CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO	**CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES No. CD-SP-082-2026**
OBJETO:	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES PARA IDENTIFICAR, CARACTERIZAR, PROMOCIONAR Y FORTALECER LOS DIFERENTES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE MANTA, CUNDINAMARCA, MEDIANTE EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, AGROTURISMO Y ECOTURISMO QUE CONTRIBUYAN AL APROVECHAMIENTO SOSTENIBLE DEL TERRITORIO Y AL FORTALECIMIENTO DEL TURISMO COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL COMO PRINCIPIO DE UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO.
CONTRATISTA:	ADOLFO ANTONIO MORALES ARDILA
PLAZO NICIAL:	TRES MESES
VALOR INICIAL:	OCHO MILLONES DOSCIENTOS CUARENTA MIL PESOS M/CTE ($8.240.000,oo)
FECHA DE SUSCRIPCIÓN:	01/09/2026
FECHA ACTA DE INICIO:	01/09/2026
INFORME N°:	01
N° DE INFORMES A PRESENTAR	03
PERIODO DE REPORTE DEL INFORME	01/09/2026 – 30/09/2026
FECHA DE PRESENTACIÓN DEL INFORME:	30/09/2026
SUMA A CANCELAR:	DOS MILLONES SETECIENTOS CUARENTA Y SEIS MIL SEISCIENTOS SESENTA Y SIETE PESOS M/CTE ($2.746.667)

SEGUIMIENTO A OBLIGACIONES ESPECIFICAS DEL CONTRATO:

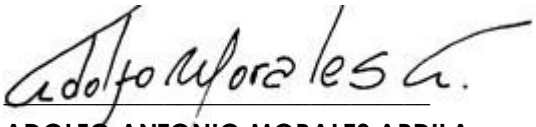
ÍTEM	SERVICIO/ PATRÓN DE DESEMPEÑO	RESULTADOS
1	Alistamiento: Documento, metodología aprobada Análisis y consulta de información secundaria. Revisión, ajustes de metodología. Presentación detalle del procedimiento metodológico. Mapeo inicial de actores.	Documento anexo **PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO MUNICIPIO DE MANTA** en 65 páginas
2	Diagnóstico: Documento de Diagnóstico. que contenga el contexto actual, mercado recursos, atractivos turísticos, infraestructura, planta y superestructura turísticas, turismo religioso y análisis DOFA.	N/A

3	Implementación: Estrategia de fortalecimiento en la conformación de organizaciones productivas	N/A
4	Implementación: Mercados campesinos	N/A
5	Implementación: Actividad turismo religioso	N/A

SOPORTES

APORTE PARAFISCALES	Se anexa planilla número No. **94196061** correspondiente al mes Agosto, 2026
ANEXOS:	Documento anexo **PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO MUNICIPIO DE MANTA** en 65 páginas y Planilla de Seguridad Social

El contratista,



ADOLFO ANTONIO MORALES ARDILA
Contratista

REGISTRÓ FOTOGRAFICO ACTIVIDADES REALIZADA

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

MANTA CUNDINAMARCA



DOCUMENTO ALISTAMIENTO

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

MANTA CUNDINAMARCA



Consultor
ADOLFO ANTONIO MORALES ARDILA
CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES
No. CD-SP-082-2026,
MANTA CUNDINAMARCA
SEPTIEMBRE DE 2026

PRESENTACION

En Colombia como PATRIA MILAGRO, El turismo no es una oficina de promoción, ni un adorno amable del discurso económico, ni una simple vitrina para repetir que Colombia es bella. Es política de Estado, estrategia de crecimiento y escuela de identidad nacional. Es una de las grandes puertas por las cuales Colombia volverá a presentarse ante el mundo con dignidad, confianza y grandeza.

Porque el turismo tiene para Colombia un significado histórico mucho más profundo de lo que a veces se reconoce. Cuando este país ha querido salir de las sombras del miedo, de

la violencia, del narcotráfico y del estigma, una de las formas más poderosas de hacerlo ha sido convirtiéndose en destino. No hablo solo de hoteles, rutas o aeropuertos. Hablo de algo más hondo: de la posibilidad de que Colombia deje de ser únicamente una nación señalada por sus heridas y empiece a ser reconocida, recorrida, admirada y deseada por lo mejor de sí misma.

Eso no es superficial. Eso es histórico. Porque un país que logra convertirse en destino también empieza a convertirse en posibilidad. Empieza a descubrir que su paisaje no es solo paisaje, sino riqueza. Que su cultura no es solo memoria, sino economía. Que su hospitalidad no es solo virtud privada, sino fuerza productiva. Que su patrimonio no es solo herencia, sino promesa de futuro.

EL TURISMO ES UNA PALANCA ESTRATÉGICA DE LA PATRIA MILAGRO

Colombia necesita comprender de una vez por todas que el turismo no es un lujo. Es una de las industrias más humanas e inteligentes del desarrollo. Porque convierte belleza en divisas, territorio en oportunidad, cultura en valor, experiencia en empleo y hospitalidad en prosperidad legítima para millones de familias.

Hoy el turismo representa entre 4,5 % y 5 % del PIB, genera entre 10.000 y 11.500 millones de dólares en divisas y sostiene entre 1,3 y 1,5 millones de puestos de trabajo. Ya es una de las grandes fuentes de ingreso externo del país. Pero precisamente por eso no quiero un turismo que crezca solo en volumen y siga siendo débil en valor. Quiero un turismo que produzca más empleo formal, más permanencia, más gasto por visitante, más inversión, más desarrollo regional y más orgullo nacional. El reto no es recibir gente por recibirla. El reto es convertir el turismo en una de las grandes máquinas de bienestar, crecimiento y cohesión de la República.

PASAREMOS DE UN TURISMO DE FLUJO A UN TURISMO DE VALOR

Durante demasiado tiempo hemos confundido crecimiento con volumen. Y no son la misma cosa. Un país puede tener más visitantes y seguir capturando poco valor si la oferta está desarticulada, si la estadía es corta, si el gasto es bajo, si los territorios no están integrados y si la experiencia termina reducida a unos pocos servicios básicos.

La PATRIA MILAGRO reordena el turismo colombiano para que capturar más valor en cada visitante, fortalece cadenas productivas, diversifica la oferta, aumenta la permanencia, distribuye mejor los beneficios y deja de concentrarse en unos pocos nodos sobresaturados. No basta con que Colombia sea visible. Tiene que ser capaz de convertir esa visibilidad en economía real. No basta con atraer. Hay que saber retener, prolongar, encadenar, sofisticar y multiplicar.

El país no puede seguir conformándose con un turismo de paso. Tiene que construir un turismo de experiencia, de memoria, de densidad cultural, de valor agregado y de mayor derrame territorial. Ese es el cambio de fondo: no crecer más por inercia, sino crecer mejor.

COLOMBIA TIENE UNA BELLEZA DEMASIADO GRANDE PARA SEGUIR ADMINISTRÁNDOLA CON PEQUEÑEZ

Colombia es montaña y mar. Es páramo y selva. Es río y desierto. Es Caribe, Pacífico, Andes, Amazonía, Orinoquía e insularidad. Es uno de los pocos países del mundo donde la

naturaleza cambia de rostro con una intensidad casi inverosímil y donde, además, esa diversidad natural convive con una diversidad cultural igualmente poderosa.

La belleza por sí sola no basta. Un país puede tener una geografía prodigiosa, pueblos memorables, ciudades vibrantes y una cultura inmensa, y aun así fracasar turísticamente si no logra organizar todo eso como un sistema de valor, con articulación, coherencia territorial y capacidad de generar desarrollo. Ese ha sido uno de nuestros problemas. Colombia ha tenido maravillas, pero no siempre ha tenido la conducción necesaria para convertirlas en prosperidad bien distribuida. La PATRIA MILAGRO cambia esa forma de administrar el potencial del país. No se quiere una Colombia que deslumbra, pero no capitaliza. Se quiere una Colombia que aprenda a convertir su belleza en empleo, confianza, inversión y prestigio duradero.

EL TURISMO SERÁ UN SISTEMA NACIONAL, NO UNA SUMA DE DESTINOS SUELTOS

Colombia no puede seguir vendiéndose en fragmentos. No puede seguir comportándose como si cada ciudad, cada playa, cada pueblo patrimonial, cada parque o cada región compitieran por separado por una pequeña tajada del mercado mundial.

La PATRIA MILAGRO organiza el turismo colombiano como un sistema. Un sistema de rutas, identidades, circuitos y experiencias integradas. Un sistema donde el visitante no llegue solo a un punto, sino a una narrativa de país. Un sistema donde la naturaleza dialogue con la cultura, la gastronomía con la memoria, el patrimonio con la música, el río con el mar y el gran destino visible con el territorio interior que hoy todavía queda por fuera de demasiados beneficios.

No se quiere un país que acumula atractivos sueltos. Colombia es un país que organiza experiencias. No se quiere una promoción dispersa. Colombia es una arquitectura territorial del turismo. No se quiere una economía de islas. Colombia es una economía de encadenamientos. Y por eso fortaleceré los circuitos multidestino, la articulación regional y la lógica de microcircuitos turísticos para que Colombia se ofrezca al mundo como una experiencia más completa, más coherente y más rentable.

EL TURISMO INTERNO SERÁ UNA CAUSA NACIONAL

La PATRIA MILAGRO No es una política turística pensada solo para el visitante extranjero. Es también, y de manera prioritaria, para los colombianos. Porque un país que no se recorre a sí mismo termina sin conocerse; y un país que no se conoce termina por no amarse con suficiente verdad.

La PATRIA MILAGRO impulsa el turismo interno como una causa nacional. En donde más colombianos puedan viajar por su propio país, conocer sus regiones, habitar sus culturas y reconocerse en la inmensa diversidad de la patria. Eso tiene un valor económico grande, pero tiene también un valor moral y político todavía mayor. Ayuda a construir cohesión nacional. Ayuda a romper centralismos mentales. Ayuda a hacer de Colombia una experiencia vivida y no apenas una idea abstracta.

El turismo interno no será tratado como la sobra del turismo internacional. Será uno de los grandes motores de estabilidad del sector y una de las formas más concretas de bienestar para las familias, para la clase media y para la nación entera.

LA NATURALEZA COLOMBIANA ES UNA FUENTE DE PROSPERIDAD.

La PATRIA MILAGRO No acepta un modelo turístico que termine destruyendo lo mismo que ofrece. Colombia no puede degradar playas, páramos, bosques, ríos, ciénagas, arrecifes y manglares mientras pronuncia discursos vacíos sobre sostenibilidad. El turismo colombiano tiene que aprender que conservar no es obstáculo para prosperar. Es la condición de una prosperidad más alta, más limpia y más duradera.

Colombia cuenta con 91 ecosistemas identificados, 65 áreas protegidas, 25 Parques Nacionales con vocación ecoturística, más de 3.179 especies de orquídeas y cerca de 1.954 especies de aves. Es decir: no estamos ante un país que también tiene naturaleza. Estamos ante una de las mayores plataformas vivas del planeta. Además, el turismo de naturaleza ya tiene una base empresarial concreta: 585 negocios verdes verificados, 365 activos con registro, más de 2.900 empleos directos y presencia en 31 departamentos. Eso demuestra que la naturaleza no es solo paisaje admirable. Es también un activo económico real que puede convertirse en una de las grandes columnas del desarrollo rural, de la bioeconomía, de la paz territorial y de la inclusión productiva.

La PATRIA MILAGRO hace precisamente eso: organizar el turismo de naturaleza como una economía del cuidado y no de la depredación. Con capacidad de carga. Con protección ecosistémica. Con formalización. Con educación ambiental. Con participación comunitaria. Con restauración donde haga falta. Y con una regla clara: la biodiversidad colombiana no será saqueada en nombre del turismo, sino convertida en una de las mayores ventajas competitivas del país en el mundo.

Este documento se elabora desde el liderazgo de la alcaldía municipal en cabeza de su alcalde LUIS FELIPE VASQUEZ LEON, el cual con gran entusiasmo enfrenta el reto de la vinculación de todos los sectores productivos del turismo en la participación y construcción del documento, dentro de los sectores más relevantes en la participación se destaca a los sectores hotelero, gastronómico, operadores turísticos, guías turísticos, juntas de acción comunal, comerciantes, así como las diferentes secretarías de la administración municipal.

En los diálogos de saberes se logró la identificación de los problemas, las propuestas de soluciones, la estructuración del plan de acción y los ejes transversales, permiten la identificación clara MANTA como un potencial destino turístico con activos medioambientales como el agua, el clima, el paisajismo, la biodiversidad. Una de las visiones recurrentes es aquella que busca la interacción del turista con los habitantes de la zona rural, el reconocimiento del campesino, su cultura, la cosmogonía muisca y su riqueza humana como un activo apreciado, que se convierte en una alternativa para los actores y formuladores de la política pública, buscando dar un vuelco hacia un turismo de conservación ambiental que permita la visita, reconocimiento, goce y disfrute del mundo natural. La obtención del reconocimiento como destino turístico amigable, seguro y medioambientalmente responsable, que integre tanto al turismo tradicional como al turismo comunitario rural, en el cual todos vean beneficiados positivamente por el crecimiento del sector es la línea central de la política pública.

La unión entre el logro del turismo sostenible, la potencialidad medioambiental y ecológica del territorio, la integración de los habitantes rurales con el turismo, junto con el uso de medios de comunicación y la plataforma tecnológica de información e interacción, permite una estrategia conjunta qué busca maximizar los resultados de todas las acciones en beneficio común.

Incentivaremos la asociatividad, la acción comunitaria y solidaria para democratizar un turismo que esté plenamente comprometido con el ambiente y la cultura local, impulsando la cohesión de la sociedad colombiana en toda su diversidad y fomentando el diálogo intercultural, reduciendo el impacto negativo y contribuyendo a la generación de ingresos y empleo para la población local.

Se acompañará a las formas asociativas comunitarias para asegurar la prosperidad, equidad, relación armónica con la naturaleza y el y enriquecimiento del patrimonio de la región.

Se Fortalecerá la base económica- productiva del municipio que profundice la autonomía, aprovechando sus potencialidades y buscando reducir las principales desproporciones entre ellos.

Para garantizar que el turismo se desarrolle de una manera sostenible y competitiva es necesario contar con instrumentos de planificación y gestión del turismo que estén actualizados, que hayan sido construidos de manera conjunta entre los diferentes actores del sector y que respondan a las diferentes necesidades y expectativas de estos.

El Plan Nacional de Desarrollo 2026-2030, concreta el inicio de una transición que debe desembocar la búsqueda de una oportunidad para que todos podamos vivir una vida digna, basada en la justicia; es decir, en una cultura de la paz que reconoce el valor excelso de la vida en todas sus formas y que garantiza el cuidado de la república y sus instituciones.

PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2022- 2026 "Turismo En Armonía Con La Vida, La formulación del Plan Sectorial de Turismo es un ejercicio de definición de la política pública del sector para cada cuatrienio de la administración del Gobierno Nacional, que se adelanta desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el apoyo del Departamento Nacional de Planeación según lo dispuesto en el artículo 16° de la Ley 300 de 1996 que obliga su formulación para que sea incluido en el Plan Nacional de Desarrollo.

Consolida los modelos de bioeconomía y turismo incluyente, basados en el conocimiento y la innovación. Intensifica la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación, creando modelos de negocios incluyentes, con enfoque de circularidad, generando encadenamientos productivos de alto valor agregado en el sector agropecuario, forestal, pesquero, farmacéutico, textil, de turismo de la naturaleza y otros sectores de la bioeconomía, dirigidos a los mercados nacionales y extranjeros.

La riqueza natural del país comprendida en los diferentes ecosistemas estratégicos y áreas ambientales se usará sosteniblemente para generar mejores fuentes de ingresos y salvaguardar el patrimonio natural del país. Se potencia el turismo de naturaleza para la diversificación productiva basada en el conocimiento. Por otra parte, se implementará un sistema para la evaluación y monitoreo de la sostenibilidad de la cadena de valor del turismo de naturaleza.

El desarrollo turístico 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 para generar empleo e ingresos bajo los criterios del desarrollo sostenible. Es pertinente y necesaria la construcción de Plan de desarrollo turístico para MANTA, que según MinCIT, es aplicable en aquellas regiones o localidades en las cuales el desarrollo turístico es incipiente o se está descubriendo como una potencialidad. El plan de desarrollo turístico debe contener, a partir de la evaluación

de las potencialidades y limitantes, los temas fundamentales que el desarrollo turístico del municipio debe abordar; además de todas aquellas acciones que, desde la comunidad, agremiaciones y demás actores del sector, generen entorno al desarrollo del turismo local.

De acuerdo con la Ley 136 de 1994, artículo 3o. "Funciones de los Municipios", modificado por el artículo 6 de la Ley 1551 de 2012, numeral 12 "Fomentar y promover el turismo, en coordinación con la Política Nacional", en el marco de la Ley 152 de 1994 o Ley Orgánica de Planificación, el municipio de MANTA potencializó el turismo en el **PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL "MANTA UNIDOS POR EL PROGRESO 2024-2027"**.

El plan de desarrollo municipal "MANTA UNIDOS POR EL PROGRESO 2024-2027" está construido a partir de enfoque territorial y que apunta a una visión de desarrollo que permite el crecimiento y fortalecimiento económico del territorio, además garantiza los derechos humanos de manera integral de acuerdo con el curso de vida y sus vulnerabilidades.

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: DESARROLLO ECONÓMICO
Objetivo de la línea: Fortalecer las labores agropecuarias, no solo desde la parte productora sino también poniendo a disposición el equipo de maquinaria amarilla para mejorar las vías terciarias que conectan nuestras veredas y consecuencialmente facilitan el transporte de los alimentos que serán expuestos en mercados campesinos, ferias agroindustriales y en general, en todo tipo de encuentros comerciales donde se promueva la industrialización, el fomento del empleo y las nuevas formas de generación de ingresos como la turística.

SECTOR: Comercio, Industria y turismo

OBJETIVO: Lograr que el comercio, la industria y el turismo sean una alternativa de desarrollo económico, ambiental y social que permitan el intercambio de servicios, la generación de nuevas formas de ingresos y el posicionamiento del municipio como territorio auto sostenible.

META DE RESULTADO: Aumentar la productividad y competitividad del municipio.

PROGRAMA: Unidos por la productividad y competitividad para el progreso de Manta.

META 136: Diseñar durante el cuatrenio el plan de desarrollo turístico.

Enfoque turístico: brinda la oportunidad al turismo como fuente de reconocimiento territorial y generador de identidad e ingreso del mismo, en sus tradiciones, festividades y principalmente en la exaltación de sus atractivos turísticos naturales.

EL TURISMO EN LA AGENDA 2030

El año 2015 fue un año decisivo para el desarrollo mundial, al haber aprobado los Gobiernos la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, junto con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La ambiciosa agenda establece un marco mundial hasta 2030 para acabar con la pobreza extrema, combatir la desigualdad y la injusticia y solucionar el cambio climático. Partiendo de los históricos Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), este ambicioso conjunto de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, con 169 metas asociadas, está centrado en las personas, es transformador y universal, y funciona como un todo integrado.



Aprovechar los beneficios del turismo será clave para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y llevar a la práctica la agenda de desarrollo posterior a 2015

El turismo puede contribuir, directa o indirectamente, a todos los objetivos. Concretamente, se ha incluido en algunas de las metas de los objetivos 8, 12 y 14 relacionados respectivamente con el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción sostenibles y el uso sostenible de los océanos y los recursos marinos.

El turismo sostenible tiene una posición firme en la Agenda 2030, pero para cumplir esta agenda hace falta un marco de aplicación claro, una financiación adecuada e inversión en tecnología, infraestructuras y recursos humanos.

OBJETIVO 1: FIN DE LA POBREZA



Siendo uno de los sectores económicos con mayores dimensiones del mundo, y uno de los que registra un crecimiento más rápido, el turismo se encuentra en una buena posición para fomentar el crecimiento económico y el desarrollo a todos los niveles y aportar ingresos mediante la creación de empleo. El desarrollo del turismo sostenible, y su incidencia en las comunidades, puede vincularse con los objetivos nacionales de reducción de la pobreza, con los relacionados con la promoción del emprendimiento y los pequeños negocios, y con el empoderamiento de los grupos menos favorecidos, en particular las mujeres y los jóvenes.

OBJETIVO 2: HAMBRE CERO



El turismo puede estimular la productividad agrícola al promover la producción, el uso y la venta de productos locales en los destinos turísticos y su plena integración en la cadena de valor del sector. Además, el Agroturismo, un segmento en crecimiento, puede complementar las actividades agrícolas tradicionales. El crecimiento de los ingresos en las comunidades locales puede conducir a una agricultura más resiliente y a la vez aportar valor a la experiencia turística.

OBJETIVO 3: SALUD Y BIENESTAR



La contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo también puede tener un efecto colateral en la salud y el bienestar. La entrada de divisas y los impuestos procedentes del turismo pueden reinvertirse en atención y servicios de salud, lo cual debería contribuir, entre otras cosas, a mejorar la salud maternal, reducir la mortalidad infantil y prevenir enfermedades.

OBJETIVO 4: EDUCACIÓN DE CALIDAD



Para que el turismo prospere hace falta una fuerza de trabajo debidamente formada y competente. El sector puede aportar incentivos para invertir en educación y en formación profesional y ayudar a la movilidad laboral a través de acuerdos transfronterizos sobre cualificaciones, estándares y certificaciones. En particular, los medios dedicados a la educación deberían beneficiar a los jóvenes, las mujeres, las personas mayores, los pueblos indígenas y las personas con necesidades especiales, ya que el turismo tiene la capacidad de promover la inclusividad, los valores de una cultura de tolerancia y de paz así como la interactividad de la ciudadanía a escala global.

OBJETIVO 5: IGUALDAD DE GÉNERO



El turismo puede empoderar a las mujeres de múltiples formas, y en particular mediante la provisión de puestos de trabajo y oportunidades de generación de ingresos en empresas, grandes, medianas y pequeñas, relacionadas con el turismo. Siendo uno de los sectores con un mayor porcentaje de mujeres empleadas y emprendedoras, el turismo puede servir para liberar el potencial de las mujeres y ayudarlas a participar plenamente y a emanciparse en todos los ámbitos de la sociedad.

OBJETIVO 6: AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO



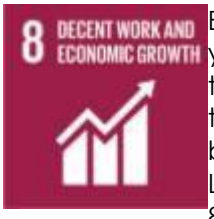
El turismo puede desempeñar un papel crucial para lograr el acceso al agua y la seguridad, así como la higiene y el saneamiento para todos. El uso eficiente del agua en el sector turístico, unido a medidas de seguridad apropiadas, gestión de aguas residuales, control de la contaminación y eficiencia tecnológica, pueden ser clave para salvaguardar nuestro recurso más preciado.



OBJETIVO 7: ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE

Siendo un sector que requiere una aportación energética sustancial, el turismo puede acelerar el cambio hacia las energías renovables e incrementar su cuota en la matriz energética mundial. Por consiguiente, al promover unas inversiones sólidas y a largo plazo en fuentes de energías sostenibles, el turismo puede ayudar a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, mitigar el cambio climático e implantar soluciones energéticas nuevas e innovadoras en áreas urbanas, regionales y remotas.

OBJETIVO 8: TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



El turismo es una de las fuerzas motrices del crecimiento económico mundial y actualmente responsable por creación de 1 de cada 11 puestos de trabajo. Dando acceso a oportunidades de trabajo decente en el sector turístico, la sociedad, y en particular los jóvenes y las mujeres, puede beneficiarse de la mejora de las capacidades y del desarrollo profesional. La contribución del sector a la creación de empleo se reconoce en la meta 8.9: «Hasta 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales».

OBJETIVO 9: INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



El desarrollo del turismo necesita infraestructuras públicas y de origen privado de calidad y un entorno innovador. El sector puede también incentivar a los gobiernos nacionales para que renueven sus infraestructuras y modernicen sus industrias, haciéndolas más sostenibles, más eficientes en términos de empleo de recursos y más limpias, ya que todo ello puede ser una forma de atraer a los turistas y a otras fuentes de inversión extranjera. Todo ello debería facilitar además una industrialización más sostenible, algo necesario para el crecimiento económico, el desarrollo y la innovación.

OBJETIVO 10: REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



El turismo puede ser una poderosa herramienta de progreso comunitario y reducción de la desigualdad si involucra en su desarrollo a la población local y a todos los agentes clave. El sector puede contribuir a la renovación urbana y al desarrollo rural, y a reducir los desequilibrios regionales, brindando a las comunidades la oportunidad de prosperar en su lugar de origen. El turismo es también un medio efectivo para que los países en desarrollo participen en la economía mundial. En 2014, los países menos adelantados (PMA) recibieron 16.400 millones de dólares de los EE.UU. en exportaciones derivadas del turismo internacional, cifra que suponía 2.600 millones de dólares en el año 2000. Este considerable aumento ha convertido al turismo en un importante pilar de sus economías (constituyendo el 7% del total de exportaciones) y ha ayudado a algunos a superar la condición de PMA.

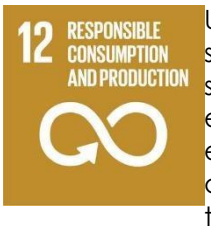
OBJETIVO 11: CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



Una ciudad que no está acondicionada para sus ciudadanos no lo está para los turistas. El turismo sostenible tiene la capacidad de mejorar las infraestructuras urbanas y la accesibilidad universal, de promover la regeneración de áreas en decadencia y de preservar el patrimonio cultural y natural, activos de los que depende el turismo. Una mayor inversión en infraestructura verde (transportes más eficientes, menor contaminación del aire, conservación de los sitios del patrimonio y espacios abiertos, etc.)

debería dar como resultado unas ciudades más inteligentes y verdes de las que podrían beneficiarse no sólo sus habitantes, sino también los turistas.

OBJETIVO 12: PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE



Un sector turístico que adopta prácticas de consumo y producción sostenibles puede tener un papel significativo en la transición hacia la sostenibilidad. Para ello, tal como se señala en la meta 12.b del objetivo 12, es imprescindible «Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales». El programa de turismo sostenible del marco decenal de programas sobre modalidades de consumo y producción sostenibles (10YFP) aspira a desarrollar esas prácticas del programa de desarrollo sostenible, que incluirán iniciativas de uso eficiente de los recursos que redundarán en unos mejores resultados económicos, sociales y ambientales.

OBJETIVO 13: ACCIÓN POR EL CLIMA



El turismo contribuye al cambio climático y a la vez se ve afectado por el mismo. Por ello, redunda en el propio interés del sector que éste tenga un papel protagonista en la respuesta global al cambio climático. Reduciendo el consumo de energía y utilizando fuentes renovables, especialmente en el sector del transporte y el alojamiento, el turismo puede ayudar a abordar uno de los retos más apremiantes de nuestra época.

OBJETIVO 14: VIDA SUBMARINA



El turismo costero y marítimo, el mayor segmento turístico, especialmente para los pequeños estados insulares en desarrollo (PEID), depende de unos ecosistemas marinos saludables. El desarrollo del turismo debe formar parte de una ordenación integrada de las zonas costeras a fin de ayudar a conservar y preservar unos ecosistemas marinos frágiles y servir de vehículo para promover la economía. Hasta 2030 aumentar los beneficios económicos que los pequeños estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo.

OBJETIVO 15: VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



Disfrutar de paisajes majestuosos, bosques indemnes, una biodiversidad abundante y enclaves clasificados como patrimonio natural es a menudo una de las principales razones para que los turistas visiten un destino. El turismo sostenible puede desempeñar un papel importante, no sólo en la conservación y la preservación de la biodiversidad, sino también en el respeto de los ecosistemas terrestres, debido a sus esfuerzos por reducir los residuos y el consumo, la conservación de la flora y la fauna autóctonas, y las actividades de sensibilización.

OBJETIVO 16: PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



Puesto que el turismo está hecho de miles de millones de encuentros entre personas de contextos culturales diversos, el sector puede fomentar la tolerancia y el entendimiento multicultural e interconfesional, asentando así los cimientos de sociedades más pacíficas. El turismo sostenible, que beneficia e involucra a las comunidades locales, puede también constituir un medio de vida, reforzar la identidad cultural y fomentar actividades

empresariales, ayudando así a evitar laviolencia y el conflicto y a consolidar la paz en sociedades que han vivido un conflicto reciente.

OBJETIVO 17: ALIANZA PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



Debido a su naturaleza intersectorial, el turismo tiene la capacidad de reforzar las asociaciones público-privadas y de involucrar a múltiples agentes interesados – internacionales, nacionales, regionales y locales – para trabajar conjuntamente con el fin de alcanzar los ODS y otros objetivos comunes. Efectivamente, la cooperación y las asociaciones público-privadas son un fundamento necesario y esencial para el desarrollo del turismo, como lo es también una mayor sensibilidad respecto al papel del turismo en el cumplimiento de la agenda para el desarrollo después de 2015.

Fuente: Organización Mundial del Turismo (UNWTO en inglés). Turismo y Objetivos De Desarrollo Sostenible (2025). https://tourism4sdgs.org/

EL AUGE DEL TURISMO EN COLOMBIA

El turismo se ha consolidado como uno de los principales motores de crecimiento económico de Colombia y como una fuente estratégica de generación de divisas, empleo y desarrollo regional. Entre agosto de 2022 y febrero de 2026, el país recibió más de 22,5 millones de visitantes no residentes, lo que representa un crecimiento del 113,2% frente al periodo comprendido entre agosto de 2018 y febrero de 2022.

Este dinamismo se refleja también en la generación de divisas asociadas al turismo, que en 2025 alcanzó los USD 11.166 millones, con un crecimiento del 9,4% frente al año anterior. Además, el gasto de los viajeros internacionales impacta directamente a la cadena de valor local, especialmente en sectores como hoteles, restaurantes y agencias de viajes, fortaleciendo economías regionales y promoviendo oportunidades en los territories.

CINCO TENDENCIAS QUE MARCAN EL TURISMO EN COLOMBIA EN 2026

Viajes multidestino, inteligencia artificial, sostenibilidad certificada, mayor impacto social y el crecimiento de segmentos especializados redefinirán la forma de viajar y de competir en el sector turístico colombiano, de acuerdo con análisis de Booking.com, GlobalData, Skift y el World Economic Forum.

El turismo en Colombia se prepara para alinearse con las principales tendencias globales que marcarán el sector en 2026, en respuesta a un viajero cada vez más consciente, digital y exigente.

Tendencias como los viajes multidestino, el uso de inteligencia artificial, la sostenibilidad certificada, el mayor impacto social del turismo y el crecimiento de segmentos especializados han sido identificadas a nivel internacional por análisis de Booking.com, GlobalData, Skift y el World Economic Forum, y hoy hacen parte de las líneas estratégicas que Colombia viene fortaleciendo a través del trabajo de ProColombia, bajo el liderazgo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

“Colombia está alineada con las grandes tendencias globales del turismo: una demanda que busca experiencias más completas, sostenibles y auténticas, y una oferta que debe

responder con innovación, articulación regional y estándares verificables. El reto es convertir estas tendencias en oportunidades reales para los territorios y las comunidades"

Turismo multidestino: Más regiones por conocer y mayor impacto económico.

El turismo multidestino o multi-stop —viajar a varios destinos dentro de un mismo país o región— continúa ganando relevancia entre los viajeros que buscan experiencias más inmersivas y eficientes. Esta modalidad permite explorar diferentes culturas, paisajes y actividades en un solo viaje, optimizando costos y favoreciendo una distribución más equilibrada del gasto turístico.
De acuerdo con la Encuesta Global de Consumidores de Viajes de GlobalData, Colombia se consolida como un hub para el turismo multidestino gracias a la complementariedad de destinos como Bogotá, Medellín y Cartagena, junto con regiones de naturaleza y cultura como el Paisaje Cultural Cafetero. El estudio también señala que los baby boomers son el grupo etario que mayor prioridad otorga a este tipo de viajes integrados.

"Nuestra estrategia de promoción basada en las Seis Regiones Turísticas responde directamente a esta tendencia: queremos que el viajero descubra Colombia como un conjunto de experiencias conectadas, y no como destinos aislados. Esto amplía el gasto, fortalece los encadenamientos productivos y beneficia a más territorios"

Tecnología: Decisiones más inteligentes y experiencias más personalizadas.

La inteligencia artificial gana relevancia en los procesos de búsqueda y planificación de viajes. De acuerdo con Propellic, los post-task accuracy trust ratings —calificaciones de confianza posteriores a la tarea— para la información generada en AI Mode superan 4,3 sobre 5, lo que evidencia un alto nivel de confianza de los usuarios en este tipo de resultados.

En el proceso de inspiración y reserva, los hábitos también cambiaron. Según un estudio de Skift, el 42% de los viajeros ya investiga sus viajes a través de redes sociales, con diferencias claras por edad: TikTok e Instagram predominan entre los viajeros de 18 a 34 años, mientras que Facebook y YouTube mantienen mayor tracción en grupos de 35 a 54 años. A esto se suma el auge del comercio social, donde la recomendación de creadores de contenido influye directamente en la conversión. Más del 56% de los consumidores afirma confiar en recomendaciones de reserva compartidas por creadores, y el 64% reconoce haber descubierto opciones de viaje que no habría encontrado por otros canales.

Sostenibilidad certificada y acceso a financiamiento

La sostenibilidad dejó de ser un discurso aspiracional para convertirse en un requisito operativo, financiero y comercial. Certificaciones como LEED, BREEAM, EDGE, EarthCheck y Biosphere son cada vez más valoradas por bancos, fondos de inversión y grandes compradores corporativos, al reducir riesgos regulatorios y reputacionales.

Además, plataformas de reserva como Booking.com y Google Hotels destacan a los establecimientos certificados mediante insignias visibles, mejorando su posicionamiento y conversión. A nivel de destinos, programas de certificación facilitan la coordinación de la oferta local y el acceso a apoyos públicos y privados, reforzando la competitividad territorial.

Turismo sostenible: foco en comunidades y regulaciones más estrictas

De acuerdo con el Sustainable Travel Report de Booking.com, elaborado con más de 230.000 viajeros en 35 mercados, el 53% de los turistas reconoce hoy el impacto del turismo en las comunidades locales. El 69% quiere dejar los destinos en mejores condiciones y el 73% espera que su gasto beneficie directamente a las economías locales, ampliando la noción de sostenibilidad del ámbito ambiental al social.

El mismo estudio indica que solo el 16% de los residentes considera que limitar el número de visitantes es la mejor solución al impacto turístico, mientras que la mayoría prioriza inversión en transporte, gestión de residuos y conservación ambiental. Este enfoque se verá reforzado por la entrada en vigor, en septiembre de 2026, de nuevas directivas de la Unión Europea que prohibirán mensajes ambientales vagos sin evidencia verificable y establecerán sanciones significativas para quienes incumplan.

Segmentos en expansión: crecimiento estratégico y diferenciación

El informe "Travel and Tourism at a Turning Point: Principles for Transformative Growth" del World Economic Forum destaca el crecimiento acelerado de segmentos especializados. El turismo deportivo y de eventos ya supera los US$600.000 millones y podría alcanzar los US$1,7 billones en 2032, con una tasa de crecimiento anual del 16%. A esto se suman el ecoturismo, el turismo de bienestar y el turismo de reuniones (MICE), que crecen entre el 8% y el 14% anual, impulsando la diversificación, la reducción de la estacionalidad y el posicionamiento diferencial de los destinos.

MARCO CONCEPTUAL Y METODOLOGÍA

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 crecimiento turístico sostenible y responsable, facilitando la participación de todos los sectores una industria tan multidisciplinar.

Para elaborar EL **PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE MANTA 2026 -2036 "MANTA XXX XXXXX XXXXX"**, esta consultoría sigue los lineamientos metodológicos del documento "PROCEDIMIENTO FORMULACIÓN DE UNA POLÍTICA PÚBLICA Código: FP-P2 MININTERIOR, **"NUEVAS METODOLOGÍAS DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA PARA COLOMBIA 2025"** Universidad Externado de Colombia y MINCIT y "METODOLOGÍA PARA LA **DEFINICIÓN DEL NIVEL DE DESARROLLO TURÍSTICO TERRITORIAL**" del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia; teniendo como principios el logro de la competitividad y la sostenibilidad de los destinos turísticos, al tiempo con la adaptación y depuración de las metodologías de acuerdo con el contexto territorial y las nuevas tendencias de mercado.

Consciente de la dificultad metodológica que supone abarcar una actividad económica de la complejidad y dinámica del turismo, se buscará entender la evolución 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 en el espacio físico que implica el reconocimiento de la competitividad proveniente de las 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 territorial que permite integrar los diferentes aspectos sociales, culturales, ambientales y económicos del Municipio.

Este documento considera las políticas y planes establecidos a nivel departamental, regional y nacional. También se construyó teniendo en cuenta las nuevas tendencias en el turismo y en el mercado, su adecuada interpretación y aplicación en el municipio de MANTA que permitirá definir la vocación turística; así como formular estrategias, programas y proyectos que conduzcan a su desarrollo.

MARCO CONCEPTUAL

El turismo es más que una actividad económica, es una fuente de desarrollo al servicio de la sociedad, que propicia el bienestar físico, mental y emocional, mejora la calidad de vida de la población, tanto viajera, como residente, y reconoce el valor del territorio permitiendo instrumentar mecanismos para su protección y uso sostenible.

De acuerdo con esta mirada multidisciplinar, es necesario tener en cuenta algunos aspectos relevantes de la incidencia del turismo en la vida y la sociedad:



La participación activa de toda la sociedad en actividades turísticas, haciendo uso del derecho a la recreación y aprovechamiento del tiempo libre, y como mecanismo de pacificación y bienestar.



El reconocimiento del territorio, como sujeto y garante de derechos individuales y colectivos, preparado para asumir el reto del desarrollo económico y social, en contextos culturales apropiados y protegidos, con la concurrencia de los actores públicos y privados y una buena gobernanza.



La protección de los recursos naturales y culturales, el aprovechamiento responsable y sostenible de los atractivos turísticos y la relación equilibrada de los viajeros y las comunidades de destino con el medio ambiente.



La capacidad de las entidades, empresarios y emprendedores del turismo para elevar la productividad y el empleo, y lograr el posicionamiento de Colombia, sus destinos y productos turísticos en el escenario de las oportunidades, con justicia social.

De acuerdo con lo anterior, la construcción de los destinos turísticos requiere un compromiso firme, tanto de los gobernantes, las autoridades de turismo, las comunidades de destino, los empresarios y desde luego, los viajeros y turistas.

En concordancia con el desarrollo territorial, el mapa de actores se ha hecho más fuerte, ya que ha ampliado la participación activa de las comunidades organizadas, los territorios no municipalizados, las poblaciones vulnerables, las comunidades indígenas, los emprendedores de las economías populares y comunitarias y a los turistas y viajeros. Este nuevo escenario social propone otras formas de encadenamiento desde una visión inclusiva y equitativa, permitiendo asumir metas más provechosas en materia de empleo, productividad, posicionamiento y bienestar social.

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 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:

- 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.

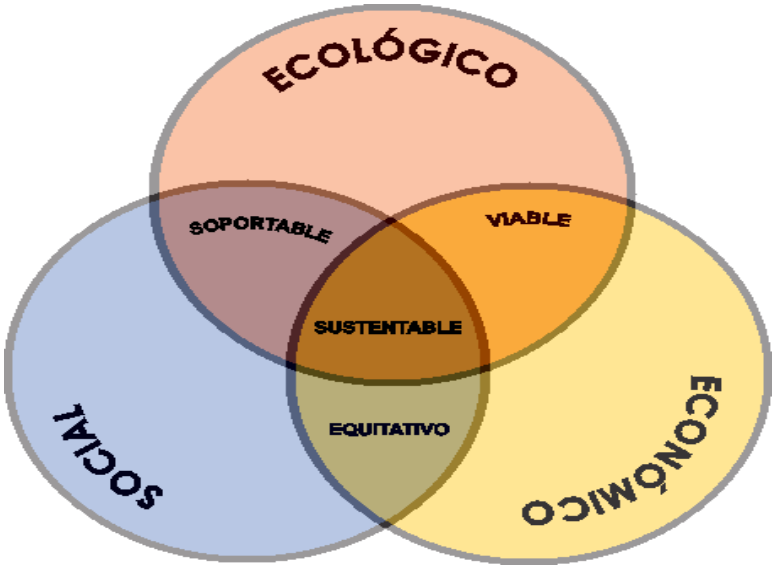
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al

entendimiento y la tolerancia intercultural.

- 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.

El equilibrio de estas tres dimensiones se puede visualizar en la siguiente figura, más concretamente, la conservación, la identidad cultural, la equidad y la viabilidad.

PILARES DEL DESARROLLO SOSTENIBLE



Fuente: Universidad Autónoma de México (2017). Los Tres Pilares. Portal Académico CCH.

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

- Desmedidas expectativas en la población, con la consiguiente migración hacia los destinos turísticos y el desplazamiento de otras actividades económicas;
- Cambio de valores de servicios en estas regiones afectando a la población local;
- Distribución no equitativa de beneficios a favor de los intermediarios;
- Sobreexplotación de recursos naturales y culturales afectando su sustentabilidad.

La Asamblea General de las Naciones Unidas 2017, en el contexto de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), buscó impulsar cambios en las políticas, prácticas empresariales y en el comportamiento de los consumidores, con el objetivo de hacer del turismo un sector más sostenible reconoció cinco ámbitos clave (UNTWTO, 2016):

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

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 medio ambiente
- Puede ser una herramienta para proteger y recuperar la biodiversidadPara 2030, se prevé que deberá gestionar de manera sostenible 1.800 millones de turistas internacionales

Valores culturales, diversidad y patrimonio:

- Revitaliza actividades y costumbres tradicionales
- Empodera a las comunidades y les instala orgullo
- Promueve la diversidad cultural
- Sensibiliza respecto al valor del patrimonio

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

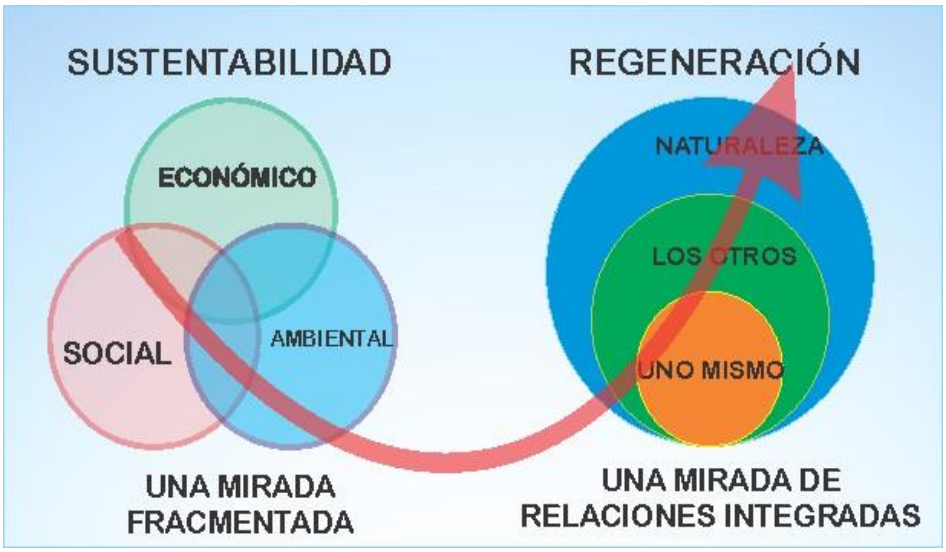
El turismo sostenible requiere un acercamiento sistémico y una planificación turística y territorial más holística que integre a las comunidades locales y que permita la interacción de los componentes socioculturales, ambientales y económicos en torno al diseño de productos turísticos que tengan un impacto 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 una mejor gestión ambiental y el bienestar de las poblaciones locales a través de la generación de oportunidades de empleo y una mayor equidad social.

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).

TURISMO REGENERATIVO

"**El Turismo Regenerativo** es un entendimiento emergente, evolutivo y dinámico, que incluye a la sostenibilidad dentro del marco de sistemas vivos y enfatiza la relación del hombre consigo mismo, con el otro y con la tierra; en donde se invita al otro a visitar el lugar, ralentizando el ritmo del visitante y creando una experiencia que activa conexiones profundas y positivas entre el visitante, la comunidad local (el otro), el lugar y los sistemas

que sostienen la vida allí, alineando tanto al local y al visitante a los ritmos propios de la naturaleza. En el turismo regenerativo se debería priorizar la integración de todos los actores en su diseño, para apoyar el propósito co-creado del destino, las alianzas co-evolutivas con la naturaleza y el pensamiento sistémico, y así construir la capacidad de los sistemas socio-ambientales para obtener un crecimiento saludable a largo plazo e interacciones que sean mutuamente beneficiosas".



Fuente:https://turismoregenerativo.org/2021/01/turismo-regenerativo-una-nueva-mirada-en-tiempos-de-incertidumbre/

COMPETITIVIDAD

Un territorio adquiere carácter competitivo si puede afrontar la competencia del mercado y garantizar al mismo tiempo la viabilidad medioambiental, económica, social y cultural; aplicando lógicas de articulación interterritorial. La competitividad territorial 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.

El producto fundamental en el turismo es la experiencia en el destino, la satisfacción de ese "todo" es la clave de la competitividad de la actividad turística (Ritchie y Crouch, 2000, p. 2; Vera, et al, 1997, p. 185). En este sentido, la competitividad turística se puede definir como la habilidad del destino para crear y agregar valor a los productos que sustentan sus recursos, mientras se mantiene el posicionamiento frente a los competidores (Hassan, 2000, p. 239), no obstante, en la nueva economía del turismo la capacidad de permanecer en el mercado también depende de la sostenibilidad, para Ritchie y Crouch (Ritchie y Crouch, 2000, p. 5): "la competitividad es ilusoria sin sostenibilidad".

Siguiendo la línea de los modelos generales de competitividad, Ritchie y Crouch (1993, 1999 y 2000) desarrollaron uno para destinos turísticos, también conocido como modelo de Calgary, en éste se identifican los factores que explican la competitividad turística: factores y recursos de soporte; factores y recursos de atracción; gestión del destino; política, planeación y desarrollo; y determinantes calificadores y amplificadores del atractivo; a su vez estas variables se encuentran influidos por el entorno competitivo micro y macro.

La estrategia para aumentar la competitividad es la innovación permanente para proveer nuevas formas de turismo, flexibles y segmentadas que respondan a las necesidades individuales de cada turista de manera integral; lo anterior requiere de una investigación continua de las tendencias y características del mercado turístico y de los destinos competidores.

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.

Modelo de Competitividad Turística De Ritchie Y Crouch



Fuente: Ritchie y Crouch (2000).

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. Esta consultoría 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 centra 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.

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 MANTA, su resultado permite establecer la vocación turística y las respectivas estrategias y programas a encaminar.

METODOLOGÍA

Para la elaboración de una Plan de Desarrollo Turístico Convencional para el municipio de MANTA, se adelantarán las siguientes fases:

I. Diagnóstico
II. Planeación estratégica
III. Implementación
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

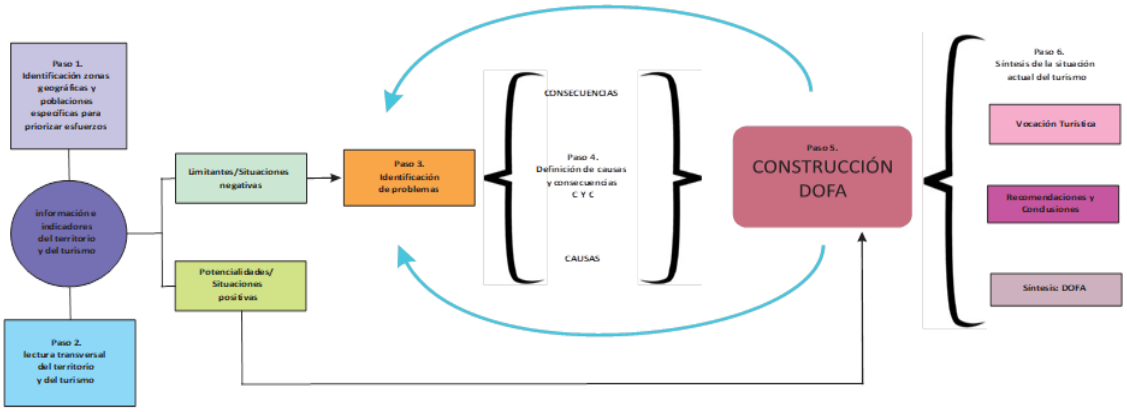
La fase de Diagnóstico comprende la recopilación y análisis de información relevante sobre el estado actual del turismo, describe en detalle las situaciones positivas y negativas, limitantes y potencialidades que inciden en el proceso de desarrollo turístico de MANTA. La puesta en marcha de esta consultoría 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.

El 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, entre ellas EOT, POMCA RIO GARAGOA, PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL, PROGRAMA DE USO EFICIENTE Y AHORRO DEL AGUA, PLAN DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS- PGIRS, PLAN DE GESTIÓN DEL RIESGO Y LA ELABORACIÓN DE LAS ESTRAGIAS MUNICIPALES DE RESPUESTA A EMERGENCIAS.

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.

ESQUEMA METODOLOGÍA DEL KITERRITORIAL – DNP



Fuente: Construcción propia a partir DNP, KiTerritorial, Unidad 1. Diagnóstico, Manual para la formulación de planes de desarrollo de las entidades territoriales.

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 incluye una completa caracterización de la oferta y la demanda turística. Se realiza la identificación y análisis de los atractivos turísticos, se visitaron 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 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 MANTA 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 las charlas y talleres, se considerará la participación de funcionarios del municipio relacionados con el turismo y el ambiente, representantes de organizaciones comunales,

asociaciones, hoteleros, productores agropecuarios, oferentes de servicios turísticos, el transporte y el de gastronomía, que realizan actividades en la zona.

La charla y los talleres, como técnica cualitativa permite hacer una lectura de un contexto determinado y abordar un tema o pregunta de interés para la caracterización. En la charla inicial, previo reconocimiento territorial y entrevistas, se dirige la atención e interés en temas específicos con la finalidad de profundizar de manera colectiva en la narración para conocer sobre la situación actual del turismo.

TEMAS DE TRABAJO

CONTEXTO TERRITORIAL

Sectores de desarrollo económico Grupos de población y características del empleo Presencia o Potencial de conflictos sociales en el territorio origen y causas e implicaciones/consecuencias.

Disponibilidad de servicios públicos e infraestructura, problemáticas y proyectos en curso Proyectos e iniciativas que actualmente se están desarrollando en el territorio, en temas relacionados con el desarrollo territorial y turístico de la zona, sus objetivos, líneas de acción, potencial y sinergias.

DESARROLLO TURÍSTICO

Antecedentes del desarrollo turístico
Necesidades, preferencias y temores de la población local en cuanto al turismo y la llegada de turistas a su territorio; disposición de apoyar una iniciativa de turismo o de involucrarse en ella.
Aspectos positivos que favorecen el desarrollo turístico Limitantes para el desarrollo turístico.
Ordenación del territorio y gestión ambiental.

IDENTIFICACIÓN, CARACTERIZACIÓN Y EVALUACIÓN RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

Oferta turística en el mercado y potencial
¿Cuáles son los atractivos actuales y potenciales?
¿Dónde se ubican? (Mapa con los actores)
¿Cuáles son los usos turísticos actuales?
¿Considera que hace falta señalización turística para el acceso a los diferentes atractivos potenciales?
¿O que falta dotación para mejorar el sitio?
¿En qué estado se encuentra actualmente el sitio? (En términos de conservación, puesta en valor e instalaciones para la realización de actividades)
¿Cuál es la disponibilidad? (¿Hay restricciones de uso?
¿se requiere permisos? ¿Está definida una capacidad de carga?
¿Hay temporalidad?)

4.1.1.1. ORGANIZACIÓN Y ACTORES

- Análisis/mapeo de las instituciones públicas, privadas y de la sociedad civil presentes en el territorio, sus objetivos y principales actividades. Siempre y cuando estén relacionadas con el desarrollo territorial y/o turístico.
- ¿Cómo está organizada la comunidad para planificar y gestionar el turismo?

- ¿Cuáles son los actores que intervienen en el proceso de desarrollo y gestión del turismo?
- ¿Existen diferencias y conflictos entre diferentes niveles de planificación en relación con el desarrollo del turismo en su comunidad?
- ¿Conoce planes de desarrollo, planes de manejo, proyectos etc. relacionados con el turismo?

Con el conocimiento del contexto, la oferta y el mercado turístico, en el ejercicio participativo 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. En la primera parte de esta charla se presentará el avance del diagnóstico, posteriormente, los participantes de la reunión o del taller se separan en grupos más pequeños y cada grupo elabora su propia matriz DOFA.

ACTORES DEL TURISMO

ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL	Alcalde: Gestióna, planificaca y promocióna el sector turístico. Implementa el plan de desarrollo turístico y articula esfuerzos entre esta esfera política y el orden local, favoreciendo la asociatividad regional.
SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL Y AGROPECUARIO	Secretaria: Ejecutar, controlar, coordinar y evaluar planes, programas y proyectos para la promoción del turismo nacional e internacional hacia el municipio.
CENTRO DE SALUD MUNICIPIO. HOSPITAL SAN MARTIN DE PORRES CHOCONTÁ	Contribuye a proteger, promover y restaurar la salud de los turistas y locales, a desarrollar prácticas pro ambientales a través de un turismo sostenible y a construir conciencia y paz entre las comunidades.
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. SEDE CHAPINERO Y SALITRE.	Promover la formalización, el fortalecimiento y la innovación empresarial, así como desarrollar actividades de capacitación en las áreas comercial e industrial y otras de interés regional, a través de cursos especializados, seminarios, conferencias y publicaciones.
POLICIA DE TURISMO DE CHOCONTÁ	Entidad especializada para la gestión de los asuntos de seguridad turística, y a todos los actores vinculados a la actividad turística en los ámbitos público y privado, desde la oferta y la demanda.
INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEPARTAMENTAL	Promueve la cultura del turismo, la apropiación del territorio, el uso y disfrute del tiempo libre, la construcción del tejido social y empresarial desde la infancia, con un enfoque de desarrollo integral y sostenible, que aporten en la mejora de la competitividad turística de los territorios, a largo plazo, a través de proyectos desarrollados desde la escuela.
OPERADORES TURÍSTICOS	Son aquellas empresas y organismos que participan en la actividad turística, generalmente en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico,

SERVICIOS TURÍSTICOS	Conjunto de actividades y utilidades que un destino turístico ofrece para satisfacer la demanda de los turistas.
JUNTAS DE ACCIÓN COMUNAL	Son las encargadas de velar por el cumplimiento de los derechos humanos ante las autoridades municipales y departamentales, además de aportar en el desarrollo integral y sostenible de una comunidad.
ASOCIACIONES DE PRODUCTORES	Prestan servicios a sus miembros, facilitan su acceso a los mercados, y ofrecen a los pequeños agricultores los medios para participar en el diálogo sobre políticas.
ARTESANOS	Personas que ejercen una actividad profesional creativa en torno a un oficio concreto en un nivel preponderantemente manual y conforma a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas, dentro de un proceso de producción. Trabaja en forma autónoma, deriva su sustento principalmente de dicho trabajo y transforma en bienes o servicios útiles su esfuerzo físico y mental.
RESTAURANTES	Brinda una aproximación a la cultura empleando la comida como eje central. Disciplina que estudia la relación entre la cultura y la comida durante un período de tiempo determinado.
TRANSPORTE	Permitir la conexión de los sectores turísticos productivos entre sí y con los centros de ocio y recreo o de consumo. - Satisfacer las necesidades de desplazamiento de clientes y de material especializado para las actividades de ocio y recreo para llevarlas a cabo.

ACTORES DEL TURISMO



Elaboración propia – Consultoría Turística,
con base en construcción colectiva en el Taller Mapa de Actores

FASE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

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. Esta consultoría 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 centra 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.

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 MANTA, su resultado permite establecer la vocación turística y las respectivas estrategias y programas a encaminar.

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 MANTA 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. Por ejemplo, la planificación debe a veces simplificar situaciones complejas para que se puedan entender mejor o para que en el futuro puedan adaptarse las oportunidades y las limitaciones imprevistas. Para contrarrestar esta necesidad de simplicidad y flexibilidad, se necesitan herramientas que proporcionen precisión y exactitud, y los indicadores son uno de estos instrumentos.

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.

Sintesis de actividades, instrumentos metodológicos y los resultados de la Fase de planeación estratégica:

ITEM	ACTIVIDADES / METODOLOGÍA	PRODUCTOS ENTREGABLES / RESULTADOS
Diseñar el proceso metodológico con enfoque territorial que se utilizará para formular el plan de desarrollo turístico para MANTA.	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, a través de talleres con los actores locales y cadena de servicios.	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. Las estrategias condensan los objetivos definidos a través de temáticas, generalmente son los objetivos globales. Construcción colectiva visión, objetivos, metas, estrategias y acciones. estructuración de metas y estrategias, de acuerdo con los cuales, cada profesional, desde su especialidad, profundizará en la construcción de productos y actuaciones, asociados a indicadores y metas.	Documento que contenga la visión, objetivos (corto, mediano y largo plazo), metas (corto, mediano y largo plazo), estrategias, proyectos y acciones.
Caracterización de programas, proyectos y actividades, a través de reuniones y mesas de trabajo con la administración.	Reuniones para definir criterios y objetivos. Estructuración de programas. Consiste en profundizar el análisis de los objetivos y estrategias para encontrar aspectos comunes que permitan su agrupación en un mismo programa. Reuniones para estructuración de ejes estratégicos y programas, profundizar en la construcción de productos y actuaciones, asociados a indicadores y metas. Información a organizar en programas. Caracterización de programas, proyectos y actividades.	Una (01) 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, Priorizando los proyectos y se formulando el plan financiero.	Definición de criterios de priorización, plazos de ejecución y financiación. identificación fuentes de financiación, estimación de costos para programas y proyectos y su financiación. Estrategias para la atracción de la inversión. realizar una presentación y discusión de la propuesta preliminar de Plan, competencias, ejecución y cronograma	Un (01) 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	Definición de la estructura de seguimiento y evaluación del Plan. Definición de indicadores y elaboración matriz seguimiento; a partir de los	Una (01) matriz de seguimiento e impacto

Desarrollo Turístico para MANTA.	cuales se podrán valorar los avances y los valores críticos en las metas de ejecución del Plan. Los indicadores pueden ser de resultado, de producto o de gestión, y como tal deberán clasificarse. Metas: Expresión cuantitativa y cualitativa de los logros que se pretenden obtener con la ejecución de una acción. Su medición debe hacerse en términos de tiempo, cantidad y si es posible calidad. (DNP, Glosario 2015b). Indicador: Representación cuantitativa (variable o relación entre variables) que permite verificar objetivamente información acerca de características, cambios o fenómenos de la realidad (DNP, 2013).	
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.	Un (01) 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.

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.	Un (01) informe de evidencias

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.

ITEM	ACTIVIDADES / METODOLOGÍA	PRODUCTOS ENTREGABLES / RESULTADOS
Coordinar una reunión de seguimiento (virtual o presencial según se determine, con el propósito de, conocer los avances y el estado de ejecución del proyecto.	Preparación de reuniones de seguimiento y gestión para la retroalimentación del proceso de construcción del Plan	Informe sobre la reunión de seguimiento, de la cual se deberá entregar además el correspondiente informe.

Coordinar una reunión con el propósito de presentar los resultados y para socializar conclusiones, dificultades y recomendaciones del proceso	Reunión equipo de trabajo para presentar síntesis del proceso	informe o acta de la reunión final

GOBERNANZA TURÍSTICA Y SU RELACIÓN CON EL TERRITORIO.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023

La gobernanza del turismo es el mecanismo integrador de actores, entre los que se deben considerar las instituciones y organizaciones de gobierno, las comunidades de destino, la base empresarial de turismo y la academia. Este órgano superior, estructurado en los territorios, a partir de las políticas públicas y los planes de gobierno, permitirá incidir y decidir sobre las acciones aplicables al nuevo escenario turístico en el que concurren la comunidad, el territorio, el medio ambiente y la economía para la vida y la justicia social.

Finalmente, debemos entender que el turismo debe visionarse como una oportunidad para la construcción de la paz a través del fortalecimiento de los territorios, que a su vez se consolide como una herramienta que garantice los derechos, la construcción de las capacidades humanas y dinamice la economía local.

Así mismo, la actividad viajera debe fortalecer los ámbitos de inclusión, participación y desarrollo turístico del país, implementando estrategias encaminadas al uso óptimo de los recursos naturales como un elemento intrínseco del desarrollo del turismo, que priorice la conservación y protección del patrimonio natural, cultural y la biodiversidad y mejorare así las condiciones de productividad, de innovación e información en los procesos de desarrollo del
sector (MinCIT, 2022).

ENFOQUE SISTÉMICO DEL TURISMO

Desde la mirada de un territorio, el turismo se debe comprender como un sistema o la suma de actores relacionados con su desarrollo (Panosso & Lohmann, 2012).

Un sistema -no jerarquizado- reconoce e integra sus elementos a partir de un modelo (Triangulo de Sierpinsky - Wacław Sierpiński) que permite ser replicado en diferentes escalas del territorio, incorporando todos los actores.

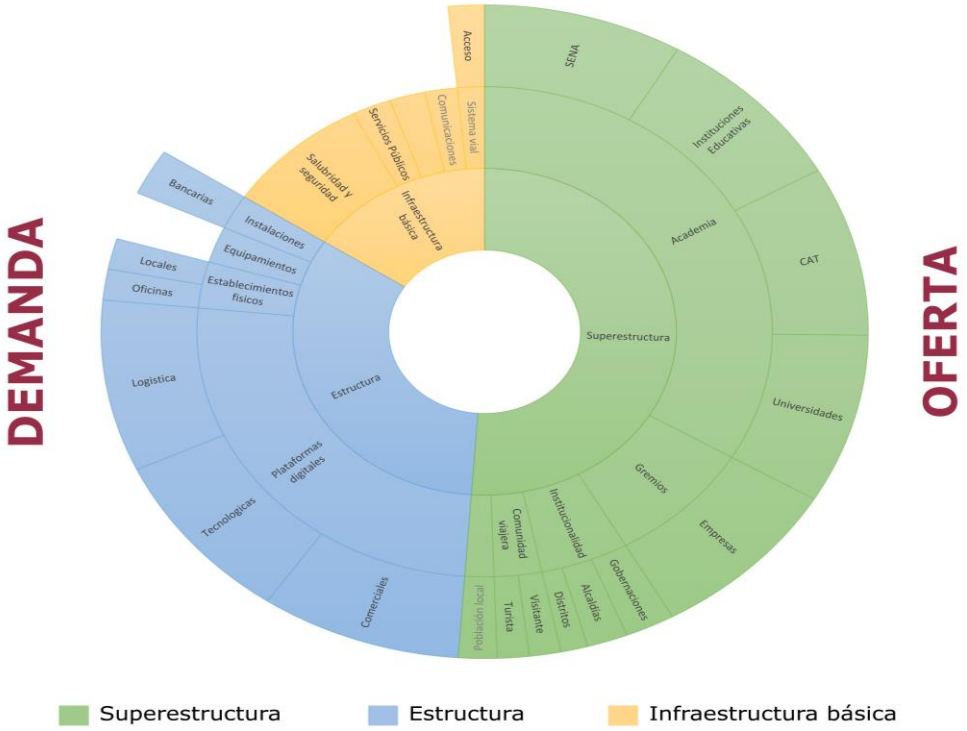
El enfoque sistémico del turismo incorpora los elementos para la gestión de forma no jerarquizada, vinculando los actores y procesos para un desarrollo sostenible de la actividad en el territorio turístico, a su vez el modelo de gestión se constituye por todo el aparato planificador, administrativo y de gestión del territorio – destino (Cifuentes R. 2023).

Bajo este modelo permite la integración de modelos de gobernanza del turismo y reconocimiento y aplicación del soporte normativo a través de la Superestructura, donde podemos encontrar aspectos de la gestión conformados por la institucionalidad turística (gobierno), gremios, academia, comunidad del destino y comunidad viajera.

Dentro del aparato productivo en el sistema del turismo, en la Estructura / Planta Turística, que son todos los establecimientos físicos, equipamientos, e instalaciones dedicadas a dar soporte a la actividad social y empresarial del turismo, donde se encuentran los prestadores de servicios turísticos y base empresarial, locales, oficinas, plataformas tecnológicas, logísticas y comerciales, señalización y amoblamiento urbano - señalización turística (Cifuentes R. 2023).

Por otro lado, la base del sistema de turismo – infraestructura básica, lo integran todos los sistemas básicos que hacen operativo un destino, tanto como espacio urbano, como desde su ruralidad. No es de función exclusivamente turística, pero es irrenunciable para su operación y desarrollo. Y se integra del Sistema vial de accesos y transporte, Sistema comunicaciones y conectividad, Sistema de salubridad y seguridad, Sistema de servicios públicos, Sistema de información pública, y el Sistema de educación, capacitación y sensibilización (Cifuentes R. 2023).

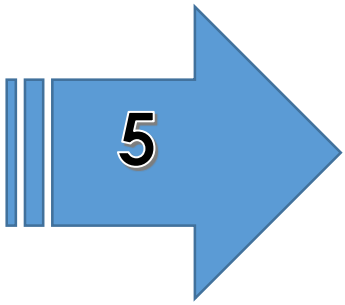
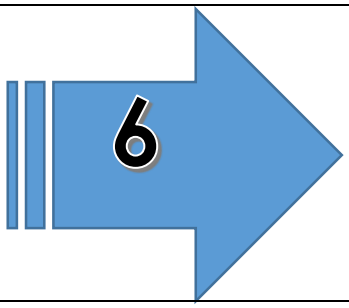
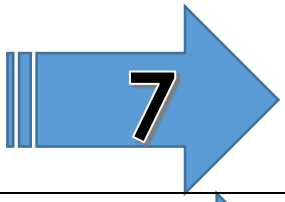
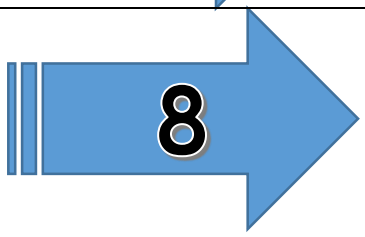
ENFOQUE SISTÉMICO DEL TURISMO



Adaptado de Enfoque Sistémico del Turismo. R. Cifuentes. 2023.

Desde un modelo sistémico, el turismo se hace funcional, permitiendo incorporar todos los elementos -no jerarquizados- actores y procesos asociados al desarrollo sostenible. En este sistema se identifican los elementos básicos de un modelo para la gestión territorial en turismo:

1	Demanda, compuesta por los visitantes reales (demanda real) actuales y potenciales que llegan a un lugar. También debe ser considerada demanda la cantidad de bienes y servicios requeridos por los visitantes (ONU Turismo, 2002).
2	Oferta, comprende los bienes y servicios que utiliza el turista. Y se organiza por productos turísticos, por atractivos, servicios y facilidades y cada una de estas particiones de la oferta tiene sus propias tipologías (Ceupe.com, s.f.).
3	Atractivos turísticos, recursos naturales y culturales que tienen el potencial y capacidad de atraer a los visitantes (MinCIT, 2020).
4	Superestructura, que son las organizaciones del orden público y privado que representan a las industrias del turismo, establecen políticas, velan por intereses del sector, desarrollan proyectos y fomentan la inversión (Entorno Turístico, 2015).

	Infraestructura, que son el conjunto de elementos, dotaciones o servicios necesarios para el buen funcionamiento de un territorio. Se integra a partir de sistemas territoriales interdependientes como los sistemas de salubridad y seguridad, accesibilidad, vialidad y comunicaciones, transporte, entre otros. La infraestructura básica es el conjunto de sistemas sobre el cual opera cualquier desarrollo productivo, por lo cual no es de definición estrictamente turística. Estos sistemas integrados al suelo son la base física del territorio. Ver Política Publica de Infraestructura Turística (Cifuentes R. 2023).
	Prestadores de servicios turísticos, es toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedio o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere la Ley 300 de 1996 y quienes deben estar inscritos en el Registro Nacional de Turismo. Los mismos están enlistados en el artículo 12 de la Ley 1101 de 2006 modificado por el Decreto 229 de 2017 (MinCIT, 2017).
	Comunidad receptora, compuesta por los residentes locales que de manera directa (como los prestadores de servicios turísticos) o de manera indirecta (población en general o recurso humano de diversas empresas) tienen contacto con los visitantes (Entorno Turístico, 2015).
	Comunidad viajera, es decir los turistas y visitantes, también juega un papel importante en la construcción del destino, ya que, de su relacionamiento con la comunidad receptora y la combinación de sus intereses y necesidades, surge una nueva comunidad a la que se puede denominar sociedad turística (Cifuentes R. 2023).

Del funcionamiento eficiente de este sistema, y las relaciones entre la comunidad receptora y la comunidad viajera, depende que un territorio se transforme en un destino turístico sostenible y responsable, donde se integren estos atributos desde la gestión pública.

Según la ONU Turismo, (2002) un destino turístico es el espacio físico donde una visitante pernocta por lo menos una noche, cuenta con atractivos, actividades, productos y servicios de apoyo para el turismo. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión, así como imágenes y percepciones que definen su competitividad en el mercado.

Del fortalecimiento de las condiciones del destino y de una correcta estrategia de promoción y mercadeo, se logra que el turismo sea un factor dinamizador del desarrollo regional.

Las condiciones del destino van más allá de la implementación de los criterios de competitividad o de la visión mercadológica del destino. Es importante tener en cuenta

aspectos relacionados con la institucionalidad del turismo, la calidad de los servicios, las capacidades técnicas y humanas para aprovisionar y desarrollar el sector como propuesta económica, pero sobre todo hay que pensar en el turismo en un contexto de responsabilidad con el territorio y las comunidades que lo habitan, para que actúe como principio de regeneración, en la reconstrucción de las relaciones entre los individuos y con el entorno, garantizando el derecho al disfrute de lo público, al bienestar de las comunidades y a las oportunidades de crecimiento y proyección social y económica con justicia social.

Con este enfoque de gestión muchos territorios en el mundo han desarrollado el turismo, conscientes de la capacidad de generar efectos transformadores positivos en las sociedades, en materia económica, sociocultural y ambiental, si se hace de manera planificada y coordinada con todos los involucrados.

Es por eso que debemos continuar trabajando sobre lo construido, reconociendo el nivel de desarrollo turístico actual de nuestros territorios y trabajando de manera organizada y articulada con los diferentes atributos del sistema turístico.

Manta

Municipio del departamento de Cundinamarca

Lectura territorial bajo modelo de selección cuántica de variables — 11 dimensiones, 92 indicadores con dato disponible

CÓDIGO DIVIPOLA	NIVEL	TIPOLOGÍA 2026	DEPARTAMENTO	FECHA DE GENERACIÓN
25436	**Municipio**	**Categoría 4**	**Cundinamarca**	**2026-07-07**

i NOTA SOBRE DISPONIBILIDAD DE DATOS

Cuando una variable no aparece para esta entidad, o su último dato disponible no corresponde al año más reciente, se debe a que el dato no ha sido reportado por la entidad territorial, por la entidad fuente responsable de la variable, o a que no se cuenta con el nivel de desagregación territorial que exige la variable. En ningún caso se estiman o completan datos no reportados por la fuente oficial.

Modelo cuántico de selección

Cada indicador se evalúa bajo cinco criterios de relevancia simultáneos (los "qubits"). Su Score Compuesto de Relevancia (SCR) surge de ponderar estos criterios. Un SCR alto y buena cobertura territorial designa una variable **PRINCIPAL**; un SCR intermedio designa una variable **SECUNDARIA**.

Q_1 Serie	Q_2 Recencia	Q_3 Densidad	Q_4 Estratégica	Q_5 Periodicidad
20%	**20%**	**15%**	**30%**	**15%**
profundidad histórica	año del último dato	cobertura territorial	relevancia sectorial	frecuencia de actualización

00 — MAPA DE LECTURA

Mapa de lectura

Variables seleccionadas por dimensión — selección curada

01 Demografía y población	5 principales · 6 secundarias · 0 adicionales	*Población total · Densidad poblacional · Porcentaje población rural · Porcentaje población urbana · Población rural*
02 Salud	3 principales · 2 secundarias · 0 adicionales	*Tasa de mortalidad infantil en menores de 1 año (x cada 1.000 nacidos vivos) · Razón de mortalidad materna a 42 días · Tasa de mortalidad (x cada 1.000 habitantes)*
03 Educación	3 principales · 4 secundarias · 0 adicionales	*Cobertura neta en educación media · Cobertura neta en educación secundaria · Cobertura neta en educación básica*
04 Vivienda y acceso a servicios públicos	3 principales · 5 secundarias · 4 adicionales	*Cobertura de acueducto (REC) · Cobertura de alcantarillado (REC) · Cobertura de acueducto urbana (REC)*
05 Convivencia y seguridad ciudadana	3 principales · 2 secundarias · 0 adicionales	*Tasa de homicidio intencional en hombres por cada 100.000 habitantes · Tasa de homicidio intencional en mujeres por cada 100.000 habitantes · Tasa de homicidio intencional en áreas rurales por cada 100.000 habitantes*
06 Economía	3 principales · 3 secundarias · 5 adicionales	*Valor agregado por actividades económicas - Actividades terciarias · Valor agregado por actividades económicas - Actividades secundarias · Valor agregado por actividades económicas - Actividades primarias*
07 Finanzas públicas	3 principales · 5 secundarias · 9 adicionales	*Ingresos tributarios per cápita · Déficit o ahorro corriente · Ingresos no tributarios per cápita*
08 Medición de desempeño municipal	3 principales · 2 secundarias · 0 adicionales	*Movilización de recursos · Ejecución de recursos · Recaudo con instrumentos de ordenamiento territorial*
09 Ordenamiento Territorial	3 principales · 5 secundarias · 1 adicionales	*Predios urbanos · Predios rurales · Avalúo catastral total*
10 Paz y víctimas	3 principales · 2 secundarias · 0 adicionales	*Hectáreas de cultivo de coca · Eventos de Minas Antipersonal · Índice de Incidencia del Conflicto Armado - IICA*
11 Índice de Ciudades Modernas (ICM)	3 principales · 2 secundarias · 0 adicionales	*Índice de Ciudades Modernas · Índice de Ciencia, Tecnología e Innovación · Índice de Competitividad*

01 — DEMOGRAFÍA Y POBLACIÓN

Demografía y población

DANE — proyecciones de población

PRINCIPAL
Población total
3.420 personas
Dato 2026
↘ -7,74% vs. 2018
Cundinamarca: 3.601.277 personas (2026)

PRINCIPAL
Densidad poblacional
31,7 hab/km²
Dato 2026
↘ -7,74% vs. 2018
Cundinamarca: 161,0 hab/km² (2026)

PRINCIPAL
Porcentaje población rural
65,4 %
Dato 2026
↘ -10,6% vs. 2018
Cundinamarca: 23,6 % (2026)

PRINCIPAL
Porcentaje población urbana
34,6 %
Dato 2026
↗ +29,0% vs. 2018
Cundinamarca: 76,4 % (2026)

PRINCIPAL
Población rural
2.235 personas
Dato 2026
↘ -17,6% vs. 2018
Cundinamarca: 848.620 personas (2026)

SECUNDARIA
Población urbana
1.185 personas
Dato 2026
↗ +19,0% vs. 2018
Cundinamarca: 2.752.657 personas (2026)

SECUNDARIA
Población total de mujeres
1.690 mujeres
Dato 2026
↘ -6,73% vs. 2018
Cundinamarca: 1.813.443 mujeres (2026)

SECUNDARIA
Población total de hombres
1.730 hombres
Dato 2026
↘ -8,71% vs. 2018
Cundinamarca: 1.787.834 hombres (2026)

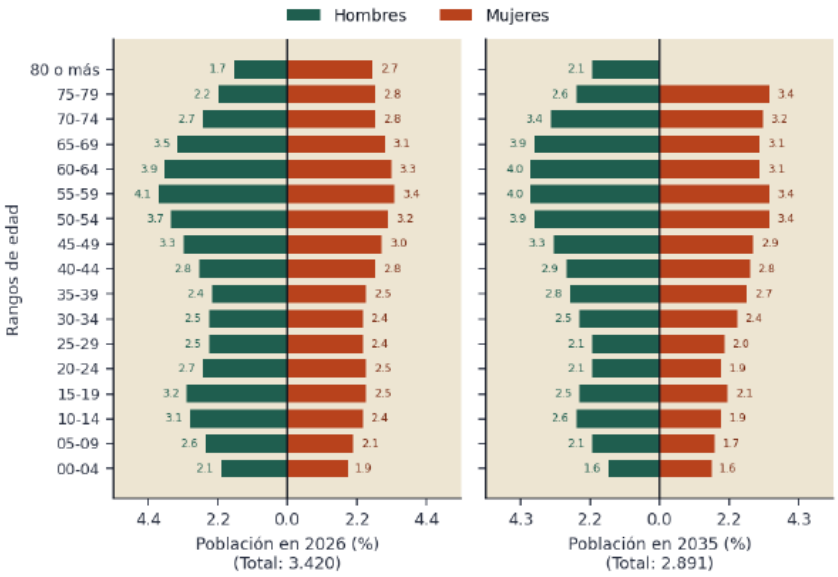
SECUNDARIA
Porcentaje población de mujeres
49,4 %
Dato 2026
→ +1,09% vs. 2018
Cundinamarca: 50,4 % (2026)

SECUNDARIA
Porcentaje población de hombres
50,6 %
Dato 2026
→ -1,05% vs. 2018
Cundinamarca: 49,6 % (2026)

SECUNDARIA
Tipologías de los municipios para el reconocimiento de capacidades y resultados
3
Dato 2024

Pirámide poblacional (estructura por edad y sexo)

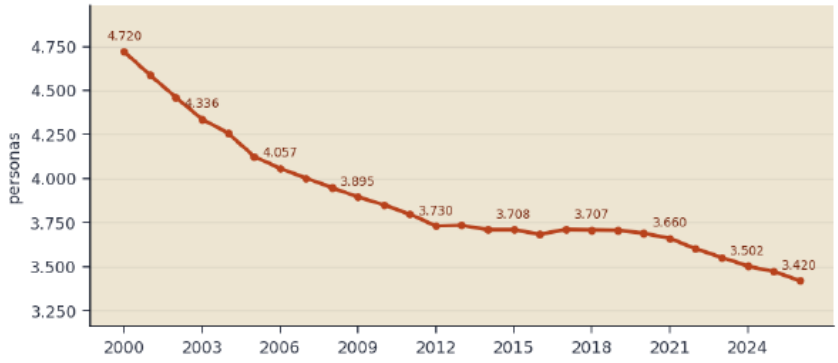
Comparación 2026 vs. proyección 2035



Fuente: DANE — Proyecciones de población con base en el Censo 2018

Población total

Serie histórica 2000–2026



Fuente: DANE

LECTURA SECTORIAL

Población total se ubicó en 3.420 personas en 2026, con una variación de -7,74% frente a 2018 (deterioro). El departamento de Cundinamarca registra 3.601.277 personas (2026), nivel inferior al de la entidad. Densidad poblacional se ubicó en 31,7 hab/km² en 2026, con una variación de -7,74% frente a 2018 (deterioro). El departamento de Cundinamarca registra 161,0 hab/km² (2026), nivel inferior al de la entidad.

02 — SALUD

Salud

MinSalud · DANE — estadísticas vitales

PRINCIPAL
Tasa de mortalidad infantil en menores de 1 año (x cada 1.000 nacidos vivos)
55,6 x 1.000 nac. vivos
Dato 2024
↗ +183,4% vs. 2005
Cundinamarca: 8,77 x 1.000 nac. vivos (2024)

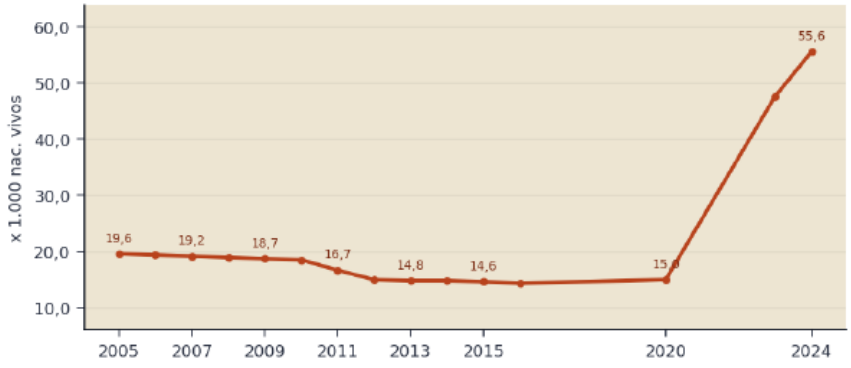
PRINCIPAL
Razón de mortalidad materna a 42 días
0,00 x 100.000 nac. vivos
Dato 2021
→ serie corta
Cundinamarca: 71,9 x 100.000 nac. vivos (2021)

PRINCIPAL
Tasa de mortalidad (x cada 1.000 habitantes)
10,1 x 1.000 hab.
Dato 2024
↗ +17,4% vs. 2018
Cundinamarca: 4,62 x 1.000 hab. (2024)

SECUNDARIA
Tasa de mortalidad neonatal
55,6 x 1.000 nac. vivos
Dato 2024
↗ +155,6% vs. 2005
Cundinamarca: 6,18 x 1.000 nac. vivos (2024)

SECUNDARIA
Porcentaje de partos atendidos por personal calificado
100,0 %
Dato 2024
→ 0,00% vs. 2018
Cundinamarca: 99,7 % (2024)

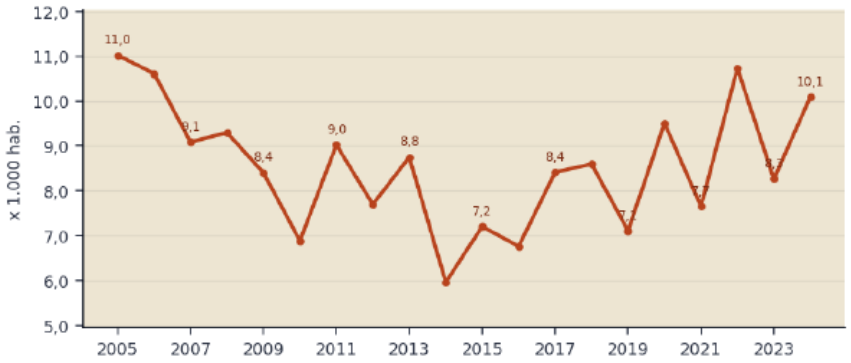
Tasa de mortalidad infantil en menores de 1 año (x cada 1.000 nacidos vivos)
Serie histórica 2005–2024



Fuente: Ministerio de Salud y Protección Social

Tasa de mortalidad (x cada 1.000 habitantes)

Serie histórica 2005–2024



Fuente: Ministerio de Salud y Protección Social

LECTURA SECTORIAL

Tasa de mortalidad infantil en menores de 1 año (x cada 1.000 nacidos vivos) se ubicó en 55,6 x 1.000 nac. vivos en 2024, con una variación de +183,4% frente a 2005 (deterioro). El departamento de Cundinamarca registra 8,77 x 1.000 nac. vivos (2024), nivel superior al de la entidad. Razón de mortalidad materna a 42 días se ubicó en 0,00 x 100.000 nac. vivos en 2021. El departamento de Cundinamarca registra 71,9 x 100.000 nac. vivos (2021), nivel inferior al de la entidad.

03 — EDUCACIÓN

Educación

MinEducación - ICFES

PRINCIPAL
Cobertura neta en educación media
38,1 %
Dato 2024
↘ -40,1% vs. 2018
Cundinamarca: 56,6 % (2024)

PRINCIPAL
Cobertura neta en educación secundaria
71,4 %
Dato 2024
↘ -20,0% vs. 2018
Cundinamarca: 81,3 % (2024)

PRINCIPAL
Cobertura neta en educación básica
69,8 %
Dato 2024
↘ -21,6% vs. 2018
Cundinamarca: 83,6 % (2024)

SECUNDARIA
Tasa de deserción intra-anual del sector oficial en educación básica y media (Desde transición hasta once)
1,14 %
Dato 2024
↗ +113,2% vs. 2018
Cundinamarca: 3,49 % (2024)

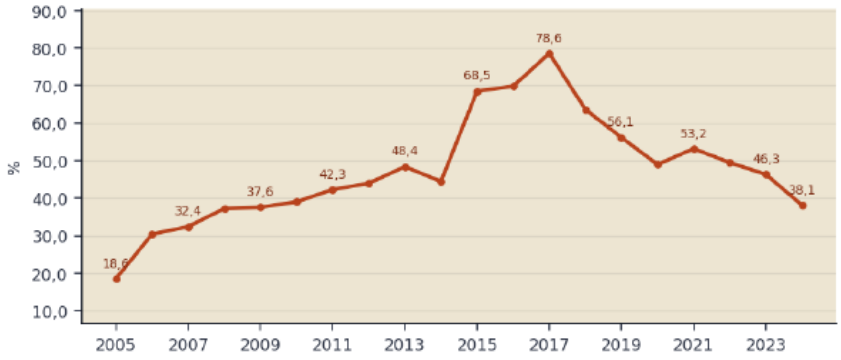
SECUNDARIA
Puntaje promedio Pruebas Saber 11 - Matemáticas
53,9 puntos
Dato 2022
↗ +10,2% vs. 2018
Cundinamarca: 53,5 puntos (2022)

SECUNDARIA
Puntaje promedio Pruebas Saber 11 - Lectura crítica
51,8 puntos
Dato 2022
↗ +2,62% vs. 2018
Cundinamarca: 54,9 puntos (2022)

SECUNDARIA
Tasa de deserción intra-anual en educación (Desde transición hasta once)
1,14 %
Dato 2024
↗ +113,2% vs. 2018
Cundinamarca: 3,24 % (2024)

Cobertura neta en educación media

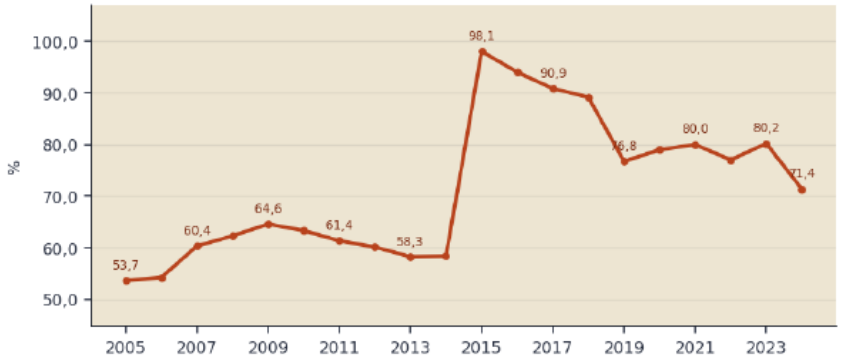
Serie histórica 2005–2024



Fuente: Ministerio de Educación Nacional

Cobertura neta en educación secundaria

Serie histórica 2005–2024



Fuente: Ministerio de Educación Nacional

LECTURA SECTORIAL
Cobertura neta en educación media se ubicó en 38,1 % en 2024, con una variación de -40,1% frente a 2018 (deterioro). El departamento de Cundinamarca registra 56,6 % (2024), nivel inferior al de la entidad. Cobertura neta en educación secundaria se ubicó en 71,4 % en 2024, con una variación de -20,0% frente a 2018 (deterioro). El departamento de Cundinamarca registra 81,3 % (2024), nivel inferior al de la entidad.

04 — VIVIENDA Y ACCESO A SERVICIOS PÚBLICOS

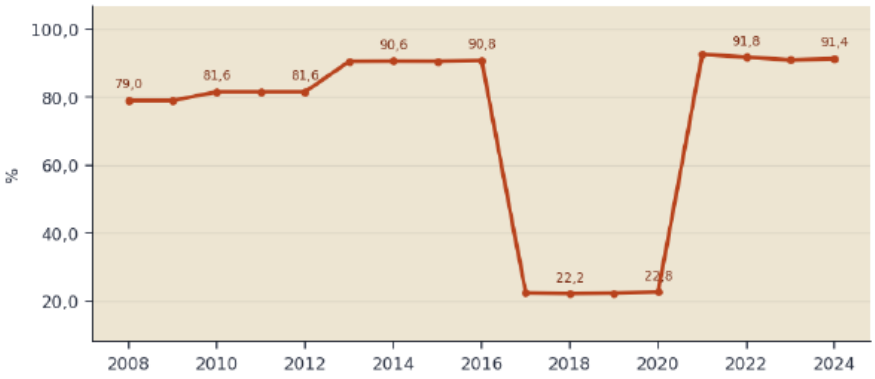
Vivienda y acceso a servicios públicos

SSPD - MinTIC - DANE (Censo)

PRINCIPAL Cobertura de acueducto (REC) **91,4** % Dato 2024 ↗ +311,3% vs. 2018 *Cundinamarca: 69,6 % (2023)*	**PRINCIPAL** Cobertura de alcantarillado (REC) **12,7** % Dato 2024 ↗ +190,0% vs. 2018 *Cundinamarca: 54,4 % (2023)*
PRINCIPAL Cobertura de acueducto urbana (REC) **96,1** % Dato 2024 ↗ +95,9% vs. 2018 *Cundinamarca: 88,9 % (2023)*	**SECUNDARIA** Cobertura de acueducto rural (REC) **90,7** % Dato 2024 ↗ +366,2% vs. 2018 *Cundinamarca: 49,3 % (2023)*
SECUNDARIA Cobertura de alcantarillado urbana (REC) **89,8** % Dato 2024 ↗ +91,4% vs. 2018 *Cundinamarca: 80,7 % (2023)*	**SECUNDARIA** Cobertura de alcantarillado rural (REC) **2,51** % Dato 2024 ↗ +6.175% vs. 2018 *Cundinamarca: 26,6 % (2023)*
SECUNDARIA Cobertura de energía eléctrica rural **73,5** % Dato 2024 ↘ -21,8% vs. 2018 *Cundinamarca: 95,6 % (2024)*	**SECUNDARIA** Penetración de acceso fijo a Internet **2,54** % Dato 2025 ↗ +89,5% vs. 2018 *Cundinamarca: 21,1 % (2025)*

Cobertura de acueducto (REC)

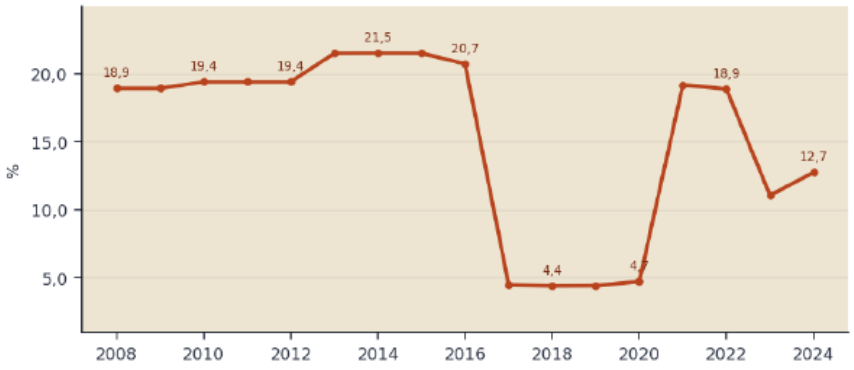
Serie histórica 2008–2024



Fuente: DNP a partir de información de la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios

Cobertura de alcantarillado (REC)

Serie histórica 2008–2024



Fuente: DNP a partir de información de la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios

LECTURA SECTORIAL

Cobertura de acueducto (REC) se ubicó en 91,4 % en 2024, con una variación de +311,3% frente a 2018 (mejora). El departamento de Cundinamarca registra 69,6 % (2023), nivel superior al de la entidad. Cobertura de alcantarillado (REC) se ubicó en 12,7 % en 2024, con una variación de +190,0% frente a 2018 (mejora). El departamento de Cundinamarca registra 54,4 % (2023), nivel inferior al de la entidad.

Variables complementarias de la dimensión

Variable (secundaria/terciaria)	Último dato	Fuente
Déficit habitacional cuantitativo centros poblados y rural disperso (Censo)	2,38 % (2018)	DANE - CNPV 2018
Déficit habitacional cualitativo en centros poblados y rural disperso (Censo)	55,0 % (2018)	DANE - CNPV 2018
Déficit habitacional cuantitativo en cabeceras municipales (Censo)	4,27 % (2018)	DANE - CNPV 2018
Déficit habitacional cualitativo en cabeceras municipales (Censo)	15,4 % (2018)	DANE - CNPV 2018

05 — CONVIVENCIA Y SEGURIDAD CIUDADANA

Convivencia y seguridad ciudadana

MinDefensa - DANE

PRINCIPAL

Tasa de homicidio intencional en hombres por cada 100.000 habitantes

52,6 x 100.000 hab.

Dato 2012

↘ -41,6% vs. 2003

Cundinamarca: 31,0 x 100.000 hab. (2012)

PRINCIPAL

Tasa de homicidio intencional en mujeres por cada 100.000 habitantes

51,2 x 100.000 hab.

Dato 2008

→ serie corta

Cundinamarca: 3,00 x 100.000 hab. (2008)

PRINCIPAL

Tasa de homicidio intencional en áreas rurales por cada 100.000 habitantes

34,3 x 100.000 hab.

Dato 2012

↗ +23,8% vs. 2003

Cundinamarca: 11,0 x 100.000 hab. (2012)

SECUNDARIA

Tasa de violencia intrafamiliar por cada 100.000 habitantes

259,3 x 100.000 hab.

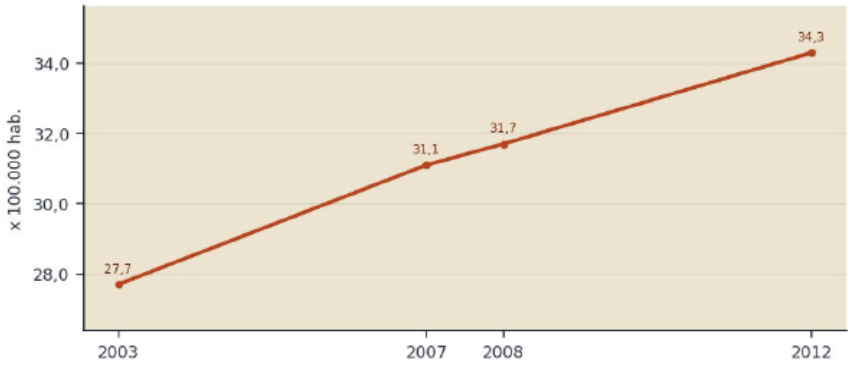
Dato 2025

↗ +140,3% vs. 2018

Cundinamarca: 294,0 x 100.000 hab. (2025)

SECUNDARIA
Tasa de extorsión por cada 100.000 habitantes
57,6 x 100.000 hab.
Dato 2025
↘ -31,8% vs. 2023
Cundinamarca: 8,10 x 100.000 hab. (2025)

Tasa de homicidio intencional en áreas rurales por cada 100.000 habitantes
Serie histórica 2003–2012



Fuente: DNP, con datos de MinDefensa y DANE

LECTURA SECTORIAL
Tasa de homicidio intencional en hombres por cada 100.000 habitantes se ubicó en 52,6 x 100.000 hab. en 2012, con una variación de -41,6% frente a 2003 (mejora). El departamento de Cundinamarca registra 31,0 x 100.000 hab. (2012), nivel superior al de la entidad. Tasa de homicidio intencional en mujeres por cada 100.000 habitantes se ubicó en 51,2 x 100.000 hab. en 2008. El departamento de Cundinamarca registra 3,00 x 100.000 hab. (2008), nivel superior al de la entidad.

06 — ECONOMÍA
Economía
DANE - MinAgricultura (EVA)

PRINCIPAL
Valor agregado por actividades económicas - Actividades terciarias
37,3 miles de millones $ COP
Dato 2023
↗ +63,9% vs. 2018

PRINCIPAL
Valor agregado por actividades económicas - Actividades secundarias
5,52 miles de millones $ COP
Dato 2023
↗ +18,1% vs. 2018

PRINCIPAL
Valor agregado por actividades económicas - Actividades primarias
46,5 miles de millones $ COP
Dato 2023
↗ +115,4% vs. 2018

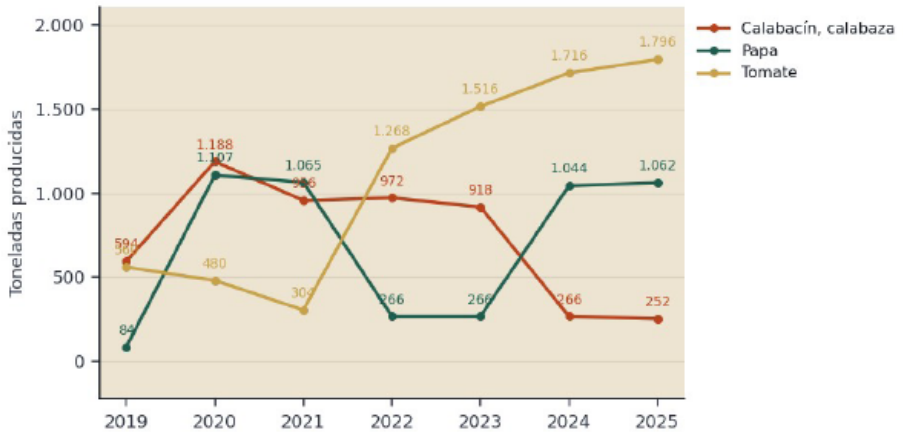
SECUNDARIA
Participación del valor agregado municipal en el departamental
0,10 %
Dato 2023
↗ +8,09% vs. 2018

SECUNDARIA
Primer cultivo permanente en términos de toneladas producidas (Plátano)
252,0 t
Dato 2025
↗ +75,0% vs. 2019
Cundinamarca: 178.736 t (2025)

SECUNDARIA
Primer cultivo transitorio en términos de toneladas producidas (Tomate)
1.796 t
Dato 2025
↗ +202,4% vs. 2019
Cundinamarca: 1.870.651 t (2025)

Cultivos transitorios

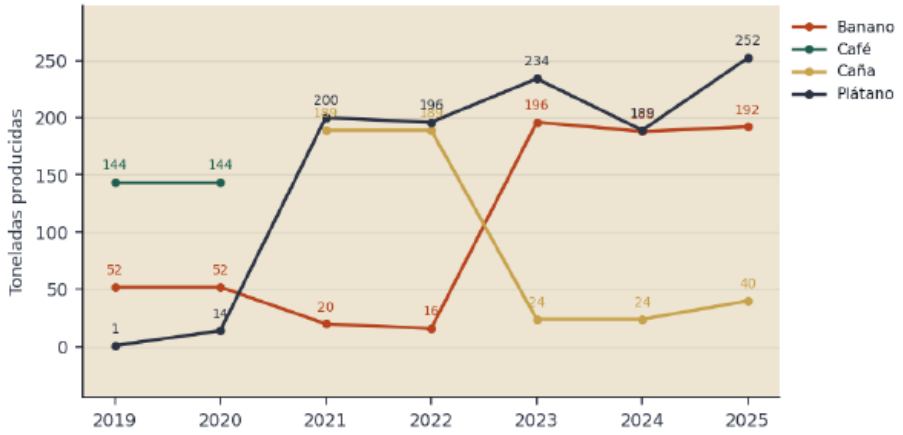
Toneladas producidas por año, por tipo de cultivo



Fuente: DANE · MinAgricultura — Evaluaciones Agropecuarias (EVA)

Cultivos permanentes

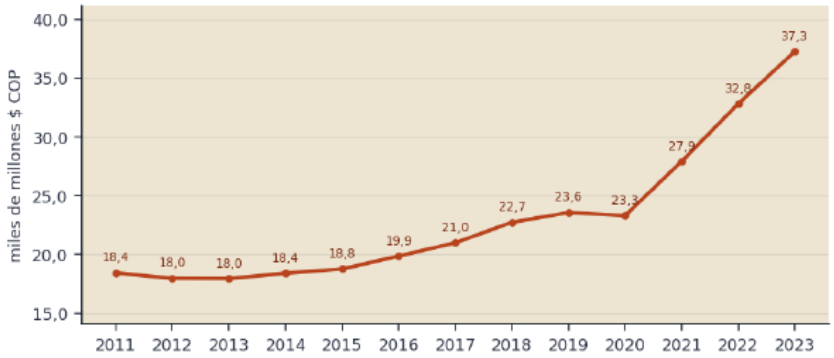
Toneladas producidas por año, por tipo de cultivo



Fuente: DANE · MinAgricultura — Evaluaciones Agropecuarias (EVA)

Valor agregado por actividades económicas - Actividades terciarias

Serie histórica 2011–2023



Fuente: DNP con información del DANE

LECTURA SECTORIAL

Valor agregado por actividades económicas - Actividades terciarias se ubicó en 37,3 miles de millones $ COP en 2023, con una variación de +63,9% frente a 2018 (mejora). Valor agregado por actividades económicas - Actividades secundarias se ubicó en 5,52 miles de millones $ COP en 2023, con una variación de +18,1% frente a 2018 (mejora).

Variables complementarias de la dimensión

Variable (secundaria/terciaria)	Último dato	Fuente
Segundo cultivo permanente en términos de toneladas producidas (Banano)	192,0 t (2025)	UPRA
Tercer cultivo permanente en términos de toneladas producidas (Caña)	40,0 t (2025)	UPRA
Tercer cultivo transitorio en términos de toneladas producidas (Calabacín, calabaza)	252,0 t (2025)	UPRA
Segundo cultivo transitorio en términos de toneladas producidas (Papa)	1.062 t (2025)	UPRA
Valor agregado per cápita	7.831.070 $ COP (2015)	DANE

07 — FINANZAS PÚBLICAS

Finanzas públicas

DNP - FUT

PRINCIPAL

Ingresos tributarios per cápita

202.722 $ COP

Dato 2024

→ -0,38% vs. 2018

Cundinamarca: 613.758 $ COP (2024)

PRINCIPAL

Déficit o ahorro corriente

461,6 millones $ COP

Dato 2024

↘ -33,4% vs. 2018

Cundinamarca: 1.694.866 millones $ COP (2024)

PRINCIPAL

Ingresos no tributarios per cápita

133.505 $ COP

Dato 2024

↗ +54,0% vs. 2018

Cundinamarca: 141.110 $ COP (2024)

SECUNDARIA

Puntaje nuevo Índice de Desempeño Fiscal

50,2 puntos

Dato 2024

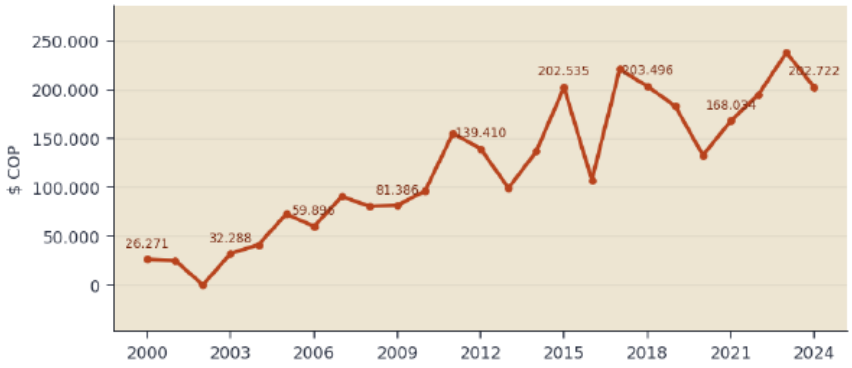
↘ -6,92% vs. 2020

Cundinamarca: 50,2 puntos (2024)

SECUNDARIA **Déficit o superávit total** **3,90** millones $ COP Dato 2024 ↗ +100,9% vs. 2018 *Cundinamarca: 198.793 millones $ COP (2024)*	SECUNDARIA **Componente de resultados fiscales** **43,5** % Dato 2024 ↘ -6,50% vs. 2020 *Cundinamarca: 44,0 % (2024)*
SECUNDARIA **Dependencia de las transferencias** **69,8** % Dato 2024 ↗ +3,39% vs. 2020 *Cundinamarca: 31,3 % (2024)*	SECUNDARIA **Capacidad de Ejecución de Inversión** **98,9** % Dato 2024 ↗ +2,53% vs. 2020 *Cundinamarca: 73,6 % (2024)*

Ingresos tributarios per cápita

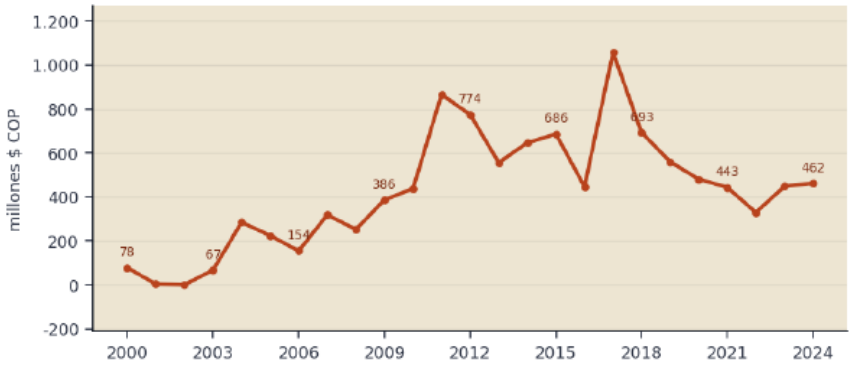
Serie histórica 2000–2024



Fuente: DNP a partir de información del FUT y DANE

Déficit o ahorro corriente

Serie histórica 2000–2024



Fuente: DNP a partir de información del FUT

LECTURA SECTORIAL

Ingresos tributarios per cápita se ubicó en 202.722 $ COP en 2024, con una variación de -0,38% frente a 2018. El departamento de Cundinamarca registra 613.758 $ COP (2024), nivel inferior al de la entidad. Déficit o ahorro corriente se ubicó en 461,6 millones $ COP en 2024, con una variación de -33,4% frente a 2018 (mejora). El departamento de Cundinamarca registra 1.694.866 millones $ COP (2024), nivel inferior al de la entidad.

Variables complementarias de la dimensión

Variable (secundaria/terciaria)	Último dato	Fuente
Componente de gestión financiera	77,1 % (2024)	DNP
Bonificación de Esfuerzo Propio	0,00 p.p. (2024)	DNP
Nivel de Holgura	8,82 % (2024)	DNP
Balance Fiscal Primario	7,53 % (2024)	DNP
Capacidad de Ejecución de Ingresos	101,7 % (2024)	DNP
Ahorro Corriente	22,1 % (2024)	DNP
Endeudamiento de Largo Plazo	28,0 % (2024)	DNP
Relevancia Formación Bruta de Capital fijo	3,89 % (2024)	DNP
Rango del puntaje del nuevo IDF	2. Riesgo (>=40 y <60) (2024)	DNP

08 — MEDICIÓN DE DESEMPEÑO MUNICIPAL

Medición de desempeño municipal

DNP — Medición de Desempeño Municipal

PRINCIPAL
Movilización de recursos
18,0 puntos
Dato 2024
↘ -20,9% vs. 2018

PRINCIPAL
Ejecución de recursos
75,0 puntos
Dato 2024
↗ +50,1% vs. 2018

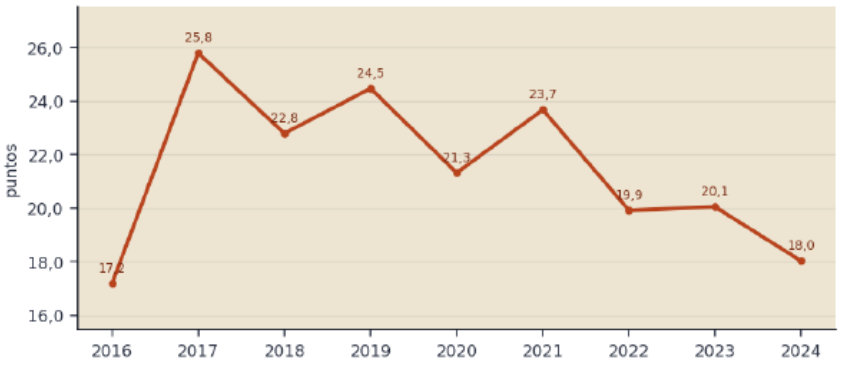
PRINCIPAL
Recaudo con instrumentos de ordenamiento territorial
44,1 puntos
Dato 2024
↗ +13,8% vs. 2018

SECUNDARIA
Gobierno abierto y transparencia
88,9 puntos
Dato 2024
↗ +42,8% vs. 2018

SECUNDARIA
Acceso a servicios públicos
52,8 puntos
Dato 2024
↗ +38,9% vs. 2018

Movilización de recursos

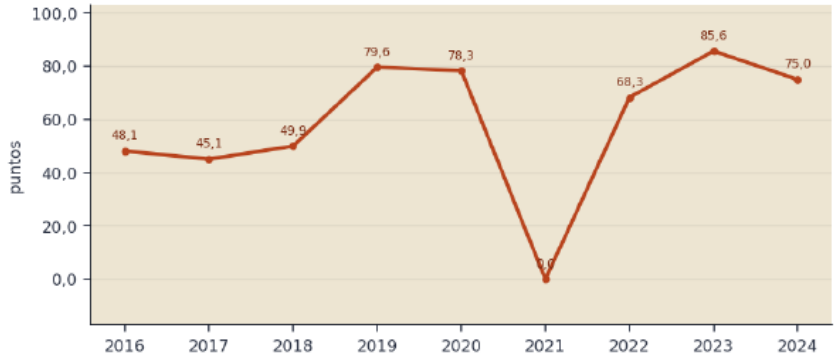
Serie histórica 2016–2024



Fuente: DNP - SPT

Ejecución de recursos

Serie histórica 2016–2024



Fuente: DNP - SPT

LECTURA SECTORIAL

Movilización de recursos se ubicó en 18,0 puntos en 2024, con una variación de -20,9% frente a 2018 (deterioro). Ejecución de recursos se ubicó en 75,0 puntos en 2024, con una variación de +50,1% frente a 2018 (mejora).

09 — ORDENAMIENTO TERRITORIAL

Ordenamiento Territorial

IGAC

PRINCIPAL
Predios urbanos
650 predios
Dato 2024
↗ +5,86% vs. 2012
Cundinamarca: 808.247 predios (2024)

PRINCIPAL
Predios rurales
6.983 predios
Dato 2024
→ +1,48% vs. 2012
Cundinamarca: 702.775 predios (2024)

PRINCIPAL
Avalúo catastral total
51.225 millones $ COP
Dato 2024
↗ +39,4% vs. 2012
Cundinamarca: 169.304.480 millones $ COP (2024)

SECUNDARIA
Avalúo catastral urbano
16.345 millones $ COP
Dato 2024
↗ +51,4% vs. 2012
Cundinamarca: 86.702.104 millones $ COP (2024)

SECUNDARIA
Avalúo catastral rural
34.881 millones $ COP
Dato 2024
↗ +34,4% vs. 2012
Cundinamarca: 82.602.376 millones $ COP (2024)

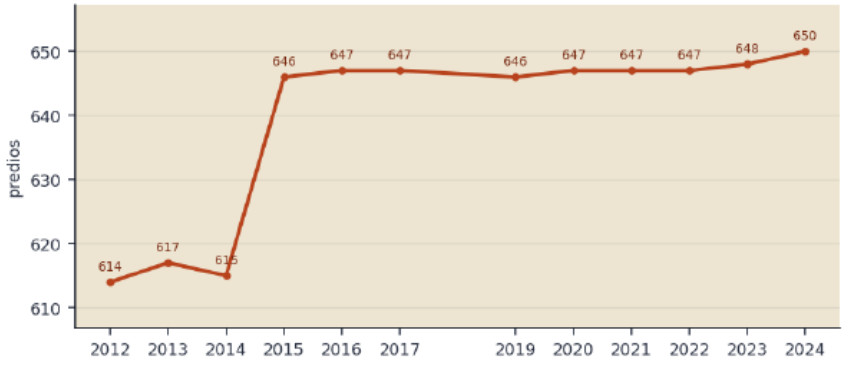
SECUNDARIA
Porcentaje de predios urbanos
8,52 %
Dato 2024
↗ +3,98% vs. 2012
Cundinamarca: 53,5 % (2024)

SECUNDARIA
Porcentaje de predios rurales
91,5 %
Dato 2024
→ -0,36% vs. 2012
Cundinamarca: 46,5 % (2024)

SECUNDARIA
Porcentaje de avalúo catastral urbano
31,9 %
Dato 2024
↗ +8,60% vs. 2012
Cundinamarca: 51,2 % (2024)

Predios urbanos

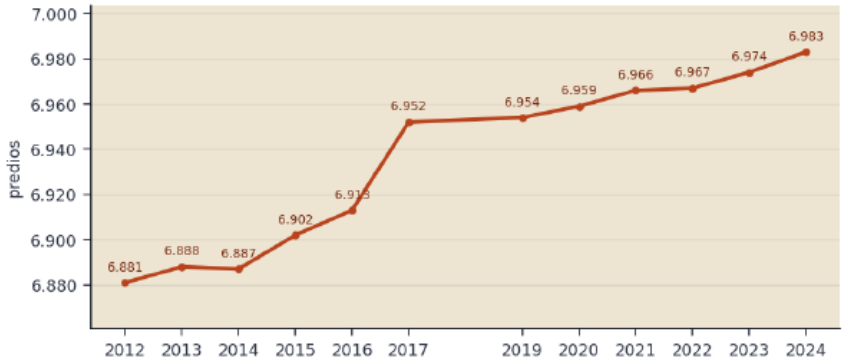
Serie histórica 2012–2024



Fuente: IGAC

Predios rurales

Serie histórica 2012–2024



Fuente: IGAC

LECTURA SECTORIAL

Predios urbanos se ubicó en 650 predios en 2024, con una variación de +5,86% frente a 2012 (mejora). El departamento de Cundinamarca registra 808.247 predios (2024), nivel inferior al de la entidad. Predios rurales se ubicó en 6.983 predios en 2024, con una variación de +1,48% frente a 2012. El departamento de Cundinamarca registra 702.775 predios (2024), nivel inferior al de la entidad.

Variables complementarias de la dimensión

Variable (secundaria/terciaria)	Último dato	Fuente
Porcentaje de avalúo catastral rural	68,1 % (2024)	DNP a partir de información del IGAC_x000D_

10 — PAZ Y VÍCTIMAS

Paz y víctimas

MinDefensa - UARIV

PRINCIPAL
Hectáreas de cultivo de coca
0 ha
Dato 2023
→ serie corta

PRINCIPAL
Eventos de Minas Antipersonal
0
Dato 2025
→ serie corta
Cundinamarca: 1 (2025)

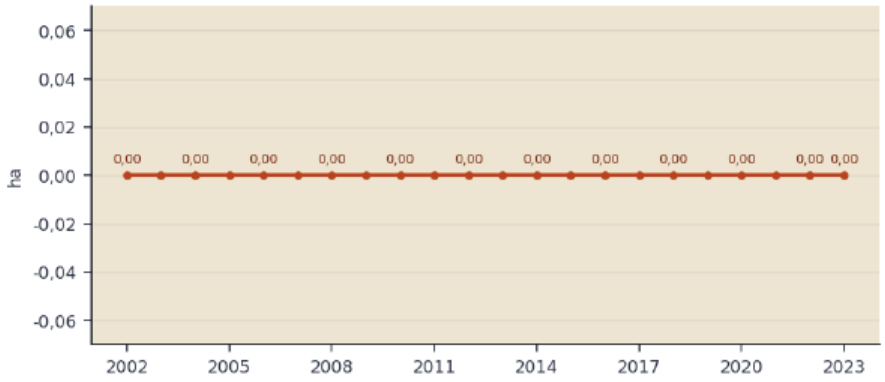
PRINCIPAL
Índice de Incidencia del Conflicto Armado - IICA
0
Dato 2023
↘ -100,0% vs. 2018

SECUNDARIA
Víctimas de Desplazamiento Forzado ubicadas
0 personas
Dato 2025
→ serie corta
Cundinamarca: 554 personas (2025)

SECUNDARIA
Personas en proceso de reincorporación
0
Dato 2025
→ serie corta
Cundinamarca: 323 (2025)

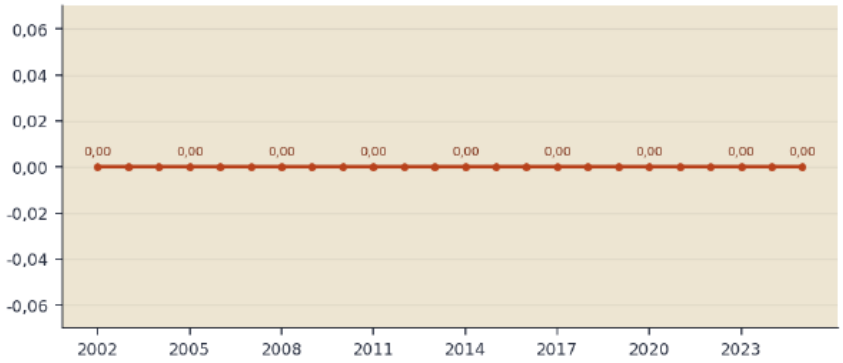
Hectáreas de cultivo de coca

Serie histórica 2002–2023



Fuente: Ministerio de Justicia y el Derecho

Eventos de Minas Antipersonal
Serie histórica 2002–2025



Fuente: Dirección para la Acción Integral contra Minas Antipersonal (DAICMA)

LECTURA SECTORIAL
Hectáreas de cultivo de coca se ubicó en 0 ha en 2023. Eventos de Minas Antipersonal se ubicó en 0 en 2025. El departamento de Cundinamarca registra 1 (2025), nivel inferior al de la entidad.

11 — ÍNDICE DE CIUDADES MODERNAS (ICM)

Índice de Ciudades Modernas (ICM)

DNP — Índice de Ciudades Modernas

PRINCIPAL
Índice de Ciudades Modernas
52,9 índice (0-100)
Dato 2024
↗ +9,31% vs. 2018
Cundinamarca: 57,1 índice (0-100) (2024)

PRINCIPAL
Índice de Ciencia, Tecnología e Innovación
67,1 índice (0-100)
Dato 2024
↗ +51,5% vs. 2018
Cundinamarca: 58,4 índice (0-100) (2024)

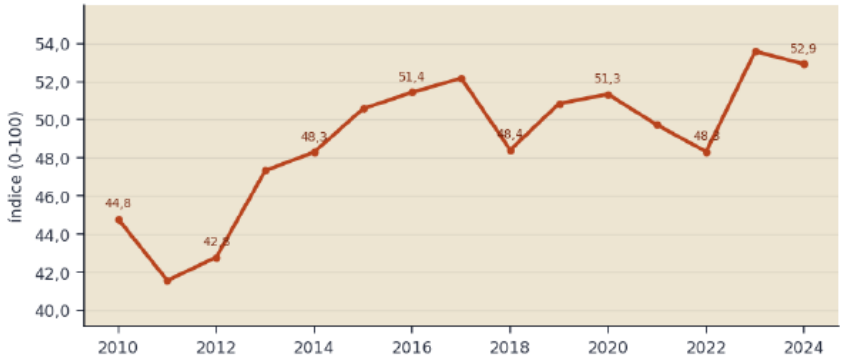
PRINCIPAL
Índice de Competitividad
16,5 índice (0-100)
Dato 2024
↗ +3,19% vs. 2018
Cundinamarca: 64,5 índice (0-100) (2024)

SECUNDARIA
Índice de Ciencia
34,1 índice (0-100)
Dato 2024
→ +1,88% vs. 2018
Cundinamarca: 48,3 índice (0-100) (2024)

SECUNDARIA
Índice de Adaptabilidad y resiliencia
55,1 índice (0-100)
Dato 2024
→ +0,22% vs. 2018
Cundinamarca: 59,4 índice (0-100) (2024)

Índice de Ciudades Modernas

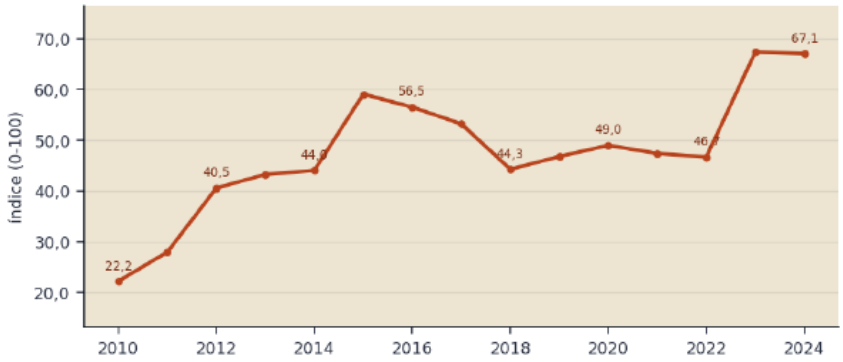
Serie histórica 2010–2024



Fuente: Observatorio de Ciudades Modernas

Índice de Ciencia, Tecnología e Innovación

Serie histórica 2010–2024



Fuente: Observatorio de Ciudades Modernas

LECTURA SECTORIAL

Índice de Ciudades Modernas se ubicó en 52,9 índice (0-100) en 2024, con una variación de +9,31% frente a 2018 (mejora). El departamento de Cundinamarca registra 57,1 índice (0-100) (2024), nivel inferior al de la entidad. Índice de Ciencia, Tecnología e Innovación se ubicó en 67,1 índice (0-100) en 2024, con una variación de +51,5% frente a 2018 (mejora). El departamento de Cundinamarca registra 58,4 índice (0-100) (2024), nivel superior al de la entidad.

— — TABLERO SÍNTESIS TERRITORIAL

Tablero síntesis territorial

Semáforo de cierre por dimensión — DNP · TerriData

▲ Favorable ● Mixto ▼ Requiere atención ● Seguimiento

DEMOGRAFÍA Y POBLACIÓN

▼ Requiere atención

La mayoría de los indicadores principales se deteriora en el período observado

SALUD

▼ Requiere atención

La mayoría de los indicadores principales se deteriora en el período observado

EDUCACIÓN ▼ **Requiere atención** La mayoría de los indicadores principales se deteriora en el período observado	VIVIENDA Y ACCESO A SERVICIOS PÚBLICOS ▲ **Favorable** La mayoría de los indicadores principales mejora en el período observado
CONVIVENCIA Y SEGURIDAD CIUDADANA ● **Mixto** Los indicadores principales muestran señales encontradas	ECONOMÍA ▲ **Favorable** La mayoría de los indicadores principales mejora en el período observado
FINANZAS PÚBLICAS ▲ **Favorable** La mayoría de los indicadores principales mejora en el período observado	MEDICIÓN DE DESEMPEÑO MUNICIPAL ▲ **Favorable** La mayoría de los indicadores principales mejora en el período observado
ORDENAMIENTO TERRITORIAL ▲ **Favorable** La mayoría de los indicadores principales mejora en el período observado	PAZ Y VÍCTIMAS ▲ **Favorable** La mayoría de los indicadores principales mejora en el período observado
ÍNDICE DE CIUDADES MODERNAS (ICM) ▲ **Favorable** La mayoría de los indicadores principales mejora en el período observado	

DEFINICIÓN DEL NIVEL DE DESARROLLO TURÍSTICO TERRITORIAL

OFERTA

EJE		INDICADOR	DESCRIPCIÓN	LINEA BASE
01. Oferta	1.1	**01. Incorporación del turismo en el Esquema de Ordenamiento Territorial (EOT)**	Existencia de directrices, determinantes o zonificaciones que reconozcan el turismo como actividad estratégica dentro del ordenamiento territorial.	10
01. Oferta	1.2	**02. Inclusión del turismo en el Plan de Desarrollo Municipal**	Integración de metas, programas, proyectos o líneas de inversión dirigidas al fortalecimiento del turismo en el Plan de Desarrollo vigente.	5
01. Oferta	1.3	**03. Formulación y/o implementación de un Plan de Desarrollo Turístico u otro instrumento de planificación turística**	Disponibilidad de planes específicos para el desarrollo del sector turístico, con visión de mediano o largo plazo.	0
01. Oferta	1.4	**04. Existencia de una oficina o dependencia encargada de la gestión del turismo**	Conformación de una unidad técnica o administrativa responsable de liderar, coordinar y ejecutar la política turística local.	5
01. Oferta	1.5	**05. Articulación con entidades del orden nacional y departamental que lideran o gestionan el turismo**	Participación activa en iniciativas, programas o estrategias impulsadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Fontur, gobernaciones u otras instancias.	0
01. Oferta	1.6	**06. Asignación de presupuesto destinado al turismo en el cuatrienio**	Disponibilidad de recursos financieros específicos en el presupuesto municipal o distrital para apoyar proyectos e iniciativas turísticas.	0
01. Oferta	1.7	**07. Existencia de instrumentos financieros de apoyo al sector turístico**	Implementación de mecanismos como líneas de crédito, incentivos, estímulos, subsidios o cofinanciación para promover la inversión y el fortalecimiento del sector.	0
01. Oferta	1.8	**Funcionamiento del Consejo Distrital o Municipal de Turismo**	Operación de un espacio consultivo y participativo para la concertación de acciones entre actores públicos, privados, comunitarios y académicos del sector turístico.	0
01. Oferta	1.9	**Vinculación a estrategias nacionales como "Gestión Integral de Destinos" o "Territorios Turísticos de Paz"**	Alineación del municipio con políticas o programas nacionales orientados al desarrollo turístico sostenible, la paz territorial y la reactivación económica.	0

01. Oferta	1.10	**Inventario y caracterización de servicios, productos y experiencias asociadas al turismo de naturaleza**	Registro actualizado de atractivos naturales, prestadores de servicios y experiencias enfocadas en ecoturismo, aviturismo, senderismo, entre otros.	0
01. Oferta	1.11	**Inventario y caracterización de servicios, productos y experiencias asociadas al turismo cultural**	Documentación de activos culturales tangibles e intangibles, manifestaciones patrimoniales, rutas históricas, festividades, gastronomía y demás expresiones vinculadas al turismo cultural.	0
02. Sostenibilidad	2.1	**Formulación e implementación de un Plan de Acción de Turismo Sostenible**	Existencia de un instrumento estratégico que oriente la gestión del turismo bajo principios de sostenibilidad ambiental, social y económica.	0
02. Sostenibilidad	2.2	**02. Ejecución de programas o actividades de conservación y protección ambiental**	Implementación de acciones orientadas a la preservación de ecosistemas, recursos naturales y áreas de valor ambiental en el territorio.	0
02. Sostenibilidad	2.3	**03. Desarrollo de programas o estrategias de ahorro y uso racional del agua**	Aplicación de medidas que promuevan el consumo responsable y la gestión eficiente de los recursos hídricos en la actividad turística.	5
02. Sostenibilidad	2.4	**04. Desarrollo de programas o estrategias para la gestión eficiente de la energía**	Fomento del uso de energías limpias, tecnologías eficientes y buenas prácticas en el consumo energético en instalaciones turísticas.	0
02. Sostenibilidad	2.5	**05. Existencia de un sistema de recolección y gestión de residuos sólidos**	Implementación de un esquema integral para el manejo de residuos, con componentes de separación, reciclaje y disposición final adecuada.	0
02. Sostenibilidad	2.6	**06. Realización de estudios de capacidad de carga turística**	Disponibilidad de estudios técnicos que determinen los límites de uso aceptables en atractivos turísticos y áreas sensibles.	0
02. Sostenibilidad	2.7	**07. Apoyo institucional y financiero a las MIPYMES del sector turístico local**	Desarrollo de programas de fortalecimiento empresarial, acompañamiento técnico o incentivos para emprendedores y pequeños negocios turísticos.	5
02. Sostenibilidad	2.8	**08. Análisis de los impactos de la estacionalidad de la demanda turística**	Evaluación de variaciones en la demanda turística y sus efectos sobre la economía local, el empleo y los recursos naturales.	0

02. Sostenibilidad	2.9	**09. Medición de la contribución económica del turismo al territorio**	Disponibilidad de indicadores o estudios que cuantifiquen el impacto económico del turismo en el PIB local, generación de empleo o ingresos fiscales.	0
02. Sostenibilidad	2.10	**10. Facilidad de acceso a los atractivos turísticos para la población local**	Existencia de condiciones que garanticen la participación y el disfrute del turismo por parte de los habitantes del municipio o distrito.	10
02. Sostenibilidad	2.11	**11. Evaluación del nivel de satisfacción de la comunidad local con el turismo**	Aplicación de mecanismos de consulta o encuestas para conocer la percepción y grado de aceptación del turismo por parte de la población residente.	0
02. Sostenibilidad	2.12	**12. Diagnóstico de accesibilidad del destino turístico**	Análisis técnico sobre las condiciones de accesibilidad física, comunicacional y actitudinal para personas con discapacidad u otras condiciones de movilidad reducida.	0
02. Sostenibilidad	2.13	**13. Implementación de acciones de capacitación, sensibilización y/o comunicación en accesibilidad**	Ejecución de procesos formativos y campañas dirigidas a operadores turísticos, comunidad y autoridades para garantizar un turismo inclusivo.	0
02. Sostenibilidad	2.14	**14. Formulación de lineamientos o normativa sobre accesibilidad turística**	Disponibilidad de criterios técnicos, manuales o normativas locales que regulen y orienten la adecuación de infraestructura y servicios turísticos accesibles.	0
03. Calidad y Seguridad	3.1	**01. Certificaciones obtenidas por la entidad territorial en materia turística**	Reconocimientos o certificaciones otorgadas por organismos nacionales o internacionales que validan la calidad, sostenibilidad o seguridad del destino.	0
03. Calidad y Seguridad	3.2	**02. Implementación de un Sistema Territorial de Calidad Turística**	Existencia de un modelo local o regional que articule estándares, procesos de mejora continua y seguimiento a la calidad en el sector turístico.	0
03. Calidad y Seguridad	3.3	**03. Incentivos o reconocimientos a la calidad turística**	Desarrollo de mecanismos de estímulo para prestadores de servicios turísticos que implementen buenas prácticas y estándares de calidad.	0
03. Calidad y Seguridad	3.4	**04. Prestadores de servicios turísticos vinculados al esquema de niveles de calidad**	Número o porcentaje de operadores turísticos que han adoptado estándares progresivos de calidad definidos por el ente territorial o nacional.	0

03. Calidad y Seguridad	3.5	**05. Atractivos turísticos vinculados al esquema de niveles de calidad**	Inclusión de sitios o experiencias turísticas en programas que certifican condiciones de operación, sostenibilidad y servicio al visitante.	0
03. Calidad y Seguridad	3.6	**06. Prestadores de servicios turísticos con certificaciones en calidad o sostenibilidad**	Registro actualizado de establecimientos turísticos que han obtenido certificaciones como NTS TS, ISO, entre otras.	0
03. Calidad y Seguridad	3.7	**07. Atractivos turísticos con certificaciones en calidad o sostenibilidad**	Identificación de parques, senderos, museos u otros atractivos que cuentan con certificaciones ambientales, de accesibilidad o de servicio al cliente.	0
03. Calidad y Seguridad	3.8	**08. Inclusión del turismo en los planes de gestión del riesgo del territorio**	Incorporación del turismo como sector sensible en los planes de prevención, preparación y atención de emergencias y desastres.	0
03. Calidad y Seguridad	3.9	**09. Presencia y operación de la Policía de Turismo en el territorio**	Existencia de un cuerpo policial especializado en el acompañamiento, protección y orientación a turistas.	0
03. Calidad y Seguridad	3.10	**10. Estrategias de detección y prevención de delitos o abusos asociados al turismo**	Desarrollo de acciones para prevenir problemáticas como la trata de personas, explotación sexual comercial, consumo de sustancias, entre otros.	0
03. Calidad y Seguridad	3.11	**11. Registro y gestión de delitos o abusos asociados al turismo**	Mecanismos institucionales para la recepción, análisis y atención de incidentes que afecten a turistas o comunidades receptoras.	0
03. Calidad y Seguridad	3.12	**12. Participación en Comités Departamentales de Seguridad Turística**	Integración del municipio o distrito en instancias regionales de coordinación interinstitucional para la seguridad del sector turístico.	10
03. Calidad y Seguridad	3.13	**13. Registro y gestión de accidentes o emergencias que involucren turistas**	Existencia de protocolos y sistemas de reporte para atender eventos adversos que afecten a visitantes durante su estadía.	0
04. Infraestructura y Planta Turística	4.1	**Prestación del Servicio de Salud**	Entidades organizadas para la prestación de los servicios de salud, que tienen pueden ser de carácter público o privado.	0
04. Infraestructura y Planta Turística	4.2	**Información requerida en la plataforma**	Actividades, intervenciones y procedimientos, de promoción de la salud, prevención de la enfermedad, vigilancia en salud pública y control de factores de riesgo dirigidos a la población.	0
04. Infraestructura y Planta Turística	4.3	**Terminal de transporte terrestre**	Unidad de servicios permanentes, junto a los equipos, órganos de administración, servicios a los usuarios, a las empresas de transporte y a su parque automotor, donde se concentran las empresas autorizadas o habilitadas que cubren rutas que tienen	5

			como origen, destino o tránsito el respectivo municipio o localidad	
04. Infraestructura y Planta Turística	4.4	**Cobertura del servicio de acueducto**	El acueducto es el servicio público mediante el cual, se garantiza la captación, aducción, conducción, tratamiento y distribución de agua potable para consumo humano. Este indicador mide el porcentaje de predios con acceso al servicio de acueducto en el área urbana y rural del distrito o municipio.	8
04. Infraestructura y Planta Turística	4.5	**Cobertura del servicio de alcantarillado**	Es el servicio de recolección de residuos, principalmente líquidos por medio de tuberías y conductos, evacuando aguas residuales o de lluvia. Este indicador mide el porcentaje de predios con acceso al servicio de alcantarillado en el área urbana y rural del distrito o municipio.	2
04. Infraestructura y Planta Turística	4.6	**Cobertura del servicio de aseo**	Es el servicio de recolección de residuos sólidos de origen residencial y/o comercial. Este indicador mide el porcentaje de predios con acceso al servicio de aseo en el área urbana y rural del distrito o municipio	4
04. Infraestructura y Planta Turística	4.7	**Cobertura del servicio de energía eléctrica**	El suministro eléctrico, implica la generación, transmisión y distribución de electricidad, desde las plantas de generación hasta los consumidores finales, tales como: hogares, empresas, industria, etc. Este indicador mide el porcentaje de predios con acceso al servicio de energía eléctrica en el área urbana y rural del distrito o municipio.	9
04. Infraestructura y Planta Turística	4.8	**Cobertura del servicio de Gas Natural**	El servicio de gas natural, implica la generación, transmisión y distribución de gas, desde las plantas de generación hasta los consumidores finales, tales como: hogares, empresas, industria, etc. Este indicador mide el porcentaje de predios con acceso al servicio de gas en el área urbana y rural del distrito o municipio.	4
04. Infraestructura y Planta Turística	4.9	**Sistema Financiero**	Conjunto de instituciones, entidades bancarias, cajeros electrónicos y corresponsables bancarios cuyo propósito es atender las necesidades financieras de las personas.	4
04. Infraestructura y Planta Turística	4.10	**Índice de penetración del servicio de internet fijo**	Mide el número de suscriptores con acceso dedicado a Internet para cada uno de municipios y distritos. Se muestra el porcentaje de penetración de Internet fijo.	
04. Infraestructura y Planta Turística	4.11	**Servicios de alojamiento y hospedaje**	Conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a	5

			treinta (30) días, con o sin alimentación y servicios básicos y / o complementarios o accesorios de alojamiento, mediante contrato de hospedaje.	
04. Infraestructura y Planta Turística	4.12	**Cobertura de los servicios de alojamiento y hospedaje**	Relación entre el número de camas en establecimientos de alojamiento y hospedaje formales (con Registro Nacional de Turismo) y en funcionamiento, frente al número de turistas que visitan el distrito o municipio.	0
04. Infraestructura y Planta Turística	4.13	**Servicios de agencias de viajes operadoras**	Servicios prestados por empresas debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a operar planes turísticos.	5
04. Infraestructura y Planta Turística	4.14	**Servicios de Guías Profesionales de Turismo**	Servicios prestadores por personas naturales, nacionales o extranjeras que prestan servicios profesionales en el área de guionaje o guianza turística, cumpliendo funciones de orientación, conducción, instrucción y asistencia al turista, viajero o pasajero durante la ejecución del servicio contratado.	10
04. Infraestructura y Planta Turística	4.15	**Servicios de establecimientos gastronómicos y bares turísticos.**	Son establecimientos de comercio, que desarrollan actividades económicas relacionadas con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para el consumo y otros servicios complementarios.	0
04. Infraestructura y Planta Turística	4.16	**Cobertura de los servicios gastronómicos**	Relación entre capacidad de los establecimientos gastronómicos que atienden la demanda de turistas en el distrito o municipio en funcionamiento, frente al número de turistas que visitan el distrito o municipio.	0
05. Formación e Innovación	5.1	**01. Implementación del programa Colegios Amigos del Turismo (CAT)**	Participación de instituciones educativas en la estrategia nacional CAT, orientada a la formación temprana en turismo, identidad territorial y cultura de la hospitalidad.	5
05. Formación e Innovación	5.2	**02. Oferta de programas de formación técnica y tecnológica relacionados con turismo**	Presencia de instituciones que ofrecen programas académicos en áreas como guianza, hotelería, operación turística o afines, con validez del Ministerio de Educación o el SENA.	0
05. Formación e Innovación	5.3	**03. Oferta de programas de pregrado profesional en turismo o áreas afines**	Acceso a programas universitarios en turismo, administración hotelera, desarrollo turístico sostenible u otras disciplinas directamente relacionadas.	0
05. Formación e Innovación	5.4	**04. Estrategias de fortalecimiento del bilingüismo para el sector turismo**	Implementación de programas o iniciativas que mejoran las competencias en lenguas extranjeras, especialmente inglés, entre actores turísticos y población local.	0

05. Formación e Innovación	5.5	**Plan de capacitación en turismo u otras temáticas directamente relacionadas con el sector.**	Desarrollo de planes o programas para la generación y fortalecimiento de capacidades de los actores de la cadena del sector turístico.	0
05. Formación e Innovación	5.6	**Programas o estrategias para el fomento de la innovación en turismo.**	La innovación en el sector turismo es el proceso de introducción de nuevas ideas, modelos de negocio, prácticas y tecnologías que permiten a la industria turística minimizar, prever y mitigar riesgos de su impacto negativo en los territorios y comunidades en el país mientras a su vez se busca maximizar los beneficios a largo plazo de esta actividad económica.	0
05. Formación e Innovación	5.7	**05.Presupuesto destinado a la innovación turística durante el cuatrienio**	Asignación de recursos financieros específicos para impulsar proyectos, herramientas o procesos innovadores aplicables al turismo.	0
05. Formación e Innovación	5.8	**Innovaciones en el funcionamiento / implementación de Sistemas de Información Turística del destino.**	Los Sistemas de Información Turística constituyen una herramienta esencial para la gestión de los destinos, ya que contribuyen a la generación de conocimiento e información fidedigna en tiempo real y oportuno sobre la oferta turística de manera holística y detallada. Estos sistemas se convierten en un instrumento para la toma de decisiones entorno al desarrollo turístico, por tal razón es importante avanzar en la implementación de estrategias de innovación y transformación digital para fortalecer los Sistemas de Información Turística Regionales.	5
05. Formación e Innovación	5.9	**06. Plan de capacitación en turismo u otras temáticas directamente relacionadas**	Existencia de un plan formal de fortalecimiento de capacidades para funcionarios públicos, prestadores turísticos y otros actores del sector.	5
06. Producto Turístico	6.1	**01. Inventario de recursos y atractivos turísticos**	Identificación, registro y caracterización de bienes naturales, culturales o mixtos que pueden ser aprovechados para el desarrollo de productos turísticos.	0
06. Producto Turístico	6.2	**02. Diseño e implementación de productos, actividades o experiencias turísticas**	Desarrollo de iniciativas turísticas estructuradas con enfoque experiencial, narrativo o temático, que respondan a los intereses del mercado y resalten los valores locales.	10

06. Producto Turístico	6.3	**03. Inclusión del destino en productos turísticos regionales o modelos de desarrollo turístico del orden regional, departamental o nacional**	Participación del municipio en rutas, corredores, redes, programas o estrategias de turismo promovidas desde instancias superiores, como gobernaciones, ministerios o agencias nacionales.	10
06. Producto Turístico	6.4	**04. Vinculación de actores locales en el diseño de productos, experiencias y actividades turísticas**	Participación activa de comunidades, prestadores de servicios, organizaciones sociales y culturales en la creación y operación de las experiencias turísticas.	10
07. Promocion y comercialización	7.1	**01. Plan de mercadeo y promoción turística del destino**	Documento estratégico que orienta las acciones de mercadeo y promoción del municipio o distrito.	0
07. Promocion y comercialización	7.2	**02. Presupuesto destinado a la promoción y comercialización turística en el cuatrienio**	Recursos asignados para posicionar el destino mediante campañas, participación en eventos, producción de contenidos, entre otros.	0
07. Promocion y comercialización	7.3	**03. Vinculación del municipio o distrito en campañas de promoción turística**	Participación activa en campañas promovidas por entidades regionales o nacionales, como Fontur, ProColombia o gobernaciones.	0
07. Promocion y comercialización	7.4	**04. Participación en ferias de turismo**	Asistencia del municipio o distrito a ferias nacionales o internacionales como estrategia de promoción y posicionamiento.	0
07. Promocion y comercialización	7.5	**05. Permanencia de la marca de promoción turística del destino**	Existencia y continuidad de una marca turística reconocible, utilizada en piezas promocionales, eventos y plataformas digitales.	0

DEMANDA

EJE		INDICADOR	DESCRIPCIÓN	LINEA BASE
08. Demanda Nacional	8.1	**01. Índice de crecimiento promedio en el ingreso de visitantes nacionales**	Indicador que refleja el aumento o disminución del flujo de turistas nacionales al destino durante un periodo determinado.	8
08. Demanda Nacional	8.2	**02. Procedencia de los visitantes nacionales**	Información desagregada sobre los departamentos o ciudades de origen de los turistas nacionales que visitan el destino.	10
08. Demanda Nacional	8.3	**03. Conectividad aérea nacional**	Existencia y frecuencia de rutas aéreas que faciliten el acceso al destino desde otras regiones del país.	1
08. Demanda Nacional	8.4	**04. Conectividad terrestre nacional**	Acceso al destino a través de vías principales, terminales de transporte terrestre, rutas intermunicipales y regionales.	8

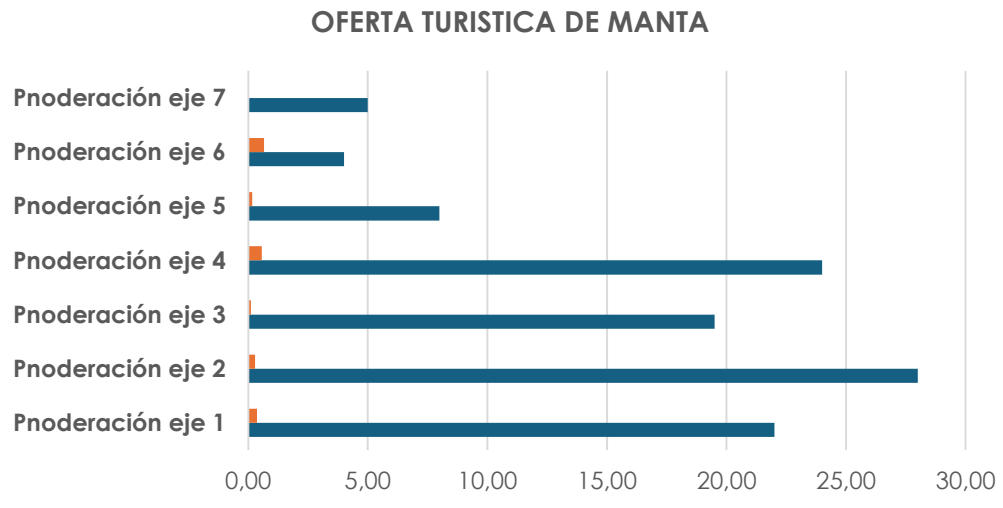
09. Demenda Internacional	9.1	**01. Índice de crecimiento promedio en el ingreso de visitantes no residentes**	Variación porcentual promedio anual del número de turistas internacionales que ingresan al destino.	8
09. Demenda Internacional	9.2	**02. Comportamiento en la llegada de visitantes no residentes frente al comportamiento nacional**	Comparación entre el flujo de turistas internacionales hacia el destino y las tendencias generales de llegada de no residentes al país.	0
09. Demenda Internacional	9.3	**03. Procedencia de los visitantes internacionales**	Origen geográfico de los turistas internacionales (países o regiones emisoras predominantes).	10
09. Demenda Internacional	9.4	**04. Conectividad aérea internacional**	Oferta de rutas y frecuencias de vuelos internacionales que conectan directamente al destino o a aeropuertos cercanos con otros países.	1
10. Gasto Turístico	10.1	**01. Gasto per cápita promedio diario del turista nacional en el distrito o municipio**	Estimación del valor promedio en pesos colombianos que gasta diariamente un visitante nacional durante su estadía.	0
10. Gasto Turístico	10.2	**02. Gasto per cápita promedio diario del turista internacional en el distrito o municipio**	Estimación del valor promedio en dólares o pesos colombianos que gasta diariamente un visitante no residente en el destino.	0
11. Ocupación Hotelera	11.1	**01. Comportamiento de la ocupación hotelera del distrito o municipio frente al comportamiento nacional**	Análisis comparativo del porcentaje de ocupación hotelera local en relación con la media nacional, para identificar tendencias y variaciones en la demanda.	0
11. Ocupación Hotelera	11.2	**02. Índice de crecimiento promedio de ocupación hotelera en el destino**	Medición del crecimiento sostenido del porcentaje de ocupación hotelera en el tiempo, expresado como promedio anual o interanual.	0
122. Pernoctación	12.1	**01. Comportamiento de la pernoctación en el distrito o municipio frente al comportamiento nacional**	Comparación del promedio de noches que los turistas permanecen en el destino local en relación con el promedio nacional, lo cual permite evaluar la capacidad de retención del destino.	0
12. Satisfacción del turista	13.1	**01. Satisfacción de los turistas**	Evaluación del grado de satisfacción general de los turistas que visitan el distrito o municipio, basada en encuestas o estudios de opinión para identificar fortalezas y áreas de mejora en la experiencia turística.	0
14. Presencia Digital	14.1	**01. Presencia digital mundial del distrito o municipio en la plataforma Google Trends**	Medición del interés y volumen de búsqueda globales relacionados con el destino turístico en Google Trends, para evaluar su visibilidad a nivel internacional.	5

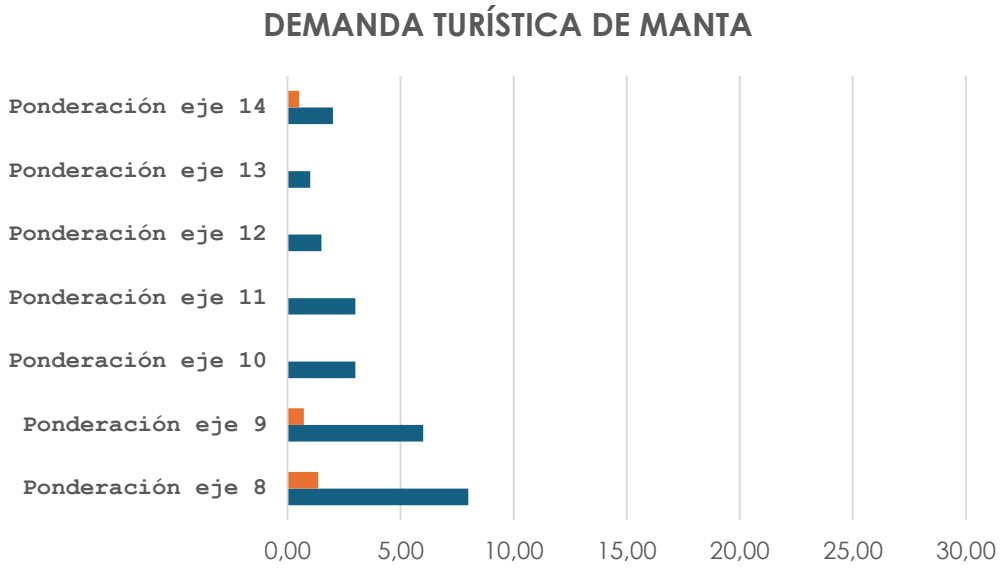
14. Presencia Digital	14.2	**02. Presencia digital nacional del distrito o municipio en la plataforma Google Trends**	Medición del interés y volumen de búsqueda a nivel nacional en Google Trends, que indica la notoriedad del destino dentro del país.	5

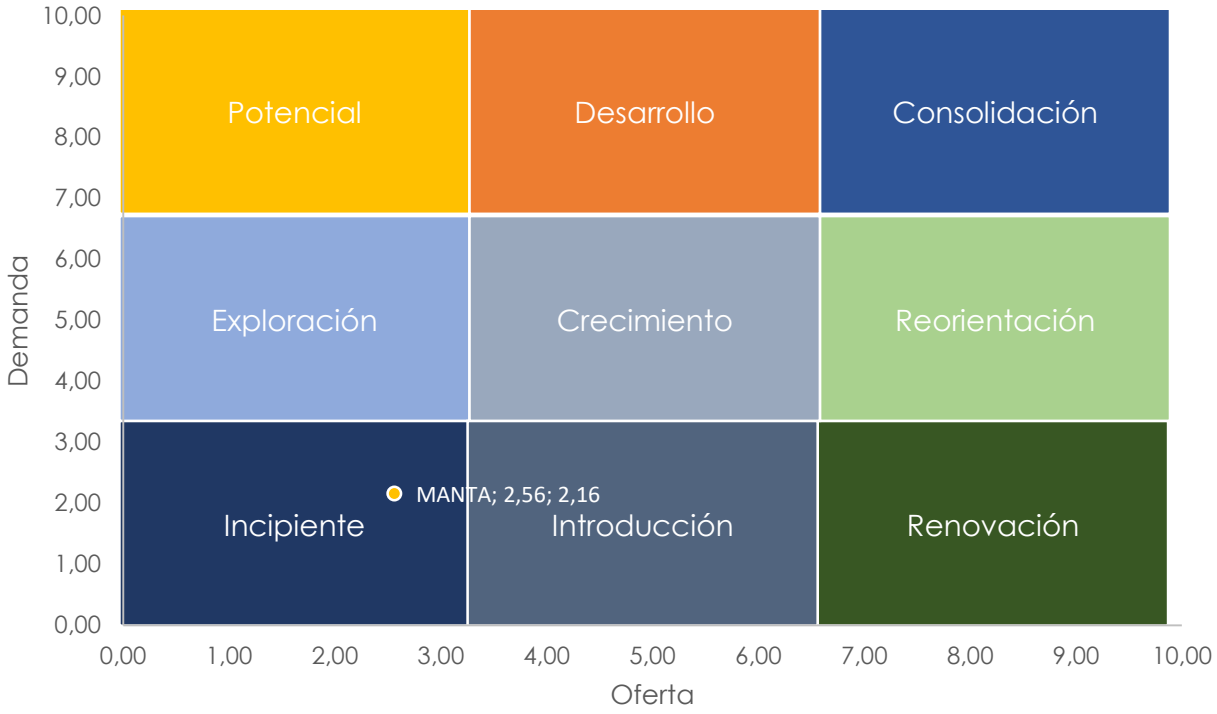
OFERTA		
Ponderación eje 1	**22,00**	**0,36**
Ponderación eje 2	**28,00**	**0,29**
Ponderación eje 3	**19,50**	**0,12**
Ponderación eje 4	**24,00**	**0,56**
Ponderación eje 5	**8,00**	**0,17**
Ponderación eje 6	**4,00**	**0,67**
Ponderación eje 7	**5,00**	**0,00**
Total Oferta		**2,16**

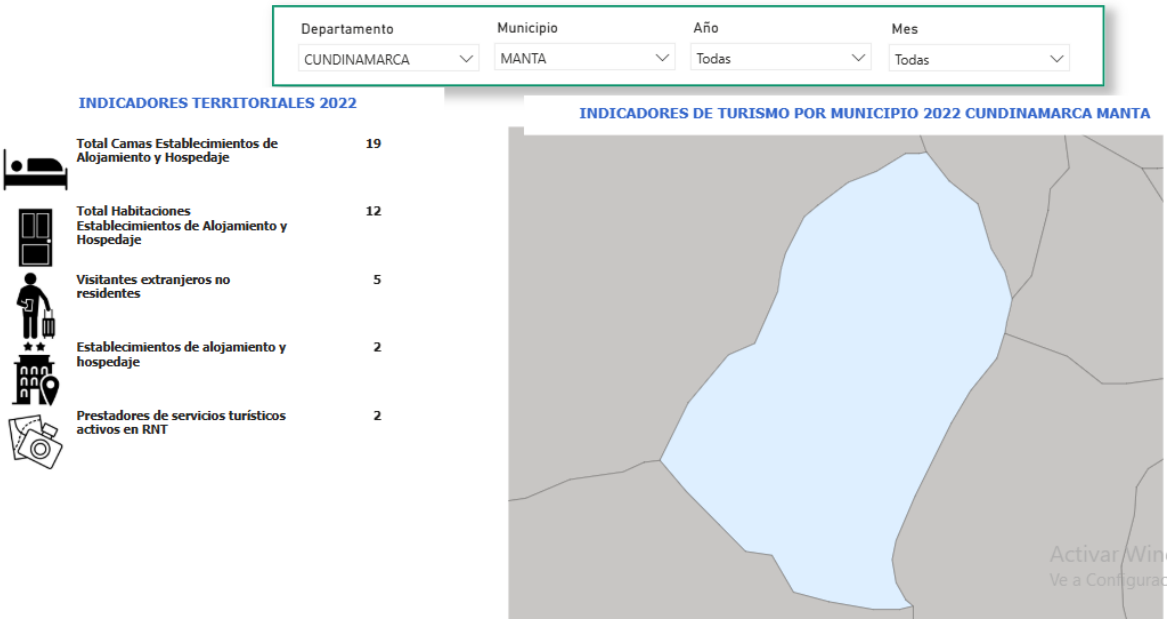
DEMANDA

DEMANDA		
Ponderación eje 8	8,00	1,35
Ponderación eje 9	6,00	0,71
Ponderación eje 10	3,00	0,00
Ponderación eje 11	3,00	0,00
Ponderación eje 12	1,50	0,00
Ponderación eje 13	1,00	0,00
Ponderación eje 14	2,00	0,50
Total Demanda		**2,56**




DEMANDA TURÍSTICA DE MANTA
Ponderación eje 14
Ponderación eje 13
Ponderación eje 12
Ponderación eje 11
Ponderación eje 10
Ponderación eje 9
Ponderación eje 8
0,00
5,00
10,00
15,00
20,00
25,00
30,00


Potencial
Desarrollo
Consolidación
Exploración
Crecimiento
Reorientación
Incipiente
Introducción
Renovación
MANTA; 2,56; 2,16
Demanda
Oferta
0,00
1,00
2,00
3,00
4,00
5,00
6,00
7,00
8,00
9,00
10,00


Departamento
CUNDINAMARCA
Municipio
MANTA
Año
Todas
Mes
Todas
INDICADORES TERRITORIALES 2022
Total Camas Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje
19
Total Habitaciones Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje
12
Visitantes extranjeros no residentes
5
Establecimientos de alojamiento y hospedaje
2
Prestadores de servicios turísticos activos en RNT
2
INDICADORES DE TURISMO POR MUNICIPIO 2022 CUNDINAMARCA MANTA