



Comercio,
Industria y Turismo



INFORME DE ANÁLISIS DE RESULTADOS

“METODOLOGÍA PARA LA DEFINICIÓN DEL NIVEL DE DESARROLLO TURÍSTICO TERRITORIAL”

BOGOTÁ D.C.

**MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
VICEMINISTERIO DE TURISMO DIRECCIÓN DE CALIDAD
Y DESARROLLO SOSTENIBLE DE TURISMO GESTIÓN
INTEGRAL DE DESTINOS TURÍSTICOS**

JUNIO DE 2025

Contenido

1. INTRODUCCIÓN	3
2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES	4
3. INFOGRAFÍA DE DIAGNÓSTICO	6
4. RESULTADOS Y RECOMENDACIONES – OFERTA	10
3.1. Eje 1: Gobernanza Y Planificación Turística	10
3.2. Eje 2: Sostenibilidad Turística	13
3.3. Eje 3: Calidad Y Seguridad Turística	14
3.4. Eje 4: Infraestructura Y Planta Turística	15
3.5. Eje 5: Formación E Innovación En Turismo	16
3.6. Eje 6: Producto Turístico	17
3.7. Eje 7: Promoción Y Comercialización Turística	18
5. RESULTADOS Y RECOMENDACIONES – DEMANDA	21
4.1. Eje 8: Demanda Nacional	21
4.2. Eje 9: Demanda Internacional	21
4.3. Eje 10: Gasto Turístico	22
4.4. Eje 11: Ocupación Establecimientos De Alojamiento Y Hospedaje	23
4.5. Eje 12: Pernoctación	24
4.6. Eje 13: Percepción Y Satisfacción De Los Turistas	25
4.7. Eje 14: Presencia Digital	26



1. INTRODUCCIÓN

Desde el Viceministerio de Turismo, a través de la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo, se diseñó y estructuró la Metodología para la definición del nivel de desarrollo turístico territorial - NDTT. Esta herramienta busca apoyar la planificación turística nacional, facilitando la toma de decisiones basadas en el análisis de indicadores orientadas a la ejecución de inversiones con mayor impacto, que respondan de manera efectiva a las necesidades de los territorios.

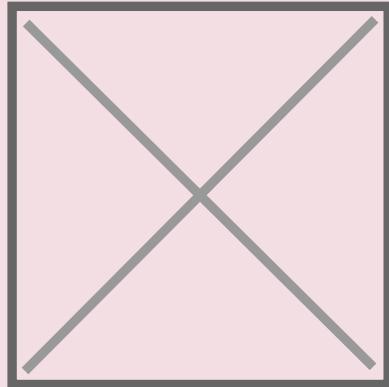
La metodología establece 14 ejes temáticos, cada uno con indicadores y criterios de evaluación, a los cuales se asigna una puntuación según su relevancia y características dentro del proceso de desarrollo turístico. A partir de este ejercicio de autoevaluación, cada distrito o municipio obtiene una ponderación de sus resultados, lo que permite su clasificación dentro de una de las nueve fases de desarrollo turístico definidas por la metodología.

Es fundamental resaltar que esta es una herramienta de autodiagnóstico, orientada a identificar el nivel de desarrollo turístico del territorio, así como sus principales retos y necesidades para avanzar hacia un modelo sostenible y competitivo. Según el nivel de intervención, los resultados pueden servir como base para estructurar una hoja de ruta conjunta con el Gobierno Nacional. Cabe señalar que este ejercicio no tiene carácter comparativo ni busca establecer un ranking entre municipios.

El municipio de **BOGOTÁ D.C.** finalizó el diligenciamiento de la metodología **2024**, con el acompañamiento técnico del Viceministerio de Turismo. Este proceso incluyó observaciones que llevaron a la actualización precisa de la información y a la consolidación de una versión final que permite la elaboración del análisis que ahora presenta el Viceministerio en el presente informe. Este análisis se basa en las respuestas entregadas y validadas por el municipio, y se complementa con recomendaciones para fortalecer su gestión y planificación turística.

NIVEL DE DESARROLLO TURÍSTICO TERRITORIAL

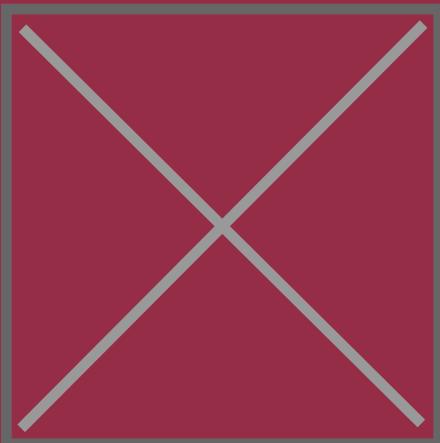
BOGOTÁ D.C.

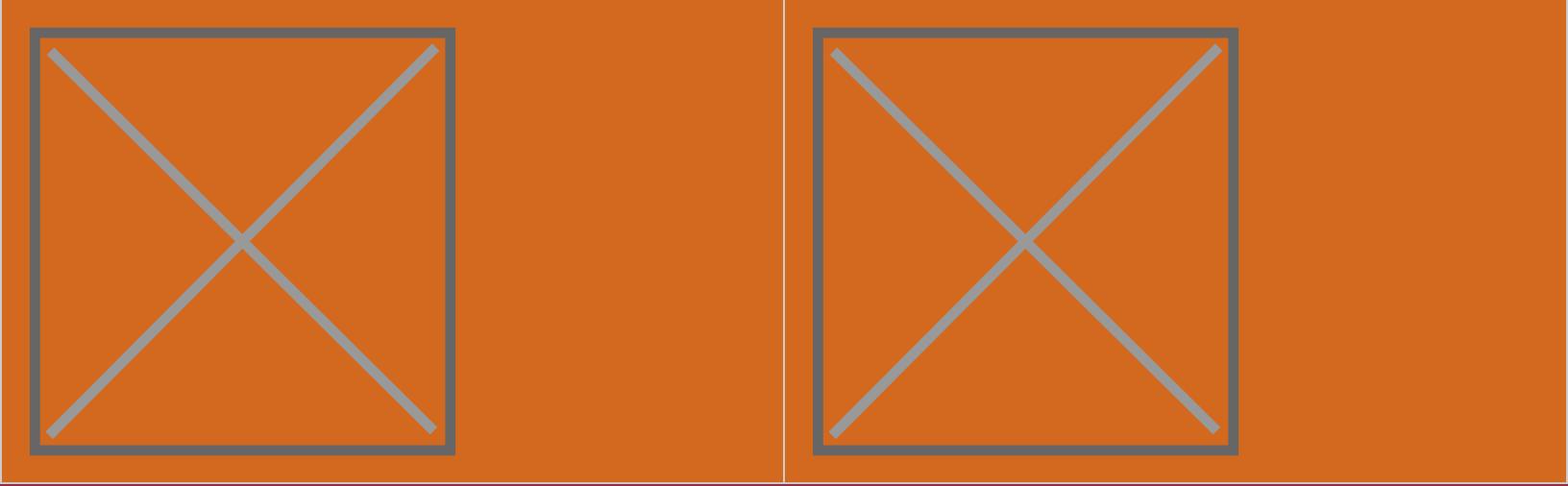


NIVEL OBTENIDO: DESARROLLO

El destino 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, que pueden visitar estos destinos por considerarse "puntos de encuentro o de partida" hacia otros destinos, sin embargo, su oferta no satisface algunas de las motivaciones de los turistas. Algunos de los destinos clasificados en esta categoría pueden estar pasando por una etapa de saturación que afecta su organización y avance; la actividad turística puede estar generando efectos negativos en la sostenibilidad del destino.

Comparativo Oferta vs Demanda





© 2025 Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible.



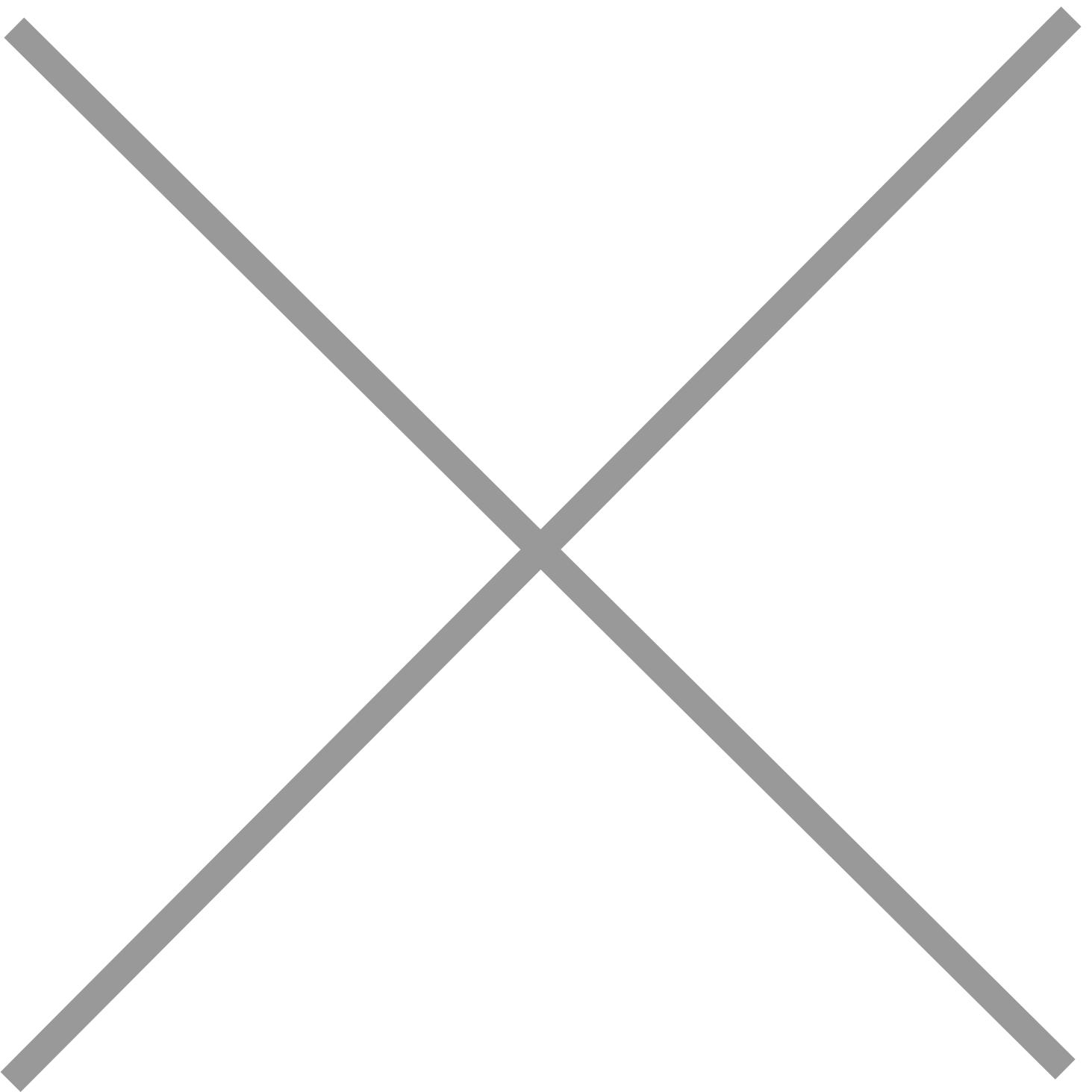
Comercio,
Aristología y Turismo

3. INFOGRAFÍA DE DIAGNÓSTICO





Comercio,
Industria/Turismo
COMPARATIVO POR GRUPOS

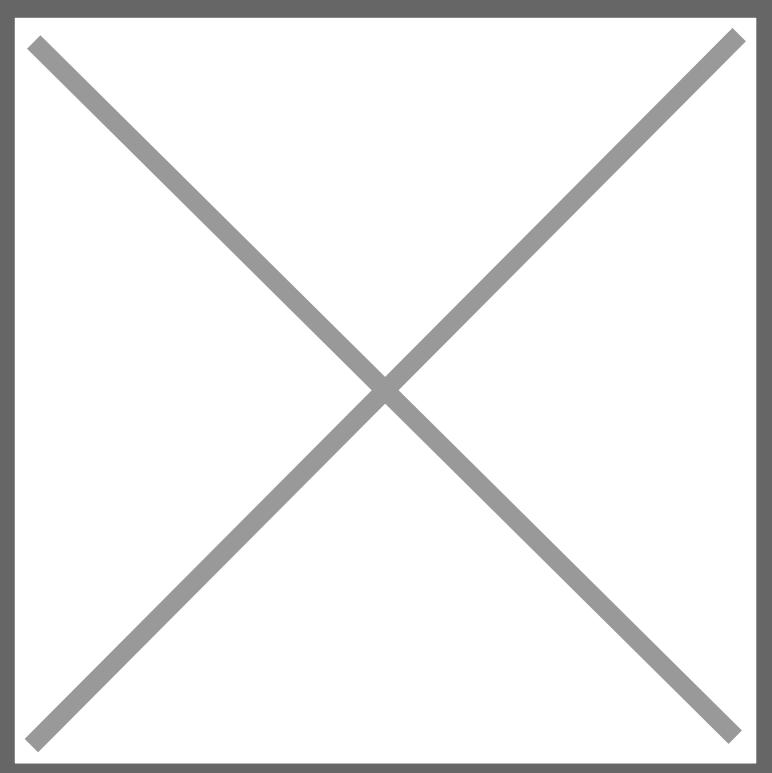




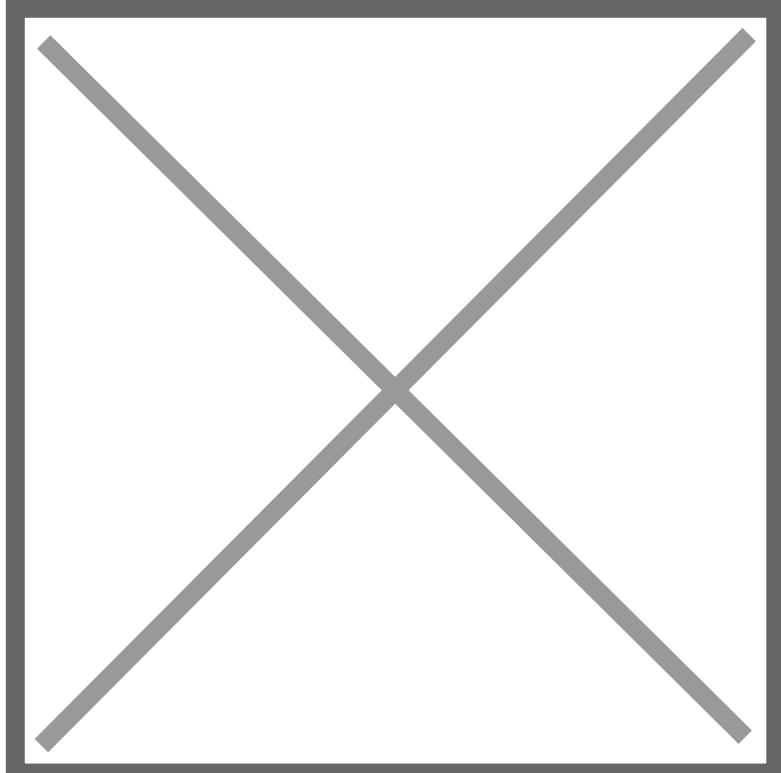
Comercio,
Industria y Turismo



OFERTA



DEMANDA

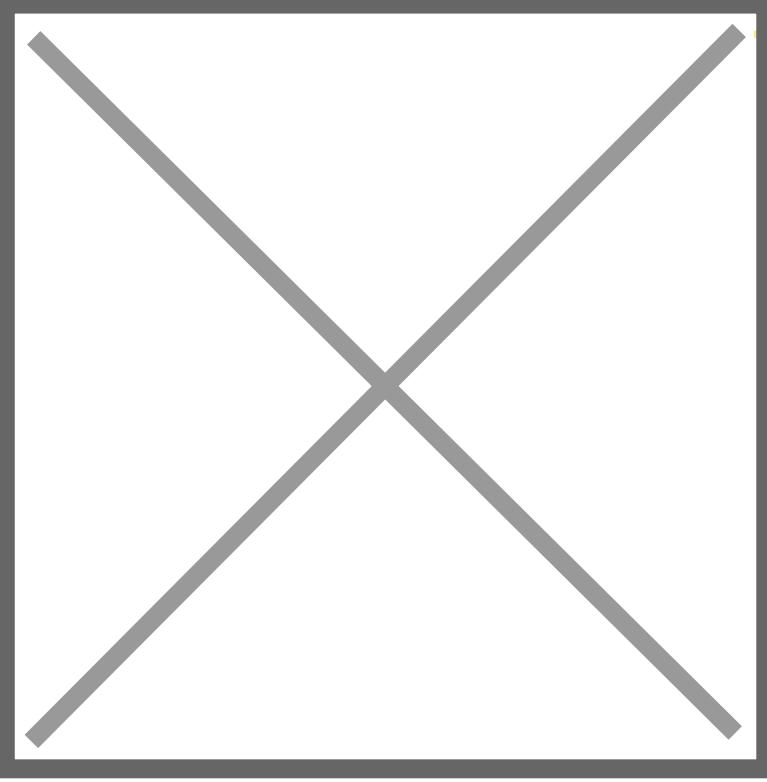


**NIVEL DE DESARROLLO MUNICIPIO BOGOTÁ
D.C.**

NIVEL DE DESARROLLO CONSOLIDACIÓN



Comercio, Industria y Turismo



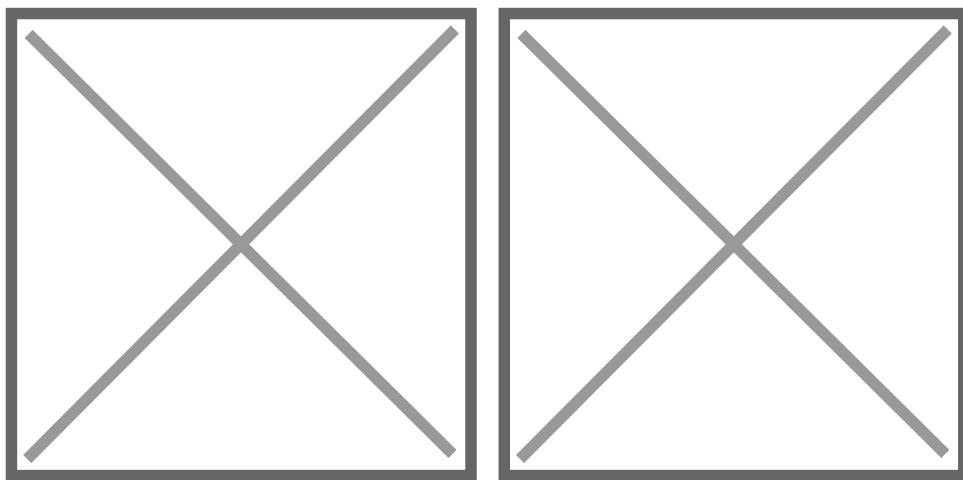
El destino cuenta con niveles destacados en el desarrollo de la oferta y recibe un importante número de turistas nacionales e internacionales que se mantiene en el tiempo. El destino identifica afectaciones por uso sobre las infraestructuras y planta turística, así como impactos que pueden perjudicar la sostenibilidad del destino (mayor número de turistas frente al número de residentes, impactos en la disponibilidad de servicios básicos, contaminación, daño del patrimonio, inseguridad, aculturación, delitos, entre otros). Por lo general, un importante porcentaje del destino recibe ingresos y se beneficia casi exclusivamente del turismo. Pueden presentarse escenarios de rechazo a la actividad turística, razón por la cual la gestión distrital o municipal tendrá que orientar sus esfuerzos hacia el equilibrio entre la actividad y el bienestar de las comunidades de destino.



4. RESULTADOS Y RECOMENDACIONES – OFERTA

3.1. EJE 1: GOBERNANZA Y PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

La gestión de destinos entiende el territorio como una organización que integra y articula a todos los actores que tienen responsabilidades y compromisos en el desarrollo turístico, con quienes se realiza la coordinación de actividades para el beneficio del destino y la optimización de recursos disponibles (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019). Este eje permite evaluar elementos que deben ser priorizados en el desarrollo turístico territorial, pues se constituyen como parte esencial de los procesos de gobernanza, articulación interinstitucional y planificación turística. Alcanzar un puntaje destacado en estos criterios indicará que el distrito o municipio cuenta con las bases necesarias para el desarrollo territorial, validando la importancia de la actividad turística en el mismo.



Recomendaciones generales:

Ordinal 1. El turismo en el Plan de Ordenamiento Territorial

Puntaje obtenido: 10.

Sí el ordenamiento territorial reconoce la actividad turística, se deberá articular acciones al interior de la entidad para realizar el seguimiento y evaluación e implementación del POT (después de la adopción del instrumento) y durante la cual, el municipio o distrito realiza, de manera sistemática y mínimo cada año, la recolección, análisis y reporte de información que mide los avances del Plan en relación a la implementación de las normas urbanística, al modelo territorial y a los programas y proyectos (incluido turismo). Lo anterior, con el fin de definir la relevancia, eficiencia y efectividad de la implementación del Plan, así como soportar los motivos para proceder con la revisión y ajuste del POT. Para adelantar



la etapa de seguimiento y evaluación, la ley 388 (art.112) y el decreto 1077 de 2015 (art. 2.2.2.1.2.1.5) establecen la obligatoriedad para los municipios y distritos de conformar el sistema del expediente municipal (DNP, 2024).

Ordinal 3. Plan de Desarrollo Turístico u otro instrumento de planificación turística que permita la gestión del destino.

Puntaje obtenido: 5.

Iniciar la revisión del documento metodológico de Planificación Turística, del Viceministerio de Turismo, para la formulación del “Plan de desarrollo turístico”, donde se deberán plasmar las orientaciones para el desarrollo turístico local, teniendo en cuenta información de base como inventaros, oferta de servicios, necesidades en capacitación, superestructura e infraestructura, entre otros temas fundamentales. El Viceministerio brindará a solicitud del municipio apoyo técnico para la formulación del plan.

Ordinal 4. Oficina para la gestión del turismo

Puntaje obtenido: 10.

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

Ordinal 6. Presupuesto destinado al turismo

Puntaje obtenido: 10.

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

Ordinal 7. Instrumentos financieros de apoyo al sector

Puntaje obtenido: 0.

Teniendo en cuenta que las CRCI son lideradas a nivel departamental y subregional, se recomienda articular con las gobernaciones correspondientes a cada municipio como también identificar el Director de cada comisión en la página web: www.colombiacompetitiva.gov.co

REVISAR: Identificar el Alcalde delegado que tiene participación en la CRCI para gestionar y articular proyectos de turismo regionales que beneficien y sean de interés de mi municipio.

Propender por la participación del Alcalde en la CRCI en representación de la subregión a la que pertenezca.

Identificar las necesidades turísticas de interés regional que se estructuren a través de proyectos para solicitar apoyo para su solución en la CRCI departamental, articulándose con los demás alcaldes de la subregión o provincia a la que pertenezca.

Ordinal 8. Consejo distrital o municipal de turismo**Puntaje obtenido: 5.**

Revisar con los empresarios la pertinencia de la creación de un clúster (Grupo de empresas e instituciones interrelacionadas, concentradas geográficamente, que compiten en un mismo negocio. Generalmente incluyen: Empresas situadas en varios escalones de la cadena de valor.) de turismo y articule las necesidades identificados por los empresarios a través de instancias de participación.

Ordinal 9. Vinculación a la estrategia Gestión Integral de Destinos o la estrategia Territorios Turísticos de Paz**Puntaje obtenido: 10.**

Seguir trabajando en la promoción del destino para recibir más turistas extranjeros, en el desarrollo de campañas de formalización de prestadores de servicios turísticos, en generar empleos dignos para el sector y en mantener un rubro presupuestal destinado al turismo. Continuar con el seguimiento y uso de las



Ordinal 10. Inventario y/o caracterización de servicios, productos y/o experiencias asociadas al turismo de naturaleza.

Puntaje obtenido: 10.

Seguir trabajando en la promoción del destino para recibir más turistas extranjeros, en el desarrollo de campañas de formalización de prestadores de servicios turísticos, en generar empleos dignos para el sector y en mantener el sello de la calidad turística. Continuar con el seguimiento y uso de las líneas de evaluación del indicador para la toma de decisiones de política pública en el sector y fortalecer la oferta.

Recomendaciones estratégicas a considerar:

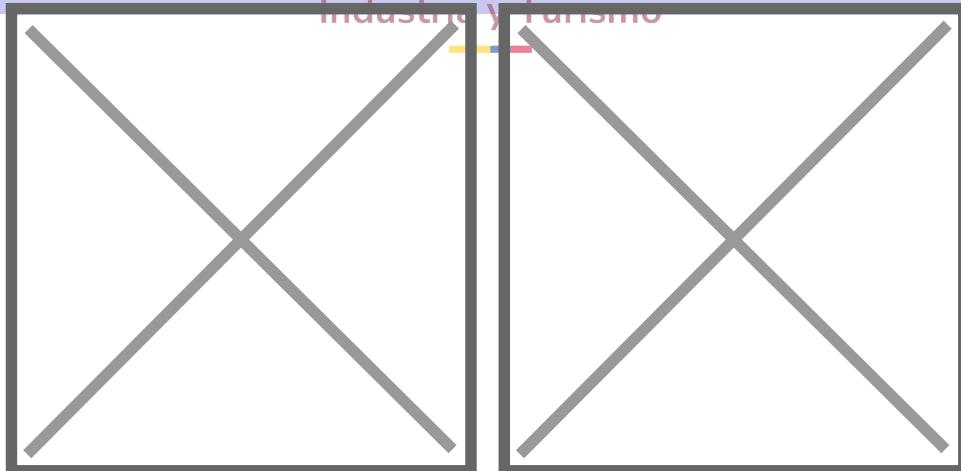
- I. Recomendacion 1
- II. Recomendacion 2
- III. Recomendacion 3

3.2. EJE 2: SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

Por su dinámica, la actividad turística genera impactos ambientales, culturales, sociales y económicos que pueden ser positivos o negativos según como se adelanten los procesos de planificación turística, apropiación del territorio, articulación y corresponsabilidad, formalización, sensibilización, entre otros. Por lo anterior, teniendo en cuenta la importancia que para el sector representa adelantar acciones que contribuyan a la generación de ingresos y empleo, el aumento de la capacidad empresarial, la distribución de ingresos, la contribución al Producto Interno Bruto (PIB), el efecto multiplicador, la diversificación económica, la preservación del patrimonio natural y cultural (material e inmaterial) y al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades de destino; se hace necesario implementar acciones permanentes que garanticen la sostenibilidad de la actividad turística en cualquier territorio.



Comercio, Industria y Turismo



Recomendaciones generales:

Recomendaciones estratégicas a considerar:

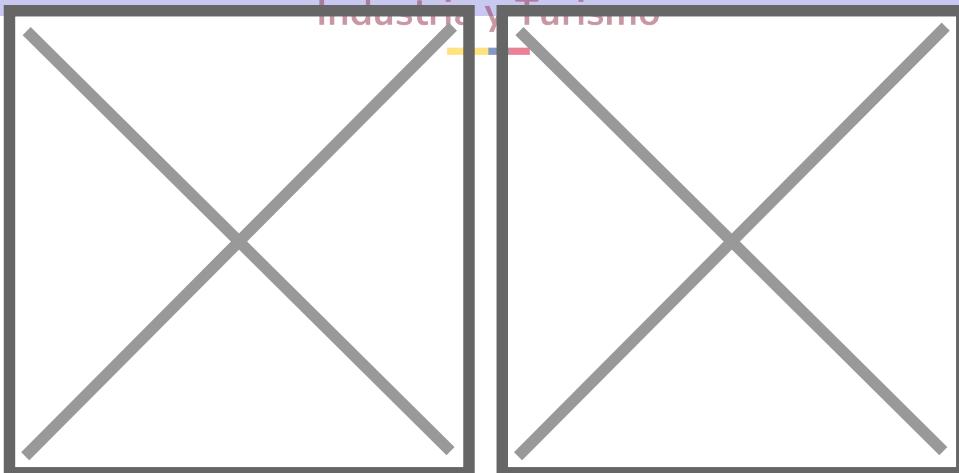
- I. Recomendacion 1
- II. Recomendacion 2
- III. Recomendacion 3

3.3. EJE 3: CALIDAD Y SEGURIDAD TURÍSTICA

El desarrollo de actividades turísticas implica intervenciones físicas que además de garantizar la calidad y seguridad de la experiencia del visitante, deben asegurar el bienestar y la calidad de vida de las comunidades de destino. Calidad Turística La Gestión Integral de la Calidad es un enfoque que permite establecer acciones sinérgicas para la mejora de la gestión de los prestadores de servicios, destinos y atractivos turísticos, considerando aspectos determinantes que inciden en la percepción de su calidad, como lo es, la seguridad, la accesibilidad, la sostenibilidad, la higiene, la innovación, la tecnología y la gobernanza. Para el componente de calidad turística se plantean 2 grupos de indicadores que tienen alcance al destino, prestadores de servicios turísticos y atractivos turísticos. Este eje permite evaluar indicadores asociados a la seguridad, el estado actual de los servicios básicos necesarios para la prestación de servicios turísticos y las condiciones presentes de las infraestructuras turísticas en el distrito o municipio en evaluación. Una calificación superior en los indicadores incluidos en este eje, permitirá avanzar en dirección hacia el desarrollo sostenible y seguro de los territorios.



Comercio, Industria y Turismo



Recomendaciones generales:

Recomendaciones estratégicas a considerar:

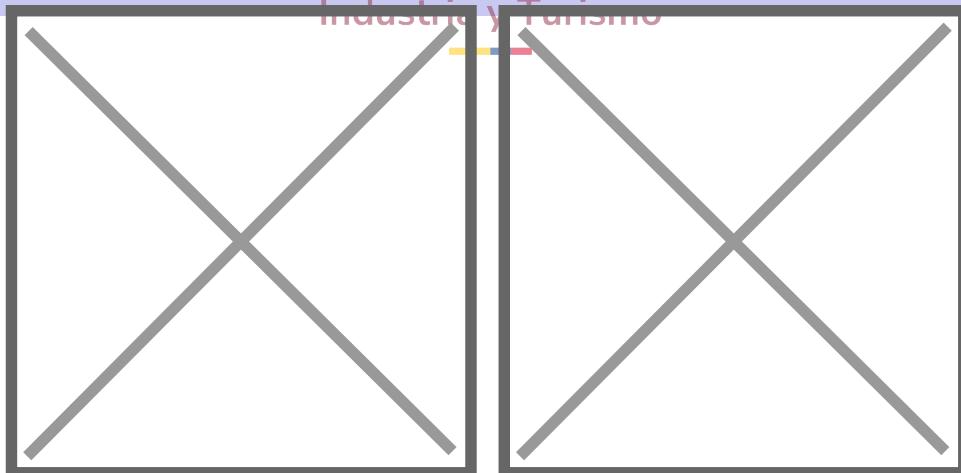
- I. Recomendacion 1
- II. Recomendacion 2
- III. Recomendacion 3

3.4. EJE 4: INFRAESTRUCTURA Y PLANTA TURÍSTICA

Además de atractivos e infraestructuras públicas, un destino turístico debe garantizar la prestación de servicios que faciliten la experiencia del visitante, permitiendo que este pueda realizar las actividades que le interesen bajo parámetros de calidad y accesibilidad. A través de este eje se evalúan los principales indicadores asociados a la infraestructura y planta turística de un distrito o municipio. Una calificación superior en los indicadores incluidos en este eje, indica la existencia de condiciones posiblemente suficientes para la prestación de servicios turísticos, frente a la que tendrán que realizarse análisis asociados a la calidad y alcance, así como a la satisfacción que estos generan en la estadía del visitante. Además de atractivos e infraestructuras públicas, un destino turístico debe garantizar la prestación de servicios que faciliten la experiencia del visitante, permitiendo que este pueda realizar las actividades que le interesen bajo parámetros de calidad y accesibilidad. A través de este eje se evalúan los principales indicadores asociados a la infraestructura y planta turística de un distrito o municipio. Una calificación superior en los indicadores incluidos en este eje, indica la existencia de condiciones posiblemente suficientes para la prestación de servicios turísticos, frente a la que tendrán que realizarse análisis asociados a la calidad y alcance, así como a la satisfacción que estos generan en la estadía del visitante.



Comercio, Industria y Turismo



Recomendaciones generales:

Recomendaciones estratégicas a considerar:

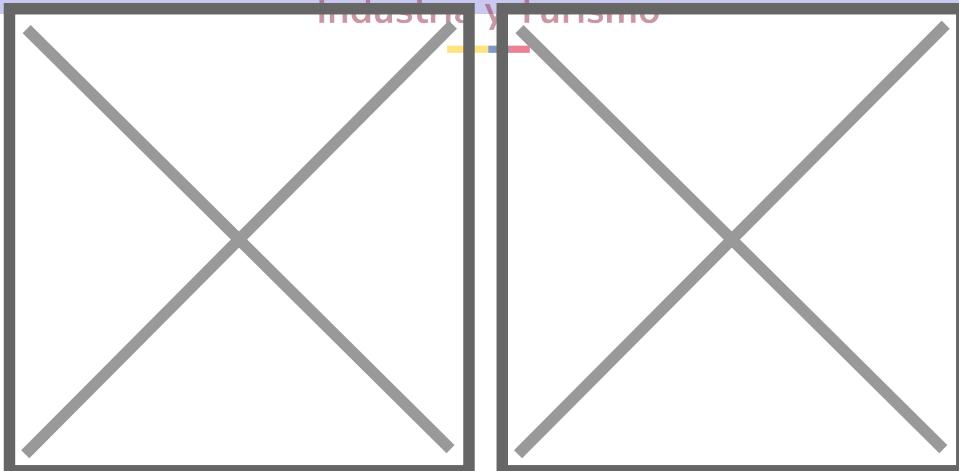
- I. Recomendacion 1
- II. Recomendacion 2
- III. Recomendacion 3

3.5. EJE 5: FORMACIÓN E INNOVACIÓN EN TURISMO

En el proceso de desarrollo turístico es fundamental contar con personas que cuenten con los requisitos de formación y capacitación necesarios para garantizar al turista una experiencia de calidad. La formación hace referencia a un proceso de mediana o larga duración y varios niveles, que incluye el desarrollo de un programa en una disciplina de forma amplia. Por su parte, la capacitación consiste en un proceso educativo de corta duración que otorga conocimientos y habilidades puntuales técnicas para ejecutar tareas en el ámbito laboral. Entendiendo lo anterior, es fundamental contar con personas capacitadas en diferentes niveles y temáticas, que cuenten con las habilidades necesarias para responder de forma oportuna a los retos del sector. Así mismo, es necesario que quienes se encuentran interesados en vincularse laboralmente al sector, encuentren una oferta de programas que responda a las necesidades de los empleadores y exigencias de la actividad turística. Por otra parte, la innovación en el sector está contribuyendo a diversificar la oferta turística del país, mejorar la experiencia del turista, y fomentar el turismo sostenible y responsable. No obstante, acorde a los retos globales y locales que se han identificado, la innovación para el sector turístico de Colombia debería estar enfocada en desarrollar actividades y productos y servicios turísticos innovadores, fomentar el turismo sostenible y generar estrategias de promoción y marketing turístico innovador. En razón a lo anterior, a través de este eje se evalúan los principales indicadores asociados a procesos de formación, capacitación e innovación en turismo. Una calificación superior en los indicadores incluidos en este eje, refleja la importancia que el destino otorga a la profesionalización del sector, la contratación de talento humano competente, así como a la innovación en el sector.



Comercio, Industria y Turismo



Recomendaciones generales:

Recomendaciones estratégicas a considerar:

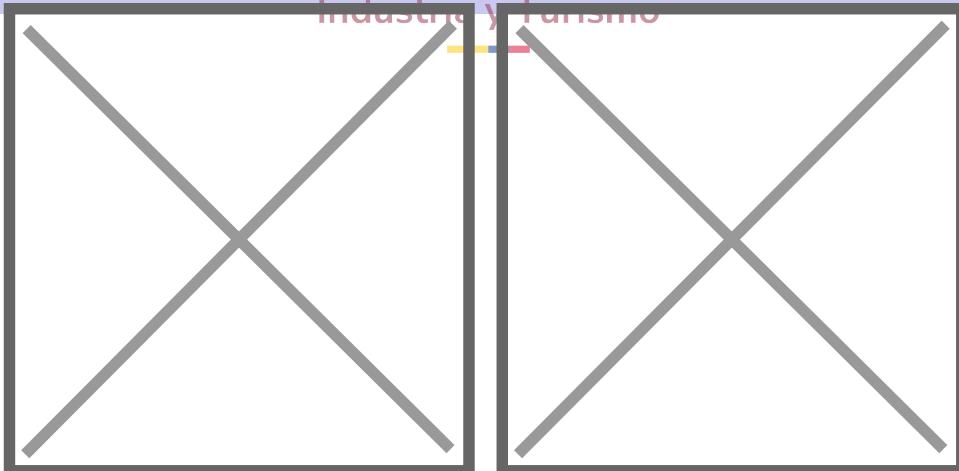
- I. Recomendacion 1
- II. Recomendacion 2
- III. Recomendacion 3

3.6. EJE 6: PRODUCTO TURÍSTICO

El producto turístico, hace referencia a la combinación de elementos a los que accede el turista en el desarrollo de su experiencia de viaje (atractivos, infraestructuras, servicios y actividades), los cuales en conjunto satisfacen sus motivaciones y necesidades. Realizar un ejercicio de diseño de producto turístico se constituye como el primer paso para adelantar actividades que respondan a la vocación territorial, la demanda y sean coherentes con las políticas y lineamientos de planificación definidos a nivel distrital o municipal, departamental, regional y nacional. Así mismo, el compromiso y dedicación de parte de los actores de la cadena de valor en el ejercicio de implementación y sostenibilidad del producto serán aspectos fundamentales para el posicionamiento del destino. A través de este eje se evalúan los principales indicadores asociados al diseño e implementación de productos turísticos, así como algunos de los elementos más importantes para este ejercicio asociados a la vocación territorial, el estado de atractivos y recursos y su vínculo a uno o más productos turísticos a nivel distrital o municipal. Una calificación superior en los indicadores incluidos en este eje, refleja la importancia que el destino otorga al desarrollo de productos turísticos bajo criterios de sostenibilidad, responsabilidad y coherencia.



Comercio, Industria y Turismo



Recomendaciones generales:

Recomendaciones estratégicas a considerar:

- I. Recomendacion 1
- II. Recomendacion 2
- III. Recomendacion 3

3.7. EJE 7: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

El concepto de promoción turística abarca aquellas acciones necesarias para dar a conocer la oferta de un territorio, fortalecer su identidad hacia los actores de destino, los turistas y otros destinos; así como atraer nuevos viajeros que se encuentren interesados en consumir la oferta promocionada. Si bien las actividades de mercadeo y promoción adquieren gran importancia por su impacto en la atracción de turistas e inversiones, se hace necesario que los destinos tengan plena conciencia del proceso de desarrollo turístico, con el fin de garantizar que los recursos distritales o municipales se inviertan de forma coherente en las necesidades de los territorios y así evitar impactos negativos que a mediano y largo plazo afecten la sostenibilidad de los destinos. Para adelantar actividades de promoción y mercadeo turístico, a través de la Política Nacional de Mercadeo y Promoción Turística, el Viceministerio de Turismo determina las siguientes pautas de trabajo:

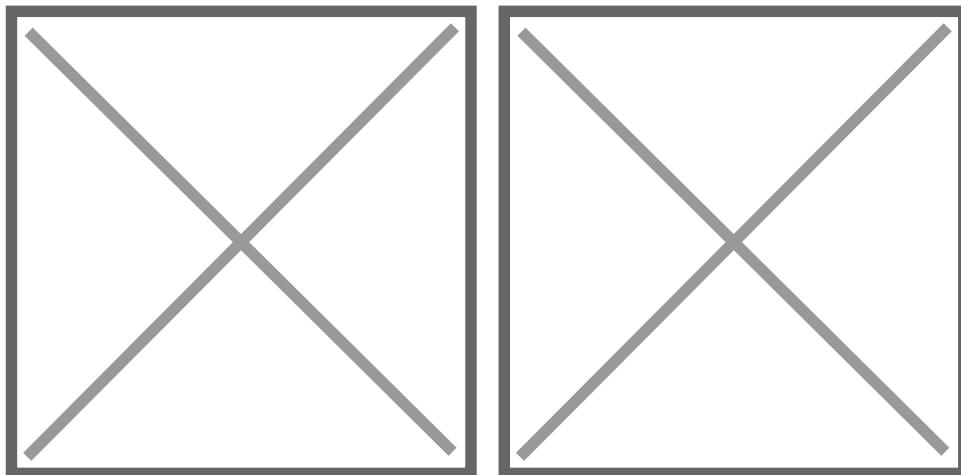
- *El desarrollo de investigaciones de mercados, al igual que la innovación, representan herramientas imprescindibles para competir en entornos económicos internacionales, en donde las tendencias de consumo de los turistas nacionales e internacionales marcan la pauta de la demanda de productos que conforman la oferta del sector.*
- *El mercadeo y la promoción de los destinos turísticos debe apoyar el desarrollo de nuevos productos turísticos, así como el mantenimiento de los ya existentes. Esto permitirá al país*



Comercio,

captar nuevos segmentos de **mercado** y **potenciales** y conservar la demanda actual, especialmente la doméstica.

- Las actividades de promoción que se adelanten deberán garantizar su propósito de efectividad y demostrar que los mercados emisores donde estas se adelanten tengan potencial claramente identificado y estudiado previamente.
- Es necesario apoyar la definición y estructuración de mecanismos de comercialización que faciliten el acceso de los productos y destinos a los mercados, dando mayor impulso a la transformación de los procesos de comercialización, otorgándole mayor relevancia a la relación con el cliente y a la adecuación constante ante los nuevos modelos y espacios de comunicación propios de los procesos tecnológicos, tales como las nuevas TIC. Esto permite el logro de un análisis efectivo de los segmentos de mercado y de las realidades y tendencias de la cadena de valor de cada producto turístico. En el año 2023, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo lanzó "Colombia, el país de la belleza", el mensaje unificado de Marca País con el que se promocionará el turismo, la inversión y las exportaciones a nivel nacional e internacional. Esta narrativa de país, resalta los atractivos naturales, culturales e históricos que hacen de este un destino único para los negocios y el turismo. Finalmente, a través de este eje se evalúan los principales indicadores asociados al desarrollo de procesos de promoción y comercialización turística. Una calificación superior en los indicadores incluidos en este eje evidencia los esfuerzos distritales o municipales en la identificación de mercados, la promoción de los productos y destinos y su comercialización.



Recomendaciones generales:

Recomendaciones estratégicas a considerar:

- I. Recomendacion 1
- II. Recomendacion 2
- III. Recomendacion 3



Comercio,
Industria y Turismo

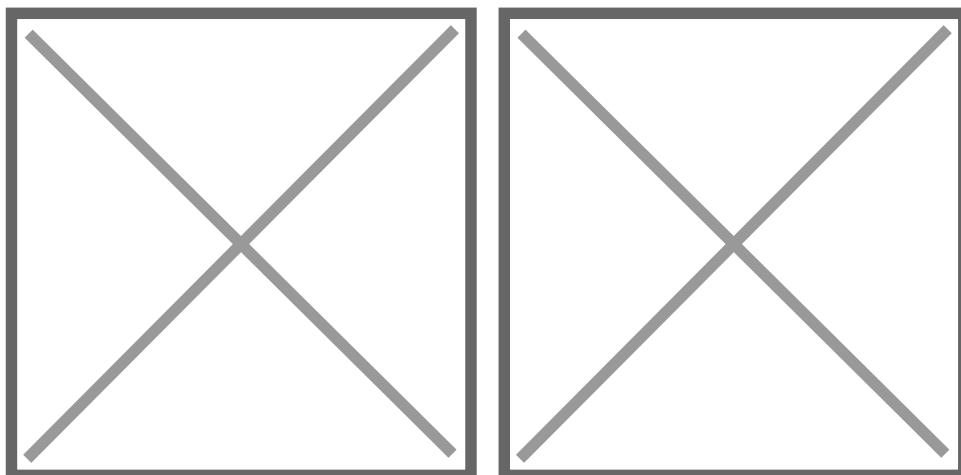




5. RESULTADOS Y RECOMENDACIONES—DEMANDA

4.1. EJE 8: DEMANDA NACIONAL

El análisis de la demanda adquiere gran importancia por su impacto en el desarrollo turístico de un destino a través del reconocimiento de las características de quien se interesa en él. Las llegadas por turismo y la información generada alrededor de la complejidad del turista, sus motivaciones, expectativas y necesidades, permite asegurar en buena parte la sostenibilidad económica de los destinos, a partir del mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios, permitiendo además la diversificación de productos y servicios, el incremento de las visitas por turismo y mayor adaptación a los cambios de la demanda. Sumado a esto, el conocimiento de la demanda permite a los destinos definir los límites y parámetros para el desarrollo de la actividad turística desde la óptica de inversionistas, prestadores de servicios turísticos, proveedores y turistas (en este caso nacionales); propiciando que el turismo se desarrolle en términos de sostenibilidad social, cultural y ambiental a largo plazo; contribuyendo además, al diseño de estrategias efectivas de diferenciación y segmentación, diseño de producto, fortalecimiento empresarial, innovación y comercialización; así como la ejecución de inversiones responsables y coherentes con las necesidades territoriales y las metas sectoriales. La demanda nacional representa los ingresos por turismo de un amplio número de destinos de Colombia; sin embargo, no es frecuente priorizar el análisis de la demanda frente a los ejercicios de diseño de producto turístico. Este eje pretende generar un primer acercamiento de los destinos a los aspectos más relevantes de la demanda, con el fin de identificar las necesidades en investigación de mercados y estructuración de mediciones que sean necesarias para la toma de decisiones de cara al turismo doméstico.



Recomendaciones generales:

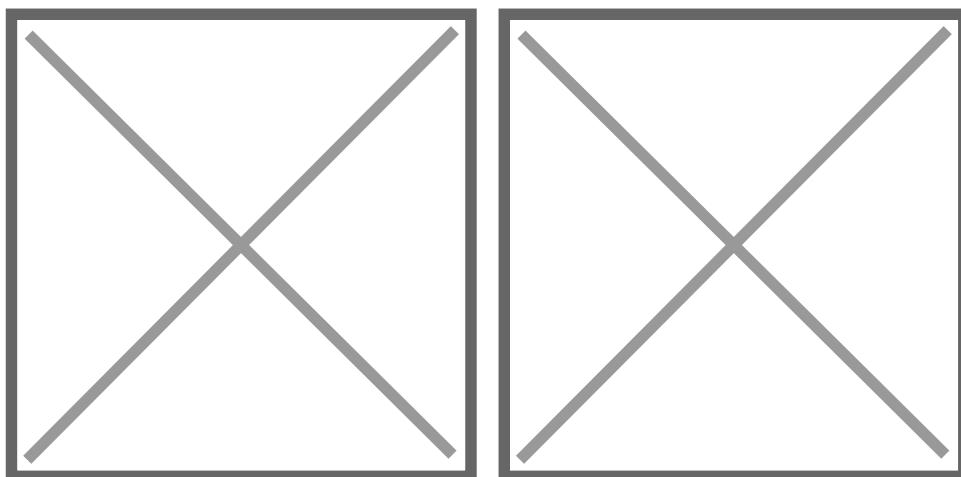
Recomendaciones estratégicas a considerar:

- I. Recomendacion 1
- II. Recomendacion 2
- III. Recomendacion 3



4.2. EJE 9: DEMANDA INTERNACIONAL

El análisis de la demanda adquiere gran importancia por su impacto en el desarrollo turístico de un destino a través del reconocimiento de las características de quien se interesa en él. Las llegadas por turismo y la información generada alrededor de la complejidad del turista, sus motivaciones, expectativas y necesidades, permite asegurar en buena parte la sostenibilidad económica de los destinos, a partir del mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios, permitiendo además la diversificación de productos y servicios, el incremento de las visitas por turismo y mayor adaptación a los cambios de la demanda. Sumado a esto, el conocimiento de la demanda permite a los destinos definir los límites y parámetros para el desarrollo de la actividad turística desde la óptica de inversionistas, prestadores de servicios turísticos, proveedores y turistas (en este caso extranjeros); propiciando que el turismo se desarrolle en términos de sostenibilidad social, cultural y ambiental a largo plazo; contribuyendo además, al diseño de estrategias efectivas de diferenciación y segmentación, diseño de producto, fortalecimiento empresarial, innovación y comercialización; así como la ejecución de inversiones responsables y coherentes con las necesidades territoriales y las metas sectoriales. La demanda internacional representa los ingresos por turismo de productos y servicios que han logrado dar respuesta a las motivaciones de turistas extranjeros; sin embargo, como en la demanda nacional, tampoco es frecuente priorizar el análisis de la demanda internacional frente a los ejercicios de diseño de producto turístico. Este eje pretende generar un acercamiento de los destinos a los aspectos más relevantes de la demanda, con el fin de identificar las necesidades en investigación de mercados y estructuración de mediciones que sean necesarias para la toma de decisiones de cara al turismo internacional.



Recomendaciones generales:

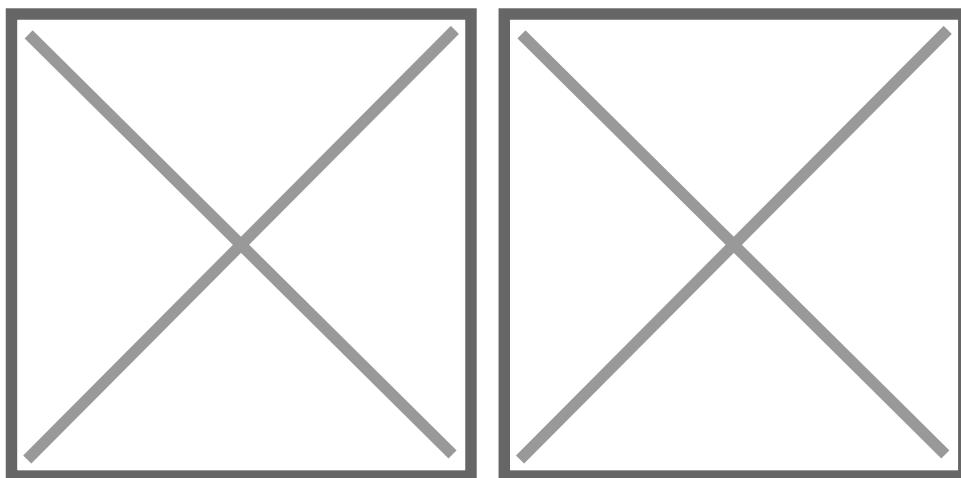
Recomendaciones estratégicas a considerar:

- I. Recomendacion 1
- II. Recomendacion 2
- III. Recomendacion 3



4.3. EJE 10: GASTO TURÍSTICO

Hace referencia al dinero que gasta el turista en el desarrollo de actividades asociadas al viaje. De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), incluye transporte, alimentos y bebidas, alojamiento, servicios culturales y recreacionales, souvenirs, artesanías y regalos, bienes de uso personal y otros gastos relacionados con el viaje. Para el desarrollo turístico territorial es de gran importancia conocer el comportamiento de este indicador, entendiendo que su medición y análisis posibilitan la estructuración e implementación de estrategias para el fortalecimiento y diversificación de productos y el mejoramiento de la calidad en la prestación de los servicios; así como la comprensión del impacto de las acciones de promoción y comercialización y del comportamiento de la demanda. El trabajo de un destino enfocado hacia el incremento del gasto turístico puede generar las condiciones para que un distrito, municipio o región logre mayores beneficios económicos para las comunidades locales, favoreciendo así la sostenibilidad de la actividad.



Recomendaciones generales:

Recomendaciones estratégicas a considerar:

- I. Recomendacion 1
- II. Recomendacion 2
- III. Recomendacion 3

4.4. EJE 11: OCUPACIÓN ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE

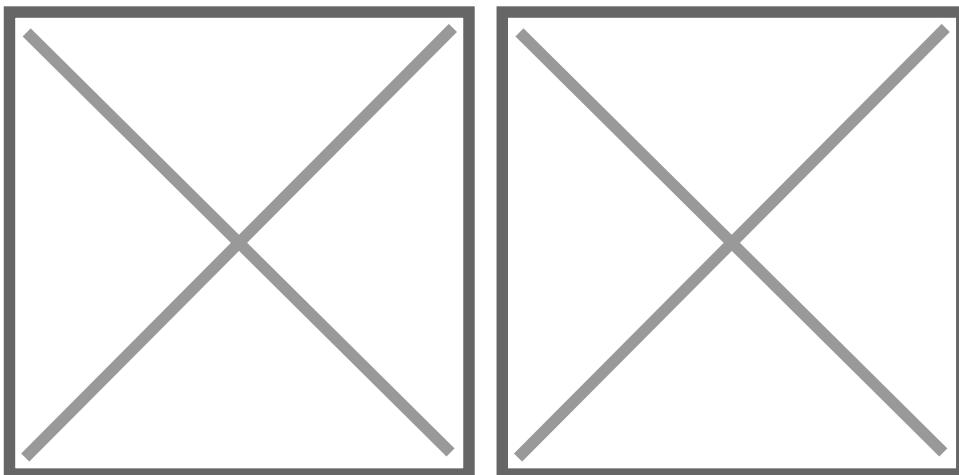
El indicador asociado a la ocupación de los Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje, el cual permite medir el comportamiento de las visitas por turismo a través de la relación entre las habitaciones ocupadas y las habitaciones disponibles en un destino. Su análisis permite



Comercio,

Industria y Turismo

comprender el impacto de las inversiones y de la ampliación de la oferta de habitaciones, así como su conexión con la llegada de turistas, la formalización y la rentabilidad del sector de alojamiento y hospedaje. Conocer el comportamiento de este indicador y su medición y análisis posibilita la estructuración e implementación de estrategias para el fortalecimiento empresarial, la formalización y la rentabilidad de estos establecimientos. Así mismo, da información a los municipios y distritos frente al consumo turístico y el comportamiento y preferencias de la demanda, para que desde su papel sea posible fortalecer aspectos asociados a la competitividad, infraestructura y promoción turística.



Recomendaciones generales:

Recomendaciones estratégicas a considerar:

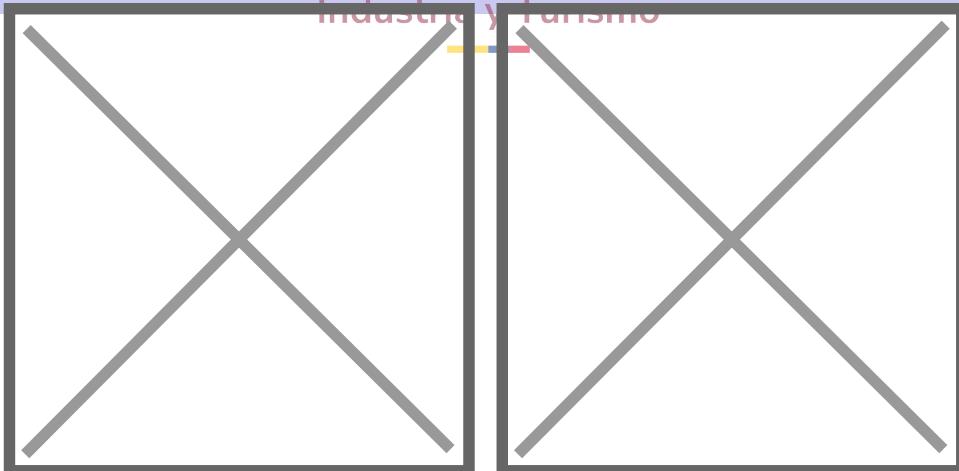
- I. Recomendacion 1
- II. Recomendacion 2
- III. Recomendacion 3

4.5. EJE 12: PERNOCACIÓN

El indicador de pernoctación permite analizar el comportamiento de las visitas por turismo a través de la medición del promedio de noches que los turistas permanecen en un establecimiento de alojamiento y hospedaje. Conocer el comportamiento de este indicador, así como su medición y análisis, posibilita la estructuración e implementación de estrategias que permitan extender las estadías y por consiguiente, aumentar el gasto turístico.



Comercio, Industria y Turismo



Recomendaciones generales:

Recomendaciones estratégicas a considerar:

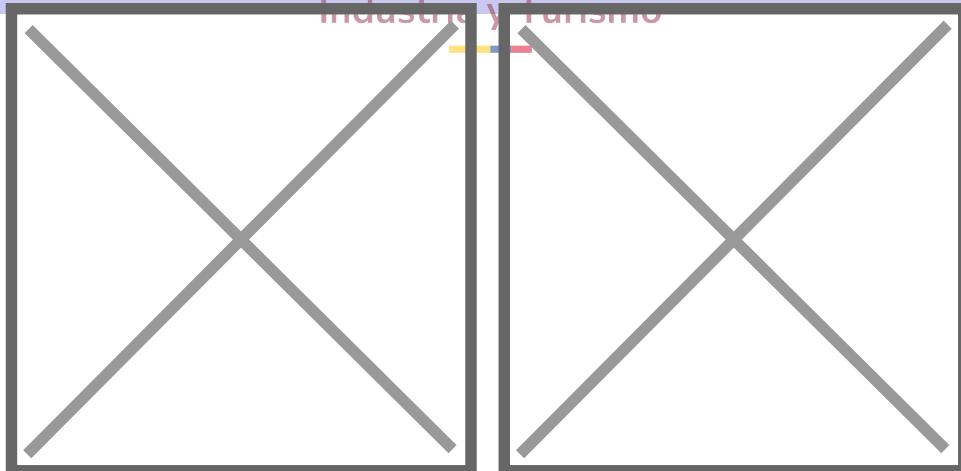
- I. Recomendacion 1
- II. Recomendacion 2
- III. Recomendacion 3

4.6. EJE 13: PERCEPCIÓN Y SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS

La medición de la satisfacción de los viajeros permite analizar el resultado de su experiencia en un destino. La importancia de este indicador radica en la necesidad de conocer cuáles son los aspectos que impactan de forma positiva o negativa el desarrollo de los desplazamientos por turismo, entendiendo que esto puede beneficiar o afectar un distrito o municipio en términos de sostenibilidad económica y social. El análisis de este indicador permitirá identificar los elementos que son bien catalogados por el turista y que el distrito o municipio debe conservar y fortalecer. Así mismo, permitirá identificar los aspectos de mejora que deben ser atendidos de manera prioritaria, con el fin de garantizar una experiencia satisfactoria de cara al visitante.



Comercio, Industria y Turismo



Recomendaciones generales:

Recomendaciones estratégicas a considerar:

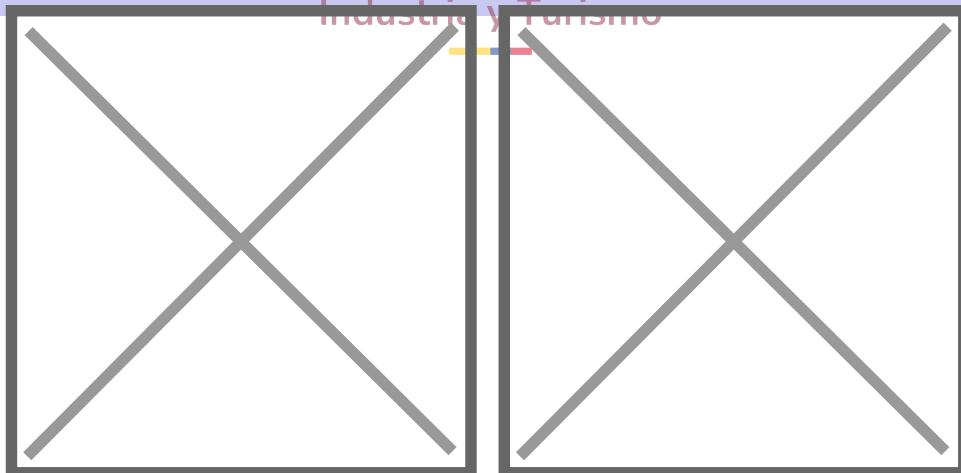
- I. Recomendacion 1
- II. Recomendacion 2
- III. Recomendacion 3

4.7. EJE 14: PRESENCIA DIGITAL.

La presencia digital de un destino hace referencia a su visibilidad en internet, bien sea a través de una página web, redes sociales, App, resultados en motores de búsqueda y anuncios o cualquier otro formato pago. Para esta metodología, el eje pretende comprender la visibilidad de un distrito o municipio en el contexto de viajes y turismo, dando una idea de la frecuencia y temporalidad en la que se realizan las búsquedas. El análisis de estos indicadores permitirá identificar los intereses de potenciales turistas extranjeros y nacionales frente a la oferta de viajes y turismo de un distrito o municipio. Así mismo, será uno de los primeros insumos para identificar el nivel de presencia digital de un destino y las posibilidades de mejora frente a su potencial.



Comercio, Industria y Turismo



Recomendaciones generales:

Recomendaciones estratégicas a considerar:

- I. Recomendacion 1
- II. Recomendacion 2
- III. Recomendacion 3

Gestor que aprobó

Christian Moreno