrito o el municipio para la llegada de turistas nacionales.

Mantener las mediciones de visitantes nacionales al distrito o a los municipios. Acoger los lineamientos para la producción estadística establecidos en el Sistema Estadístico Nacional.

### **2.2.2 EJE 9. DEMANDA INTERNACIONAL**

*El análisis de la demanda adquiere gran importancia por su impacto en el desarrollo turístico de un destino a través del reconocimiento de las características de quien se interesa en él. Las llegadas por turismo y la información generada alrededor de la complejidad del turista, sus motivaciones, expectativas y necesidades, permite asegurar en buena parte la sostenibilidad económica de los destinos, a partir del mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios, permitiendo además la diversificación de productos y servicios, el incremento de las visitas por turismo y mayor adaptación a los cambios de la demanda.*

*Sumado a esto, el conocimiento de la demanda permite a los destinos definir los límites y parámetros para el desarrollo de la actividad turística desde la óptica de inversionistas, prestadores de servicios turísticos, proveedores y turistas (en este caso extranjeros); propiciando que el turismo se desarrolle en términos de sostenibilidad social, cultural y ambiental a largo plazo; contribuyendo además, al diseño de estrategias efectivas de diferenciación y segmentación, diseño de producto, fortalecimiento empresarial, innovación y comercialización; así como la ejecución de inversiones responsables y coherentes con las necesidades territoriales y las metas sectoriales.*

*La demanda internacional representa los ingresos por turismo de productos y servicios que han logrado dar respuesta a las motivaciones de turistas extranjeros; sin embargo, como en la demanda nacional, tampoco es frecuente priorizar el análisis de la demanda internacional frente a los ejercicios de diseño de producto turístico. Este eje pretende generar un acercamiento de los destinos a los aspectos más relevantes de la demanda, con el fin de identificar las necesidades en investigación de mercados y estructuración de mediciones que sean necesarias para la toma de decisiones de cara al turismo internacional.*



La nomenclatura para los indicadores es la siguiente:

**Tabla 11. Nomenclatura para la gráfica Eje 9**

<b>EJE 9. DEMANDA INTERNACIONAL</b>		
70. Ingreso de visitantes internacionales no residentes al municipio	INDICADOR 70	10
71. Variación en la llegada de visitantes internacionales no residentes al distrito o municipio	INDICADOR 71	10
72. Procedencia de los mercados internacionales potenciales	INDICADOR 72	10
73. Conectividad aérea internacional (porcentaje de ocupación de sillas aéreas en vuelos internacionales)	INDICADOR 73	10

Para el eje de demanda internacional, se evaluaron 4 indicadores, que aparecen en la tabla 11 y los resultados en el gráfico 11.

**Gráfico 11. Resultados evaluación Eje 9**



Al igual que en el eje anterior, el municipio tiene una gran fortaleza este, al llevar registros, mediciones, reportes de variación de crecimiento o descenso de los turistas o visitantes internacionales que llegan a su territorio, por tanto cuenta con estadísticas que le permitan efectuar un análisis para identificar la potencial demanda, así como identificar información relevante de los turistas para entender y atender su complejidad, sus motivaciones, expectativas y necesidades, que se traduce en el aseguramiento de la sostenibilidad económica, efectuando mejoras en la calidad de la prestación de los servicios turísticos, el incremento de los turistas y la toma de acciones que minimicen las dificultades en cualquiera de las actividades de la cadena de valor del turismo. Esto, se traduce en oportunidades para la creación de productos y servicios, así como de posibles ingresos





económicos, al conocer la importancia de estructurar adecuadamente estos datos.

Nota: para futuras calificaciones es importante leer detenidamente la pregunta de tal manera que la respuesta este acorde al interrogante que se está haciendo; específicamente en el indicador 71 que hace referencia la *Procedencia de los mercados internacionales potenciales* **no se incluyó el valor.**

### **Algunas acciones para tener en cuenta:**

Mantener las mediciones de visitantes internacionales no residentes al distrito o a los municipios. Acoger los lineamientos para la producción estadística establecidos en el Sistema Estadístico Nacional. La medición debe hacer énfasis en temporadas altas, ferias y eventos, otras actividades

Mantener los programas y actividades que promocionan el distrito o el municipio para la llegada de visitantes internacionales no residentes.

Mantener las mediciones de visitantes internacionales al distrito o a los municipios. Acoger los lineamientos para la producción estadística establecidos en el Sistema Estadístico Nacional.

### **2.2.3 EJE 10. GASTO TURÍSTICO**

*Hace referencia al dinero que gasta el turista en el desarrollo de actividades asociadas al viaje. De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), incluye transporte, alimentos y bebidas, alojamiento, servicios culturales y recreacionales, souvenirs, artesanías y regalos, bienes de uso personal y otros gastos relacionados con el viaje.*

*Para el desarrollo turístico territorial es de gran importancia conocer el comportamiento de este indicador, entendiendo que su medición y análisis posibilitan la estructuración e implementación de estrategias para el fortalecimiento y diversificación de productos y el mejoramiento de la calidad en la prestación de los servicios; así como la comprensión del impacto de las acciones de promoción y comercialización y del comportamiento de la demanda. El trabajo de un destino enfocado hacia el incremento del gasto turístico puede generar las condiciones para que un distrito, municipio o región logre mayores beneficios económicos para las comunidades locales, favoreciendo así la sostenibilidad de la actividad.*





Para este eje se evaluaron dos indicadores, cuyo puntaje aparece en la tabla 12.

**Tabla 12. Puntaje indicadores Eje 10**

<b>EJE 10 GASTO TURÍSTICO</b>		
74. Gasto per cápita promedio diario del turista interno en el distrito o municipio	INDICADOR 74	6
75. Gasto per cápita promedio diario del turista internacional en el municipio	INDICADOR 75	6

La nota para los indicadores de este eje es media, por lo cual se sugiere al municipio seguir adelantando acciones que permitan incrementar el gasto per cápita del turista nacional e internacional, y así mismo poder enfocar las estrategias de mejoramiento a dichas actividades, generando condiciones para que el municipio logre mayores beneficios económicos que favorezcan en mayor medida a la comunidad.

### **Algunas acciones para tener en cuenta:**

Trabajar en mecanismos que aumenten el consumo de servicios de transporte terrestre (hacia y desde el destino), alimentos y bebidas, alojamiento, servicios culturales y recreacionales, souvenirs, artesanías y regalos, bienes de uso personal y otros gastos relacionados con el viaje por parte de los turistas nacionales e internacionales

### **2.2.4 EJE 11. OCUPACIÓN HOTELERA**

*El indicador asociado a la ocupación hotelera permite medir el comportamiento de las visitas por turismo a través de la relación entre las habitaciones ocupadas y las habitaciones disponibles en un destino. Su análisis permite comprender el impacto de las inversiones y de la ampliación de la oferta de habitaciones, así como su conexión con la llegada de turistas, la formalización y la rentabilidad del sector de alojamiento y hospedaje.*

*Conocer el comportamiento de este indicador y su medición y análisis posibilitan la estructuración e implementación de estrategias para el fortalecimiento empresarial, la formalización y la rentabilidad de estos establecimientos. Así mismo, da información a los municipios y distritos frente al consumo turístico y el comportamiento y preferencias de la demanda, para que desde su papel sea posible fortalecer aspectos asociados a la competitividad, infraestructura y promoción turística.*



Para este eje se evaluó un indicador, cuyo puntaje aparece en la tabla 13.

**Tabla 13. Puntaje indicador Eje 11**

<b>EJE 11 OCUPACIÓN HOTELERA</b>		
76. Ocupación hotelera anual	INDICADOR 76	10

Este indicador asociado a la ocupación hotelera ha sido implementado por el municipio, lo que indica que se hace medición de la ocupación hotelera anual, lo cual permite medir el comportamiento de las visitas por turismo mediante la relación entre habitaciones ocupadas y disponibles; generando así la toma de decisiones sobre posibles ampliaciones o modificaciones en la cantidad de habitaciones que debe ofrecer el municipio; por otra parte, posibilita la estructuración e implementación de estrategias para fortalecer las demás actividades conexas.

**Algunas acciones para tener en cuenta:**

Trabajar en el aumento de la ocupación de habitaciones disponibles en el distrito o municipio para que supere el promedio nacional.

**2.2.5 EJE 12. PERNOCTACIÓN**

*El indicador de pernoctación permite analizar el comportamiento de las visitas por turismo a través de la medición del promedio de noches que los turistas permanecen en un establecimiento de alojamiento y hospedaje.*

*Conocer el comportamiento de este indicador, así como su medición y análisis, posibilita la estructuración e implementación de estrategias que permitan extender las estadías y, por consiguiente, aumentar el gasto turístico.*

Para este eje se evaluó un indicador, cuyo puntaje aparece en la tabla 14.

**Tabla 14. Puntaje indicador Eje 12**

<b>EJE 12 PERNOCTACIÓN</b>		
77. Promedio de pernoctación por tipo de alojamiento y motivo de viaje	INDICADOR 77	6

Se hace una invitación al municipio a que siga adelantando acciones que permitan incrementar la cantidad de noches de pernoctación de los turistas o



viajeros, pues esto incrementa la posibilidad de que el visitante efectúe mas gastos en el territorio, mediante actividades que deba desarrollar allí.

Nota: para futuras calificaciones es importante leer detenidamente la pregunta de tal manera que la respuesta este acorde al interrogante que se está haciendo; específicamente en el indicador 76 que hace referencia la *Promedio trimestral de pernoctación por tipo de alojamiento y motivo de viaje* donde se solicita escribir el número promedio de noches de pernoctación de los turistas en el distrito o municipio para el año inmediatamente anterior a la implementación de esta metodología y se dio el puntaje, pero no se digito el número correspondiente a la pernoctación.

**Algunas acciones para tener en cuenta:**

Trabajar en el aumento de los días pernoctados trimestralmente en el distrito o municipio para que supere el promedio nacional

**2.2.6 EJE 13 PRESENCIA DIGITAL**

*La presencia digital de un destino hace referencia a su visibilidad en internet, bien sea a través de una página web, redes sociales, resultados en motores de BÚSQUEDA y anuncios o cualquier otro formato pago. Para esta metodología, el eje pretende comprender la visibilidad de un distrito o municipio en el contexto de viajes y turismo, dando una idea de la frecuencia y temporalidad en la que se realizan las BÚSQUEDAS.*

*El análisis de estos indicadores permitirá identificar los intereses de potenciales turistas extranjeros y nacionales frente a la oferta de viajes y turismo de un distrito o municipio. Así mismo, será uno de los primeros insumos para identificar el nivel de presencia digital de un destino y las posibilidades de mejora frente a su potencial.*

Para este eje se evaluaron 2 indicadores, cuyo puntaje aparece en la tabla 15.

**Tabla 15. Puntaje indicador Eje 13**

<b>EJE 13 PRESENCIA DIGITAL</b>		
78. Presencia digital mundial del distrito o municipio en la plataforma	INDICADOR 78	0
79. Presencia digital nacional del distrito o municipio en la plataforma Google Trends	INDICADOR 79	5





En este eje el municipio tiene una calificación baja-media, pues la presencia digital o su visibilidad en la web es baja en la categoría de viajes por el criterio de búsqueda “todo el mundo” y media en el criterio de búsqueda de “Colombia”; se debe tener en cuenta que actualmente el medio de comunicación con mayor fuerza y cobertura es la internet, por lo cual, es indispensable que el sector turístico lo utilice para visibilizar, y promocionar las bondades turísticas del municipio y de esta manera interesar a los potenciales visitantes.

### **Algunas acciones para tener en cuenta:**

Es de suma importancia contemplar actividades de mediano plazo que permitan potencializar los elementos destacados de su región o municipio en la Web o diversos mecanismos de consulta utilizados por usuarios digitales en la actualidad entre ellos enunciamos los siguientes instrumentos:

1. Estructurar estrategia que permita optimizar la presencia de su región en la Web.
2. Una vez cuente con la enunciada estrategia es importante desarrollar sitio Web, que integre los beneficios y fortalezas de su región.
3. Disponer de recursos alternativos en la Web que permitan la proyección y reconocimiento de su región (Redes Sociales, Blog)
4. Monitoreo continuo del registro y consulta de tus espacios en la Web a fin de contemplar mejoras continuas.

## **2.2.7 EJE 14. SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS**

*La medición de la satisfacción de los viajeros permite analizar el resultado de su experiencia en un destino. La importancia de este indicador radica en la necesidad de conocer cuáles son los aspectos que impactan de forma positiva o negativa el desarrollo de los desplazamientos por turismo, entendiendo que esto puede beneficiar o afectar un distrito o municipio en términos de sostenibilidad económica y social.*

*El análisis de este indicador permitirá identificar los elementos que son bien catalogados por el turista y que el distrito o municipio debe conservar y fortalecer. Así mismo, permitirá identificar los aspectos de mejora que deben ser atendidos de manera prioritaria, con el fin de garantizar una experiencia satisfactoria de cara al visitante.*

Para este eje se evaluó un indicador, cuyo puntaje aparece en la tabla 16.







**Tabla 16. Puntaje indicador Eje 14**

<b>EJE 14 SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS</b>		
80. Satisfacción de los viajeros	INDICADOR 80	10

El municipio tiene buena calificación en este eje, lo que indica que tienen la posibilidad de conocer todos aquellos aspectos que se deben mejorar o mantener en el desarrollo del turismo en los territorios y de esta manera poder satisfacer las necesidades del turista.

**Algunas acciones para tener en cuenta:**

Es importante establecer y estructurar recursos o herramientas en su región o municipio asociados a establecer el nivel de satisfacción de los viajeros o turistas que les visitan, a fin de contar con elementos o insumos que permitan identificar de forma directa Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas y generar las respectivas acciones correctivas y preventivas.

Solicitar al Viceministerio de Turismo el acompañamiento con la definición metodológica de medición a partir de las mediciones establecidas por la Red Nacional de Información Turística en articulación con el Sistema Estadístico Nacional.

Para fortalecer algunos procesos lo invitamos

- Consultar la página oficial del Ministerio se puede consultar el resto de la información que se va actualizando.  
<https://www.mincit.gov.co/minturismo/inicio>
- Caja de Herramientas:  
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/caja-de-herramientas/caja-de-herramientas/turismofin.pdf.aspx>
- Manual de turismo accesible  
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/turismo-accesible/manual-de-turismo-accesible-turismo-para-todos/17-08-21-manual-turismo-para-todos-turismo-mincit.pdf.aspx>
- Temas de calidad se puede consultar la información en el siguiente enlace:  
<https://calidadturistica.gov.co/>
- Temas de guías de turismo consultar información en el siguiente enlace  
<https://guiasdeturismodecolombia.gov.co/index>





## MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

- Infraestructura turística  
<https://www.mincit.gov.co/minturismo/infraestructura-turistica>
- Portal de información Turística de Colombia  
<https://portucolombia.mincit.gov.co/que-es-el-observatorio-turistico>

Programa Colegios Amigos del Turismo

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/colegios-amigos-del-turismo/resumen-del-programa-colegios-amigos-del-turismo/4-resumen-de-ingreso-a-cats.pdf.aspx>

\*\*\*Desde el Viceministerio de Turismo estamos trabajando continuamente en este documento, con el fin de que este permita propiciar la toma de decisiones, además de motivar a los municipios en la implementación de mejoras en todas las actividades de la cadena de valor y así generar un impacto positivo que responda a las necesidades y metas de los territorios.

