

Análisis de los procesos de desarrollo turístico en el municipio de Chía, Cundinamarca a partir
de la Metodología para la Definición del Desarrollo Turístico Territorial.

Elaborado por:

John Daveid López Parra

Jairo Alonso Martínez Manosalva

María Teresa Rodríguez González

Luz Marina Sánchez Ayala

Seminario de Investigación Especialización

Universidad EAN

Facultad de Ingeniería

Bogotá - 2024

Tabla de Contenido

| | |
|---|----|
| Resumen: | 4 |
| Abstract | 5 |
| 1. Descripción del problema | 8 |
| 2. Objetivos | 10 |
| 2.1. Objetivo general. | 10 |
| 2.2. Objetivos específicos. | 10 |
| 3. Marco Teórico sobre caracterizar los procesos de desarrollo turístico en el municipio de Chía | 11 |
| 4. Diseño Metodológico para la caracterización del Municipio de Chía | 16 |
| 4.1. Enfoque, alcance y diseño de la investigación | 16 |
| 4.2. Análisis del sector | 22 |
| 5. Selección de métodos o instrumentos para recolección de información | 27 |
| 5.1. Grupo Oferta | 27 |
| 5.2. Grupo Demanda | 29 |
| 5.3. Resultado Final | 31 |
| 6. Técnicas de análisis de datos | 35 |
| 6.1. Grupo Oferta | 35 |
| 6.2. Grupo Demanda | 41 |
| 7. Conclusiones y Recomendaciones | 47 |
| 8. Referencias | 49 |
| Anexo 1: Indicadores, Criterios y Puntuación Oferta | 52 |
| Anexo 2: Indicadores, Criterios y Puntuación Demanda | 76 |
| ANEXO 3, resultados por Criterios Caracterización de Chía | 81 |

Lista de Ilustraciones

| | |
|---|----|
| Ilustración 1 Cuadro de metodología..... | 22 |
| Ilustración 4 Ejes del Grupo Oferta | 27 |
| Ilustración 5 Ejes del Grupo Demanda | 30 |
| Ilustración 6 Grafica de Caracterización | 34 |
| Ilustración 7 Grafica Resultado Oferta | 44 |
| Ilustración 8 Grafica Resultados Demanda..... | 44 |
| Ilustración 9 Grafica Caracterización Chía..... | 46 |

Lista de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Análisis PESTEL | 26 |
| Tabla 2 Indicadores de Oferta..... | 29 |
| Tabla 3 Indicadores de Demanda | 31 |
| Tabla 4 Ponderación Caracterización | 32 |
| Tabla 5 Clasificación de la Caracterización..... | 33 |
| Tabla 6 Resultados Caracterización Chía | 35 |

Resumen:

En respuesta al creciente desarrollo turístico de los municipios de la Sabana Norte de Cundinamarca, y como foco de esta investigación, el municipio de Chía, se desarrollará el análisis de los procesos turístico a partir de la Metodología para la definición del desarrollo turístico territorial, donde se centra en la planificación y gestión sostenible del territorio para fortalecer la competitividad turística, involucrando a actores públicos y privados en la toma de decisiones.

El Viceministerio de Turismo de Colombia ha implementado una metodología y herramienta tecnológica para que los municipios autoevalúen su desarrollo turístico, de esta forma potenciar la sostenibilidad y competitividad. A través de la identificación de limitaciones digitales, infraestructura, de promoción entre otras, se proponga un modelo de mejora que promueva un turismo inclusivo y sostenible, apoyándose en teorías de desarrollo turístico sostenible y modelos de transformación digital, garantizando un impacto socioeconómico positivo.

Palabras Claves

Grupo – Turismo - Eje- Título del indicador – Criterios - Puntaje

Abstract

In response to the growing tourism development of the municipalities of the Northern Sabana of Cundinamarca, and as the focus of this research, the municipality of Chía, the analysis of tourism processes will be developed based on the Methodology for the definition of territorial tourism development, where it focuses on the sustainable planning and management of the territory to strengthen tourism competitiveness, involving public and private actors in decision-making.

The Vice Ministry of Tourism of Colombia has implemented a methodology and technological tool for municipalities to self-evaluate their tourism development, thus enhancing sustainability and competitiveness. Through the identification of digital limitations, infrastructure, promotion, among others, an improvement model is proposed that promotes inclusive and sustainable tourism, based on theories of sustainable tourism development and digital transformation models, guaranteeing a positive socioeconomic impact.

Keywords

Group – Tourism – Axis – Title of the indicator – Criteria – Score

1. Planteamiento del Problema

En la actualidad, el sector turístico enfrenta desafíos significativos relacionados con la sostenibilidad y el desarrollo estratégico de los destinos. Sin embargo, se ha identificado una oportunidad de mejora significativa en la metodología utilizada por los municipios de la Provincia de Sabana Centro del Departamento de Cundinamarca en Colombia. (Organización Mundial Del Turismo, 2020). A medida que la sociedad progresa, el sector turístico, al igual que otros muchos sectores, necesita transformarse para convertirse en un catalizador de la prosperidad a escala universal, sin embargo los municipios de la Provincia de Sabana Centro se encuentran sin una implementación de la Metodología (Organización Mundial Del Turismo, 2020) para la definición de desarrollo turístico Territorial causando la falta de planificación, infraestructura y promoción en el plan de desarrollo turístico limitando severamente las oportunidades de negocio para las empresas locales y reduce el potencial de atracción de inversión nacional e internacional.

A pesar de que el Viceministerio de Turismo posea una metodología robusta para el desarrollo turístico territorial, se muestra la falta de implementación dentro de los municipios de la Provincia de Sabana Centro, connotando una infraestructura limitada por su capacidad para atraer inversión nacional e internacional, así como para potenciar las oportunidades de negocio en el sector turístico. Esta brecha no solo restringe el flujo de turistas para el desarrollo de la economía de los municipios, sino que también impide la promoción adecuada de los destinos y la participación efectiva de los actores locales en el mercado global del turismo. En este sentido, la integración de la Metodología para la definición de desarrollo turístico emerge como una necesidad imperante para mejorar la competitividad de los destinos, facilitar el acceso a

mercados más amplios y promover un turismo más inclusivo y sostenible. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2019)

1. Descripción del problema

El turismo es una de las principales actividades económicas en Colombia representando un 4.5% de la economía colombiana para el 2022, rebasando las cifras prepandemia del 2019 (World Travel & Tourism Council, 2023)

Asimismo, Bogotá, ocupa el primer lugar en el ranking de competitividad con 7.58 para las capitales y estando Zipaquirá en el puesto 6 con 5.43 para los municipios. Sin embargo, dentro de los municipios que se toman en cuenta para el estudio, en la región de sabana centro sólo aparecen Sopó, Nemocón y Zipaquirá (Centro de Pensamiento Turístico de Colombia, 2023), lo cual es un indicador de poco desarrollo turístico para los demás municipios de sabana centro, tales como Chía, Cajicá, Tenjo y Tocancipá.

A Través del estudio de COLTELCO, (Centro de Pensamiento Turístico de Colombia, 2023) se puede inferir que las principales causas para lograr un mejor desarrollo turístico en los municipios colombianos están relacionadas al fortalecimiento de los criterios culturales (patrimonio cultural, productos turísticos culturales, festividades y eventos tradicionales, entre otros) y empresariales (convenio de cooperación público privado, ejecución de proyectos turísticos de alianza público-privado, infraestructura hotelera y gastronómica); lo cual limita el crecimiento continuo en la oferta y competitividad turística de los municipios de sabana centro para atraer mayor cantidad de turistas nacionales e internacionales, por lo cual, es de suma importancia implementar dentro de los municipios de sabana centro proyectos de criterio cultural y empresarial tales como el posicionamiento de los productos gastronómicos y el fomento de convenios de cooperación público privado en el sector turismo.

Con base en la información de la descripción del problema se formula la siguiente pregunta de investigación: *¿Cómo se pueden caracterizar los procesos de desarrollo turístico en el municipio de Chía utilizando la metodología de definición del nivel de desarrollo turístico territorial?*

2. Objetivos

2.1.Objetivo general.

Caracterizar los procesos de desarrollo turístico en el municipio de Chía a partir de la metodología de la definición del nivel de desarrollo turístico territorial.

2.2.Objetivos específicos.

- Conocer y entender la metodología para la definición del nivel de desarrollo turístico territorial.
- Aplicar la metodología para la definición del nivel de desarrollo turístico territorial, en el municipio de Chía Cundinamarca.
- Caracterizar del nivel de desarrollo turístico territorial, en el municipio de Chía Cundinamarca.

3. Caracterización de los procesos de desarrollo turístico en el municipio de Chía

El Turismo

El turismo se trata de la actividad en la que las personas viajan y se quedan en lugares distintos a su entorno habitual, estos desplazamientos suelen ser por periodos de tiempo cortos hasta periodos de menos de un año (Organización Mundial Del Turismo, 2020) buscando principalmente disfrutar de su tiempo libre, divertirse y descansar, sin buscar ganar dinero en el lugar que visitan. Este movimiento de personas lleva consigo el uso de diferentes servicios y productos que tienen que ver con el término turismo, y esto crea conexiones importantes entre las áreas económicas, culturales, conservación de la naturaleza y la historia del lugar donde llegan. Estas conexiones son clave para cumplir con lo que los turistas esperan y necesitan, y ayudan al crecimiento completo de la actividad turística.

Clasificación

Del mismo modo, (Guerrero González y Ramos Mendoza, J. R., 2015) plantea las Formas de turismo: Turismo interno: Se refiere a los viajes realizados por visitantes residentes dentro de su propio país. Turismo receptor: Implica a los visitantes no residentes que viajan y permanecen en un país diferente al de su residencia habitual. Turismo emisor: Consiste en los viajes de residentes que salen de su país de residencia hacia otro territorio. También se mencionan los tipos de turismo, (Guerrero González y Ramos Mendoza, J. R., 2015) Tipos básicos de turismo (que son la combinación de las formas de turismo anteriores): Turismo interior: Incluye tanto el turismo interno (viajes dentro del país por parte de residentes) como el turismo receptor (visitantes no residentes que viajan dentro del país). Turismo nacional: Combina el turismo interno (residentes

viajando dentro del país) con el turismo emisor (residentes viajando al exterior). Turismo internacional: Engloba al turismo receptor (no residentes que vienen al país) y al turismo emisor (residentes que viajan fuera del país). (Guerrero González y Ramos Mendoza, J. R., 2015) Estas clasificaciones permiten a las entidades como la Organización Mundial de Turismo y otros organismos nacionales e internacionales recolectar datos, realizar análisis estadísticos y uniformar criterios para una mejor comprensión y gestión del turismo. (Organización Mundial Del Turismo, 2020).

Nivel de turismo en el Municipio

En la investigación que se hace sobre cómo se está desarrollando el turismo en Chía, Cundinamarca, es muy importante resaltar cómo el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia sugiere como hacerlo. Ofrecen una Metodología de nivel de desarrollo Turístico Territorial el cual “permite un diagnóstico autónomo desde los gobiernos locales, generando consciencia frente al nivel de desarrollo turístico territorial, de acuerdo a 80 criterios relacionados con componentes de gestión del destino, sostenibilidad, infraestructura, planta turística, formación y capacitación, producto turístico, promoción y comercialización, demanda nacional e internacional, gasto promedio, ocupación hotelera, pernoctación, presencia digital y satisfacción de los viajeros” (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2019) indica el cómo se deben combinar y manejar los recursos turísticos del lugar, a través de un diagnóstico de la ciudad con el fin de crear un plan de trabajo para fortalecer sus puntos fuertes y mejorar sus oportunidades.

Caracterización del Municipio

La Metodología para definir el nivel de desarrollo turístico cuenta con 5 etapas; En la primera etapa se encuentra el ejercicio de autodiagnóstico, en el cual deben identificar su nivel de desarrollo turístico evaluando 80 indicadores en una calificación de 1 a 10, donde 1 es bajo y 10 es alto. Estos indicadores se dividen en 7 ejes de oferta y 7 ejes de demanda, En la oferta se ubica: “(1) Gestión de destinos, (2) Sostenibilidad, (3) Infraestructura, (4) Planta turística, (5) Formación y capacitación, (6) Producto turístico y (7) Promoción y comercialización. En demanda se ubica: (1) Demanda nacional, (2) Demanda internacional, (3) Gasto promedio, (4) Ocupación hotelera, (5) Promedio de pernoctación, (6) Presencia digital, (7) Satisfacción de los viajeros.” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021) Con el resultado de este estudio se genera los datos finales de Oferta vs Demanda, esta información se grafica en un Eje horizontal Oferta y eje vertical demanda, que identifica en la gráfica un espacio de 9 casillas, el cual, teniendo en cuenta la ponderación de la etapa 1 diagnostica el nivel de Turismo del Municipio en: Incipiente – Introducción- Renovación – Exploración – Crecimiento – Reorientación – Potencial – Desarrollo – Consolidación. Esta definición se llama la caracterización del municipio a nivel turístico.

Seguimiento de la Caracterización

Las otras etapas en este proceso son: Etapa dos, llamada Análisis de resultados y Verificación, el Viceministerio de turismo revisará los resultados, de los cuales pedirá evidencia de lo indicado en la etapa anterior. En la etapa 3, llamada Estructuración del plan de trabajo y socialización, se debe presentar un plan de trabajo con objetivos para mejorar o mantener su caracterización. Etapa 4. Ejecución, en esta etapa el municipio debe facilitar las herramientas para cumplir con el plan de trabajo. Etapa 5 Evaluación. El cual consiste en validar el cumplimiento del

plan de trabajo y realizar un nuevo diagnóstico para caracterizar al municipio y ver el avance en el mismo. Estos pasos son parte de aumentar el turismo a nivel nacional y generar un país con desarrollo en el sector.

El fin de caracterizar un municipio

El beneficio de realizar esta caracterización a los municipios es aumentar los niveles de empleo, seguridad, innovación y desarrollo tecnológico, formalización de empleo y creación de empresa, capacitación al municipio de manejo turístico, desarrollo de infraestructura y crecimiento económico. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2019) Para el caso de estudio el municipio de Chía en sabana centro, lo importante de una caracterización sería lograr aumentar la promoción turística para los servicios y productos ofrecidos en la ciudad, además de desarrollar un plan de trabajo que soporte la planeación y la forma adecuada de atraer visitantes, buscando que no solo sean atractivas para los turistas, sino que también permitan en el lugar que los recibe, cuidando al mismo tiempo la cultura y el medio ambiente.

El Municipio de Chía

Actualmente el municipio de Chía, “cuenta con la problemática en deficiencia de producto turístico, ya que no cuenta con un producto turístico definido que identifique y describa su cultura y que a su vez muestre el potencial de la región” (Alcaldía de Chía, 2020) Esto se debe a la inexistencia de la metodología para la definición del nivel de desarrollo turístico territorial para el cual es de importancia implementar y ejecutar la (Gestor Normativo Gov.co, 2024) dispone en su

“Artículo 6. Dirección de Estrategia Turística. La Dirección de Estrategia Turística tendrá a su cargo la elaboración del proyecto del plan sectorial de turismo y la asistencia técnica a las entidades territoriales en materia de planificación turística.”, por medio de esta ley se pretende que todas las regiones del país obtengan apoyo a través de asistencia técnica a las entidades territoriales para la elaboración de sus planes sectoriales de turismo, elaborar planes de ordenamiento territorial que apoyen la competitividad de los recursos turísticos, identificar las necesidades de inversión y proponer las mismas con entidades por medio de proyectos que impulsen el turismo entrelazado con otras dependencias como: el deporte, artesanías, ecoturismo, agroturismo, ganaturismo, generando un gran impacto en la sociedad y así se implementarían desde el conocimiento de la caracterización del municipio para identificar los puntos a potencializar dentro de sus sistemas hídricos, ecológicos, patrimoniales, culturales entre otros, es por esto que el actual alcalde Leonardo Donoso” tiene la responsabilidad y oportunidad de “darle vida a un turismo inteligente por medio de diversas estrategias para lograr incrementar las expectativas de los turistas, consiguiendo que su estadía no sea pasajera y se convierta en frecuencia. En otras palabras, el uso adecuado del territorio por tierra y aire. Una transformación eco digital, generando beneficios a los diferentes actores del turismo”. (Santacruz, 2024)

El plan de gobierno de Chía 2024 a 2026, propone crear un Instituto de Cultura y Turismo para “fortalecer, proteger, conservar, rehabilitar y divulgar el Patrimonio Cultural del Municipio, En cuanto a turismo, el reto será buscar el desarrollo de estrategias de promoción de ciudad a propios y extranjeros” Programa de Gobierno Chía. (2024-2027. Finalmente, Chía apuesta a un crecimiento de turismo para los futuros años. (Programa de Gobierno Chía, 2024-2027).

4. Diseño Metodológico para la caracterización del Municipio de Chía

4.1. Enfoque, alcance y diseño de la investigación

En la fase inicial de este proyecto, se adoptó una estrategia que combina un estudio descriptivo con investigaciones documentales detalladas. La recolección de datos implicó una exploración y análisis exhaustivo de una amplia gama de materiales públicos, que incluyen investigaciones previas y textos académicos registrados en bases de datos, utilizando principalmente fuentes secundarias. Estas fuentes resultaron vitales para compilar la información esencial, facilitando así la construcción del esqueleto inicial de nuestro análisis.

Armados con información meticulosamente recabada, fue posible identificar el núcleo del estudio. Este avance nos condujo a un análisis detallado de los datos y a la implementación de la metodología de planificación turística recomendada por (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021). Esta metodología se aplicó siguiendo rigurosamente los procedimientos delineados, los cuales se describirán más adelante, configurando así el marco metodológico de nuestra investigación.

Para profundizar en las estrategias de planificación turística del municipio de Chía, Cundinamarca, se adoptó un enfoque metodológico cualitativo y descriptivo. Esta aproximación busca una comprensión holística de las dinámicas y características del turismo local, con el objetivo de proporcionar una base sólida para interpretaciones y recomendaciones pertinentes. La metodología se enfoca en obtener una visión integral de la situación actual y en identificar oportunidades para un desarrollo sostenible, proyectando acciones futuras que contribuyan al avance del sector turístico en Chía.

La metodología aplicada fue de carácter descriptivo, fundamentada en un examen minucioso de datos e información del municipio de Chía. (Bernal, 2010) reconoce la capacidad de la investigación descriptiva para identificar las características esenciales del tema y realizar un recuento detallado de sus componentes. (Salkind, 1999) señala que una revisión documental profunda es fundamental en la estrategia. Esta revisión permite sintetizar la información mediante una matriz PESTEL, que ofrece un análisis sistemático y estructurado del entorno macroeconómico que influye en el turismo local. La matriz PESTEL se presenta como un instrumento clave para analizar las influencias políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ecológicas y legales del turismo en Chía, facilitando la identificación de factores clave para potenciar su desarrollo.

Cuadro de metodología investigación:

| OBJETIVO | METODOLOGÍA | | | |
|---|-------------|-------------|---|---|
| | ENFOQUE | TIPOS | TÉCNICAS | INSTRUMENTOS |
| Llevar a cabo un análisis detallado de los documentos relacionados con las estrategias de planificación para determinar el nivel actual de progreso del turismo en el municipio de Chía, Cundinamarca | Cualitativo | Descriptiva | Revisión minuciosa de documentos relevantes con el objetivo de evaluar las características y condiciones actuales del área geográfica en cuestión | Se analizarán documentos oficiales para crear una matriz de: PESTEL herramienta de análisis estratégico del entorno macroeconómico: Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico (o Ambiental), y Legal. |

| | | | | |
|--|--------------------|--------------------|---|---|
| <p>Se llevará a cabo una evaluación detallada del turismo en el área de Chía, con el fin de establecer la situación presente del lugar como destino turístico.</p> | <p>Cualitativo</p> | <p>Descriptiva</p> | <p>Se efectuará una autoevaluación exhaustiva del área geográfica de interés, empleando un método que permita identificar de manera autónoma las características, recursos y retos presentes en el territorio. Esta autoevaluación tendrá como fin proporcionar un panorama integral que refleje las condiciones actuales y sirva de base para futuras acciones de mejora y desarrollo.</p> | <p>Metodología Viceministerio Turismo</p> |
| <p>Se formularán directrices detalladas para la planificación en el sector turístico, diseñadas específicamente para contribuir al progreso y mejoramiento del turismo en la región de Chía. Estas pautas estarán orientadas a optimizar los recursos turísticos del municipio, mejorar la experiencia de los visitantes y fomentar un crecimiento</p> | <p>Cualitativo</p> | <p>Descriptiva</p> | <p>Se desarrollarán recomendaciones detalladas para la organización y gestión estratégica, con el objetivo de guiar y mejorar la estructura y el funcionamiento de proyectos y actividades específicos. Estos lineamientos</p> | <p>Documento con lineamientos Municipio de Chía</p> |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| sostenible y equitativo del turismo local. | | | serán la base para crear planes efectivos que aseguren el uso óptimo de recursos y la consecución de metas establecidas. | |
|--|--|--|--|--|

Tabla 1 Metodología de Investigación Turístico de Chía, Elaboración propia.

Continuando con esta metodología de naturaleza descriptiva y anclada en la realidad del municipio, la autoevaluación del área geográfica de interés emerge como una técnica complementaria valiosa. Esta permite adquirir un conocimiento profundo sobre las características intrínsecas, los recursos disponibles y los desafíos específicos que enfrenta el municipio. Al integrar esta autoevaluación, no solo consolida la comprensión de la estructura actual y las necesidades de Chía, sino que también se establece una base sólida para el desarrollo de estrategias que reflejen las condiciones reales del territorio. Así, se realiza un enfoque de mejora continua y de planificación estratégica en armonía con las dinámicas locales, asegurando que las acciones futuras se fundamenten en un entendimiento integral del contexto específico de Chía.

Por último, el desarrollo de recomendaciones para la gestión y organización estratégica del turismo local se erige como un paso crucial para garantizar la implementación efectiva de las acciones propuestas. Estas recomendaciones, alineadas con las directrices formuladas y respaldadas por un análisis detallado del entorno y las condiciones locales, se convertirán en la

guía para el diseño e implementación de proyectos turísticos que no solo atiendan a las necesidades actuales, sino que también anticipen y se preparen para los retos futuros.

Para poder hacer una caracterización del municipio de Chía, El Viceministerio de Turismo ofrece a los municipios colombianos una nueva metodología y herramienta digital para evaluar y mejorar su turismo. Esta herramienta analiza 80 indicadores en 14 áreas clave para promover un turismo integral y sostenible, donde se deben seguir los pasos que se han identificado en la Metodología, (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2019) dando una visión resumida de la misma tenemos estos cinco ejes a desarrollar por la entidad territorial o municipio:

- 1. El desarrollo de una metodología** busca facilitar la planificación turística a nivel nacional, y para este caso en el municipio de Chía. El enfoque tiene como objetivo proporcionar una herramienta analítica que sea fundamental en el proceso de toma de decisiones, fundamentada en el examen detallado de indicadores clave y la implementación de inversiones estratégicas.
- 2. El desarrollo de Indicadores y Criterios de Evaluación**, con el fin de llevar a cabo un análisis comprensivo y multifacético del desarrollo turístico en el municipio de Chía, la metodología estableció, 14 ejes temáticos. Cada eje posee un conjunto de indicadores y criterios de evaluación específicos. Para asignar un valor cuantitativo a estos indicadores, se ha desarrollado un sistema de puntuación que refleja sus características distintivas y su importancia dentro del espectro del desarrollo turístico.
- 3. El Mecanismo de Autoevaluación y Ponderación**, la metodología propone un mecanismo de autoevaluación que permite a cada distrito y municipio autoexaminar y

ponderar sus capacidades y logros, basándose en los indicadores o 14 ejes temáticos. Este proceso de autocritica culmina en la asignación de una posición dentro de una de las nueve fases de desarrollo turístico establecidas por la metodología. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2019)

- 4. Significado y Aplicación de la Metodología,** Es crucial destacar en metodología que su principal ingreso de datos es utilizar un instrumento de autodiagnóstico diseñado para determinar el nivel de desarrollo turístico actual de un distrito o municipio. Aplicando la Autoevaluación, se pueden identificar las necesidades y desafíos más apremiantes para impulsar un desarrollo sostenible y competitivo de la actividad turística.
- 5. Consideraciones Finales,** Esta metodología no busca determinar un ranking ni comparar los municipios o territorios. Por el contrario, su intención es brindar a cada entidad territorial las herramientas para reconocer sus propias fortalezas y áreas de oportunidad, permitiendo un enfoque personalizado y centrado en la mejora continua y la optimización de recursos.

En la ilustración 1, se observa las cinco etapas de metodología, (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2019), de manera resumida para poder encaminar la metodología del presente documento.



Ilustración 1 Cuadro de metodología

Elaboración propia, resumen Metodología documento Sánchez Nieto Minturismo, (2021.)

4.2. Análisis del sector

El turismo ha desempeñado un papel esencial en la construcción de la imagen de Colombia a nivel internacional. La promoción de este sector como un motor clave de la economía busca atraer a potenciales visitantes comunicando los atractivos y características distintivas que hacen de Colombia un destino turístico único. Al permitir a los turistas experimentar el destino de manera directa, se espera que transmitan sus experiencias a otros, aumentando así el flujo de viajeros, especialmente a través de la influencia de Internet.

Siendo el turismo un sector económico compuesto por varios subsectores (Morales, 2020) turismo cultural y patrimonial, gastronómico, naturaleza y ecoturismo, aventura, salud y bienestar, religioso, negocio y convenciones, cruceros, y su significativa contribución a la economía, radica en su capacidad para impulsar el desarrollo y crecimiento económico de los países por ello en Colombia el turismo genera divisas para la economía receptora, que pueden utilizarse para adquirir bienes de capital y financiar las reservas de divisas del país, logrando generar un impacto de incremento en el sector económico, además, subraya su papel en la búsqueda del desarrollo sostenible, mediante la participación de los prestadores turísticos y la comunidad local.

Colombia cada año realiza un evento de gran importancia para el sector turístico, en el cual las empresas prestadoras de servicios y los 32 departamentos muestran sus potenciales con respecto a sus atractivos turísticos, su producto a ofertar para sus consumidores, las exhibiciones muestran el mercado que posee cada uno de sus municipios.

El municipio de Chía, en la vitrina de ANATO, dio promoción a sus atractivos turísticos como: Castillo Marroquín, Resguardo indígena, Puente del común, Tren de la Sabana, Santuario de la Valvanera, Parque Santander, La montaña del Oso, Piedra del Indio; también denotaron sus aspectos gastronómicos y hoteleros, su seguridad para brindar un incremento en su economía por sus operadores dentro del territorio. (Vitrina Turística de Anato, 2024).

Análisis PESTEL

Se presenta el análisis PESTEL del sector turismo en Chía, se encuentra basado en el turismo de Colombia sectorizando al municipio de Chía, está influenciado por factores económicos y sociales que van más allá de la simple promoción de destinos turísticos. La comprensión de estos factores externos y su integración en la planificación estratégica del sector son fundamentales para impulsar un crecimiento sostenible y una competitividad a largo plazo en la industria turística colombiana.

| | |
|---------------|--|
| POLÍTICO | <ul style="list-style-type: none">✓ No existe una política específica de turismo en el municipio de Chía✓ En el decreto 134 de 2022 artículo 58 se indica regulaciones urbanísticas, “garantiza la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes posteriores”. (Alcaldía Municipal de Chía, 2022)✓ En el decreto 201 de 2022 artículo 93 se indica sobre las políticas de inversión la cual se expide la norma orgánica del presupuesto general del municipio de Chía y sus entidades descentralizadas. (Alcaldía Municipal de Chía, 2022).✓ En el programa de gobierno de Chía, se tiene programas de desarrollo económico mediante la competitividad con programas de desarrollo empresarial y transferencia tecnológica y la productividad con programas de promoción de desarrollo turístico y eco producción teniendo como base las metas del desarrollo económico. (Programa de Gobierno Chía, 2024-2027) |
| SOCIOCULTURAL | <ul style="list-style-type: none">• Demografía local, incluyendo edad, género, etnia, ingresos, educación, de Chía, el registro en el Sisbén muestra que el 33% de la población está entre los 18 y 35 años y en proporciones de mujeres y hombres entre 41 y 45 años y más de 76 años las mujeres superan 15 puntos porcentuales de la de los hombres. (Alcaldía Municipal de Chía, 2015).• Tendencias de consumo y comportamiento del consumidor en la región mediante Factores culturales y valores locales que pueden mostrar el reflejo de su historia desde sus raíces Muiscas hasta la influencia española, sus tendencias contemporáneas abarcando |

| | |
|-------------|--|
| | <p>gastronomía, festividades, arte y patrimonio histórico (Alcaldía Municipal de Chía, 2015).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hay puntos arqueológicos en Chía por su legado muisca, adicional a su cercanía de Bogotá tiene edificios históricos lo cual son puntos de interés en Chía. (Alcaldía Municipal de Chía, 2023). |
| ECOLÓGICO | <ul style="list-style-type: none"> • Las actividades industriales, agrícolas y urbanas en Chía afectan el turismo local, generando contaminación del aire y agua, pérdida de biodiversidad, degradación del paisaje y conflictos de uso de tierras. Estos impactos pueden disminuir la calidad de vida de los residentes y afectar la experiencia de los turistas. Es crucial una planificación y gestión ambiental adecuada para garantizar la sostenibilidad del turismo en la región. (Departamento Nacional de Planeación, 2024). • El artículo 79 de la Constitución de 1991 establece políticas ambientales para garantizar un ambiente sano, con participación comunitaria, protegiendo la diversidad y conservando áreas importantes. (Constitución Política de Colombia, 1991). • El Decreto 3570 de 2011 designa al Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible como responsable de liderar la gestión ambiental y de recursos naturales, definiendo políticas para su conservación y uso sostenible. (Políticas Públicas Ambientales, 2021) |
| ECONÓMICO | <ul style="list-style-type: none"> • En el sector económico del turismo se estima que la economía mundial crecerá un 3,0% en 2023 y un 2,9% en 2024. Si bien esta cifra es superior a las previsiones anteriores, se sitúa por debajo de la tasa de crecimiento del 3,5 % registrada en 2022. (Organización Mundial Del Turismo, 2020). • El Municipio de Chía ha experimentado un notable crecimiento socioeconómico y en varios sectores productivos, lo que se manifiesta en la expansión de sus zonas urbanas y su infraestructura vial. El turismo emerge como uno de estos sectores, beneficiándose tanto de los recursos locales como de su proximidad a Bogotá, que actúa como un importante emisor de visitantes y un centro de conexión con turistas internacionales o de otras regiones. Las iniciativas turísticas de Chía buscan fomentar un desarrollo económico sostenible y competitivo, ofreciendo empleo digno y productivo para sus habitantes. Los atractivos turísticos de la región incluyen el turismo de aventura, ciclomontañismo, naturaleza y gastronomía. (Departamento Nacional de Planeación, 2024). |
| TECNOLÓGICO | <ul style="list-style-type: none"> • Tecnologías como los sistemas de reservas en línea para limitar el número de visitantes, aplicaciones para el rastreo de contactos o sistemas de información sanitaria pueden ayudar a garantizar la |

| | |
|-------|---|
| | <p>seguridad y la salud de los turistas y residentes por igual. (AlcaldíadeChía, 2024)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aunque estas aplicaciones tecnológicas pueden ser implementadas de diversas maneras en Chía, la adopción específica y el grado de integración dependerán de las políticas locales, la inversión en infraestructura tecnológica y la iniciativa de los actores del sector turístico. (AlcaldíadeChía, 2024) |
| LEGAL | <ul style="list-style-type: none"> • La Ley 2068 de 2020 representa un paso adelante en la consolidación del turismo como uno de los ejes principales de desarrollo económico en Colombia, adaptando el sector a las tendencias globales de sostenibilidad, calidad e innovación. (LeygeneraldelTurismo, 2020) |

Tabla 1 Análisis PESTEL

5. Selección de métodos o instrumentos para recolección de información

5.1. Grupo Oferta

Este grupo se divide en 7 ejes (ver ilustración) que se ponderan de acuerdo con cada indicador, los indicadores tienen criterios para dar un puntaje según el nivel del indicado en el municipio (ver Anexo 1: Indicadores, Criterios y Puntuación) para determinar los criterios de puntaje por indicador.



Ilustración 2 Ejes del Grupo Oferta

En el grupo oferta se califican 7 ejes y estos ejes a su vez están compuesto con indicadores los cuales se califican con un ponderado, al resultado final se le divide por la cantidad de indicadores en el eje y finalmente a ese resultado se le multiplica por el valor de la ponderación que pesa en el gran grupo de oferta, con este resultado se obtiene un valor de 0 a 10. Los ejes del grupo son:

| N. | Indicador | Cantidad Criterio | Descripción. |
|----|-----------|-------------------|--------------|
|----|-----------|-------------------|--------------|

| | | | |
|---|---|----|---|
| 1 | Gestión de Destino | 10 | Es un eje que se refiere al territorio como una organización que integra y articula a todos los actores que tienen responsabilidades y compromisos en el desarrollo turístico, con quienes se realiza la coordinación de actividades para el beneficio del destino y la optimización de recursos disponibles” (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2019) |
| 2 | Aspectos asociados a la sostenibilidad turística | 13 | Es un eje que incluye la gestión responsable de los recursos naturales, la conservación del patrimonio cultural y arquitectónico, el fomento de prácticas turísticas respetuosas con el medio ambiente, la promoción del desarrollo local sostenible y la participación de la comunidad en decisiones relacionadas con el turismo. |
| 3 | Infraestructura y condiciones básicas del destino | 21 | Es un eje con elementos fundamentales para el desarrollo turístico sostenible de un municipio. Esto abarca una amplia gama de aspectos, como carreteras y transporte público eficientes que faciliten el acceso al destino, una red de alojamientos de calidad que satisfagan las necesidades de los visitantes, servicios de salud y seguridad confiables que garanticen el bienestar de los turistas, así como instalaciones de saneamiento y gestión de residuos que preserven la salud pública y el medio ambiente. |
| 4 | Planta Turística | 5 | Es un eje con componentes esencial para la atracción y retención de visitantes, ya que comprende todas las instalaciones y servicios disponibles para satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas. Esto incluye una variedad de opciones de alojamiento, restaurantes, cafeterías, bares, tiendas de souvenirs, agencias de viajes y empresas de actividades recreativas y turísticas |
| 5 | Formación y capacitación en turismo | 7 | Este eje tiene un papel crucial en el desarrollo y la profesionalización del sector turístico, ya que contribuyen a mejorar la calidad de los servicios turísticos, fortalecer la competitividad del destino y promover el crecimiento económico sostenible, abarca una amplia gama de áreas, como gestión hotelera, atención al cliente, marketing turístico, conservación del patrimonio cultural y natural, entre otras. |

| | | | |
|---|------------------------------|-----------|---|
| 6 | Producto Turístico | 5 | Es un eje que habla a la oferta integral que un destino ofrece a los visitantes, incluyendo sus recursos naturales, culturales, históricos y recreativos. Este producto no se limita únicamente a los aspectos físicos del destino, sino que también abarca servicios como alojamiento, transporte, actividades turísticas y gastronomía. |
| 7 | Promoción y comercialización | 4 | Este Eje se refieren a las estrategias y actividades destinadas a dar a conocer un destino turístico, sus atractivos, servicios y experiencias, con el objetivo de atraer visitantes y generar ingresos económicos |
| | TOTAL | 65 | Total 65 criterios (ver Anexo 1) |

Tabla 2 Indicadores de Oferta

5.2.Grupo Demanda

Este grupo se divide en 7 ejes (ver ilustración) que se ponderan de acuerdo con cada indicador, al resultado final se le divide por la cantidad de indicadores en el eje y finalmente a ese resultado se le multiplica por el valor de la ponderación que pesa en el gran grupo de demanda, con este resultado se obtiene un valor de 0 a 10. (ver Anexo 2: Indicadores, Criterios y Puntuación Demanda)



Ilustración 3 Ejes del Grupo Demanda

Los ejes del grupo son:

| N. | Indicador | Cantidad Criterio | Descripción. |
|----|-----------------------|-------------------|---|
| 1 | Demanda Nacional | 4 | Es un eje importante para el desarrollo turístico ya que genera ingresos, diversifica la economía, desarrolla la infraestructura, promueve la cultura y conservación, hay un intercambio cultural y fomenta el desarrollo comunitario |
| 2 | Demanda Internacional | 4 | Es un eje importante por el impacto que genera la demanda internacional en el turismo del municipio a caracterizar ya que como el ítem anterior genera ingresos, diversifica la economía, desarrolla la infraestructura, promueve la cultura y conservación, pero adicional permite un factor de ingreso de inversión por generación de empleo y negocios. |
| 3 | Gasto Turístico | 2 | Es un eje que hace “referencia al dinero que gasta el turista en el desarrollo de actividades asociadas al viaje” (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2019) El gasto turístico es un indicador importante para medir el impacto económico del turismo en un destino determinado. Permite evaluar la contribución del turismo a la economía local, así como identificar |

| | | | |
|--|-------------------------------------|---|---|
| | | | áreas de oportunidad para el desarrollo y la mejora de la infraestructura turística. |
| | Ocupación Hotelera | 1 | Este eje es un indicador crucial que refleja la demanda de alojamiento por parte de los visitantes. Esta métrica proporciona información valiosa sobre la salud y la vitalidad del sector turístico local, así como sobre la capacidad de un destino para atraer y retener a los turistas. |
| | Pernoctación | 1 | Es eje es un indicador fundamental para comprender el comportamiento de los turistas y la dinámica del sector turístico local. Este dato refleja el número de noches que los visitantes pasan en el destino, lo que proporciona una medida directa de la duración y la profundidad de su experiencia turística |
| | Presencia Digital | 2 | Este eje es un reflejo de su capacidad para conectarse con los ciudadanos y los visitantes a través de plataformas en línea. Esta presencia incluye el sitio web oficial del municipio, perfiles en redes sociales, aplicaciones móviles y otros canales digitales que proporcionan información relevante sobre servicios, eventos, atracciones turísticas y noticias locales. Una presencia digital sólida no solo facilita el acceso a información crucial para los residentes, como trámites administrativos y noticias municipales, sino que también puede influir en la percepción del municipio como destino turístico. |
| | Satisfacción de los Viajeros | 1 | Este eje refleja la calidad de la experiencia turística ofrecida. Este aspecto abarca diversos elementos, como la hospitalidad del personal, la limpieza y comodidad de las instalaciones, la diversidad de las actividades disponibles, la accesibilidad, la seguridad, y la autenticidad de las experiencias culturales. |

Tabla 3 Indicadores de Demanda

5.3.Resultado Final

Finalmente, la metodología nos debe indicar un valor por cada Eje de 0 a 10 donde se considera el 0 como la calificación más baja y 10 la más alta.

| Grupo | Eje | Peso | Resultado | Resultado Grupo |
|--------|---------------------|------|-----------|-----------------|
| Oferta | Gestión de destinos | 20% | 0 a 2 | 1 a 10 |

| | | | | |
|---------|---|-----|---------|--------|
| | Aspectos asociados a sostenibilidad turística | 20% | 0 a 2 | |
| | Infraestructura y condiciones básicas del destino | 15% | 0 a 1.5 | |
| | Planta turística | 15% | 0 a 1.5 | |
| | Formación y capacitación en turismo | 10% | 0 a 1 | |
| | Producto turístico | 10% | 0 a 1 | |
| | Promoción y comercialización | 10% | 0 a 1 | |
| Demanda | Demanda nacional | 20% | 0 a 2 | 1 a 10 |
| | Demanda internacional | 15% | 0 a 1.5 | |
| | Gasto Turístico | 15% | 0 a 1.5 | |
| | Ocupación hotelera | 15% | 0 a 1.5 | |
| | Pernoctación | 15% | 0 a 1.5 | |
| | Presencia digital | 10% | 0 a 1.5 | |
| | Satisfacción de los viajeros | 10% | 0 a 1.5 | |

Tabla 4 Ponderación Caracterización

Con el resultado se debe ubicar en el diagrama de la metodología según la metodología del ministerio (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2019) Donde se puede caracterizar el municipio según el criterio abajo indicado.

| | |
|--------------|--|
| INCIPIENTE | El municipio presenta importantes debilidades en elementos asociados a la oferta del destino, tampoco cuenta con flujos turísticos relevantes; sin embargo, quienes visitan el territorio pueden verse interesados por recursos poco saturados y la autenticidad de las manifestaciones patrimoniales. |
| EXPLORACIÓN | El municipio presenta importantes debilidades en elementos asociados a la oferta del destino; sin embargo, cuenta con algunos flujos turísticos que han adquirido relevancia con el paso del tiempo que se encuentran interesados en atractivos poco intervenidos |
| POTENCIAL | El municipio cuenta con importantes flujos turísticos de carácter nacional e internacional que se encuentran interesados en atractivos muy populares y poco intervenidos. La planta turística es limitada y es probable que tenga un desarrollo intuitivo, pero desorganizado o informal. |
| INTRODUCCIÓN | El municipio cuenta con una oferta turística que avanza en el proceso de gestión de destino a través de la articulación con los actores del sector; quienes entienden el potencial del destino y se han preparado para habilitar la llegada ordenada de turistas. Es posible identificar iniciativas de base comunitaria que se encuentran interesadas en poner en valor el patrimonio natural y cultural del destino. |

| | |
|---------------|---|
| CRECIMIENTO | El municipio cuenta con flujo de turistas en incremento con el tiempo gracias a los esfuerzos del destino por fortalecer los componentes que integran su oferta turística e inversiones en promoción. La planta turística se encuentra en proceso de formalización e implementación de criterios de calidad que le permitan atraer visitantes de nuevos perfiles. |
| DESARROLLO | El municipio cuenta con una oferta turística en proceso de fortalecimiento o estancada. Los actores involucrados en el desarrollo de la actividad reconocen el potencial del destino y comprenden la importancia de mejorar para ofrecer una experiencia ordenada y de calidad. Cuenta con importantes flujos turísticos de carácter nacional e internacional, sin embargo, su oferta no satisface algunas de las motivaciones de los turistas. |
| RENOVACIÓN | El municipio cuenta con un buen desarrollo de los criterios que integran la oferta turística. La planta turística es variada y tiene la capacidad para atender a un importante número de personas. Cuenta con fuerza laboral capacitada para recibir turistas nacionales e internacionales y condiciones de infraestructura óptimas. Es probable que los flujos turísticos hayan disminuido y la dinámica turística se haya desacelerado. |
| REORIENTACIÓN | El municipio cuenta con una oferta turística en un buen nivel de desarrollo, sin embargo, la llegada de visitantes se encuentra estancada y los esfuerzos para atraer nuevos turistas no tienen una respuesta extraordinaria. El destino se ve afectado por los impactos de la actividad y puede darse un fenómeno de sobreoferta, por lo que puede tener problemas para alcanzar altos niveles de ocupación, afectando el ingreso de los inversionistas |
| CONSOLIDACIÓN | El municipio cuenta con niveles destacados en el desarrollo de la oferta y recibe un importante número de turistas nacionales e internacionales que se mantiene en el tiempo. El destino identifica afectaciones por uso sobre las infraestructuras y planta turística, así como impactos que pueden perjudicar la sostenibilidad del destino. Por lo general, un importante porcentaje del municipio recibe ingresos y se beneficia casi exclusivamente del turismo. |

Tabla 5 Clasificación de la Caracterización

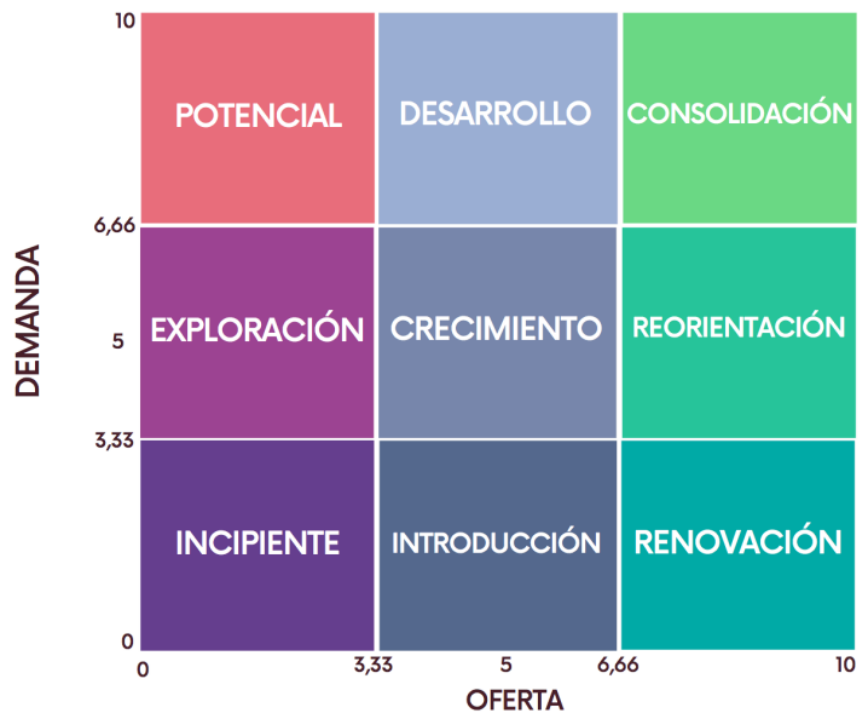


Ilustración 4 Grafica de Caracterización

6. Técnicas de análisis de datos

Se realiza el análisis de datos para la caracterización del municipio de Chía, donde se usa la metodología del Ministerio de Turismo siguiendo los pasos correspondientes, (Ver ANEXO 3, resultados por Criterios). Se presenta el resumen de cada ponderación de criterio, el cual se multiplica según el ponderado, obteniendo como resultado un valor para oferta y un valor para demanda

| Grupo | Eje | Resultado | Resultado Grupo |
|--------------|---|------------------|------------------------|
| Oferta | Gestión de destinos | 1,3 | 6,03 |
| | Aspectos asociados a sostenibilidad turística | 0,55 | |
| | Infraestructura y condiciones básicas del destino | 1,14 | |
| | Planta turística | 1,5 | |
| | Formación y capacitación en turismo | 0,43 | |
| | Producto turístico | 0,56 | |
| | Promoción y comercialización | 0,63 | |
| Demanda | Demanda nacional | 1,5 | 3,22 |
| | Demanda internacional | 1,43 | |
| | Gasto Turístico | 0 | |
| | Ocupación hotelera | 0 | |
| | Pernoctación | 0,3 | |
| | Presencia digital | 0 | |
| | Satisfacción de los viajeros | 0 | |

Tabla 6 Resultados Caracterización Chía

Basado en la aplicación realizada por medio de la metodología para el municipio de Chía se explica los resultados de cada grupo.

6.1.Grupo Oferta

6.1.1. Eje Gestión de destinos

Obtiene un porcentaje de 1,3. Según la siguiente evaluación del Plan de desarrollo municipal de Chía, (Alcaldía de Chía, 2024). Donde se identifica que tiene oportunidades de mejora ya que no tiene un plan definido de turismo, se identifica que cuenta con una oficina de turismo en el plan de desarrollo, acerca del presupuesto dedicado al turismo, si bien tiene algunas acciones definidas no son claras y objetivas. No cuenta con un consejo o municipal de turismo según el Plan de desarrollo. Chía participa en el clúster de turismo (Alcaldía de Chía, 2024). Lo cual le permite dar visibilidad, en sabana Centro, pero se evidencia una oportunidad para articular los planes con empresas privadas. Por último, se destaca la importancia de la posición del municipio en el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia ICTRC. (Centro de Pensamiento Turístico de Colombia.2024)

6.1.2. Eje Aspectos Asociados a Sostenibilidad Turística

Obtiene un porcentaje de 0.55. debido a que en 6 criterios se calificaron con 0 puntos, ya que el municipio de Chía no cuenta en su Plan de desarrollo municipal de Chía, (Alcaldía de Chía, 2024). Información sobre el control de explotación sexual, tráfico de flora o fauna, programas de conservación ambiental o pasos para certificar empresas a nivel ambiental, adicional no cuenta con un indicador del turismo en la participación del Producto Interno Bruto PIB de Chía. (Plan Económico para la Competitividad de Chía. 2021). Se evidencia un avance en factores como identificación de salarios en turismo, obstáculos económicos en el acceso a actividades turísticas.

6.1.3. Eje Infraestructura Turística

Obtiene un porcentaje de 1.1. Este eje tiene 21 indicadores de los cuales debido a que 13 indicadores se les calificó con la más alta calificación ya que en su Plan de desarrollo municipal de Chía, (Alcaldía de Chía, 2024). Se evidencia una política de turismo, de seguridad, de salud, sanciones, departamento de tránsito, adicional cuenta con cobertura de servicios públicos. Adicional al buscar el departamento de Chía en Google se evidencia infraestructura en vías, bomberos y policía propia. Se han calificado 3 criterios con la puntuación baja ya que no se encontró información sobre Chía para control de actos terroristas, Homicidio y accidentes con turistas. También se identifica un puntaje medio e infraestructura de aeropuertos ya que Chía cuenta con el aeropuerto Guaymaral (Aeropuerto de Guaymaral, 2024).

6.1.4. Eje Planta Turística

Obtiene un porcentaje de 1.5. El cual representa el puntaje máximo para este eje, ya que al buscar Turismo en Google se identifica que Chía tiene hoteles, agencia de viajes, guías de turismo, guía o restaurantes gastronómicos, y servicio de buses intermunicipales para llegar al Municipio. (Booking, 2024)

6.1.5. Eje Formación y capacitación en turismo

Obtiene un porcentaje de 0.43. dentro del resultados por Criterios Caracterización de Chía, en el eje formación y capacitación partiendo de los resultados obtenidos de la siguiente manera. (Plan Institucional de Capacitación 2022, Ramírez, 2022)

Los "Colegios Amigos del Turismo" han implementado programas integrales para fomentar la comprensión y apoyo al turismo, incluyendo actividades prácticas y asociaciones con empresas, resaltando la relevancia económica del turismo.

Los programas de pregrado técnico y tecnológico ofrecen una educación de alta calidad que responde a las necesidades del turismo, dotando a los estudiantes de habilidades pertinentes al sector.

Los programas de pregrado profesional cumplen con los más altos estándares académicos, ofreciendo una formación completa y actualizada para el éxito en la industria turística.

Los programas de posgrado se destacan por su currículo avanzado, centrado en investigación y práctica, con impacto significativo en el desarrollo turístico.

Se destaca el bilingüismo en programas de pregrado técnico, tecnológico y profesional, esencial para operar en el mercado turístico global.

La ausencia de educación no formal en turismo señala un área de oportunidad para el desarrollo y reconocimiento de capacidades en el sector.

Se sugiere fortalecer las capacidades turísticas mediante alianzas educativas para cerrar brechas en áreas tácticas, estratégicas y operativas, con énfasis en idiomas, tecnología, marketing y servicio al cliente.

Se mencionan programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para la capacitación en turismo, como cursos, diplomados y manuales especializados, con enlaces a estos recursos e invitación a participar en ellos para mejorar la competitividad. se invita a

participar en los programas de formación disponibles.

(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021)

6.1.6. Eje Producto Turístico

El eje de producto Turístico, se obtiene un porcentaje de 0.5. dentro de los resultados para los criterios de caracterización del municipio de Chía, en el eje de producto turístico, en la recolección de información el municipio ha obtenido resultados favorables en los indicadores evaluados. Se ha logrado un inventario exhaustivo de recursos y atractivos turísticos, indicativo de una gestión y planificación turística sobresaliente, con todos los elementos turísticos catalogados para su desarrollo y promoción.

Los productos turísticos se han estructurado estratégicamente e innovadoramente, atendiendo a las tendencias del mercado y preferencias del consumidor, y están bien desarrollados y comercializados para cumplir con las expectativas de los visitantes.

El destino ha sido estratégicamente priorizado en planes de desarrollo turístico enfocados en naturaleza, cultura, MICE, o salud y bienestar, lo cual evidencia un compromiso con el turismo sostenible y diversificado.

Los bienes del patrimonio cultural, tanto material como inmaterial, incluyendo festividades, eventos y grupos de interés, son elementos clave del producto turístico, aprovechando la riqueza cultural para enriquecer la experiencia turística.

Los bienes de patrimonio natural son esenciales en la oferta turística y se promueven y conservan de manera que resaltan su importancia y atractivo, mostrando un fuerte compromiso con la conservación y valoración del patrimonio natural.

Resumen integrado con texto proporcionado:

El municipio ha obtenido excelentes resultados en los indicadores de turismo evaluados, demostrando un inventario completo de atractivos, productos turísticos bien estructurados, y la integración del patrimonio cultural y natural en su oferta turística. Esto refleja una gestión y planificación ejemplar y un enfoque en el turismo sostenible. Se alienta a mantener y fortalecer el producto turístico, destacando el potencial para desarrollar experiencias que promuevan y valoren el patrimonio local. Para esto, se recomienda utilizar herramientas como la asistencia técnica del Viceministerio de Turismo, la colaboración con aliados regionales y un plan de comercialización que involucre a las agencias de viajes en la operación y valoración del patrimonio local. Estas acciones son esenciales para abordar los desafíos de promoción e inclusión del patrimonio en el portafolio turístico (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2019)

6.1.7. Promoción y Comercialización

El eje de promoción y comercialización, indica un porcentaje importante de 0,63 dentro de los resultados para los criterios de caracterización del municipio de Chía,

La estrategia de promoción y comercialización turística del distrito o municipio ha alcanzado la excelencia, reflejada en un plan de mercadeo y promoción que sigue las mejores prácticas de la industria. Este plan es integral, está actualizado, y utiliza estrategias efectivas para atraer turistas y alcanzar las metas de visitación. Se ha asignado una financiación adecuada para implementar estas estrategias, lo cual es fundamental para mejorar la visibilidad y el atractivo del destino. La participación en campañas de promoción turística y ferias del sector resalta la cooperación efectiva a todos los niveles y la capacidad

de presentar el destino de manera eficaz, contribuyendo significativamente al éxito turístico local. (Alcaldía de Chía, 2024). Además, se resalta la importancia del marketing territorial para crear una marca distintiva que añade valor a los productos y servicios locales y refleja la identidad del destino. Se recomienda formular el plan de mercadeo una vez que el producto turístico esté bien establecido y pueda satisfacer las expectativas de los segmentos objetivo. Estas actividades de promoción deben estar alineadas con la Política Nacional de Mercadeo y Promoción Turística y el desarrollo turístico general para garantizar una inversión eficiente y sostenible de los recursos municipales (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2019). obteniendo un porcentaje de 6,3.

6.2. Grupo Demanda

6.2.1. Demanda Nacional

Obtiene un porcentaje de 1.5. El municipio demuestra una sólida capacidad en el área de la demanda nacional turística al llevar a cabo mediciones constantes y registros precisos sobre el crecimiento o descenso de los visitantes nacionales. (Centro de Pensamiento Turístico de Colombia, 2024). Esta práctica facilita un análisis detallado para comprender la demanda potencial y las características de los turistas, incluyendo sus motivaciones, expectativas y necesidades. Adicional se tiene la posición del municipio en el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia ICTRC. (Centro de Pensamiento Turístico de Colombia, 2024).

6.2.2. Demanda Internacional

Obtiene un porcentaje de 1.43. Se identifica que hay una identificación a la Región sabana de visitantes internacionales no residentes, ingreso potencial de extranjeros y ocupación de sillas aéreas en vuelos internacionales. (Aerocivil. 2023).

6.2.3. Gasto Promedio

Obtiene un porcentaje de 0. El indicador del gasto promedio diario por turista nacional e internacional no cuenta con mediciones, lo que impide conocer cuánto dinero gastan los turistas en el destino y en sus actividades asociadas. Esta falta de información dificulta la capacidad de entender el comportamiento de compra de los turistas y desarrollar estrategias para promover el consumo en el destino se deja esa calificación.

6.2.4. Ocupación Hotelera

Obtiene un porcentaje de 0. El municipio de Chía no lleva a cabo mediciones de la ocupación hotelera anual, lo que impide entender el comportamiento de las visitas turísticas en relación con las habitaciones ocupadas y disponibles. Esta falta de datos dificulta la identificación de temporadas turísticas y la implementación de estrategias para atraer turistas durante períodos de menor demanda, lo que podría aumentar la ocupación hotelera y diversificar la oferta de servicios.

6.2.5. Pernoctración

Obtiene un porcentaje de 0.3. El municipio de Chía no ha implementado el indicador de pernociación debido a la falta de un soporte anexo que permita evaluar la metodología de recolección y la interpretación de datos. Por lo cual en el anexo 2, para este estado se califica con 2 puntos, que al multiplicarse por el ponderado se obtiene el resultado. Se ha concluido por parte de los autores el promedio de pernociación reportado por el municipio es bajo o nulo.

6.2.6. Presencia Digital

Obtiene un porcentaje de 0. Este indicado es específico donde indica si al buscar el municipio en Google Trends, si este tiene popularidad o no, se califica 0 ya que se evidencia que no aparece en el top 10 de las búsquedas. (Trends, 2024).

6.2.7. Satisfacción de los viajeros

Obtiene un porcentaje de 0. El municipio de Chía no ha implementado ningún medidor de satisfacción de viajeros, como encuestas o entrevistas, para evaluar sistemáticamente la percepción en diversos aspectos relacionados con la calidad de los servicios turísticos, el estado de los atractivos.

6.3.Resultado Final

Una vez se realiza la implementación de la metodología, y se determinó un valor por cada grupo Oferta, en la ilustración 7 se muestran los resultados y se identifica el nivel de caracterización para el municipio.



Ilustración 5 Grafica Resultado Oferta

La implementación de la metodología permitió determinar valores específicos de demanda y caracterizar el nivel del municipio, según se muestra en la ilustración 8.

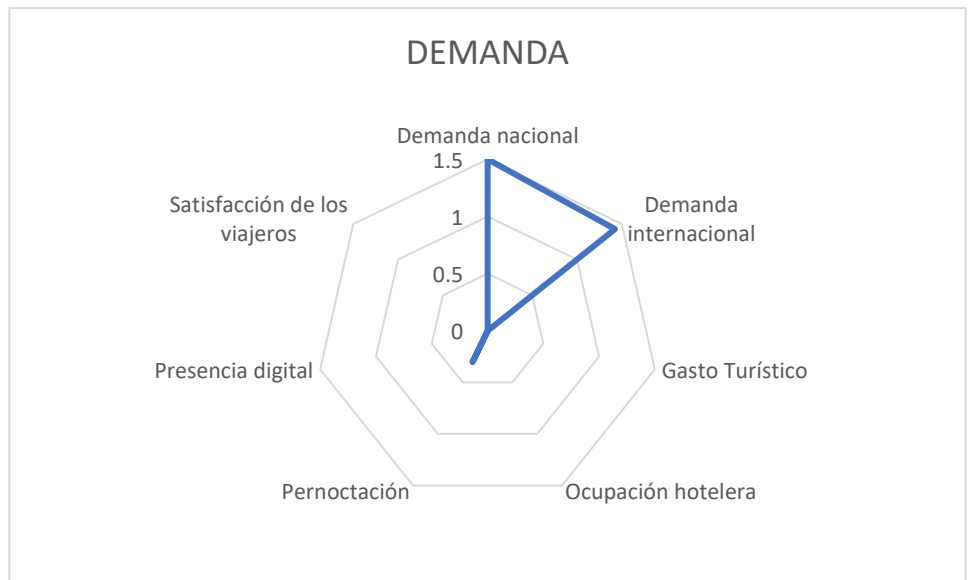


Ilustración 6 Grafica Resultados Demanda

Ilustración 7 Grafica Caracterización Chía

7. Conclusiones y Recomendaciones

- ✓ Al Municipio de Chía se le recomienda invertir en educación y capacitación en turismo, participar en programas educativos y de capacitación ofrecidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para mejorar el conocimiento y habilidades en la industria turística.
- ✓ Al Municipio de Chía se le recomienda realizar talleres para analizar los flujos de visitantes y comprender mejor los mercados nacionales e internacionales que llegan al destino, identificando sus intereses y expectativas para mejorar la competitividad.
- ✓ Al Municipio de Chía se le recomienda organizar jornadas de formalización empresarial para concienciar a los empresarios y comerciantes informales sobre los beneficios de formalizar sus negocios, en colaboración con varias entidades gubernamentales y organizaciones comerciales.
- ✓ Al Municipio de Chía se le recomienda participar en sesiones del Comité Departamental de Seguridad Turística para entender los riesgos y problemas relacionados con el turismo y contribuir en la definición de acciones para mitigar estos riesgos y proteger a los turistas y al destino.
- ✓ Al Municipio de Chía se le recomienda desarrollar estrategias digitales para aumentar la visibilidad del destino en línea, utilizando la página web municipal, redes sociales y optimización en motores de búsqueda para llegar a los turistas que utilizan internet como principal herramienta de planificación de viajes.
- ✓ Al Municipio de Chía se le recomienda Identificar y diseñar la infraestructura necesaria para aprovechar al máximo los atractivos turísticos naturales del municipio, como una medida posterior a la identificación y caracterización de dichos atractivos.

- ✓ Invertir en educación y capacitación en turismo,
- ✓ Promover análisis de datos para conocer el flujo de visitantes y sus intereses
- ✓ Apoyo de promoción en programas del Ministerio de turismo para formalizar actividades de turismo en el municipio de Chía
- ✓ Realizar comités para oportunidades de seguridad y proteger los destinos
- ✓ Aumentar estrategias digitales
- ✓

Centro de Pensamiento Turístico de Colombia. (17 de 03 de 2024). Obtenido de Ranking Municipios: <https://www.cptur.org/ICTRC/municipios>

Constitución Política de Colombia. (1991). Obtenido de Constitucioncolombia.com: <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-3/articulo-79>

Departamento Nacional de Planeación. (2024). Obtenido de Control y buenas prácticas ambientales aplicadas a las actividades generadoras de afectaciones al ambiente en el municipio de Chía: <https://www.chia-cundinamarca.gov.co/2022/Anticorrupcion/2020251750037.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (2024). Obtenido de Fortalecimiento Y Promoción Del Producto Turístico Del Municipio De Chía: <https://www.chia-cundinamarca.gov.co/2022/Anticorrupcion/2020251750016.pdf>

Gestor Normativo Gov.co. (16 de marzo de 2024). *Ley 300 de 1996*. Obtenido de Ley General del Turismo: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>

Guerrero González y Ramos Mendoza, J. R. (2015). Obtenido de Introducción al turismo. ed. México D.F: <https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/ereader/bibliotecaean/39409?page=49>.

LeygeneraldelTurismo. (2020). *Ley 2068 del 2020*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=172558>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2019). *Metodología para la definición del nivel de desarrollo turístico territorial*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/desarrollo-regional/metodologia-para-la-definicion-del-nivel-de-desarr/vf-metodologia-nivel-de-desarrollo-turistico-territorial.pdf.aspx>

MinisteriodeComercioIndustriayTurismo. (2021). Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/desarrollo-regional/metodologia-para-la-definicion-del-nivel-de-desarr/vf-metodologia-nivel-de-desarrollo-turistico-territorial.pdf.aspx>

Morales. (2020). Obtenido de Sector turístico. Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/sector-turistico.html>

Organización Mundial Del Turismo. (2020). Obtenido de Glosario de términos de turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Organización Mundial Del Turismo. (2020). Obtenido de La importancia del turismo para el crecimiento se destaca en el informe Perspectivas de la Economía Mundial: <https://www.unwto.org/es/news/La-importancia-del-turismo-para-el-crecimiento-se-destaca-en-el-informe-Perspectivas-de-la-Econom%C3%ADa-Mundial>

Políticas Públicas Ambientales. (2021). Obtenido de Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible: <https://www.minambiente.gov.co/planeacion-y-seguimiento/politicas-publicas-ambientales/>

Programa de Gobierno Chía. (2024-2027). Obtenido de Leonardo Donoso: https://chia-cundinamarca.gov.co/normatividad/FormulacionPDM20162019/02_Programa%20de%20Gobierno.pdf

Salkind. (1999). *Métodos de investigación*. Editorial Pearson Educación.

Santacruz, C. V. (16 de marzo de 2024). *Ecos Políticos*. Obtenido de La ciudad de Chía debe apuntar a fortalecer el turismo.: <https://ecospoliticos.com/opinion/10352-la-ciudad-de-chia,-debe-apuntar-a-fortalecer-el-turismo>

Trends. (2024). Obtenido de Chía:

<https://trends.google.com/trends/explore?q=chia&date=now%201-d&geo=CO&hl=es-419>

Vitrina Turística de Anato. (2024). Obtenido de ongregó a cerca de los 50.000 profesionales del sector en su versión 43. ANATO: <https://anato.org/noticias/vitrina-turistica-de-anato-2024-congrego-a-cerca-de-los-50-000-profesionales-del-sector-en-su-version-43-tras>

World Travel & Tourism Council. (2023). Obtenido de Sector de viajes y turismo de Colombia se recupera y supera los niveles pre-pandemia: <ps://wttc.org/news-article/sector-de-viajes-y-turismo-de-colombia-se-recupera-y-supera-los-niveles-pre-pandemia-wttc>

Anexo 1: Indicadores, Criterios y Puntuación Oferta

Gestión de Destino

| Indicador | Criterio por Indicador | Calificación |
|---|--|---------------------|
| Turismo en el Plan de Desarrollo distrital o municipal | El Plan de Desarrollo distrital o municipal INCLUYE a la actividad turística como una línea estratégica que se desarrollará a través de proyectos y programas que cuentan con un plan de inversión. | 10 |
| | El Plan de Desarrollo distrital o municipal incluye a la actividad turística de manera general. No determina programas y proyectos que respalden el fortalecimiento de la actividad turística. | 5 |
| | El Plan de Desarrollo distrital o municipal NO incluye a la actividad turística. | 0 |
| Plan de Desarrollo turístico | SÍ cuenta con Plan de Desarrollo Turístico distrital o municipal vigente | 10 |
| | Cuenta con un documento similar a un plan de trabajo, que incluye las orientaciones para el desarrollo turístico distrital o municipal | 5 |
| | NO cuenta con Plan de Desarrollo Turístico distrital o municipal vigente | 0 |
| Oficina para la gestión turística | El distrito o municipio SÍ cuenta con una entidad, organismo o dependencia especializada en gestión turística. | 10 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con una entidad, organismo o dependencia especializada en gestión turística. | 0 |
| Presupuesto destinado al turismo | El distrito o municipio SÍ cuenta con recursos presupuestales destinados a la actividad turística. | 10 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con recursos presupuestales destinados a la actividad turística. | 0 |
| Consejo distrital o municipal de turismo | El distrito o municipio SÍ cuenta con un consejo distrital o municipal de turismo. | 10 |
| | El distrito o municipio hace parte de una mesa de turismo u otro mecanismo de articulación regional, departamental, distrital o municipal. | 5 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con consejo distrital o municipal, ni hace parte de una mesa de turismo u otro mecanismo de articulación regional, departamental, distrital o municipal. | 0 |
| Articulación* del municipio (sector) | La autoridad de turismo del municipio o distrito SÍ se articula en la Comisión Regional de Competitividad e Innovación de su departamento. | 10 |

| | | |
|--|--|----|
| turismo) con la Comisión Regional de Competitividad e Innovación | La autoridad de turismo del municipio o distrito NO se articula con la Comisión Regional de Competitividad e Innovación de su departamento. | 0 |
| Participación del distrito o municipio (sector turismo) en un clúster de turismo regional, departamental o municipal | El sector turístico del distrito o municipio SÍ participa en un clúster de turismo regional, departamental o municipal. | 10 |
| | El sector turístico del distrito o municipio NO participa en un clúster de turismo regional, departamental o municipal; pero sus empresarios se encuentran vinculados a asociaciones turísticas. | 5 |
| | El sector turístico del distrito o municipio NO participa en un clúster de turismo regional, departamental o municipal. | 0 |
| Plan de trabajo de articulación público - privada | El distrito o municipio SÍ hace parte de la estrategia de Gestión Integral de Destinos y hace parte del plan de trabajo de articulación público – privada. | 10 |
| | El distrito o municipio SÍ hace parte de la estrategia de Gestión Integral de Destinos y hace parte del plan de trabajo de articulación público – privada. | 0 |
| Posición del departamento al que pertenece el distrito o municipio en el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC), departamentos | El departamento se encuentra en el Grupo 1 de la calcificación departamental en el ICTRC (departamentos con ICTRC entre 7,1 y 6,0). | 10 |
| | El departamento se encuentra en el Grupo 2 de la calcificación departamental en el ICTRC (departamentos con ICTRC entre 5,6 y 5,0). | 8 |
| | El departamento se encuentra en el Grupo 3 de la calcificación departamental en el ICTRC (departamentos con ICTRC entre 4,8 y 3,9). | 6 |
| | El departamento se encuentra en el Grupo 4 de la calcificación departamental en el ICTRC (departamentos con ICTRC entre 3,6 y 2,6). | 4 |
| | El departamento NO se encuentra la clasificación departamental del ICTRC. | 2 |
| Posición del municipio o ciudad capital en el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia | La ciudad capital o municipio dentro del ranking de ICTRC obtuvo un puntaje mayor que 8,01 y hasta 10. | 10 |
| | La ciudad capital o municipio dentro del ranking de ICTRC obtuvo un puntaje mayor que 6,01 y hasta 8,00. | 8 |
| | La ciudad capital o municipio dentro del ranking de ICTRC obtuvo un puntaje mayor que 4,01 y hasta 6,00. | 6 |

| | | |
|---|--|---|
| (ICTRC), ciudades capitales y municipios | La ciudad capital o municipio dentro del ranking de ICTRC obtuvo un puntaje mayor que 2,01 y hasta 4,00. | 4 |
| | La ciudad capital o municipio dentro del ranking de ICTRC obtuvo un puntaje mayor que 0 y hasta 2,00. | 2 |
| | El municipio NO se encuentra en la clasificación de ciudades capitales y municipios del ICTRC. | 0 |

Aspectos asociados a la sostenibilidad turística

| Indicador | Criterio por Indicador | Calificación |
|---|--|---------------------|
| Nivel de satisfacción de la comunidad local con el turismo | El distrito o municipio SÍ registra Y gestiona de forma oportuna las peticiones, quejas, reclamaciones, sugerencias y felicitaciones presentadas por la comunidad local, asociadas a la actividad turística. | 10 |
| | El distrito o municipio SÍ registra las peticiones, quejas, reclamaciones, sugerencias y felicitaciones presentadas por la comunidad local, asociadas a la actividad turística, pero no realiza gestiones oportunas para su atención. | 5 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con un registro de peticiones, quejas, reclamaciones, sugerencias y felicitaciones presentadas por la comunidad local, asociadas a la actividad turística. | 0 |
| Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes (ESCENNA) en el contexto de viajes y turismo | En el distrito o municipio NO se presentan casos asociados a la vulneración de los derechos de los niños, niñas y adolescentes por ESCENNA en el contexto de viajes y turismo Y cuenta con una estrategia de prevención del delito, en ejecución. | 10 |
| | El distrito o municipio SÍ registra Y gestiona de forma oportuna los casos de vulneración de los derechos de los niños, niñas y adolescentes por ESCENNA en el contexto de viajes y turismo a través de una estrategia de mitigación del delito. | 8 |
| | El distrito o municipio SÍ registra, pero NO gestiona de forma oportuna los casos de vulneración de los derechos de los niños, niñas y adolescentes por ESCENNA en el contexto de viajes y turismo, por no contar con una estrategia de mitigación del delito. | 2 |

| | | |
|--|---|----|
| | El distrito o municipio NO cuenta con una herramienta de registro de los casos de vulneración de los derechos de los niños, niñas y adolescentes por ESCNNA en el contexto de viajes y turismo. | 0 |
| Obstáculos económicos en el acceso a actividades turísticas para la población local | El distrito o municipio, prestadores de servicios y administradores de atractivos turísticos SI cuentan con tarifas diferenciales para el acceso de la población local. | 10 |
| | El distrito o municipio, prestadores de servicios y administradores de atractivos turísticos NO cuentan con tarifas diferenciales para el acceso de la población local. | 0 |
| Lineamientos de accesibilidad para el sector turístico | El distrito o municipio cuenta con un plan de accesibilidad vigente, específico para el sector turismo. | 10 |
| | El distrito o municipio SI contempla aspectos de accesibilidad para el sector turismo, inmersos en un documento formal (plan de acción distrital o municipal). | 5 |
| | El distrito o municipio NO contempla aspectos de accesibilidad para el sector turismo, inmersos en un documento formal (plan de acción distrital o municipal). | 0 |
| Informalidad laboral asociada a la actividad turística | El puntaje para el indicador de “informalidad laboral” incluido en el Índice de Competitividad Turística de Colombia (departamentos) está entre 8.01 y hasta 10. | 10 |
| | El puntaje para el indicador de “informalidad laboral” incluido en el Índice de Competitividad Turística de Colombia (departamentos) está entre 6.01 y hasta 8. | 8 |
| | El puntaje para el indicador de “informalidad laboral” incluido en el Índice de Competitividad Turística de Colombia (departamentos) está entre 4.01 y hasta 6. | 6 |
| | El puntaje para el indicador de “informalidad laboral” incluido en el Índice de Competitividad Turística de Colombia (departamentos) está entre 2.01 y hasta 4. | 4 |
| | El puntaje para el indicador de “informalidad laboral” incluido en el Índice de Competitividad Turística de Colombia (departamentos) es mayor que 0 y hasta 2. | 2 |

| | | |
|--|--|---|
| | El puntaje para el indicador de “informalidad laboral” incluido en el Índice de Competitividad Turística de Colombia (departamentos) es igual a 0. | 0 |
| Salarios en el sector turístico | El puntaje para el indicador de “salario del sector turismo” incluido en el Índice de Competitividad Turística de Colombia (departamentos) está entre 8.01 y 10. | 10 |
| | El puntaje para el indicador de “salario del sector turismo” incluido en el Índice de Competitividad Turística de Colombia (departamentos) está entre 6.01 y 8. | 8 |
| | El puntaje para el indicador de “salario del sector turismo” incluido en el Índice de Competitividad Turística de Colombia (departamentos) está entre 4.01 y 6. | 6 |
| | El puntaje para el indicador de “salario del sector turismo” incluido en el Índice de Competitividad Turística de Colombia (departamentos) está entre 2.01 y 4. | 4 |
| | El puntaje para el indicador de “salario del sector turismo” incluido en el Índice de Competitividad Turística de Colombia (departamentos) es mayor que 0 y hasta 2. | 2 |
| | El puntaje para el indicador de “salario del sector turismo” incluido en el Índice de Competitividad Turística de Colombia (departamentos) es igual a 0. | 0 |
| | Tráfico de fauna y flora | En el distrito o municipio NO se presentan casos asociados al delito de tráfico de fauna y flora en el contexto de viajes y turismo Y cuenta con una estrategia de prevención del delito, en ejecución. |
| El distrito o municipio SÍ registra Y gestiona de forma oportuna los casos de tráfico de fauna y flora en el contexto de viajes y turismo a través de una estrategia de mitigación del delito. | | 8 |
| El distrito o municipio SÍ registra, pero NO gestiona de forma oportuna los casos de tráfico de fauna y flora en el contexto de viajes y turismo, por no contar con una estrategia de mitigación del delito. | | 2 |
| El distrito o municipio NO cuenta con una herramienta de registro de los casos de tráfico de fauna y flora en el contexto de viajes y turismo. | | 0 |
| Preservación, salvaguardia o | El distrito o municipio SÍ cuenta con iniciativas o empresas cuyas actividades se encuentren asociadas | 10 |

| | | |
|--|---|----|
| promoción del patrimonio cultural | a la preservación, salvaguardia o promoción del patrimonio cultural. | |
| | El distrito o municipio NO cuenta con iniciativas o empresas cuyas actividades se encuentren asociadas a la preservación, salvaguardia o promoción del patrimonio cultural. | 0 |
| Bienes de Interés Cultural | Resultado desde 40,1% o más atractivos turísticos culturales (clasificados como patrimonio cultural material inmueble) declarados Bienes de Interés Cultural sobre el número de atractivos turístico culturales del distrito o municipio. | 10 |
| | Resultado entre el 30,1% y el 40% de atractivos turísticos culturales (clasificados como patrimonio cultural material inmueble) declarados Bienes de Interés Cultural sobre el número de atractivos turísticos culturales del distrito o municipio. | 8 |
| | Resultado entre el 20,1% y el 30% de atractivos turísticos culturales (clasificados como patrimonio cultural material inmueble) declarados Bienes de Interés Cultural sobre el número de atractivos turísticos culturales del distrito o municipio. | 6 |
| | Resultado entre el 10,1% y el 20% de atractivos turísticos culturales (clasificados como patrimonio cultural material inmueble) declarados Bienes de Interés Cultural sobre el número de atractivos turísticos culturales del distrito o municipio. | 4 |
| | Resultado mayor que 0% y hasta el 10% de atractivos turísticos culturales (clasificados como patrimonio cultural material inmueble) declarados Bienes de Interés Cultural sobre el número de atractivos turísticos culturales del distrito o municipio. | 2 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con Bienes de Interés Cultural. | 0 |
| Participación del turismo en el PIB departamental | El porcentaje de contribución de las actividades turísticas al PIB departamental es superior a 27,12% | 10 |
| | El porcentaje de contribución de las actividades turísticas al PIB departamental esta entre 20,34% y 27,11% | 8 |
| | El porcentaje de contribución de las actividades turísticas al PIB departamental esta entre 13,56% y 20,33% | 6 |

| | | |
|--|--|----|
| | El porcentaje de contribución de las actividades turísticas al PIB departamental esta entre 6,78% y 13,55% | 4 |
| | El porcentaje de contribución de las actividades turísticas al PIB departamental es mayor que 0% y hasta 6,77% | 2 |
| | El porcentaje de contribución de las actividades turísticas al PIB departamental es 0%. | 0 |
| Programas o actividades de conservación y protección ambiental en el contexto de viajes y turismo | Cuenta con un programa de conservación y protección ambiental dirigido al sector turístico. | 10 |
| | Realizó o participó en actividades para la conservación y protección ambiental dirigidas al sector turístico. | 5 |
| | No ha desarrollado ningún programa o acciones de conservación en el último año para el sector turístico. | 0 |
| Empresas certificadas en Normas Técnicas Sectoriales de Sostenibilidad | El porcentaje de prestadores de servicios turísticos certificados en Normas Técnicas Sectoriales de sostenibilidad es igual o mayor a 80,1% sobre el total de prestadores de servicios turísticos con RNT activo del distrito o municipio | 10 |
| | El porcentaje de prestadores de servicios turísticos certificados en Normas Técnicas Sectoriales de sostenibilidad está entre 60,1% y 80% sobre el total de prestadores de servicios turísticos con RNT activo del distrito o municipio | 8 |
| | El porcentaje de prestadores de servicios turísticos certificados en Normas Técnicas Sectoriales de sostenibilidad está entre 40,1% y 60% sobre el total de prestadores de servicios turísticos con RNT activo del distrito o municipio | 6 |
| | El porcentaje de prestadores de servicios turísticos certificados en Normas Técnicas Sectoriales de sostenibilidad está entre 20,1% y 40% sobre el total de prestadores de servicios turísticos con RNT activo del distrito o municipio | 4 |
| | El porcentaje de prestadores de servicios turísticos certificados en Normas Técnicas Sectoriales de sostenibilidad es mayor que 0% y hasta 20% sobre el total de prestadores de servicios turísticos con RNT activo del distrito o municipio | 2 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con prestadores de servicios turísticos certificados en Normas Técnicas Sectoriales de sostenibilidad. | 0 |

| | | |
|---|--|----|
| Destinos certificados en Normas Técnicas Sectoriales de Sostenibilidad | El distrito o municipio cuenta con 1 o más certificaciones en las Normas Técnicas Sectoriales de sostenibilidad de destinos. | 10 |
| | El distrito o municipio se encuentra en proceso de implementación de una Norma Técnica Sectorial de sostenibilidad | 5 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con certificaciones en las Normas Técnicas Sectoriales de sostenibilidad de destinos. | 0 |

Infraestructura y condiciones básicas del destino

| Indicador | Criterio por Indicador | Calificación |
|---|--|---------------------|
| Control y sanciones en la prestación de servicios turísticos | El total de prestadores de servicios turísticos del distrito o municipio NO cuenta con denuncias y demandas presentadas ante la SIC durante el último año. | 10 |
| | Las denuncias y demandas presentadas ante la SIC equivalen a un porcentaje mayor que 0% y hasta el 20% sobre el total de empresarios con Registro Nacional de Turismo en el distrito o municipio | 8 |
| | Las denuncias y demandas presentadas ante la SIC equivalen a un porcentaje entre 21% y 40% sobre el total de empresarios con Registro Nacional de Turismo en el distrito o municipio | 6 |
| | Las denuncias y demandas presentadas ante la SIC equivalen a un porcentaje entre 41% y 60% sobre el total de empresarios con Registro Nacional de Turismo en el distrito o municipio | 4 |
| | Las denuncias y demandas presentadas ante la SIC equivalen a un porcentaje entre 61% y 80% sobre el total de empresarios con Registro Nacional de Turismo en el distrito o municipio | 2 |
| | Las denuncias y demandas presentadas ante la SIC equivalen a un porcentaje entre 81% y 100% sobre el total de empresarios con Registro Nacional de Turismo en el distrito o municipio | 0 |
| Número de accidentes que afectan a turistas | En el distrito o municipio NO se han presentado accidentes que afectan a turistas durante el último año (enero a diciembre). | 10 |
| | En el distrito o municipio SÍ se han presentado accidentes que afectan a turistas durante el último año (enero a diciembre). | 0 |

| | | |
|---|---|---|
| Actos de terrorismo | El municipio Y todos los municipios con los que limita, NO se han visto afectados por actos de terrorismo en el último año | 10 |
| | El municipio O alguno de los municipios con los que limita, se han visto afectados por 1 o más actos de terrorismo en el último año | 5 |
| | El municipio Y los municipios con los que limita, se han visto afectados por 1 o más actos de terrorismo en el último año | 0 |
| Homicidios | El distrito o municipio NO registró homicidios en el último año | 10 |
| | El distrito o municipio registra entre 1 y 22 homicidios por cada 100.000 habitantes en el último año | 9 |
| | El distrito o municipio registra entre 23 y 44 homicidios por cada 100.000 habitantes en el último año | 8 |
| | El distrito o municipio registra entre 45 y 66 homicidios por cada 100.000 habitantes en el último año | 7 |
| | El distrito o municipio registra entre 67 y 85 homicidios por cada 100.000 habitantes en el último año | 6 |
| | El distrito o municipio registra entre 86 y 104 homicidios por cada 100.000 habitantes en el último año | 5 |
| | El distrito o municipio registra entre 105 y 123 homicidios por cada 100.000 habitantes en el último año | 4 |
| | El distrito o municipio registra entre 124 y 142 homicidios por cada 100.000 habitantes en el último año | 3 |
| | El distrito o municipio registra entre 143 y 161 homicidios por cada 100.000 habitantes en el último año | 2 |
| | El distrito o municipio registra entre 162 y 180 homicidios por cada 100.000 habitantes en el último año | 1 |
| | El distrito o municipio registró 181 o más homicidios por cada 100.000 habitantes en el último año | 0 |
| | Policía de Turismo | El distrito o municipio SÍ cuenta con Policía de Turismo. |
| El distrito o municipio NO cuenta con Policía de Turismo. | | 0 |

| | | |
|---|---|----|
| Accidentalidad vial en temporadas turísticas | El distrito o municipio cuenta con un registro de accidentalidad vial en temporadas turísticas y NO presenta accidentes | 10 |
| | El distrito o municipio cuenta con un registro de accidentalidad vial en temporadas turísticas, SÍ presenta accidentes* Y cuenta con una estrategia articulada con otras carteras para mitigar la accidentalidad vial en temporadas turísticas. | 8 |
| | El distrito o municipio cuenta con un registro de accidentalidad vial en temporadas turísticas, SÍ presenta accidentes* Y adelanta acciones para mitigar la accidentalidad vial en temporadas turísticas, de forma ocasional. | 6 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con un registro de accidentalidad vial en temporadas turísticas y NO presenta accidentes | 4 |
| | El distrito o municipio cuenta con un registro de accidentalidad vial en temporadas turísticas, SÍ presenta accidentes* y NO adelanta acciones para mitigar la accidentalidad vial en temporadas turísticas. | 2 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con un registro de accidentalidad vial en temporadas turísticas y SÍ presenta accidentes | 1 |
| Comités Departamentales de Seguridad Turística | El distrito o municipio participa de forma activa y permanente en la preparación y desarrollo de los Comités Departamentales de Seguridad Turística. | 10 |
| | El distrito o municipio participa de forma esporádica en la preparación y desarrollo de los Comités Departamentales de Seguridad Turística. | 5 |
| | El distrito o municipio NO participa con regularidad en la preparación y el desarrollo de los Comités Departamentales de Seguridad Turística. | 0 |
| Delitos cometidos hacia turistas | El distrito o municipio NO cuenta con denuncias oficiales realizadas por turistas nacionales o extranjeros. | 10 |
| | Los delitos cometidos hacia turistas equivalen a un porcentaje mayor que 0% y hasta el 20% sobre el total de delitos reportados en el distrito o municipio. | 8 |
| | Los delitos cometidos hacia turistas equivalen a un porcentaje entre el 20,1% y 40% sobre el total de delitos reportados en el distrito o municipio. | 6 |

| | | |
|---|--|----|
| | Los delitos cometidos hacia turistas equivalen a un porcentaje entre el 40,1% y 60% sobre el total de delitos reportados en el distrito o municipio. | 4 |
| | Los delitos cometidos hacia turistas equivalen a un porcentaje entre el 60,1% y 80% sobre el total de delitos reportados en el distrito o municipio. | 2 |
| | Los delitos cometidos hacia turistas equivalen a un porcentaje entre el 80,1% y 100% sobre el total de delitos reportados en el distrito o municipio. | 0 |
| Prestadoras de servicios de salud | El número de prestadores de servicios de salud públicos y privados en el distrito o municipio equivalen a un porcentaje igual o mayor a 1.61% sobre el total de la población del distrito o municipio. | 10 |
| | El número de prestadores de servicios de salud públicos y privados en el distrito o municipio equivalen a un porcentaje entre 1.21% y 1.60% sobre el total de la población del distrito o municipio. | 8 |
| | El número de prestadores de servicios de salud públicos y privados en el distrito o municipio equivalen a un porcentaje entre 0,81% y 1.20% sobre el total de la población del distrito o municipio. | 6 |
| | El número de prestadores de servicios de salud públicos y privados en el distrito o municipio equivalen a un porcentaje entre 0,41% y 0.80% sobre el total de la población del distrito o municipio. | 4 |
| | El número de prestadores de servicios de salud públicos y privados en el distrito o municipio equivalen a un porcentaje mayor que 0% y hasta 0.40% sobre el total de la población del distrito o municipio. | 2 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con prestadores de servicios de salud públicos o privados. | 0 |
| | | |
| Infraestructura aeronáutica nacional | Cuenta con un espacio físico que sirve como terminal, y SI tiene servicio de baños, compras, oficinas para la comercialización de tiquetes, enfermería, cajeros electrónicos, área de comidas, Punto de Información Turística o informador turístico, asignación de taxis seguros, servicios de seguridad, WiFi gratuito, parqueaderos, personal 24 horas, servicios para personas con discapacidad, duchas, página web, casilleros y servicios de vacunación. | 10 |

| | | |
|--|--|----|
| | Cuenta con un espacio físico que sirve como terminal, y SI tiene servicio de baños, compras, oficinas para la comercialización de tiquetes, enfermería, cajeros electrónicos, área de comidas, Punto de Información Turística o informador turístico, asignación de taxis seguros, servicios de seguridad y WiFi gratuito. | 8 |
| | Cuenta con un espacio físico que sirve como terminal, y SI tiene servicio de baños, compras, oficinas para la comercialización de tiquetes, enfermería y cajeros electrónicos. | 6 |
| | Cuenta con un aeródromo, pero NO tiene servicio de baños, compras, oficinas para la comercialización de tiquetes, enfermería o cajeros electrónicos. | 4 |
| | El distrito o municipio NO identifica ningún aeropuerto como principal receptor de visitantes que se dirijan hacia su destino. | 2 |
| Infraestructura aeronáutica internacional | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un aeropuerto internacional que cumple EN SU TOTALIDAD con las características señaladas en la definición de este indicador. | 10 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un aeropuerto internacional que cumple PARCIALMENTE con las características señaladas en la definición de este indicador. | 7 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio NO cuenta con un aeropuerto internacional. | 5 |
| Terminales de transporte terrestre | Cuenta con un espacio físico que sirve como terminal, y SI tiene servicio de baños, compras, oficinas para la comercialización de tiquetes, enfermería, cajeros electrónicos, área de comidas, Punto de Información Turística o informador turístico, asignación de taxis seguros, servicios de seguridad, WiFi gratuito, parqueaderos, personal 24 horas, servicios para personas con discapacidad, duchas, página web, casilleros y servicios de vacunación. | 10 |
| | Cuenta con un espacio físico que sirve como terminal, y SI tiene servicio de baños, compras, oficinas para la comercialización de tiquetes, enfermería, cajeros electrónicos, área de comidas, Punto de Información Turística o informador | 8 |

| | | |
|---|---|----|
| | turístico, asignación de taxis seguros, servicios de seguridad y WiFi gratuito. | |
| | Cuenta con un espacio físico que sirve como terminal, y SI tiene servicio de baños, compras, oficinas para la comercialización de tiquetes, enfermería y cajeros electrónicos. | 6 |
| | Cuenta con un espacio físico que sirve como terminal, pero NO tiene servicio de baños, compras, oficinas para la comercialización de tiquetes, enfermería o cajeros electrónicos. | 4 |
| | El municipio NO cuenta con un terminal de transporte terrestre. | 2 |
| Índice de penetración del servicio de internet banda ancha | El distrito o municipio cuenta con un índice de penetración de accesos fijos a internet mayor a 26,43% | 10 |
| | El distrito o municipio cuenta con un índice de penetración de accesos fijos a internet entre 23,50% y 26,42% | 9 |
| | El distrito o municipio cuenta con un índice de penetración de accesos fijos a internet entre 20,56% y 23,49% | 8 |
| | El distrito o municipio cuenta con un índice de penetración de accesos fijos a internet entre 17,62% y 20,55% | 7 |
| | El distrito o municipio cuenta con un índice de penetración de accesos fijos a internet entre 14,69% y 17,61% | 6 |
| | El distrito o municipio cuenta con un índice de penetración de accesos fijos a internet entre 11,75% y 14,68% | 5 |
| | El distrito o municipio cuenta con un índice de penetración de accesos fijos a internet entre 8,81% y 11,74% | 4 |
| | El distrito o municipio cuenta con un índice de penetración de accesos fijos a internet entre 5,87% y 8,80% | 3 |
| | El distrito o municipio cuenta con un índice de penetración de accesos fijos a internet entre 2,94% y 5,86% | 2 |
| | El distrito o municipio cuenta con un índice de penetración de accesos fijos a internet mayor a 0% y hasta 2,93% | 1 |

| | | |
|--|--|----|
| Velocidad de conexión de internet banda ancha | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un puntaje mayor que 8,01 en el criterio “velocidad de conexión a internet por banda ancha”. | 10 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un puntaje entre 6,01 y 8 en el criterio “velocidad de conexión a internet por banda ancha”. | 8 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un puntaje entre 4,01 y 6 en el criterio “velocidad de conexión a internet por banda ancha”. | 6 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un puntaje entre 2,01 y 4 en el criterio “velocidad de conexión a internet por banda ancha”. | 4 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un puntaje entre 0,01 y 2 en el criterio “velocidad de conexión a internet por banda ancha”. | 2 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un puntaje igual a 0 en el criterio “velocidad de conexión a internet por banda ancha”. | 0 |
| Llamadas caídas en la red de telefonía móvil | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un puntaje mayor que 8,01 en el criterio “llamadas caídas en la red de telefonía móvil”. | 10 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un puntaje entre 6,01 y 8 en el criterio “llamadas caídas en la red de telefonía móvil”. | 8 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un puntaje entre 4,01 y 6 en el criterio “llamadas caídas en la red de telefonía móvil”. | 6 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un puntaje entre 2,01 y 4 en el criterio “llamadas caídas en la red de telefonía móvil”. | 4 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un puntaje entre 0,01 y 2 en el criterio “llamadas caídas en la red de telefonía móvil”. | 2 |

| | | |
|--|---|----|
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un puntaje igual a 0 en el criterio “llamadas caídas en la red de telefonía móvil”. | 0 |
| Cobertura del servicio de acueducto | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura del servicio de acueducto entre 80,1% y 100% | 10 |
| | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de acueducto entre 70,1% y 80% | 8 |
| | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de acueducto entre 50,1% y 70%. | 6 |
| | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de acueducto entre que 30,1% y 50%. | 4 |
| | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de acueducto mayor que 0% y hasta 30% | 2 |
| | El municipio NO cuenta servicio de acueducto. | 0 |
| Cobertura del servicio de alcantarillado | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura del servicio de alcantarillado entre el 80,1% y 100% | 10 |
| | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de alcantarillado entre 70,1% y 80% | 8 |
| | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de alcantarillado entre 50,1% y 70%. | 6 |
| | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de alcantarillado entre 30,1% y 50%. | 4 |
| | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de alcantarillado mayor 0% y hasta 30% | 2 |
| | El municipio NO cuenta servicio de alcantarillado. | 0 |
| Cobertura del servicio de aseo | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura del servicio de aseo entre 80,1% y 100% | 10 |
| | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de aseo entre 70,1% y 80% | 8 |
| | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de aseo entre 50,1% y 70%. | 6 |
| | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de aseo entre que 30,1% y 50%. | 4 |
| | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de aseo mayor que 0% y hasta 30% | 2 |
| | El municipio NO cuenta servicio de aseo. | 0 |
| Cobertura del servicio de energía eléctrica | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura del servicio de energía eléctrica entre el 80,1% | 10 |
| | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de energía eléctrica entre 70,1% y 80% | 8 |
| | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de energía eléctrica entre 50,1% y 70%. | 6 |

| | | |
|---|--|----|
| | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de energía eléctrica entre que 30,1% y 50%. | 4 |
| | El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de energía eléctrica mayor que 0% y hasta 30% | 2 |
| | El municipio NO cuenta servicio de energía eléctrica. | 0 |
| Infraestructuras para el desarrollo de actividades turísticas | Cuenta con infraestructuras suficientes para el desarrollo de actividades turísticas y estas guardan relación con la vocación del municipio. | 10 |
| | Cuenta parcialmente con infraestructuras que responden a la vocación turística del municipio. | 5 |
| | El municipio NO cuenta con infraestructuras para el desarrollo de actividades turísticas. | 0 |
| Presupuesto asignado al funcionamiento y mantenimiento de la infraestructura para el turismo | El municipio SÍ asignó recursos para el mantenimiento y funcionamiento de la infraestructura para el turismo. | 10 |
| | El municipio NO asignó recursos para el mantenimiento y funcionamiento de la infraestructura para el turismo. | 0 |

Planta Turística

| Indicador | Criterio por Indicador | Calificación |
|--|--|---------------------|
| Cobertura en servicios de alojamiento y hospedaje | El municipio o distrito cuenta con un porcentaje de cobertura en servicios de alojamiento y hospedaje mayor que 80,1% | 10 |
| | El municipio o distrito cuenta con un porcentaje de cobertura en servicios de alojamiento y hospedaje entre 70,1% y 80% | 8 |
| | El municipio o distrito cuenta con un porcentaje de cobertura en servicios de alojamiento y hospedaje entre 50,1% y 70% | 6 |
| | El municipio o distrito cuenta con un porcentaje de cobertura en servicios de alojamiento y hospedaje entre 30,1% y 50% | 4 |
| | El municipio o distrito cuenta con un porcentaje de cobertura en servicios de alojamiento y hospedaje mayor que 0% y hasta 30% | 2 |

| | | |
|---|---|----|
| | El municipio o distrito NO cuenta con servicios de alojamiento y hospedaje formalmente constituidos o NO realiza la medición de turistas. | 0 |
| Servicios de agencias de viajes | El distrito o municipio SÍ es comercializado y operado por agencias de viajes formalmente constituidas. | 10 |
| | El distrito o municipio NO es comercializado y operado por agencias de viajes formalmente constituidas. | 0 |
| Guías profesionales de turismo | El distrito o municipio SÍ cuenta con guías profesionales de turismo. | 10 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con guías profesionales de turismo. | 0 |
| Servicios de establecimientos gastronómicos | El distrito o municipio SÍ cuenta con establecimientos gastronómicos formales que atiendan la demanda turística. | 10 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con establecimientos gastronómicos formales que atiendan la demanda turística. | 0 |
| Servicios de transporte terrestre turístico especial | El distrito o municipio SÍ cuenta con servicios de transporte terrestre turístico especial. | 10 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con servicios de transporte terrestre turístico especial. | 0 |

Formación y capacitación en turismo

| Indicador | Criterio por Indicador | Calificación |
|------------------------------------|--|---------------------|
| Colegios Amigos del Turismo | El municipio o distrito cuenta con un porcentaje mayor que 15% de instituciones educativas vinculadas al programa de Colegios Amigos del Turismo, sobre el total de las instituciones de educación pública. | 10 |
| | El municipio o distrito cuenta con un porcentaje mayor que 0% y hasta 15% de instituciones educativas vinculados al programa de Colegios Amigos del Turismo, sobre el total de las instituciones de educación pública. | 5 |
| | El municipio o distrito NO cuenta con Colegios Amigos del Turismo. | 0 |

| | | |
|--|--|--|
| Programas de pregrado activos en los niveles técnico y tecnológico en turismo | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un porcentaje igual o mayor a 5,64% de programas de pregrado en turismo activos en los niveles técnico y tecnológico, sobre el total de programas de pregrado en los niveles técnico y tecnológico, disponibles en el departamento. | 10 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un porcentaje entre el 4,23% y 5,63% de programas de pregrado en turismo activos en los niveles técnico y tecnológico, sobre el total de programas de pregrado en los niveles técnico y tecnológico, disponibles en el departamento. | 8 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un porcentaje entre el 2,82% y 4,22% de programas de pregrado en turismo activos en los niveles técnico y tecnológico, sobre el total de programas de pregrado en los niveles técnico y tecnológico, disponibles en el departamento. | 6 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un porcentaje entre el 1,41% y 2,81% de programas de pregrado en turismo activos en los niveles técnico y tecnológico, sobre el total de programas de pregrado en los niveles técnico y tecnológico, disponibles en el departamento. | 4 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un porcentaje mayor que 0% y hasta 1,40% de programas de pregrado en turismo activos en los niveles técnico y tecnológico, sobre el total de programas de pregrado en los niveles técnico y tecnológico, disponibles en el departamento. | 2 |
| | El departamento al que pertenece el municipio NO cuenta con programas de pregrado activos en los niveles técnico y tecnológico, que respondan a las necesidades del sector turístico. | 0 |
| | Programas de pregrado en nivel profesional | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un porcentaje igual o mayor a 4% de programas de pregrado en turismo activos en nivel profesional, sobre el total de |

| | | |
|---|--|----|
| para el sector turismo | programas de pregrado en nivel profesional, disponibles en el departamento. | |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un porcentaje entre el 3% y 3,99% de programas de pregrado en turismo activos en nivel profesional, sobre el total de programas de pregrado en nivel profesional, disponibles en el departamento. | 8 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un porcentaje entre el 2% y 2,99% de programas de pregrado en turismo activos en nivel profesional, sobre el total de programas de pregrado en nivel profesional, disponibles en el departamento. | 6 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un porcentaje entre el 1% y 1,99% de programas de pregrado en turismo activos en nivel profesional, sobre el total de programas de pregrado en nivel profesional, disponibles en el departamento. | 4 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un porcentaje mayor que 0% y hasta 0,99% de programas de pregrado en turismo activos en nivel profesional, sobre el total de programas de pregrado en nivel profesional, disponibles en el departamento. | 2 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio NO cuenta con programas de pregrado activos que responden a las necesidades del sector turístico. | 0 |
| Programas de posgrado en turismo | El departamento al que pertenece el municipio cuenta con un porcentaje igual o mayor a 1,93% de programas de posgrado activos en turismo, sobre el total de programas de posgrado disponibles en el departamento. | 10 |
| | El departamento al que pertenece el municipio cuenta con un porcentaje mayor que 0% y hasta 1,92% de programas de posgrado activos en turismo, sobre el total de programas de posgrado disponibles en el departamento. | 5 |
| | El departamento al que pertenece el municipio NO cuenta con programas de posgrado activos | 0 |

| | | |
|---|---|----|
| | que respondan a las necesidades del sector turístico. | |
| Bilingüismo en programas de pregrado en los niveles técnico y tecnológico para el sector turismo | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un porcentaje mayor que 50% de formación bilingüe en programas de pregrado en los niveles técnico y tecnológico para el sector turismo. | 10 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un porcentaje mayor que 0% y hasta el 50% de formación bilingüe en programas de pregrado en los niveles técnico y tecnológico para el sector turismo. | 5 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio NO cuenta con formación bilingüe en programas de pregrado en los niveles técnico y tecnológico para el sector turismo. | 0 |
| Bilingüismo en programas de pregrado en nivel profesional para el sector turismo | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un porcentaje mayor que 50% de formación bilingüe en programas de pregrado en nivel profesional para el sector turismo. | 10 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un porcentaje mayor que 0% y hasta el 50% de formación bilingüe en programas de pregrado en nivel profesional para el sector turismo. | 5 |
| | El departamento al que pertenece el distrito o municipio NO cuenta con formación bilingüe en programas de pregrado en nivel profesional para el sector turismo. | 0 |
| Educación no formal en turismo | El distrito o municipio SÍ gestiona el desarrollo de procesos de educación no formal para el sector turismo. | 10 |
| | El distrito o municipio NO gestiona el desarrollo de procesos de educación no formal para el sector turismo. | 0 |

Producto Turístico

| Indicador | Criterio por Indicador | Calificación |
|-----------|------------------------|--------------|
|-----------|------------------------|--------------|

| | | |
|---|--|----|
| Inventario de recursos y atractivos turísticos | El municipio SÍ cuenta con un inventario turístico documentado bajo la metodología definida por el Viceministerio de Turismo (fecha de levantamiento o actualización NO mayor a tres años). | 10 |
| | El municipio SÍ cuenta con un inventario turístico documentado bajo la metodología definida por el Viceministerio de Turismo (fecha de levantamiento o actualización mayor a tres años). | 8 |
| | El municipio SÍ cuenta con un inventario turístico documentado bajo una metodología DIFERENTE a la definida por el Viceministerio de Turismo (fecha del documento NO mayor a tres años). | 6 |
| | El municipio SÍ cuenta con un inventario turístico documentado bajo una metodología DIFERENTE a la definida por el Viceministerio de Turismo (fecha del documento mayor a tres años). | 4 |
| | El municipio NO cuenta con un inventario turístico o cuenta con un inventario con fecha de levantamiento o actualización mayor a tres años. | 2 |
| Estructuración del producto turístico | El distrito o municipio cuenta con uno o más documentos de diseño de producto turístico implementados. | 10 |
| | El distrito o municipio cuenta con uno o más documentos de diseño de producto turístico en etapa de implementación. | 8 |
| | El distrito o municipio cuenta con uno o más documentos de diseño de producto turístico sin implementar. | 6 |
| | El distrito o municipio cuenta con uno o más productos turísticos que actualmente son comercializados, pero NO fue o fueron desarrollados a través de un documento de diseño de producto turístico. | 4 |
| | El municipio SÍ ha adelantado actividades para la identificación del producto turístico. | 2 |
| | El municipio NO ha adelantado procesos para la identificación del producto turístico. | 0 |
| Destino priorizado en los planes estratégicos de naturaleza, | El distrito o municipio SÍ se encuentra priorizado en al menos uno de los planes estratégicos de naturaleza, cultura, MICE y salud y bienestar Y ha adelantado las acciones definidas en estos instrumentos. | 10 |

| | | |
|--|---|----|
| cultura, MICE o salud y bienestar | El distrito o municipio SÍ se encuentra priorizado en al menos uno de los planes estratégicos de naturaleza, cultura, MICE y salud y bienestar. | 5 |
| | El distrito o municipio NO se encuentra priorizado en ninguno de los planes estratégicos de naturaleza, cultura, MICE y salud y bienestar. | 0 |
| Bienes del patrimonio cultural (material, inmaterial, festividades y eventos y grupos de especial interés) en el producto turístico | El distrito o municipio cuenta un porcentaje mayor que 80% de bienes del patrimonio cultural operados y comercializados por agencias de viajes. | 10 |
| | El distrito o municipio cuenta un porcentaje entre 60,01% y hasta el 80% de bienes del patrimonio cultural operados y comercializados por agencias de viajes. | 8 |
| | El distrito o municipio cuenta un porcentaje entre 40,01% y hasta el 60% de bienes del patrimonio cultural operados y comercializados por agencias de viajes. | 6 |
| | El distrito o municipio cuenta un porcentaje entre 20,01% y hasta el 40% de bienes del patrimonio cultural operados y comercializados por agencias de viajes. | 4 |
| | El distrito o municipio cuenta un porcentaje mayor a 0% y hasta el 20% de bienes del patrimonio cultural operados y comercializados por agencias de viajes. | 2 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con bienes de patrimonio cultural operados y comercializados por agencias de viajes. | 0 |
| | | |
| Bienes de patrimonio natural en el producto turístico | El distrito o municipio cuenta un porcentaje mayor que 80% de bienes del patrimonio natural operados y comercializados por agencias de viajes. | 10 |
| | El distrito o municipio cuenta un porcentaje entre 60,01% y hasta el 80% de bienes del patrimonio natural operados y comercializados por agencias de viajes. | 8 |
| | El distrito o municipio cuenta un porcentaje entre 40,01% y hasta el 60% de bienes del patrimonio natural operados y comercializados por agencias de viajes. | 6 |
| | El distrito o municipio cuenta un porcentaje entre 20,01% y hasta el 40% de bienes del patrimonio | 4 |

| | | |
|--|--|---|
| | natural operados y comercializados por agencias de viajes. | |
| | El distrito o municipio cuenta un porcentaje mayor a 0% y hasta el 20% de bienes del patrimonio natural operados y comercializados por agencias de viajes. | 2 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con bienes de patrimonio natural operados y comercializados por agencias de viajes. | 0 |

Promoción y comercialización

| Indicador | Criterio por Indicador | Calificación |
|--|---|---------------------|
| Plan de mercadeo y promoción | El distrito o municipio SÍ cuenta con un plan de mercadeo y promoción. | 10 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con un plan de mercadeo y promoción. | 0 |
| Recursos asignados a la promoción y comercialización turística | El distrito o municipio SÍ asignó recursos a la promoción y comercialización turística. | 10 |
| | El distrito o municipio NO asignó recursos a la promoción y comercialización turística. | 0 |
| Vinculación del distrito o municipio en campañas de promoción turística | El distrito o municipio ha estado vinculado a campañas de promoción turística INTERNACIONAL en los últimos dos años. | 10 |
| | El distrito o municipio ha estado vinculado a campañas de promoción turística NACIONAL en los últimos dos años. | 8 |
| | El distrito o municipio ha estado vinculado a campañas de promoción turística REGIONAL en los últimos dos años. | 6 |
| | El distrito o municipio ha estado vinculado a campañas de promoción turística DEPARTAMENTAL en los últimos dos años. | 4 |
| | El distrito o municipio ha estado vinculado a campañas de promoción turística MUNICIPAL en los últimos dos años. | 2 |
| | El distrito o municipio NO ha estado vinculado a campañas de promoción turística en los últimos dos años. | 0 |
| Participación en ferias de turismo | El distrito o municipio SÍ ha participado en ferias nacionales e internacionales de turismo en los últimos cuatro años. | 10 |

| | | |
|--|---|---|
| | El distrito o municipio ha participado ÚNICAMENTE en ferias nacionales de turismo en los últimos cuatro años. | 5 |
| | El distrito o municipio NO ha participado en ferias de turismo en los últimos cuatro años. | 0 |

Anexo 2: Indicadores, Criterios y Puntuación Demanda

Grupo Demanda

Demanda Nacional

| Indicador | Criterio por Indicador | Calificación |
|---|--|--------------|
| Ingreso de visitantes nacionales al municipio | El municipio SÍ realizó la medición del número de visitantes nacionales que ingresaron el año pasado. | 10 |
| | El municipio Eventualmente realiza la medición del número de visitantes nacionales que recibe (temporadas altas, ferias y eventos, otras actividades). | 5 |
| | El municipio NO realiza medición del número de visitantes nacionales que recibe. | 0 |
| Variación en la llegada de visitantes nacionales al municipio | El distrito o municipio reporta una variación por ENCIMA del crecimiento o por DEBAJO del descenso en la llegada de visitantes nacionales (su resultado es mejor que la base de evaluación). | 10 |
| | El distrito o municipio reporta una variación IGUAL al crecimiento o descenso en la llegada de visitantes nacionales (su resultado es igual que la base de evaluación). | 6 |
| | El distrito o municipio reporta una variación por DEBAJO del crecimiento o por ENCIMA del descenso en la llegada de visitantes nacionales (su resultado es peor que la base de evaluación). | 2 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con información suficiente para determinar la variación de la llegada de visitantes nacionales. | 0 |
| Procedencia de los mercados nacionales potenciales | El municipio SÍ identifica la procedencia de los mercados nacionales potenciales. | 10 |
| | El municipio NO identifica la procedencia de los mercados nacionales potenciales. | 0 |
| Conectividad aérea nacional (porcentaje de ocupación de sillas aéreas en vuelos nacionales) | El porcentaje de ocupación promedio en vuelos nacionales para el departamento está entre 80,1% y 100% | 10 |
| | El porcentaje de ocupación promedio en vuelos nacionales para el departamento está entre 60,1% y 80% | 8 |
| | El porcentaje de ocupación promedio en vuelos nacionales para el departamento está entre 40,1% y 60% | 6 |
| | El porcentaje de ocupación promedio en vuelos nacionales para el departamento está entre 20,1% y 40% | 4 |

| | | |
|--|---|---|
| | El porcentaje de ocupación promedio en vuelos nacionales para el departamento es mayor que 0% y hasta 20% | 2 |
| | No aplica para el departamento. | 0 |

Demanda Internacional

| Indicador | Criterio por Indicador | Calificación |
|---|---|--------------|
| Ingreso de visitantes internacionales no residentes al municipio | El distrito o municipio SÍ realiza la medición del número de visitantes internacionales no residentes que recibe. | 10 |
| | El distrito o municipio EVENTUALMENTE realiza la medición del número de visitantes internacionales no residentes que recibe (temporadas altas, ferias y eventos, otras actividades). | 5 |
| | El distrito o municipio NO realiza medición del número de visitantes internacionales no residentes que recibe. | 0 |
| Variación en la llegada de visitantes internacionales no residentes al distrito o municipio | El distrito o municipio reporta una variación por ENCIMA del crecimiento o por DEBAJO del descenso en la llegada de visitantes extranjeros (su resultado es mejor que la base de evaluación). | 10 |
| | El distrito o municipio reporta una variación IGUAL al crecimiento o descenso de la llegada de visitantes extranjeros (su resultado es igual que la base de evaluación). | 6 |
| | El distrito o municipio reporta una variación por DEBAJO del crecimiento o por ENCIMA del descenso de la llegada de visitantes extranjeros (su resultado es peor que la base de evaluación). | 2 |
| | El distrito o municipio NO cuenta con información suficiente para determinar la variación de la llegada de visitantes extranjeros. | 0 |
| Procedencia de los mercados internacionales potenciales | El distrito o municipio SÍ identifica la procedencia de los mercados internacionales potenciales. | 10 |
| | El distrito o municipio NO identifica la procedencia de los mercados internacionales potenciales. | 0 |
| Conectividad aérea internacional (porcentaje de ocupación de sillitas aéreas en | El porcentaje de ocupación promedio en vuelos internacionales para el departamento está entre 80,1% y 100% | 10 |
| | El porcentaje de ocupación promedio en vuelos internacionales para el departamento está entre 60,1% y 80% | 8 |

| | | |
|-------------------------|--|---|
| vuelos internacionales) | El porcentaje de ocupación promedio en vuelos internacionales para el departamento está entre 40,1% y 60% | 6 |
| | El porcentaje de ocupación promedio en vuelos internacionales para el departamento está entre 20,1% y 40% | 4 |
| | El porcentaje de ocupación promedio en vuelos internacionales para el departamento es mayor que 0% y hasta 20% | 2 |
| | No aplica para el departamento. | 0 |

Gasto Turístico

| Indicador | Criterio por Indicador | Calificación |
|---|---|--------------|
| Gasto per cápita promedio diario del turista interno en el distrito o municipio | El gasto diario promedio del turista interno en el distrito o municipio es SUPERIOR al promedio nacional. | 10 |
| | El gasto diario promedio del turista interno en el distrito o municipio es IGUAL al promedio nacional. | 6 |
| | El gasto diario promedio del turista interno en el distrito o municipio es INFERIOR al promedio nacional. | 2 |
| | El distrito o municipio NO realiza la medición del gasto diario promedio del turista interno. | 0 |
| Gasto per cápita promedio diario del turista internacional en el municipio | El gasto diario promedio del visitante internacional en el distrito o municipio es SUPERIOR al promedio nacional para el visitante internacional. | 10 |
| | El gasto diario promedio del visitante internacional en el distrito o municipio es IGUAL al promedio nacional para el visitante internacional. | 6 |
| | El gasto diario promedio del visitante internacional en el distrito o municipio es INFERIOR al promedio nacional para el visitante internacional. | 2 |
| | El distrito o municipio NO realiza la medición del gasto diario promedio del visitante internacional. | 0 |

Ocupación Hotelera

| Indicador | Criterio por Indicador | Calificación |
|---------------------------------|--|--------------|
| Ocupación hotelera anual | El distrito o municipio reporta un promedio de ocupación hotelera anual SUPERIOR al promedio nacional. | 10 |

| | | |
|--|--|---|
| | El distrito o municipio reporta un promedio de ocupación hotelera anual IGUAL al promedio nacional. | 6 |
| | El distrito o municipio reporta un promedio de ocupación hotelera anual INFERIOR al promedio nacional. | 2 |
| | El distrito o municipio NO realiza la medición de su ocupación hotelera anual. | 0 |

Pernotación

| Indicador | Criterio por Indicador | Calificación |
|---|--|--------------|
| Promedio de pernoctación por tipo de alojamiento y motivo de viaje | El distrito o municipio reporta un promedio de pernoctación SUPERIOR al promedio nacional. | 10 |
| | El distrito o municipio reporta un promedio de pernoctación IGUAL al promedio nacional. | 6 |
| | El distrito o municipio reporta un promedio de pernoctación INFERIOR al promedio nacional. | 2 |
| | El distrito o municipio NO realiza la medición del promedio de pernoctación de los visitantes. | 0 |

Presencia Digital

| Indicador | Criterio por Indicador | Calificación |
|--|---|--------------|
| Presencia digital mundial del distrito o municipio en la plataforma Google Trends | El distrito o municipio presenta una POPULARIDAD ALTA en el interés de búsqueda entre 66,8 y hasta 100 en Google Trends, en la categoría de “viajes” por el criterio de búsqueda “todo el mundo”. | 10 |
| | El distrito o municipio presenta una POPULARIDAD MEDIA en el interés de búsqueda entre 33,1 y hasta 66,7 en Google Trends, en la categoría de “viajes” por el criterio de búsqueda “todo el mundo”. | 5 |
| | El distrito o municipio presenta una POPULARIDAD BAJA en el interés de búsqueda mayor que 0 y hasta 33 en Google Trends, en la categoría de “viajes” por el criterio de búsqueda “todo el mundo”. | 0 |
| Presencia digital nacional del distrito o | El municipio presenta una POPULARIDAD ALTA en el interés de búsqueda entre 66,8 y hasta 100 en Google Trends, en la categoría de “viajes” por el criterio de búsqueda de “Colombia”. | 10 |

| | | |
|---|--|---|
| municipio en la plataforma Google Trends | El municipio presenta una POPULARIDAD MEDIA en el interés de búsqueda entre 33,1 y hasta 66,7 en Google Trends, en la categoría de “viajes” por el criterio de búsqueda de “Colombia”. | 5 |
| | El municipio presenta una POPULARIDAD BAJA en el interés de búsqueda mayor que 0 y hasta 33 en Google Trends, en la categoría de “viajes” por el criterio de búsqueda de “Colombia”. | 0 |

Satisfacción de los Viajeros

| Indicador | Criterio por Indicador | Calificación |
|-------------------------------------|---|---------------------|
| Satisfacción de los viajeros | El distrito o municipio SÍ mide sistemáticamente la satisfacción de los viajeros | 10 |
| | El distrito o municipio NO mide sistemáticamente la satisfacción de los viajeros. | 0 |

ANEXO 3, resultados por Criterios Caracterización de Chía
Grupo Oferta

| | Indicador | Calificación |
|--|---|---------------------|
| 1. Gestión de Destino | Turismo en el Plan de Desarrollo distrital o municipal | 5.00 |
| | Plan de Desarrollo turístico | 10.00 |
| | Oficina para la gestión turística | 10.00 |
| | Presupuesto destinado al turismo | 5.00 |
| | Consejo distrital o municipal de turismo | 0.00 |
| | Articulación del municipio (sector turismo) con la Comisión Regional de | 5.00 |
| | Participación del distrito o municipio (sector turismo) en un clúster de | 10.00 |
| | Plan de trabajo de articulación público - privada | 5.00 |
| | Posición del departamento al que pertenece el distrito o municipio en el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC), departamentos | 10.00 |
| | Posición del municipio o ciudad capital en el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC), ciudades capitales y municipios | 5.00 |
| | TOTAL | 6.50 |
| | PUNTAJE X 20% | 1.30 |
| Aspectos asociados a la sostenibilidad turística | Indicador | Calificación |
| | Nivel de satisfacción de la comunidad local con el turismo | 5.00 |
| | Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes (ESCNNA) en el contexto de viajes y turismo | 0.00 |
| | Obstáculos económicos en el acceso a actividades turísticas para la población local | 5.00 |
| | Lineamientos de accesibilidad para el sector turístico | 5.00 |
| | Informalidad laboral asociada a la actividad turística | 5.00 |
| | Salarios en el sector turístico | 5.00 |
| | Tráfico de fauna y flora | 0.00 |
| | Preservación, salvaguardia o promoción del patrimonio cultural | 5.00 |
| | Bienes de Interés Cultural | 5.00 |
| | Participación del turismo en el PIB departamental | 0.00 |
| | Programas o actividades de conservación y protección ambiental en el contexto de viajes y turismo | 0.00 |
| Empresas certificadas en Normas Técnicas Sectoriales de Sostenibilidad | 0.00 | |

| | | |
|---|--|---------------------|
| | Destinos certificados en Normas Técnicas Sectoriales de Sostenibilidad | 0.00 |
| | TOTAL | 2.69 |
| | PUNTAJE X 20% | 0.54 |
| | Indicador | Calificación |
| Infraestructura y condiciones básicas del destino | Control y sanciones en la prestación de servicios turísticos | 10.00 |
| | Número de accidentes que afectan a turistas | 0.00 |
| | Actos de terrorismo | 0.00 |
| | Homicidios | 0.00 |
| | Policía de Turismo | 10.00 |
| | Accidentalidad vial en temporadas turísticas | 5.00 |
| | Comités Departamentales de Seguridad Turística | 10.00 |
| | Delitos cometidos hacia turistas | 5.00 |
| | Prestadoras de servicios de salud | 10.00 |
| | Infraestructura aeronáutica nacional | 5.00 |
| | Infraestructura aeronáutica internacional | 5.00 |
| | Terminales de transporte terrestre | 10.00 |
| | Índice de penetración del servicio de internet banda ancha | 10.00 |
| | Velocidad de conexión de internet banda ancha | 10.00 |
| | Llamadas caídas en la red de telefonía móvil | 10.00 |
| | Cobertura del servicio de acueducto | 10.00 |
| | Cobertura del servicio de alcantarillado | 10.00 |
| | Cobertura del servicio de aseo | 10.00 |
| | Cobertura del servicio de energía eléctrica | 10.00 |
| | Infraestructuras para el desarrollo de actividades turísticas | 10.00 |
| | Presupuesto asignado al funcionamiento y mantenimiento de la infraestructura para el turismo | 10.00 |
| | TOTAL | 7.62 |
| | PUNTAJE X 15% | 1.14 |
| | Indicador | Calificación |
| Planta Turística | Cobertura en servicios de alojamiento y hospedaje | 10.00 |
| | Servicios de agencias de viajes | 10.00 |
| | Guías profesionales de turismo | 10.00 |
| | Servicios de establecimientos gastronómicos | 10.00 |
| | Servicios de transporte terrestre turístico especial | 10.00 |
| | | TOTAL |
| | PUNTAJE X 15% | 1.50 |
| | Indicador | Calificación |
| | Colegios Amigos del Turismo | 5.00 |

| | | |
|-------------------------------------|---|---------------------|
| Formación y capacitación en turismo | Programas de pregrado activos en los niveles técnico y tecnológico en turismo | 5.00 |
| | Programas de pregrado en nivel profesional para el sector turismo | 5.00 |
| | Programas de posgrado en turismo | 5.00 |
| | Bilingüismo en programas de pregrado en los niveles técnico y tecnológico para el sector turismo | 5.00 |
| | Bilingüismo en programas de pregrado en nivel profesional para el sector turismo | 5.00 |
| | Educación no formal en turismo | 0.00 |
| | TOTAL | 4.29 |
| | PUNTAJE X 10% | 0.43 |
| Producto Turístico | Indicador | Calificación |
| | Inventario de recursos y atractivos turísticos | 5.00 |
| | Estructuración del producto turístico | 5.00 |
| | Destino priorizado en los planes estratégicos de naturaleza, cultura, MICE o salud y bienestar | 5.00 |
| | Bienes del patrimonio cultural (material, inmaterial, festividades y eventos y grupos de especial interés) en el producto turístico | 5.00 |
| | Bienes de patrimonio natural en el producto turístico | 5.00 |
| | TOTAL | 5.00 |
| | PUNTAJE X 10% | 0.50 |
| Promoción y comercialización | Indicador | Calificación |
| | Plan de mercadeo y promoción | 5.00 |
| | Recursos asignados a la promoción y comercialización turística | 5.00 |
| | Vinculación del distrito o municipio en campañas de promoción turística | 5.00 |
| | Participación en ferias de turismo | 10.00 |
| | TOTAL | 6.25 |
| | PUNTAJE X 10% | 0.63 |

Grupo Demanda

| | | |
|------------------|---|---------------------|
| Demanda Nacional | Indicador | Calificación |
| | Ingreso de visitantes nacionales al municipio | 10 |
| | Variación en la llegada de visitantes nacionales al municipio | 5 |
| | Procedencia de los mercados nacionales potenciales | 10 |
| | Conectividad aérea nacional (porcentaje de ocupación de sillas aéreas en vuelos nacionales) | 5 |

| | | |
|------------------------------|---|---------------------|
| | TOTAL | 7.5 |
| | PUNTAJE X 20% | 1.5 |
| Demanda Internacional | Indicador | Calificación |
| | Ingreso de visitantes internacionales no residentes al municipio | 10 |
| | Variación en la llegada de visitantes internacionales no residentes al distrito o municipio | 10 |
| | Procedencia de los mercados internacionales potenciales | 10 |
| | Conectividad aérea internacional (porcentaje de ocupación de sillas aéreas en vuelos internacionales) | 8 |
| | TOTAL | 9.5 |
| | PUNTAJE X 15% | 1.425 |
| Gasto Turístico | Indicador | Calificación |
| | Gasto per cápita promedio diario del turista interno en el distrito o municipio | 0 |
| | Gasto per cápita promedio diario del turista internacional en el municipio | 0 |
| | TOTAL | 0 |
| | PUNTAJE X 15% | 0 |
| Ocupación Hotelera | Indicador | Calificación |
| | Ocupación hotelera anual | 0 |
| | TOTAL | 0 |
| | PUNTAJE X 15% | 0 |
| Pernotación | Indicador | Calificación |
| | Promedio de pernoctación por tipo de alojamiento y motivo de viaje | 2 |
| | TOTAL | 2 |
| | PUNTAJE X 15% | 0.3 |
| Presencia Digital | Indicador | Calificación |
| | Presencia digital mundial del distrito o municipio en la plataforma Google Trends | 0 |
| | Presencia digital nacional del distrito o municipio en la plataforma Google Trends | 0 |
| | TOTAL | 0 |
| | PUNTAJE X 10% | 0 |
| Satisfacción de los Viajeros | Indicador | Calificación |
| | Satisfacción de los viajeros | 0 |
| | TOTAL | 0 |
| | PUNTAJE X 10% | 0 |

