PROPUESTA DISEÑO, PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y SOCIALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE TIBIRITA CUNDINAMARCA

Presentado por

ADOLFO MORALES ARDILA
CONSULTOR
DESARROLLO TURÍSTICO

JUNIO 2025

PARA

ALCALDÍA DE TIBIRITACUNDINAMARCA

ENERO DE 2026

Calle 10 sur N° 6-70 este
adolfomoralesardila@gmail.com
322 582 5503
Bogotá D.C.

PRESENTACIÓN

Colombia es reconocido como uno de los países con mayor dinamismo en el desarrollo turístico y uno de los más destacados en el mundo por el creciente número de llegadas de viajeros durante los últimos años. A nivel nacional el turismo debe alinearse al propósito del Gobierno de incrementar la productividad, **ley 2294 del 19 de mayo de 2023 " COLOMBIA POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA "** tiene como objetivo" **sentar las bases para que el país se convierta en un líder de la protección de la vida a partir de la construcción de un nuevo contrato social que propicie la superación de injusticias y exclusiones históricas, la no repetición del conflicto, el cambio de nuestro relacionamiento con el ambiente y una transformación productiva sustentada en el conocimiento y en armonía con la naturaleza".**

El Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 "COLOMBIA POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA" incluye el Dentro de los ejes transversales de este, la línea El Plan sectorial de Turismo "**TURISMO EN ARMONÍA CON LA VIDA**", que contiene una serie de estrategias y medidas para fortalecer el sector. "Siguiendo el mandato del presidente Gustavo Petro, de consolidar una industria turística (...) presentamos al país nuestra **POLÍTICA**, con la que le apostamos a la transición económica y el desarrollo del sector, aprovechando la riqueza natural y el inmenso potencial turístico de Colombia y cuyo objetivo es, Construir capacidades para consolidar el desarrollo sostenible y responsable del turismo en el país, mejorando las prácticas de inclusión e innovación que realizan los entes gubernamentales, las empresas, las comunidades y los territorios, incrementando las oportunidades para la creación de valor social y económico en la oferta turística, para aumentar la demanda de viajeros y el reconocimiento turístico del país.

El turismo es una opción viable y rentable de desarrollo sostenible donde el país, basado en su diversidad biológica y cultural, fortalece su competitividad como una alternativa para la generación de divisas, para crear empleo y mejorar las condiciones de vida de la población; así como constituirse en una iniciativa para la transformación regional, la reconciliación entre los colombianos y mejorar la imagen del país.

La importancia del sector turístico dentro de las economías de los municipios y regiones del país ha incidido en el marco de las políticas de desarrollo sostenible, el turismo es priorizado como estrategia de desarrollo para la reducción de la pobreza y la inclusión social en municipios y regiones donde en décadas anteriores ni siquiera era visto como una posibilidad.

Bajo el liderazgo del Presidente Gustavo Petro Urrego, Colombia es reconocida como el "País de la belleza", gracias a nuestra riqueza auténtica y única, representada en nuestros diversos ecosistemas, así como en nuestro valioso patrimonio cultural y el talento de nuestra gente, que nos configura como una potencia para la vida en el planeta.

Somos un destino que exige que el turismo tenga un propósito superior y que pueda ser un referente de desarrollo, frente a los retos futuros de la humanidad. Por tales razones, el turismo en Colombia, debe tener un rostro humano, inclusivo y regenerativo.

El turismo se percibirá como un mecanismo para la transición económica y energética, además de ser uno de los principales instrumentos de conservación del patrimonio y de la garantía de derechos.

El gran desafío es pasar de un modelo basado en la competitividad, donde el ser humano se considera un factor de producción, a un modelo centrado en el desarrollo de las

capacidades humanas, maximizando el bienestar y restaurando las relaciones con la naturaleza, los demás y el entorno. Para lograr esto, se creará y priorizará escenarios y estrategias que no solo ayuden a este proceso de transición, sino que también alivien estas problemáticas.

Se busca impulsar la conciencia sobre un modelo de desarrollo turístico que contribuya de manera más efectiva a la sostenibilidad, la regeneración y el desarrollo humano, con un enfoque especial en la prevención y mitigación de los impactos negativos, la inclusión social y la integración territorial.

La sostenibilidad y la diversidad van de la mano, y es un compromiso construir un sector turístico inclusivo y sostenible. Acompañaremos al sector turismo en su transición hacia nuevas y mejores prácticas, donde haya un equilibrio entre los esfuerzos y los beneficios.

En donde la vida cotidiana de las comunidades sea un ejemplo de buen vivir y que nuestros destinos sean lugares maravillosos para visitar.

Los pilares del Gobierno en materia de turismo
Según el ministerio, el corazón de esta nueva política está en la democratización del turismo, ya que el Gobierno aspira a convertir esta actividad en una "fuerza transformadora de paz". Para esto propone garantizar acceso universal al negocio y democratizar los conocimientos a partir de un programa que se llamará Territorios Turísticos de Paz.

El segundo eje está relacionado con el potencial del sector para generar bienestar y equidad en las comunidades. La política habla de mejorar el desarrollo territorial, con el apoyo del sector privado, a través de infraestructura, seguridad y atracción de inversión extranjera.

En tercer lugar, propone que el turismo sea una herramienta para facilitar la transición de una economía extractivista a una sostenible. "Con esta apuesta vamos fortaleciendo la justicia ambiental a partir de estrategias en torno a la adaptación y mitigación del cambio climático y el desarrollo sostenible y regenerativo del turismo", explica la cartera.
Por último, se contempla la internacionalización del sector, lo que generaría mejores condiciones de productividad e innovación en los procesos de desarrollo del sector. En este punto se incluye un plan de promoción y posicionamiento de la marca país, con el fin de lograr una mejor ubicación de Colombia en el mapa mundial del turismo.

El Ministerio de Comercio asegura que este Plan Sectorial de Turismo persigue unas metas claras que se podrán monitorear durante los próximos cuatro años. Por ejemplo, para el 2023, se espera que el país reciba cerca de 5,4 millones de turistas, una cifra que en el 2026 esperan elevar entre 7,5 y 12 millones de visitantes no residentes.
Por otra parte, el Gobierno espera generar cerca de 300.000 empleos nuevos en el cuatrienio y pasar de los 7.301 a los 9.906 millones de dólares en el valor de las exportaciones de turismo.

Plan de desarrollo "NUESTRA LUCHA ES POR TIBIRITA 2024 - 2027" TIBIRITA CUNDINAMARCA.
Objetivo: Mejorar localidad de vida y el acceso a oportunidades de todos los Tibiritanos en igualdad de condiciones para garantizar el desarrollo rural agropecuario, a través de una gestión transparente, enmarcado en la eficiencia y eficacia de la institucionalidad.

Enfoque turístico: esta vez queremos brindar una oportunidad al turismo como fuente de reconocimiento de nuestro municipio y generador de identidad e ingreso del mismo, en sus tradiciones, festividades y principalmente en la exaltación de sus atractivos turísticos naturales.

Sector Turismo

Por ser un sector que se encuentra en crecimiento y se ha visto como una oportunidad para dinamizar la economía local, eel plan de desarrollo "Nuestra lucha es por Tibirita" 2024 - 2027 desarrollará acciones que ayuden al crecimiento del sector para impulsar el desarrollo sostennible y generar empleo dentro del terrritorio, paara ello se tenddrán en cuenta las peticioness de las messas de concertación con los prestadores turísticos y las solicitudes de la comunidad que son:

1. Fortalecer e insentivar el turismo mediante el etablecimiento de rutas turísticas para el reconocimiento del territorio, ecoturismo, turismo rural, agroturismo y publicaación de portafolios de servicios de los prestadores turisticos que cuentan con establecimientos o prestan sus servicios dentro del territorio.
2. Promoción de los sitios turísticos y de los bieness de interés cultural del muniiccipio.
3. Formular el plan de desarrollo municipal de turismo y los planes de acción de cada vigencia.

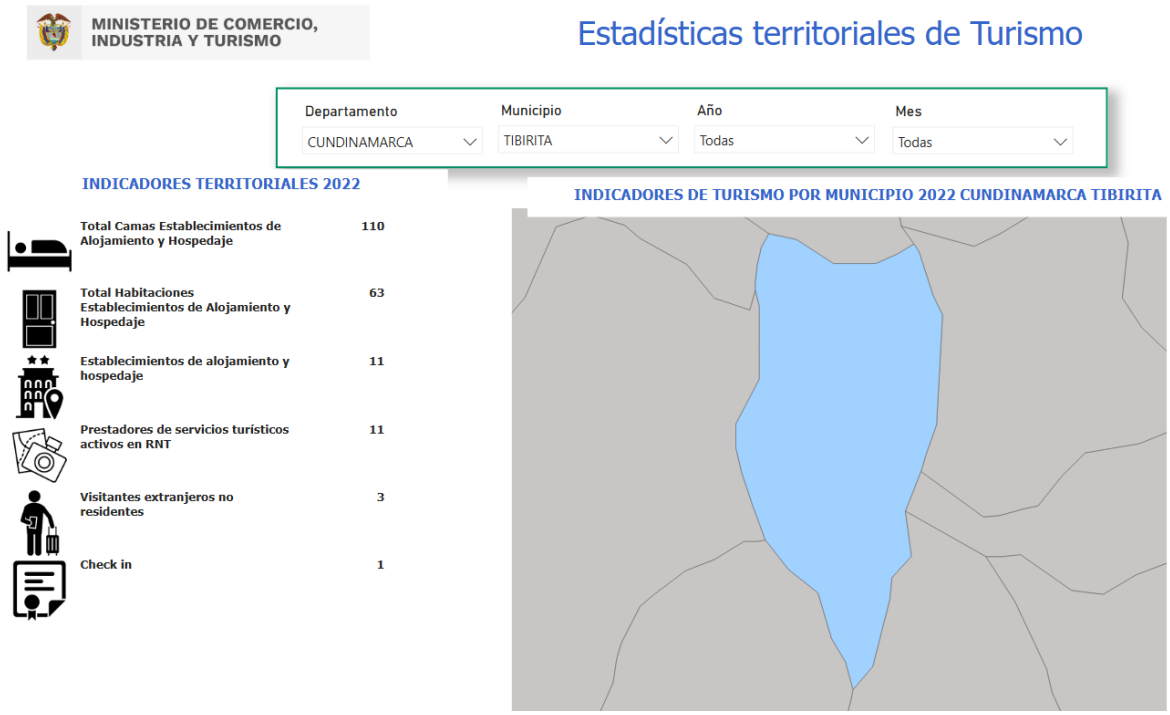
Sector: Comercio, Industria y Turismo
Objetivos sectoriales: Impulsar el crecimiento y la diversificacción del comercio, industria y comercio de Tibirita Cundinamarca.
Meta de resultado: aumentar a (10) el número de esablecimientos de alojamiento turístico con regístro nacional de turismo RNT.
Programa: Luchamos por la generación de ingresos a paartir del turismo y el apoyo al pequeño y mediano emprendedor.
Sub programa: Fortalecimiento del turismo local.
Meta 121 Elaborar y ejecutar el (50%) del Plan de Desarrollo Turístico para el municipio.
Meta 122 Actualizar (1) inventario de zonas de interés turístico.

Enfoqe económico sustentable: Dicho enfoque busca generar una economía basada en el aprovechamiento responsable de los recursos naturales, a través dde programas de mitigación de impacto ambiental, reforestación, proyectos amigables con el meddio ambiente y emprendimientos comunitarios.
Una gestión adecuada de los recursos y una planificación estratégica son cruciales para el éxito de las iniciativas en comercio, industria y turismo como lo es buscar fuentes de financiación a través de programas nacionales y departamentales, así como alianzas público – privadas. Es fundamental asegurar un presupuesto adecuado para el desarrollo de infraestructuras y programas de apoyo.

Fomentar la cooperación con entidades comerciales, industriales y turísticas, así como organizaciones no gubernamentales y el sector privado. Esta colaboración puede maximizar recursos y conocimientos, asegurando el cumplimiento de los objetivos establecidos.

Diseñar e implementar un documento de planificación turística que plasme el estado actual del turismo, visiones territoriales y estrategias a desarrollar a corto, mediano y largo plazo, de acuerdo al nivel de desarrollo turístico del municipio.

Calle 10 sur N° 6-70 este
adolfomoralesardila@gmail.com
322 582 5503
Bogotá D.C.



METODOLOGÍA Y MARCO CONCEPTUAL

El plan de desarrollo turístico es una herramienta que brinda los lineamientos generales para la gestión turística del territorio, orienta las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible y responsable, facilitando la participación de todos los sectores en el desarrollo de una industria tan multidisciplinar.

Para elaborar y actualizar el Plan de Desarrollo Turístico Convencional para el municipio del TIBIRITA, esta consultoría se propone seguir los lineamientos metodológicos del documento "Asistencia Técnica en Planificación del Turismo" y "Metodología Para La Definición Del Nivel De Desarrollo Turístico Territorial" del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia y guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales, 2014 teniendo como principios, que el logro de la competitividad y la sostenibilidad de los destinos turísticos son una exigencia permanente, y la necesidad de adaptación de las metodologías de acuerdo al contexto territorial.

Consciente de la dificultad metodológica que supone abarcar una actividad económica de la complejidad y dinámica del turismo, se buscará entender la dinámica territorial y evaluar las condiciones previas para definir la estrategia de desarrollo y los programas operativos. El enfoque territorial permite la articulación de una economía de territorio que implica el reconocimiento de la competitividad proveniente de sus ventajas competitivas y comparativas de la cadena productiva, la cual se analizará en coherencia con las políticas de desarrollo sustentable, con especial énfasis en el mantenimiento de los valores del espacio natural y los bienes culturales, como componentes básicos de la oferta turística del municipio, soporte de los beneficios esperados para la población local y los empresarios.

Dentro de este marco conceptual, el IICA considera el territorio como "un producto social e histórico –lo que le confiere un tejido social único–, dotado de una determinada base de recursos naturales, ciertas formas de producción, consumo e intercambio, y una red de

instituciones y formas de organización que se encargan de darle cohesión al resto de los elementos" (IICA 2014, pp. 17). De cierta forma todos los elementos que definen el territorio son aspectos fundamentales en el turismo: recursos, estructura organizacional, instituciones.
Así se incluirán los tres pilares de la sostenibilidad en la orientación del trabajo.

• Conservación y recuperación de los valores culturales y naturales del territorio.
• Respeto por la cultura, el patrimonio natural y la mejora de la calidad de vida de las poblaciones locales.
• Generación de utilidades económicas para empresarios, prestadores de servicios y emprendedores, dentro del marco de la ley.

Cabe destacar la importancia del enfoque diferencial aplicado en los planes de atención a las víctimas del conflicto armado y el enfoque territorial que permite integrar los diferentes aspectos sociales, culturales, ambientales y económicos del municipio.

Evidentemente, el plan debe considerar las políticas y planes establecidos a nivel departamental y nacional. Las tendencias en el turismo y mercado exigen evaluar los escenarios para su desarrollo en el municipio de TIBIRITA, su resultado permite establecer la vocación turística y las respectivas estrategias y programas a encaminar.

MARCO CONCEPTUAL

Turismo Sostenible

La Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial (1980) reconoce que el turismo es una actividad esencial en la vida de las naciones, por sus consecuencias sociales, culturales, educativas y económicas.

A partir de la aparición del Informe Brundtland ("Nuestro Futuro Común" de 1987), el mundo comenzó a concebir la necesidad del desarrollo sostenible; en abril 1995 se firmó la Carta del Turismo Sostenible, adoptada en la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible en Lanzarote.

Según la OMT el turismo sostenible tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. El turismo sostenible en este orden de ideas es el paraguas, y es definido por la OMT (1999, p.18) como:" un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen". De esta manera el turismo sostenible se refiere a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, y el equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Así mismo, el turismo sostenible debe generar un alto grado de satisfacción de los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, y que fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.

Sobre el alcance en cada dimensión, la OMT define que el turismo sostenible se caracteriza por:

1) Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.

3) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

Cabe mencionar que, al turismo, también se le reconocen algunos impactos negativos, entre los que destacan:

(i) desmedidas expectativas en la población, con la consiguiente migración hacia los destinos turísticos y el desplazamiento de otras actividades económicas;
(ii) cambio de valores de servicios en estas regiones afectando a la población local;
(iii) distribución no equitativa de beneficios a favor de los intermediarios;
(iv) sobre explotación de recursos naturales y culturales afectando la sustentabilidad de los mismos y de la actividad turística como tal.

La Asamblea General de las Naciones Unidas 2017, Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, en el contexto de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), buscó impulsar cambios en las políticas, en las prácticas empresariales y en el comportamiento de los consumidores, con el objetivo de hacer del turismo un sector más sostenible que pueda contribuir a alcanzar esos ODS. En el Año Internacional del Turismo 2017, la OMT reconoció cinco ámbitos clave:

1) Crecimiento económico inclusivo y sostenible: el turismo genera cerca del 10% del PIB mundial.

2) Inclusión social, empleo y reducción de la pobreza:
- En el mundo uno de cada once puestos de trabajo es generado por el turismo.
- Es la mayor categoría de exportaciones en muchos países en desarrollo.
- El 57% de las llegadas de turistas internacionales en 2030 será en economías emergentes.
- Las mujeres empresarias son casi el doble que en otros sectores.

3) Uso eficiente de los recursos, protección ambiental y lucha contra el cambio climático:
- El sector se ha comprometido a reducir su 5% de emisiones de CO2.
- Incrementa los fondos para conservación del patrimonio, la vida silvestre y el ambiente
- Puede ser una herramienta para proteger y recuperar la biodiversidad
- Para 2030, se prevé que deberá gestionar de manera sostenible 1.800 millones de turistas internacionales

4) Valores culturales, diversidad y patrimonio:
- Revitaliza actividades y costumbres tradicionales
- Empodera a las comunidades y les instila orgullo
- Promueve la diversidad cultural
- Sensibiliza respecto al valor del patrimonio

Calle 10 sur N° 6-70 este
adolfomoralesardila@gmail.com
322 582 5503
Bogotá D.C.

5) Entendimiento mutuo, paz y seguridad:
- Derriba barreras y tiende puentes entre visitantes y anfitriones
- Ofrece oportunidades de encuentros interculturales que pueden promover la paz
- Es un sector resistente que se recupera con rapidez de las amenazas para la seguridad

El turismo sostenible requiere un acercamiento sistémico y una planificación turística y territorial más holística que integra a las comunidades locales y que permita la interacción de los componentes socioculturales, ambientales y económicos en torno al diseño de productos turísticos que tengan un impacto positivo en la región. Esto en su planificación implica la introducción de dichos factores en el diseño de las estrategias, la evaluación de atractivos y el diseño de los productos turísticos que fomenten el bienestar de las poblaciones locales a través de la generación de oportunidades de empleo y una mayor equidad social. La sostenibilidad del turismo apunta a una mejor gestión ambiental y a la concientización del público para temas ambientales y socioculturales.

La evaluación de los recursos, su viabilidad y vulnerabilidad, en consecuencia, es clave para establecer estrategias y mitigar los impactos que del turismo se puedan derivar. La evaluación por tanto debe reflejar la naturaleza multidimensional de esta actividad, pero concentrándose en un rango reducido de efectos negativos, que son resultado de los cambios generados por la intervención turística, a fin de ratificar o rectificar, las acciones realizadas (SECTUR, 2007).

Competitividad

La competitividad se define de acuerdo al poder de soportar la competencia del mercado. La competitividad territorial es un aspecto importante que surge del enfoque territorial, y en este contexto abarca cuatro dimensiones (IICA, 2014):

• Competitividad social: capacidad de los agentes para actuar eficazmente de manera conjunta sobre la base de una concepción consensuada del proyecto y fomentada por una concertación entre los distintos niveles institucionales.

• Competitividad medio ambiental: capacidad de los agentes para valorizar su entorno, haciendo de este un elemento distintivo (característica exclusiva) de su territorio, garantizando además la conservación y la renovación de los recursos naturales y patrimoniales.

• Competitividad económica: capacidad de los agentes para producir y mantener el máximo de valor agregado en el territorio, mediante la combinación de recursos que constituyan activos para valorizar el carácter específico de los productos y servicios locales.

• Localización en el contexto global: capacidad de los agentes para situarse en relación con los otros territorios y el mundo exterior en general, con objeto de hacer progresar su proyecto de territorio y de garantizar su viabilidad en el contexto de la globalización.

A nivel metodológico el enfoque de competitividad se constituye en un referente para la evaluación del entorno político-económico, la demanda y la oferta turística. El Foro Económico Mundial realiza el Informe Anual de Competitividad Turística (The Travel & Tourism Competitiveness Report) que busca medir los factores y políticas que hacen atractivo desarrollar en el sector turístico en diferentes países. El índice de competitividad turística construido en este informe evalúa a través de 75 indicadores catorce pilares

agrupados en tres áreas, estas tres áreas son: marco regulatorio, el ambiente de negocios e infraestructura y los recursos humanos, naturales y culturales.

Planificación Turística

La determinación y consecución de objetivos instrumentales, el posicionamiento, calidad y eficiencia de los destinos turísticos requieren de las competencias de administraciones del orden nacional, regional y local. En escalas como la departamental o municipal la planificación turística se relaciona con un proceso de planificación de destinos y productos turísticos, que debe incluir una evaluación de las condiciones previas y definir la estrategia de desarrollo y los programas operativos.

En cuanto a competencias y delimitación de la gestión turística, también es necesario considerar que mientras los problemas que afectan al turismo son de orden global en la práctica son gestionados de forma sectorial en vez de integral, dificultando dar una coherencia a la planificación y gestión turística. Adicionalmente, las competencias para el adecuado funcionamiento del turismo aparecen dispersas entre los diferentes sectores y escalas de la administración. Lo anterior dificulta la función de la administración en cuanto a la coordinación de agentes públicos y privados, y entre diversos niveles de las administraciones públicas.

En este contexto, la elaboración de un plan de desarrollo turístico debe sustentarse en el conocimiento del destino, actores y contexto; las recomendaciones deben ser explícitas y deben incluir una metodología para priorizar y evaluar acciones (Fayos-Solá, E., 2004, p. 215-232).

La importancia del sector turístico dentro de las economías de los municipios y regiones del país ha incidido en el marco de las políticas de desarrollo sostenible, tanto nacional como regional, convirtiéndose en una estrategia para la reducción de la pobreza y la inclusión social. Su desarrollo no sólo requiere inversión en infraestructuras básicas y atractivos sino una planificación integral que permita desde la formación, la capacitación y la participación social una transformación vocacional que permita generar empleo e ingresos bajo los criterios del desarrollo sostenible. Como consecuencia, se precisa de forma urgente la elaboración y desarrollo de un plan de desarrollo turístico que asiente una gestión turística sostenible y responsable, que busca organizar el municipio, cualificar al recurso humano, facilitando la participación de todos los sectores en el desarrollo de una industria tan multidisciplinar.

La planificación turística es parte del proceso de planificación del desarrollo, y el documento que de ahí resulta es una práctica instrumental que viene a destacar las características específicas de la actividad turística. En esta asesoría se propone seguir los lineamientos metodológicos indicados en el documento "Asistencia Técnica en Planificación de Turismo" del Viceministerio de Turismo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de Colombia, a partir del reconocimiento de la dificultad metodológica que supone abarcar una actividad económica de la complejidad y dinámica del Turismo.

La propuesta se centrará en la complementación del inventario de recursos naturales y culturales, el diagnóstico de la planta turística y la integración en el conjunto de documentos de planeación como son Plan de Desarrollo Municipal y el Plan de Ordenamiento Territorial integrando la actividad económica turística como una más de las actividades económicas con afectación territorial.

Cabe destacar la importancia del enfoque diferencial aplicado en los planes de atención a las víctimas del conflicto armado y el enfoque territorial que permite integrar los diferentes aspectos sociales, culturales, ambientales y económicos del municipio.

En este sentido, el enfoque territorial permite la articulación de una economía de territorio que implica el reconocimiento de la competitividad proveniente de sus ventajas competitivas y comparativas de la cadena productiva, la cual se analizará en coherencia con las políticas de desarrollo sustentable, con especial énfasis en el mantenimiento de los valores del espacio natural y los bienes culturales, como componentes básicos de la oferta turística del municipio, soporte de los beneficios esperados para la población local y los empresarios. Así se incluirán los tres pilares de la sostenibilidad en la orientación del trabajo:

- Conservación y recuperación de los valores culturales y naturales del territorio.
- Respeto por la cultura, el patrimonio natural y la mejora de la calidad de vida de las poblaciones locales.
- Generación de utilidades económicas para empresarios, prestadores de servicios y emprendedores, dentro del marco de la ley.

Evidentemente, el plan debe considerar las políticas y planes establecidos a nivel departamental y nacional. Las tres grandes tendencias en el turismo, el turismo cultural, el turismo de naturaleza y el turismo de aventura, exigen evaluar los escenarios para su desarrollo en el municipio de TIBIRITA, su resultado permite establecer la vocación turística y las respectivas estrategias y programas a encaminar.

METODOLOGÍA

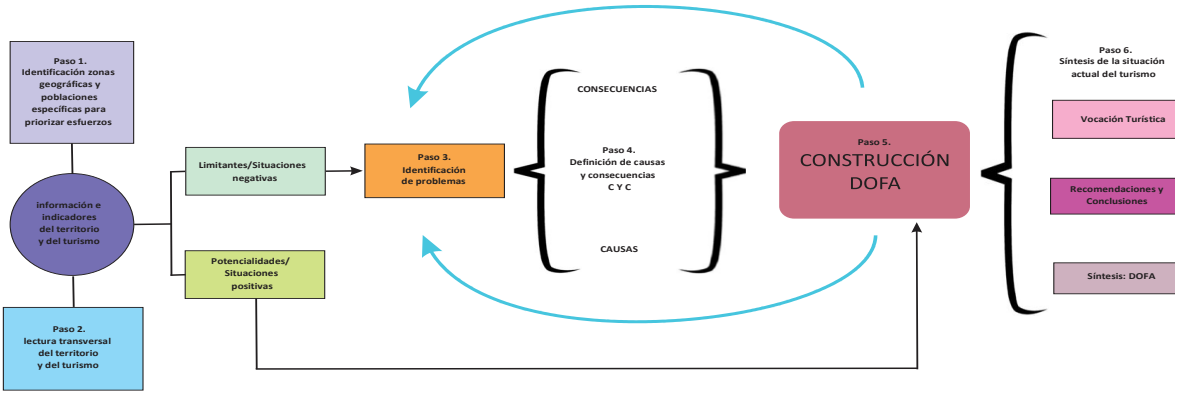
Para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico para el municipio de TIBIRITA Cundinamarca, se adelantarán las siguientes fases:

I. Diagnóstico
II. Planeación estratégica
III. Socialización
IV. Coordinación y seguimiento del proyecto

El siguiente esquema sintetiza las fases y principales actividades, y como un elemento transversal del plan, las herramientas para garantizar la participación de los diferentes actores en el proceso de construcción del Plan.

Fase de Diagnóstico

La fase de Diagnóstico comprende la recopilación y análisis de información relevante sobre el estado actual del turismo, describe en detalle las situaciones positivas y negativas, limitantes y potencialidades que inciden en el proceso de desarrollo turístico de TIBIRITA. La puesta en marcha de esta consultoría se inicia con el conocimiento de la realidad turística del territorio, desarrollado a través de consultas de fuentes primarias, secundarias, trabajos de campo y entrevistas.



A continuación, los pasos que apoyan el análisis de información y actividades del diagnóstico, con base en el esquema adaptado de la metodología del KiTerritorial – DNP, sugerida para la elaboración de Planes de Desarrollo Territorial, pero que resulta aplicable a cualquier ejercicio de planificación territorial en Colombia, como lo es este Plan Turístico Convencional.

La etapa de diagnóstico comprende actividades relacionadas con la revisión y análisis de fuentes de información existentes para el turismo y/o en temas transversales, que se orientará hacia la caracterización del territorio y de la actividad turística, y más específicamente a la identificación de limitantes y potencialidades que inciden en el estado actual del desarrollo turístico y que permitirían la construcción del plan sobre líneas, zonas geográficas y grupos de actores estratégicos.

Desde esta fase se perfila la construcción de un instrumento para garantizar la competitividad turística territorial, orientando el producto hacia las tendencias del mercado de acuerdo con la vocación y potencialidades del destino.

La construcción del Plan de Desarrollo Turístico incluirá una completa caracterización de la oferta y la demanda turística. Se realizará la identificación y análisis de los atractivos turísticos, se visitarán los lugares del municipio con mayor vocación, registrando en un modelo de ficha diseñada para tal fin, los recursos turísticos con que cuentan los mismos, para luego proceder a su clasificación y jerarquización. Los Prestadores de Servicios Turísticos serán caracterizados en términos de capacidades y organización.

En términos de demanda, se evaluará la información secundaria, se realizarán entrevistas a prestadores y se hará un sondeo a los turistas. Para conocer sobre el posicionamiento del producto turístico además de entrevistas a operadores, se consultará la información disponible en redes sociales y portales especializados.

En el componente participativo, la realización del trabajo de campo y entrevistas se complementa con talleres en los que se detallan las particularidades del proceso, con el objetivo de informar e implicar al conjunto de agentes en el desarrollo turístico de TIBIRITA en relación con el Plan.

El trabajo de campo o recorridos territoriales permiten la observación y la construcción de un ambiente cómodo para que la comunidad y prestadores puedan narrar con mayor fluidez sobre servicios, procesos y actores turísticos. Durante los recorridos también se confronta la información del contexto, con el fin de ubicar en el territorio las dinámicas específicas.

Calle 10 sur N° 6-70 este
adolfomoralesardila@gmail.com
322 582 5503
Bogotá D.C.

En los talleres se considerará la participación de funcionarios del municipio relacionados con el turismo y el ambiente, representantes de organizaciones comunales, asociaciones de hoteleros, cooperativas de productores agropecuarios, oferentes de servicios turísticos, el transporte y el de gastronomía, organismos internacionales y ONG que realizan actividades en la zona.

Con el conocimiento del contexto, la oferta y el mercado turístico, en el ejercicio participativo de las mesas para la construcción del DOFA se buscará el aporte de la comunidad para el análisis de problemas (causas y consecuencias), oportunidades y fortalezas, y la construcción de la visión de largo plazo.

A continuación, el detalle de las actividades, los instrumentos metodológicos y los resultados de la Fase de Diagnóstico.

DIAGNOSTICO		
ITEM	ACTIVIDADES / METODOLOGÍA	PRODUCTOS ENTREGABLES / RESULTADOS
Reunión inicial con el propósito de realizar la apertura del contrato y coordinar la ejecución de las actividades.	Análisis y consulta de información secundaria. Revisión y ajustes de metodología y cronograma. Reunión para presentación de los objetivos del trabajo a realizar y detalle del procedimiento metodológico. Mapeo inicial de actores.	Lista de asistencia, acta sobre la reunión inicial
Determinar el contexto actual del sector turístico del municipio de TIBIRITA, que incluya la caracterización del territorio, uso del suelo, antecedentes, problemas, recursos, marco legal y actores involucrados en el sector turístico, conectividad, situaciones económicas, sociales y ambientales que afecte el desarrollo e imagen del turismo, a través de fuentes de información secundarias y primarias, tales como, talleres de recolección de información con actores.	Análisis información bibliográfica (fuentes primarias y secundarias), planes de desarrollo y de ordenamiento territorial, revisión de datos estadísticos disponibles. Reuniones con actores clave para el intercambio de opiniones, consultas y sugerencias sobre elaboración y ejecución del plan, y sobre la situación actual del turismo.	Informe del contexto actual del municipio. Capítulo de Contexto en el documento de Diagnóstico,

Calle 10 sur N° 6-70 este
adolfomoralesardila@gmail.com
322 582 5503
Bogotá D.C.

Analizar la evolución del mercado turístico e identificar nuevas características y tendencias para los productos existentes y/o potenciales.	Análisis fuentes secundarias y estudios de mercado. Análisis tendencias turísticas. Análisis cifras mercado país.	Caracterización de la oferta y demanda turística del municipio y su evolución, tendencias y motivaciones (turistas y visitantes nacionales y extranjeros), que incluya un mapa de oferta y demanda turística. documento en el que se analicen los productos turísticos del municipio desde el punto de vista de la oferta y la demanda y determinar su viabilidad, teniendo en cuenta el análisis del mercado.
Revisar y caracterizar los recursos y atractivos turísticos del municipio, a partir de los inventarios turísticos	Análisis fuentes primarias y secundarias e investigación de trabajo de campo para identificar estado actual de la infraestructura (vial, servicios públicos y transporte) y específico para el turismo. Revisión prestadores RNT. Visitas y entrevistas a prestadores de servicios turísticos, registradas a través de fichas y formatos. La planta turística capacidad, ocupación, recursos y tecnología empleada.	Documento en el que se identifique y caracterice la infraestructura turística, planta turística y superestructura existente para el desarrollo del turismo, además de la relación de la infraestructura turística, planta y superestructura turísticas de los atractivos turísticos del municipio identificados.
Relacionar la infraestructura turística, planta y superestructura con los atractivos turísticos del municipio identificados.	Evaluación de las entidades públicas y privadas relacionadas directa e indirectamente con la toma de decisiones en el turismo. Análisis de información.	
Identificar y caracterizar las necesidades de educación para turismo	Análisis fuentes primarias y secundarias. Visitas y entrevistas a entidades educativas y prestadores de servicios turísticos para conocer la oferta actual de la educación para el turismo en diferentes niveles y modalidades, contrastado con necesidades empresariales.	Documento que identifique y caracterice las necesidades de educación y el uso de tecnología en el sector turismo.
Identificar y caracterizar el uso de tecnología en el turismo	Análisis fuentes primarias y secundarias. Visitas y entrevistas a prestadores de servicios turísticos para evaluación del grado de uso de la tecnología para la gestión administrativa empresarial, las redes de reserva y comercialización de productos turísticos. Registro de resultados a través de fichas y formatos.	
Determinar la vocación turística del municipio, teniendo en cuenta la variable de aptitud,	Análisis de información de atractivos y recursos turísticos y su relación con la infraestructura turística, la planta turística y la superestructura existente, para determinar la aptitud en función de la vocación turística.	Informe con análisis de los resultados, datos relevantes, recomendaciones y conclusiones.

Calle 10 sur N° 6-70 este
adolfomoralesardila@gmail.com
322 582 5503
Bogotá D.C.

Determinar la vocación turística del municipio, teniendo en cuenta la variable de capacidad en el municipio, además de las acciones de publicidad y promoción que se estén realizando	Precisar los criterios para la valoración de la vocación turística de acuerdo con la información de oferta y mercado previamente analizada en las otras actividades del diagnóstico.	Gráfico de vocación turística y valoración de los resultados, Gráfico en el capítulo Vocación turística, recomendaciones y conclusiones en el documento de Diagnóstico.
Identificar y analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del territorio para el desarrollo del turismo.	El análisis DOFA evalúa el potencial del turismo y ayuda a los gestores a decidir qué tipo de indicadores serán útiles para seguir las tendencias y los progresos realizados en la consecución de los objetivos turísticos del destino. El análisis ofrecerá una imagen esquemática de los atractivos y las deficiencias de un destino y poner de relieve las oportunidades que brinda y los desafíos que plantea.	Capítulo DOFA en el documento de Diagnóstico
Realizar un documento diagnóstico que contenga el contexto actual, mercado recursos, atractivos turísticos, infraestructura, planta y superestructura turísticas, necesidades de educación para el turismo, uso de la tecnología y análisis DOFA,	Análisis y organización información recolectada en actividades anteriores del proyecto.	Documento diagnóstico.

FASE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

La Fase Estratégica comprende la identificación y formulación de los diferentes objetivos, programas, indicadores y metas que se espera alcanzar. El componente debe tener una estructura lógica y ordenada, que facilite la orientación a resultados y permita el seguimiento y la rendición de cuentas a la ciudadanía, por ello se construye sobre la información del diagnóstico y los aportes obtenidos mediante los ejercicios participativos.

El resultado del proceso consiste en la definición de los principales Ejes Estratégicos de desarrollo de TIBIRITA, como destino turístico de acuerdo a su vocación. A partir de la determinación de las estrategias a seguir para conseguir los objetivos fijados, las siguientes fases del Plan, hacen referencia a los programas de trabajo, en los cuales se definirán metas y actividades o proyectos y se establecen las responsabilidades, los tiempos y los presupuestos.

La planificación consiste en determinar lo que se quiere, qué medidas se tomarán para lograrlo y cómo se sabrá que se ha conseguido. Al determinar y definir este proceso, puede no ser siempre definitiva.

El seguimiento hace referencia a un proceso o acción a seguir. Para que esta acción se pueda realizar o concretar se requiere:

i. claridad en lo que se quiere seguir (métricas ligadas a compromisos establecidos en metas);
ii. personas que realicen dichas mediciones, las cuales deben contar con un conjunto de instrumentos o herramientas para tal fin;

iii. claridad sobre el uso que se le dará a la información generada. Así las etapas de medición y seguimiento del Plan tendrán parámetros e indicadores precisos para poder realizar los ajustes correspondientes a medida que pasa el tiempo para el cual se creó y el mercado reclama modificaciones en las diferentes políticas.

Los planteamientos anteriores se sintetizan en las siguientes actividades, instrumentos metodológicos y los resultados de la Fase de planeación estratégica:

PLANEACIÓN ESTRTÉGICA		
ITEM	**ACTIVIDADES / METODOLOGÍA**	**PRODUCTOS ENTREGABLES / RESULTADOS**
Diseñar el proceso metodológico con enfoque territorial que se utilizará para formular el plan de desarrollo turístico	Revisión y análisis de información de diagnóstico, bibliográfica y de casos de éxito para elaboración y diseño de proceso metodológico para elaborar el Plan.	Documento metodológico con enfoque territorial.
Establecer la visión, objetivos (corto, mediano y largo plazo), metas (corto, mediano y largo plazo), estrategias (posicionamiento, productos, destinos, mercados, marketing, sostenibilidad, gobernanza y de soporte, promoción, comunicación) y acciones,	Análisis de información para construir la visión, objetivos, metas, estrategias y acciones de desarrollo turístico. Análisis de información para construir la visión de desarrollo turístico: árbol de problemas etapa diagnóstico, referentes de visión (tendencias, políticas y programas diferentes escalas), resumen de expectativas de futuro de la comunidad. Construcción colectiva visión, objetivos, metas, estrategias y acciones.	Documento que contenga la visión, objetivos (corto, mediano y largo plazo), metas (corto, mediano y largo plazo), estrategias (posicionamiento, productos, destinos, mercados, marketing, sostenibilidad, gobernanza y de soporte, promoción, comunicación) y acciones.
Realizar la caracterización de programas, proyectos y actividades, con los actores locales y cadena de servicios,	Reuniones de equipo de trabajo para definir criterios y objetivos. Estructuración de programas. Estructuración de ejes estratégicos y programas. Caracterización de programas, proyectos y actividades	Caracterización de programas, proyectos y actividades.
Diseñar y formular el plan plurianual de inversiones, plan de implementación y plan de acción que incluyan: identificación de aliados y/o actores estratégicos, roles, indicadores de resultado, producto e impacto para el seguimiento, actividades, cronograma de ejecución y metas. Además, una matriz de resumen en la que se evidencien actores, roles, actividades, cronograma de ejecución y metas.	Definición de criterios de priorización, plazos de ejecución y financiación. Reuniones (Administración), identificación fuentes de financiación, estimación de costos para programas y proyectos y su financiación. Estrategias para la atracción de la inversión.	Documento que contenga el plan plurianual de inversiones, plan de implementación y plan de acción.
Diseñar una herramienta para el seguimiento de las metas e impactos del Plan de Desarrollo Turístico de TIBIRITA.	Definición de la estructura de seguimiento y evaluación del Plan. Definición de indicadores y elaboración matriz seguimiento; a partir de los cuales se podrán valorar los avances y los valores críticos en las metas de ejecución del Plan.	Matriz de seguimiento e impacto

Calle 10 sur N° 6-70 este
adolfomoralesardila@gmail.com
322 582 5503
Bogotá D.C.

Realizar un documento final con metodología, visión, objetivos, metas, estrategias, acciones, programas, proyectos, actividades, conclusiones, recomendaciones, plan de implementación, acción y financiación, matriz de seguimiento e impacto,	Procesamiento, análisis y edición de información, formatos y documentos para elaboración del documento final	Documento final

FASE DE SOCIALIZACIÓN

Esta actividad tiene como finalidad presentar a manera de síntesis el proceso, resultados, estructura y aspectos más relevantes del Plan.

SOCIALIZACIÓN		
ITEM	**ACTIVIDADES / METODOLOGÍA**	**PRODUCTOS ENTREGABLES / RESULTADOS**
Realizar socializaciones donde se presente el Plan de Desarrollo Turístico a las autoridades de turismo y los actores locales	Elaboración de directorio de actores. Coordinación y apoyo logístico para la socialización del Plan.	Informe de evidencias, a través de actas, registros fotográficos y listas de asistencia.
Presentación del documento final, Plan de desarrollo Turístico de TIBIRITA al Concejo municipal para su aprobación por medio de Acuerdo Municipal.	Elaboración del proyecto de acuerdo	Plan de desarrollo Turístico de TIBIRITA, Aprobado.

COORDINACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROYECTO

Las actividades aquí descritas se adelantarán de forma paralela durante la duración del contrato el fin de garantizar la adecuada ejecución y resultados del proyecto.

COORDINACIÓN Y SEGUIMIENTO		
Item	**Actividades / metodología**	**Productos entregables / Resultados**
Coordinar las reuniones de seguimiento (virtual o presencial) con el propósito de subsanar las posibles dificultades, conocer los avances y el estado de ejecución del proyecto.	Elaboración de informes mensuales. Preparación de reuniones de seguimiento y gestión para la retroalimentación del proceso de construcción del Plan.	Listas de asistencia e informe o acta sobre la reunión de seguimiento, de la cual se deberá entregar además el informe
Coordinar una reunión informal, con el consejo municipal con el propósito de presentar el plan, para revisión y ajustes.	Reunión equipo de trabajo para presentar síntesis del proceso.	Informe sobre ajustes

Calle 10 sur N° 6-70 este
adolfomoralesardila@gmail.com
322 582 5503
Bogotá D.C.

CRONOGRAMA

CRONOGRAMA																
Fases – Actividades / Semanas	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**14**	**15**	**16**
Fase I. Alistamiento	X															
1. Reunión seguimiento para apertura de contrato – Metodología y cronograma. Equipo profesional.	X															
Fase II. Diagnóstico	X	X	X	X	X	X										
2. Contexto actual	X	X	X													
3.Contexto y situación actual – mapa de actores	X	X	X													
4. Análisis de mercado			X	X												
5. Análisis recursos y atractivos turísticos			X	X												
6. Análisis infraestructura, superestructura y planta turística			X	X												
7. Necesidades educación y uso tecnología en turismo				X												
8. Análisis de la vocación turística				X												
8. Análisis DAFO				X												
10. Documento de Diagnóstico					X	X										
Fase III. Planeación estratégica					X	X	X	X								
11. Diseño metodológico enfoque territorial del plan					X	X										
12. Visión, objetivos, metas, estrategias y acciones						X										
13. Caracterización programas, proyectos y actividades						X	X									
14. Plan plurianual de inversiones							X									
15. Presentación propuesta preliminar del plan: Plan plurianual de inversiones, plan de implementación y plan de acción.							X	X								
16. Matriz de seguimiento del plan							X	X								
17. Documento final del Plan							X	X								
Fase IV. Socialización									X	X	X	X				
18. socialización									X	X	X	X	X	X	X	X
Fase Continua. Coordinación y seguimiento	X			X				X				X				X
19. Reuniones mensuales de seguimiento	X			X				X				X				X
20. Apoyo logístico y administrativo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Calle 10 sur N° 6-70 este
adolfomoralesardila@gmail.com
322 582 5503
Bogotá D.C.

PRODUCTOS ENTREGABLES

FASE	PRODUCTO	VALOR
FASE I. ALISTAMIENTO	Documento cronograma, metodología aprobada y mesas de trabajo	$3.000.000
Fase II. Diagnóstico	Documento de Diagnóstico	$3.000.000
Fase III. Planeación estratégica	Documento final del Plan	$4.000.000
Fase IV. Socialización	Socialización Concejo municipal, Documento Proyecto de acuerdo	$2.000.000
TOTAL		**$12.000.000**

El documento final se entregará en un término de **CUATRO** meses contados a partir de la fecha de la firma del contrato.

EL VALOR DEL DISEÑO, PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y SOCIALIZACIÓN DEL PLAN SECTORIAL DE DESARROLLO TURÍSTICO DE TIBIRITACUNDINAMARCA, ES DE DOCE MILLONES DE PESOS M/CTE. $12.000.000

Att.



ADOLFO ANTONIO MORALES ARDILA
DISEÑADOR INDUSTRIAL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA
ESPECIALISTA EN GERENCIA SOCIAL **ESAP**

Calle 10 sur N° 6-70 este
adolfomoralesardila@gmail.com
322 582 5503
Bogotá D.C.

COTIZACIÓN DISEÑO, PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y SOCIALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE TIBIRITA CUNDINAMARCA

CORPORACIÓN
Red Media
PARA EL DESARROLLO INTEGRAL
Y SOSTENIBLE HUMANO

METODOLOGÍA

Para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico para el municipio de TIBIRITA Cundinamarca, se adelantarán las siguientes fases:

I. Diagnóstico
II. Planeación estratégica
III. Socialización
IV. Coordinación y seguimiento del proyecto

El siguiente esquema sintetiza las fases y principales actividades, y como un elemento transversal del plan, las herramientas para garantizar la participación de los diferentes actores en el proceso de construcción del Plan.

Fase de Diagnóstico
La fase de Diagnóstico comprende la recopilación y análisis de información relevante sobre el estado actual del turismo, describe en detalle las situaciones positivas y negativas, limitantes y potencialidades que inciden en el proceso de desarrollo turístico de TIBIRITA. La puesta en marcha de esta consultoría se inicia con el conocimiento de la realidad turística del territorio, desarrollado a través de consultas de fuentes primarias, secundarias, trabajos de campo y entrevistas.

A continuación, los pasos que apoyan el análisis de información y actividades del diagnóstico, con base en el esquema adaptado de la metodología del KiTerritorial – DNP, sugerida para la elaboración de Planes de Desarrollo Territorial, pero que resulta aplicable a cualquier ejercicio de planificación territorial en Colombia, como lo es este Plan Turístico Convencional.

La etapa de diagnóstico comprende actividades relacionadas con la revisión y análisis de fuentes de información existentes para el turismo y/o en temas transversales, que se orientará hacia la caracterización del territorio y de la actividad turística, y más específicamente a la identificación de limitantes y potencialidades que inciden en el estado actual del desarrollo turístico y que permitirían la construcción del plan sobre líneas, zonas geográficas y grupos de actores estratégicos.

Desde esta fase se perfila la construcción de un instrumento para garantizar la competitividad turística territorial, orientando el producto hacia las tendencias del mercado de acuerdo con la vocación y potencialidades del destino.

La construcción del Plan de Desarrollo Turístico incluirá una completa caracterización de la oferta y la demanda turística. Se realizará la identificación y análisis de los atractivos turísticos, se visitarán los lugares del municipio con mayor vocación, registrando en un modelo de ficha diseñada para tal fin, los recursos turísticos con que cuentan los mismos, para luego proceder a su clasificación y jerarquización. Los Prestadores de Servicios Turísticos serán caracterizados en términos de capacidades y organización.

En términos de demanda, se evaluará la información secundaria, se realizarán entrevistas a prestadores y se hará un sondeo a los turistas. Para conocer sobre el posicionamiento del producto turístico además de entrevistas a operadores, se consultará la información disponible en redes sociales y portales especializados.

En el componente participativo, la realización del trabajo de campo y entrevistas se complementa con talleres en los que se detallan las particularidades del proceso, con el objetivo de informar e implicar al conjunto de agentes en el desarrollo turístico de TIBIRITA en relación con el Plan.

El trabajo de campo o recorridos territoriales permiten la observación y la construcción de un ambiente cómodo para que la comunidad y prestadores puedan narrar con mayor fluidez sobre servicios, procesos y actores turísticos. Durante los recorridos también se confronta la información del contexto, con el fin de ubicar en el territorio las dinámicas específicas.

En los talleres se considerará la participación de funcionarios del municipio relacionados con el turismo y el ambiente, representantes de organizaciones comunales, asociaciones de hoteleros, cooperativas de productores agropecuarios, oferentes de servicios turísticos, el transporte y el de gastronomía, organismos internacionales y ONG que realizan actividades en la zona.

Con el conocimiento del contexto, la oferta y el mercado turístico, en el ejercicio participativo de las mesas para la construcción del DOFA se buscará el aporte de la comunidad para el análisis de problemas (causas y consecuencias), oportunidades y fortalezas, y la construcción de la visión de largo plazo.

A continuación, el detalle de las actividades, los instrumentos metodológicos y los resultados.

Fase de Diagnóstico.

Reunión inicial con el propósito de realizar la apertura del contrato y coordinar la ejecución de las actividades

- Análisis y consulta de información secundaria.
- Revisión y ajustes de metodología y cronograma.
- Reunión para presentación de los objetivos del trabajo a realizar y detalle del procedimiento metodológico.
- Mapeo inicial de actores.
- Lista de asistencia, acta sobre la reunión inicial

Determinar el contexto actual del sector turístico del municipio de TIBIRITA, que incluya la caracterización del territorio, uso del suelo, antecedentes, problemas, recursos, marco legal y actores involucrados en el sector turístico, conectividad, situaciones económicas, sociales y ambientales que afecte el desarrollo e imagen del turismo, a través de fuentes de información secundarias y primarias, tales como, talleres de recolección de información con actores.

- Análisis información bibliográfica (fuentes primarias y secundarias), planes de desarrollo y de ordenamiento territorial, revisión de datos estadísticos disponibles.
- Reuniones con actores clave para el intercambio de opiniones, consultas y sugerencias sobre elaboración y ejecución del plan, y sobre la situación actual del turismo.
- Informe del contexto actual del municipio. Capítulo de Contexto en el documento de Diagnóstico.

Analizar la evolución del mercado turístico e identificar nuevas características y tendencias para los productos existentes y/o potenciales. Análisis fuentes secundarias y estudios de mercado.

- Análisis tendencias turísticas.
- Análisis cifras mercado país.
- Caracterización de la oferta y demanda turística del municipio y su evolución, tendencias y motivaciones (turistas y visitantes nacionales y extranjeros), que incluya un mapa de oferta y demanda turística. documento en el que se analicen los productos turísticos del municipio desde el punto de vista de la oferta y la demanda y determinar su viabilidad, teniendo en cuenta el análisis del mercado.

Revisar y caracterizar los recursos y atractivos turísticos del municipio, a partir de los inventarios turísticos Análisis fuentes primarias y secundarias e investigación de trabajo de campo para identificar estado actual de la infraestructura (vial, servicios públicos y transporte) y específico para el turismo.

- Revisión prestadores RNT. Visitas y entrevistas a prestadores de servicios turísticos, registradas a través de fichas y formatos.
- La planta turística capacidad, ocupación, recursos y tecnología empleada.
- Documento en el que se identifique y caracterice la infraestructura turística, planta turística y superestructura existente para el desarrollo del turismo, además de la relación de la infraestructura turística, planta y superestructura turísticas de los atractivos turísticos del municipio identificados.

Relacionar la infraestructura turística, planta y superestructura con los atractivos turísticos del municipio identificados.

- Evaluación de las entidades públicas y privadas relacionadas directa e indirectamente con la toma de decisiones en el turismo.
- Análisis de información.

Identificar y caracterizar las necesidades de educación para turismo

- Análisis fuentes primarias y secundarias.
- Visitas y entrevistas a entidades educativas y prestadores de servicios turísticos para conocer la oferta actual de la educación para el turismo en diferentes niveles y modalidades, contrastado con necesidades empresariales.
- Documento que identifique y caracterice las necesidades de educación y el uso de tecnología en el sector turismo.

Identificar y caracterizar el uso de tecnología en el turismo

- Análisis fuentes primarias y secundarias.
- Visitas y entrevistas a prestadores de servicios turísticos para evaluación del grado de uso de la tecnología para la gestión administrativa empresarial, las redes de reserva y comercialización de productos turísticos. Registro de resultados a través de fichas y formatos.

Determinar la vocación turística del municipio, teniendo en cuenta la variable de aptitud

- Análisis de información de atractivos y recursos turísticos y su relación con la infraestructura turística, la planta turística y la superestructura existente, para determinar la aptitud en función de la vocación turística.
- Informe con análisis de los resultados, datos relevantes, recomendaciones y conclusiones.

Determinar la vocación turística del municipio, teniendo en cuenta la variable de capacidad en el municipio, además de las acciones de publicidad y promoción que se estén realizando.

- Precisar los criterios para la valoración de la vocación turística de acuerdo con la información de oferta y mercado previamente analizada en las otras actividades del diagnóstico.
- Gráfico de vocación turística y valoración de los resultados,
- Gráfico en el capítulo Vocación turística, recomendaciones y conclusiones en el documento de Diagnóstico.

Identificar y analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del territorio para el desarrollo del turismo.

- El análisis DOFA evalúa el potencial del turismo y ayuda a los gestores a decidir qué tipo de indicadores serán útiles para seguir las tendencias y los progresos realizados en la consecución de los objetivos turísticos del destino.
  El análisis ofrecerá una imagen esquemática de los atractivos y las deficiencias de un destino y poner de relieve las oportunidades que brinda y los desafíos que plantea.
- Capítulo DOFA en el documento de Diagnóstico

Realizar un documento diagnóstico que contenga el contexto actual, mercado recursos, atractivos turísticos, infraestructura, planta y superestructura turísticas, necesidades de educación para el turismo, uso de la tecnología y análisis DOFA,

- Análisis y organización información recolectada en actividades anteriores del proyecto.
- Documento diagnóstico.

PLANEACIÓN ESTRTÉGICA

Diseñar el proceso metodológico con enfoque territorial que se utilizará para formular el plan de desarrollo turístico.

- Revisión y análisis de información de diagnóstico, bibliográfica y de casos de éxito para elaboración y diseño de proceso metodológico para elaborar el Plan.
- Documento metodológico con enfoque territorial.
- Establecer la visión, objetivos (corto, mediano y largo plazo), metas (corto, mediano y largo plazo), estrategias (posicionamiento, productos, destinos, mercados, marketing, sostenibilidad, gobernanza y de soporte, promoción, comunicación) y acciones,
- Análisis de información para construir la visión, objetivos, metas, estrategias y acciones de desarrollo turístico.

- Análisis de información para construir la visión de desarrollo turístico: Árbol de problemas etapa diagnóstico, referentes de visión (tendencias, políticas, programas diferentes escalas), resumen de expectativas de futuro de la comunidad. Construcción colectiva visión, objetivos, metas, estrategias y acciones. Documento que contenga la visión, objetivos (corto, mediano y largo plazo), metas (corto, mediano y largo plazo), estrategias (posicionamiento, productos, destinos, mercados, marketing, sostenibilidad, gobernanza y de soporte, promoción, comunicación) y acciones.

Realizar la caracterización de programas, proyectos y actividades, con los actores locales y cadena de servicios.

- Reuniones de equipo de trabajo para definir criterios y objetivos.
- Estructuración de programas. Estructuración de ejes estratégicos y programas. Caracterización de programas, proyectos y actividades

Diseñar y formular el plan plurianual de inversiones, plan de implementación y plan de acción que incluyan: identificación de aliados y/o actores estratégicos, roles, indicadores de resultado, producto e impacto para el seguimiento, actividades, cronograma de ejecución y metas. Además, una matriz de resumen en la que se evidencien actores, roles, actividades, cronograma de ejecución y metas.

- Definición de criterios de priorización, plazos de ejecución y financiación. Reuniones (Administración), identificación fuentes de financiación, estimación de costos para programas y proyectos y su financiación.
- Estrategias para la atracción de la inversión.

Documento que contenga el plan plurianual de inversiones, plan de implementación y plan de acción.

- Diseñar una herramienta para el seguimiento de las metas e impactos del Plan de Desarrollo Turístico de TIBIRITA. Definición de la estructura de seguimiento y evaluación del Plan.
- Definición de indicadores y elaboración matriz seguimiento; a partir de los cuales se podrán valorar los avances y los valores críticos en las metas de ejecución del Plan.
- Matriz de seguimiento e impacto.

Realizar un documento final con metodología, visión, objetivos, metas, estrategias, acciones, programas, proyectos, actividades, conclusiones, recomendaciones, plan de implementación, acción y financiación, matriz de seguimiento e impacto,

- Procesamiento, análisis y edición de información, formatos y documentos para elaboración del documento final
- Documento final

Realizar socializaciones donde se presente el Plan de Desarrollo Turístico a las autoridades de turismo y los actores locales Elaboración de directorio de actores.

- Coordinación y apoyo logístico para la socialización del Plan.
- Informe de evidencias, a través de actas, registros fotográficos y listas de asistencia.

PRODUCTOS ENTREGABLES

FASE	PRODUCTO	VALOR
FASE I. ALISTAMIENTO	Documento cronograma, metodología aprobada y mesas de trabajo	$2.500.000
Fase II. Diagnóstico	Documento de Diagnóstico	$4.000.000
Fase III. Planeación estratégica	Documento final del Plan	$4.000.000
Fase IV. Socialización	Socialización Concejo municipal, Documento Proyecto de acuerdo	$1.000.000
TOTAL		**$11.500.000**

El documento final se entregará en un término de **CUATRO** meses contados a partir de la fecha de la firma del contrato.

EL VALOR DEL DISEÑO, PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y SOCIALIZACIÓN DEL PLAN SECTORIAL DE DESARROLLO TURÍSTICO DE TIBIRITACUNDINAMARCA, ES DE ONCE MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS M/CTE. $11.500.000

Att,



LILIA MERCEDES GARCÍA TRIANA
Gerente Comercial

CONSTRUYENDO TERRITORIOS
NIT. 901.758.058 – 9

COTIZACIÓN DISEÑO, PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y SOCIALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE TIBIRITA CUNDINAMARCA

Chía, Cundinamarca – Calle 7 No. 12 – 39
mesoracipa@construyendoterritorios.com
3175762809 - 3202443341
www.construyendoterritorios.com

METODOLOGÍA

Para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico para el municipio de TIBIRITA Cundinamarca, se adelantarán las siguientes fases:

I. Diagnóstico
II. Planeación estratégica
III. Socialización
IV. Coordinación y seguimiento del proyecto

El siguiente esquema sintetiza las fases y principales actividades, y como un elemento transversal del plan, las herramientas para garantizar la participación de los diferentes actores en el proceso de construcción del Plan.

Fase de Diagnóstico
La fase de Diagnóstico comprende la recopilación y análisis de información relevante sobre el estado actual del turismo, describe en detalle las situaciones positivas y negativas, limitantes y potencialidades que inciden en el proceso de desarrollo turístico de TIBIRITA. La puesta en marcha de esta consultoría se inicia con el conocimiento de la realidad turística del territorio, desarrollado a través de consultas de fuentes primarias, secundarias, trabajos de campo y entrevistas.

A continuación, los pasos que apoyan el análisis de información y actividades del diagnóstico, con base en el esquema adaptado de la metodología del KiTerritorial – DNP, sugerida para la elaboración de Planes de Desarrollo Territorial, pero que resulta aplicable a cualquier ejercicio de planificación territorial en Colombia, como lo es este Plan Turístico Convencional.

La etapa de diagnóstico comprende actividades relacionadas con la revisión y análisis de fuentes de información existentes para el turismo y/o en temas transversales, que se orientará hacia la caracterización del territorio y de la actividad turística, y más específicamente a la identificación de limitantes y potencialidades que inciden en el estado actual del desarrollo turístico y que permitirían la construcción del plan sobre líneas, zonas geográficas y grupos de actores estratégicos.

Desde esta fase se perfila la construcción de un instrumento para garantizar la competitividad turística territorial, orientando el producto hacia las tendencias del mercado de acuerdo con la vocación y potencialidades del destino.

La construcción del Plan de Desarrollo Turístico incluirá una completa caracterización de la oferta y la demanda turística. Se realizará la identificación y análisis de los atractivos turísticos, se visitarán los lugares del municipio con mayor vocación, registrando en un modelo de ficha diseñada para tal fin, los recursos turísticos con que cuentan los mismos, para luego proceder a su clasificación y jerarquización. Los Prestadores de Servicios Turísticos serán caracterizados en términos de capacidades y organización.

En términos de demanda, se evaluará la información secundaria, se realizarán entrevistas a prestadores y se hará un sondeo a los turistas. Para conocer sobre el posicionamiento del producto turístico además de entrevistas a operadores, se consultará la información disponible en redes sociales y portales especializados.
En el componente participativo, la realización del trabajo de campo y entrevistas se complementa con talleres en los que se detallan las particularidades del proceso, con el objetivo de informar e implicar al conjunto de agentes en el desarrollo turístico de TIBIRITA en relación con el Plan.

El trabajo de campo o recorridos territoriales permiten la observación y la construcción de un ambiente cómodo para que la comunidad y prestadores puedan narrar con mayor fluidez sobre servicios, procesos y actores turísticos. Durante los recorridos también se confronta la información del contexto, con el fin de ubicar en el territorio las dinámicas específicas.

En los talleres se considerará la participación de funcionarios del municipio relacionados con el turismo y el ambiente, representantes de organizaciones comunales, asociaciones de hoteleros, cooperativas de productores agropecuarios, oferentes de servicios turísticos, el transporte y el de gastronomía, organismos internacionales y ONG que realizan actividades en la zona.

Con el conocimiento del contexto, la oferta y el mercado turístico, en el ejercicio participativo de las mesas para la construcción del DOFA se buscará el aporte de la comunidad para el análisis de problemas (causas y consecuencias), oportunidades y fortalezas, y la construcción de la visión de largo plazo.

A continuación, el detalle de las actividades, los instrumentos metodológicos y los resultados.

FASE DE DIAGNÓSTICO.

Reunión inicial con el propósito de realizar la apertura del contrato y coordinar la ejecución de las actividades

1. Análisis y consulta de información secundaria.
2. Revisión y ajustes de metodología y cronograma.
3. Reunión para presentación de los objetivos del trabajo a realizar y detalle del procedimiento metodológico.
4. Mapeo inicial de actores.
5. Lista de asistencia, acta sobre la reunión inicial

Determinar el contexto actual del sector turístico del municipio de TIBIRITA, que incluya la caracterización del territorio, uso del suelo, antecedentes, problemas, recursos, marco legal y actores involucrados en el sector turístico, conectividad, situaciones económicas, sociales y ambientales que afecte el desarrollo e imagen del turismo, a través de fuentes de información secundarias y primarias, tales como, talleres de recolección de información con actores.

1. Análisis información bibliográfica (fuentes primarias y secundarias), planes de desarrollo y de ordenamiento territorial, revisión de datos estadísticos disponibles.
2. Reuniones con actores clave para el intercambio de opiniones, consultas y sugerencias sobre elaboración y ejecución del plan, y sobre la situación actual del turismo.
3. Informe del contexto actual del municipio. Capítulo de Contexto en el documento de Diagnóstico.

Analizar la evolución del mercado turístico e identificar nuevas características y tendencias para los productos existentes y/o potenciales. Análisis fuentes secundarias y estudios de mercado.

1. Análisis tendencias turísticas.
2. Análisis cifras mercado país.
3. Caracterización de la oferta y demanda turística del municipio y su evolución, tendencias y motivaciones (turistas y visitantes nacionales y extranjeros), que incluya un mapa de oferta y demanda turística. documento en el que se analicen los productos turísticos del municipio desde el punto de vista de la oferta y la demanda y determinar su viabilidad, teniendo en cuenta el análisis del mercado.

Revisar y caracterizar los recursos y atractivos turísticos del municipio, a partir de los inventarios turísticos Análisis fuentes primarias y secundarias e investigación de trabajo de campo para identificar estado actual de la infraestructura (vial, servicios públicos y transporte) y específico para el turismo.

1. Revisión prestadores RNT. Visitas y entrevistas a prestadores de servicios turísticos, registradas a través de fichas y formatos.
2. La planta turística capacidad, ocupación, recursos y tecnología empleada.
3. Documento en el que se identifique y caracterice la infraestructura turística, planta turística y superestructura existente para el desarrollo del turismo, además de la relación de la infraestructura turística, planta y superestructura turísticas de los atractivos turísticos del municipio identificados.

Relacionar la infraestructura turística, planta y superestructura con los atractivos turísticos del municipio identificados.

1. Evaluación de las entidades públicas y privadas relacionadas directa e indirectamente con la toma de decisiones en el turismo.
2. Análisis de información.

Identificar y caracterizar las necesidades de educación para turismo

1. Análisis fuentes primarias y secundarias.
2. Visitas y entrevistas a entidades educativas y prestadores de servicios turísticos para conocer la oferta actual de la educación para el turismo en diferentes niveles y modalidades, contrastado con necesidades empresariales.

3. Documento que identifique y caracterice las necesidades de educación y el uso de tecnología en el sector turismo.

Identificar y caracterizar el uso de tecnología en el turismo

1. Análisis fuentes primarias y secundarias.
2. Visitas y entrevistas a prestadores de servicios turísticos para evaluación del grado de uso de la tecnología para la gestión administrativa empresarial, las redes de reserva y comercialización de productos turísticos. Registro de resultados a través de fichas y formatos.

Determinar la vocación turística del municipio, teniendo en cuenta la variable de aptitud.

1. Análisis de información de atractivos y recursos turísticos y su relación con la infraestructura turística, la planta turística y la superestructura existente, para determinar la aptitud en función de la vocación turística.
2. Informe con análisis de los resultados, datos relevantes, recomendaciones y conclusiones.

Determinar la vocación turística del municipio, teniendo en cuenta la variable de capacidad en el municipio, además de las acciones de publicidad y promoción que se estén realizando.

1. Precisar los criterios para la valoración de la vocación turística de acuerdo con la información de oferta y mercado previamente analizada en las otras actividades del diagnóstico.
2. Gráfico de vocación turística y valoración de los resultados,
3. Gráfico en el capítulo Vocación turística, recomendaciones y conclusiones en el documento de Diagnóstico.

Identificar y analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del territorio para el desarrollo del turismo.

1. El análisis DOFA evalúa el potencial del turismo y ayuda a los gestores a decidir qué tipo de indicadores serán útiles para seguir las tendencias y los progresos realizados en la consecución de los objetivos turísticos del destino. El análisis ofrecerá una imagen esquemática de los atractivos y las deficiencias de un destino y poner de relieve las oportunidades que brinda y los desafíos que plantea.
2. Capítulo DOFA en el documento de Diagnóstico
3. Realizar un documento diagnóstico que contenga el contexto actual, mercado recursos, atractivos turísticos, infraestructura, planta y superestructura turísticas, necesidades de educación para el turismo, uso de la tecnología y análisis DOFA,
4. Análisis y organización información recolectada en actividades anteriores del proyecto.
5. Documento diagnóstico.

FACE DE PLANEACIÓN ESTRTÉGICA

Diseñar el proceso metodológico con enfoque territorial que se utilizará para formular el plan de desarrollo turístico.

1. Revisión y análisis de información de diagnóstico, bibliográfica y de casos de éxito para elaboración y diseño de proceso metodológico para elaborar el Plan.
2. Documento metodológico con enfoque territorial.
3. Establecer la visión, objetivos (corto, mediano y largo plazo), metas (corto, mediano y largo plazo), estrategias (posicionamiento, productos, destinos, mercados, marketing, sostenibilidad, gobernanza y de soporte, promoción, comunicación) y acciones,
4. Análisis de información para construir la visión, objetivos, metas, estrategias y acciones de desarrollo turístico.
5. Análisis de información para construir la visión de desarrollo turístico: árbol de problemas etapa diagnóstico, referentes de visión (tendencias, políticas y programas diferentes escalas), resumen de expectativas de futuro de la comunidad. Construcción colectiva visión, objetivos, metas, estrategias y acciones. Documento que contenga la visión, objetivos (corto, mediano y largo plazo), metas (corto, mediano y largo plazo), estrategias (posicionamiento, productos, destinos, mercados, marketing, sostenibilidad, gobernanza y de soporte, promoción, comunicación) y acciones.

Realizar la caracterización de programas, proyectos y actividades, con los actores locales y cadena de servicios.

1. Reuniones de equipo de trabajo para definir criterios y objetivos.
2. Estructuración de programas. Estructuración de ejes estratégicos y programas. Caracterización de programas, proyectos y actividades

Diseñar y formular el plan plurianual de inversiones, plan de implementación y plan de acción que incluyan: identificación de aliados y/o actores estratégicos, roles, indicadores de resultado, producto e impacto para el seguimiento, actividades, cronograma de ejecución y metas. Además, una matriz de resumen en la que se evidencien actores, roles, actividades, cronograma de ejecución y metas.

1. Definición de criterios de priorización, plazos de ejecución y financiación. Reuniones (Administración), identificación fuentes de financiación, estimación de costos para programas y proyectos y su financiación.
2. Estrategias para la atracción de la inversión.

Documento que contenga el plan plurianual de inversiones, plan de implementación y plan de acción.

1. Diseñar una herramienta para el seguimiento de las metas e impactos del Plan de Desarrollo Turístico de TIBIRITA. Definición de la estructura de seguimiento y evaluación del Plan.
2. Definición de indicadores y elaboración matriz seguimiento; a partir de los cuales se podrán valorar los avances y los valores críticos en las metas de ejecución del Plan.
3. Matriz de seguimiento e impacto.

Realizar un documento final con metodología, visión, objetivos, metas, estrategias, acciones, programas, proyectos, actividades, conclusiones, recomendaciones, plan de implementación, acción y financiación, matriz de seguimiento e impacto,

1. Procesamiento, análisis y edición de información, formatos y documentos para elaboración del documento final
2. Documento final

Realizar socializaciones donde se presente el Plan de Desarrollo Turístico a las autoridades de turismo y los actores locales Elaboración de directorio de actores.

1. Coordinación y apoyo logístico para la socialización del Plan.
2. Informe de evidencias, a través de actas, registros fotográficos y listas de asistencia.

PRODUCTOS ENTREGABLES

FASE	PRODUCTO	VALOR
FASE I. ALISTAMIENTO	Documento, metodología aprobada y cronograma mesas de trabajo	$3.500.000
Fase II. Diagnóstico	Documento de Diagnóstico	$4.000.000
Fase III. Planeación estratégica	Documento final del Plan	$3.000.000
Fase IV. Socialización	Socialización Concejo municipal, Documento Proyecto de acuerdo	$2.000.000
TOTAL		**$12.500.000**

El documento final se entregará en un término de **CUATRO** meses contados a partir de la fecha de la firma del contrato.

EL VALOR DEL DISEÑO, PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y SOCIALIZACIÓN DEL PLAN SECTORIAL DE DESARROLLO TURÍSTICO DE TIBIRITACUNDINAMARCA, ES DE **DOCE MILLONES QUIMIENTOS MIL PESOS M/CTE. $12.500.000**

Att,

MARIA ELVIA SORACIPA MARANTA
GERENTE