



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

Municipio saludable y polo de Desarrollo Local.
Proceso de Internacionalización del Turismo de Mesitas de El Colegio.

Realizado por:
María Camila Guacas Jiménez.
Natalia Andrea Pantoja Fonseca.

Bogotá, Agosto del 2011.



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

POLO DE DESARROLLO LOCAL CENTRO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES
PARA LA PERDURABILIDAD – CEEP
DESARROLLO DEL SECTOR DEL TURISMO EN MESITAS DE EL COLEGIO.

MARIA CAMILA GUACAS JIMENEZ
NATALIA ANDREA PANTOJA FONSECA

TRABAJO DE GRADO

ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACULTAD DE ADMINISTRACION
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
BOGOTA D.C. AGOSTO 2011



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

**MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL CENTRO DE
ESTUDIOS EMPRESARIALES PARA LA PERDURABILIDAD – CEEP
DESARROLLO DEL SECTOR DEL TURISMO EN MESITAS DE EL COLEGIO.**

**MARIA CAMILA GUACAS JIMENEZ
NATALIA ANDREA PANTOJA FONSECA**

TRABAJO DE GRADO

**TUTOR:
ANDRES MAURICIO CASTRO FIGUEROA**

**ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACULTAD DE ADMINISTRACION
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
BOGOTA D.C. AGOSTO 2011.**



DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia que gracias a sus consejos, apoyo, amor y confianza me han ayudado a cumplir mis objetivos, a crecer como persona y han sido la motivación para alcanzar todos mis sueños.

Natalia Andrea Pantoja Fonseca

Este trabajo está dedicado a mis padres y a mi hermano por su colaboración y apoyo en esta etapa de mi vida, porque gracias a sus sabios consejos y dándome ejemplo de lucha, entrega y superación puedo alcanzar esta meta; gracias por acompañarme y darme fortaleza a lo largo de mi carrera y sobre todo estar presentes en los momentos más difíciles de ella.

María Camila Guacas Jiménez.



AGRADECIMIENTOS

Agradezco primero a Dios porque me ha llenado de bendiciones; a mi familia que es maravillosa; le doy gracias a mis amigos por formar parte de mí y por todos los buenos momentos. Finalmente a mis profesores quienes me han forjado como profesional en esta etapa universitaria.

Natalia Andrea Pantoja Fonseca

Agradezco a mi familia y a Dios por su constante apoyo y asistencia en el desarrollo y logro de esta meta en mi vida. Así mismo quiero agradecer a mis profesores y a la Universidad por su formación y guía en la elaboración de este proyecto. De igual manera le agradezco a mi compañera de trabajo pues en ella desde el primer día encontré mucho apoyo y sinceridad, gracias por estar en presente en esta etapa de mi vida.

María Camila Guacas Jiménez.



CONTENIDO

LISTAS ESPECIALES	I
GLOSARIO	II
RESUMEN	VI
PALABRAS CLAVES	VII
ABSTRACT	VIII
INTRODUCCIÓN	1
1. PANORAMA REGIONAL	2
1.1 Características del sector turístico	2
1.2 Situación económica del turismo	7
1.2.1 Colombia una economía dinámica	7
1.2.2 Normatividad y leyes del Sector Turístico	10
2. ANALISIS DE LA DEMANDA	13
2.1 Evolución del sector turístico en Colombia	13
2.2 Perfil del turista de Mesitas de El Colegio.....	14
3. ANALISIS DE LA OFERTA	18
3.1 Posibilidades turísticas de la región	18
3.2 Estructura turística de la región	18
4. MATRIZ DE MARCO LOGICO	21
4.1 Metodología del Marco Lógico.....	21
4.1.1 Pauta Metodológica para el desarrollo del Marco Lógico	21



4.2 Construcción del Marco Lógico	25
4.2.1 Planteamiento del problema.....	25
4.2.2 Análisis de involucrados	26
4.2.3 Árbol de problemas	27
4.2.4. Árbol de objetivos.....	30
4.2.5. Acciones e identificación de alternativas	30
4.2.6 Análisis de alternativas para selección de la solución óptima	32
4.2.7 Estructura analítica del proyecto (EAP).....	33
4.2.8 Resumen narrativo de objetivos y actividades	34
4.2.9 Indicadores y Metas Intermedias.....	37
4.2.10 Identificación de medios de verificación	42
4.2.11 Identificación de supuestos	49
4.2.12 Matriz de marco lógico	56
4.2.13 Tiempos estimados de cumplimiento de objetivos	61
5. FACTORES DE COMERCIALIZACION	65
5.1 Entidades promotoras.....	65
5.2 Página web	65
CONCLUSIONES.....	67
RECOMENDACIONES.....	69
REFERENCIAS	70



LISTAS ESPECIALES

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustracion1: Posición geográfica Cundinamarca	4
Ilustracion 2: Posicion geografica de Mesitas de El Colegio	4
Ilustracion 3: Crecimiento del PIB de Colombia vs. Mundo.....	7
Ilustracion 4: PIB nominal de 2009 en el Mundo	8
Ilustracion 5: Principales inversionistas en Colombia 2000.2001	9
Ilustracion 6: Principales nacionalidades de los turistas	10
Ilustracion 7: Motivo de viaje de los turistas	15



GLOSARIO

- **Alternativa:** Opción entre dos o más cosas.
- **Benchmarking:** Es un proceso de evaluación continua y sistémica en el cual se analizan y comparan permanentemente los procesos y productos de las compañías que son reconocidas como exitosas, con el fin de aprender de ellos y adaptarlos a la organización para mejorar su desempeño.
- **Calidad:** Aquellas características del producto o servicio que responden completamente a las necesidades del cliente.
- **Campañas:** Conjunto de actos que se llevan a cabo con la intención de lograr un determinado objetivo.
- **Canotaje:** Es un deporte que se practica sobre una embarcación ligera, normalmente de fibra de vidrio o plástico en embarcaciones de recreo, y fibras de kevlar o carbono en embarcaciones de competición.
- **Clúster:** Conjunto de empresas, agentes u organizaciones que inciden en la elaboración de un producto o en la presentación de un servicio y que están geográficamente próximas.
- **Comercialización:** Poner en venta un producto o darles las condiciones y vías de distribución para su venta.
- **Competitivo:** Es la capacidad de ocupar y liderar los espacios dinámicos del mercado en proporciones cada vez mayores.
- **Compromiso:** Es la obligación contraída por alguien, generalmente mediante una promesa, de un acuerdo o de un contrato.
- **Comunidad:** Conjunto de poblaciones que viven en un área o hábitat definido, donde sus miembros participan o tienen similitudes en función de un interés común.

- **Costos:** Son todos los gastos en que se incurre para poder producir un bien, dentro de un sistema de producción.
- **Demanda:** Representa la cantidad que desean adquirir los compradores de un bien, en relación con su precio.
- **Diversificación:** Estrategia de crecimiento en la que la compañía trata de aprovechar oportunidades que están fuera de su negocio actual. Normalmente sucede cuando se quiere atacar un mercado nuevo con un producto nuevo.
- **Ecoturismo:** Es aquella parte del turismo que consiste en ir a áreas naturales, relativamente sin perturbarlas, con el objeto expreso de ir a ver, a admirar, a disfrutar y a estudiar los elementos naturales que hay allí (paisaje, flora, fauna) junto con aquellos elementos culturales asociados que se pueden encontrar, pero todo garantizado por un proceso de bajo impacto negativo y con la participación de las poblaciones locales.
- **Eficacia:** Este principio es la obtención de los resultados de manera oportuna y en entera relación con los objetivos y las metas propuestos.
- **Eficiencia:** Logro de los objetivos previamente establecidos, utilizando un mínimo de recursos.
- **Estándares:** Consiste en el establecimiento de normas a las que debe ajustarse ciertos procesos para alcanzar altos niveles de calidad.
- **Estrategias:** Diseñar planes de acción efectivos para alcanzar las metas.
- **Infraestructura:** Condiciones básicas (instalaciones y tecnología) que permiten el desarrollo de ciertas actividades (por ejemplo, iluminación adecuada, agua limpia).
- **Interinstitucional:** Cooperación de varias instituciones con un mismo fin.



- **Inversión:** Utilización del dinero propio en productos o proyectos que se consideran lucrativos, ya sea la creación de una empresa o la adquisición de acciones. Toda inversión tiene implícito un riesgo, que debes contemplar antes de tomar una decisión.
- **Logística:** Conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución.
- **Mercado:** Se puede definir como el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio de un producto o servicio.
- **Motivación:** Son los estímulos que mueven a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación.
- **Producción:** Proceso por medio del cual se crean los bienes económicos, haciéndolos susceptibles de satisfacer necesidades humanas, o sea incorporándoles utilidad.
- **Promoción:** Uno de los instrumentos fundamentales del marketing con el que la compañía pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo.; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información.
- **Parapente:** Deporte que permite que una persona planee sin la ayuda de ningún dispositivo de propulsión, sólo depende de la gravedad y la resistencia del aire sobre el parapente. Este artefacto está constituido por un arnés, que es la unión del piloto con su aeronave, la tela o ala que es la que permite el vuelo, un sistema de suspensión y los frenos, que son los que permiten controlarlo.



- **Posicionamiento:** Imagen mental de un producto que el consumidor tiene. Incluye los sentimientos, la experiencia y toda la información con la que cuenta el individuo
- **Potencial:** Características viables que tiene el municipio para poder desarrollarse en el sector turístico.
- **Proactivas:** Tener iniciativa y no espera que las cosas sucedan.
- **Promoción:** Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas.
- **Publicidad:** Es un sistema de comunicación masiva que tiene por objeto informar, persuadir y conseguir un comportamiento determinado de las personas que reciben esta información.
- **Servicio:** Bienes económicos no materiales producidos por individuos, empresas o sectores.
- **Sistema de información:** Conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución.



RESUMEN

El municipio Mesitas de El Colegio se caracteriza por tener una temperatura promedio de 23°C y se encuentra localizada a dos horas de la ciudad de Bogotá, en el Departamento de Cundinamarca, en la parte oriental de la región del Tequendama, a partir de lo anterior consideramos que este municipio es un lugar propicio para el desarrollo de actividades turísticas.

En el análisis realizado en el proyecto Municipio saludable y polo de desarrollo local se consideran diversos pilares, forjados en la definición del turismo como una voluntad de servicio de los habitantes, característica carente en la población del municipio de Mesitas de El Colegio; haciendo necesario un cambio de mentalidad, en donde los pobladores de la región estén dispuestos a ser parte de los proyectos que ha planteado el gobierno como lo son el mirador turístico, parador turístico y la ruta ecológica.

A través de la metodología de marco lógico se logro concluir que para el desarrollo de las actividades es de gran importancia contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del Municipio de Mesitas de El Colegio, articulando los programas municipales a través del fortalecimiento de las capacidades corporativas y del apoyo a las iniciativas empresariales de dichos municipios.

Todo con el propósito de realizar campañas de concientización que estén dirigidas a los habitantes del Municipio para promover actitudes proactivas en el desarrollo de las actividades turísticas y económicas.



PALABRAS CLAVES

Potencial turístico.

Voluntad de servicio.

Cambio de mentalidad.

Mirador turístico.

Parador turístico.

Ruta ecológica.

Marco lógico.

Proactivas.



ABSTRACT

The town of Mesitas del Colegio located two hours from Bogota, in the State Department of Cundinamarca in the eastern part of the Tequendama region, is characterized by having an average temperature of 23° C. Considering this, the town is thought to have a tourism potential and to be an appropriate place for the development of related activities. However, in the analysis made by the project “Municipio Saludable y Polo de Desarrollo Local” several mainstays from the concept of tourism, understood as a will of service to people, were considered aiming to change people’s mind about the town and the way they approach to the concept of tourism. The aim of this new perspective is to involve local people in many of the projects suggested by the government such as the touristic site, scenic lookout and ecological path.

Following the methodology of logical framework, it was possible to conclude that in order to develop and achieve these activities successfully, it is vital to assure an improvement of resident’s quality of the life as well. This will be achieved by articulating the programs designed in the town, promoting projects which will strengthen the corporative skills and supporting the business initiatives proposed by these towns.

In order to accomplish the projects mentioned above, awareness campaigns addressed to the habitants of the municipality must be done. Thus the promotion of a proactive development related to economic and tourism activities can occur.



INTRODUCCIÓN

La investigación que se realizó en el Municipio de Mesitas de El Colegio, tiene como protagonistas a la Universidad del Rosario y la Gobernación de Cundinamarca; esta relación busca promover el desarrollo económico por medio del Proyecto Municipio saludable y polo de desarrollo local.

A través de la línea de investigación de Internacionalización, ubicado dentro de la Facultad de Administración se promueve este proyecto teniendo en cuenta cuatro enfoques, como son: comercialización y producción del mango, promoción de turismo para la región y la creación de un centro de acopio.

A continuación se encontrara un análisis estructural de la promoción de Turismo para el Municipio Mesitas de El Colegio; se realizara un análisis y desarrollo de la matriz de marco lógico, identificando el problema general, los agentes involucrados y profundización de objetivos y problemas dentro de la región para generar estrategias optimas con un alto nivel de viabilidad.

Ahora bien, adicional a esta metodología, se utilizará la información recolectada a través de las visitas realizadas al municipio y a la secretaría de turismo del mismo, de esta forma se mejorará inherentemente la calidad de vida de los habitantes y las actividades económicas de la región.



1. PANORAMA REGIONAL

1.1 Características del sector turístico.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo define como turismo: “Se considera Turismo a todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

El turismo tiene múltiples definiciones tales como:

“El fenómeno resultante de una red de impactos socioeconómicos, culturales y ambientales generado por el desplazamiento y permanencia temporal de personas que, teniendo entre otros motivos, la recreación y el descanso, visitan lugares que ofrecen bienes y servicios para la realización de actos particulares de consumo.”¹

El Turismo se ha manifestado como una industria de rápido crecimiento; Según La Organización Mundial del Turismo, OMT, se proyecta que el turismo mundial continuara creciendo a una tasa anual entre 4 y 4,6%, llegando a unos mil millones de turistas en 2010 y aproximadamente a 1.600 millones en 2020. Los ingresos turísticos (gastos totales de los turistas internacionales) ascenderán a 2 billones de dólares para ese año, donde una de cada 4 llegadas será de larga distancia, es decir de un turista que viaja entre diferentes regiones y continentes del mundo. Todas las regiones del mundo registrarán un crecimiento importante del turismo internacional y el turismo interno seguirá creciendo a buen ritmo en todas las regiones²

¹Definición del Sector Turismo en Colombia, En: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Disponible en: www.mincomercio.gov.co/econtent/NewsDetail.asp?ID=6911&IDCompany=14

²Organización Mundial del Turismo – OMT. Guía para Administraciones locales: Desarrollo Turístico Sostenible. OMT. Madrid. 1999.



Según datos del estudio de preferencias de los colombianos en sus desplazamientos turísticos adelantado por CINDAMER para el Fondo de Promoción Turística de Colombia en 2002, en promedio el 33% de los colombianos quisiera realizar actividades de turismo cultural en los lugares preferidos donde viajan en sus vacaciones, lo cual denota las posibilidades que este segmento tiene para su desarrollo.³

Es por esta razón que el turismo es de gran importancia para el desarrollo turístico de cada Municipio, de esto depende el crecimiento del sector a nivel nacional.

Mesitas de El Colegio es un municipio caracterizado por tener una temperatura promedio de 23°C y se encuentra localizada a dos horas de la ciudad de Bogotá, en el Departamento de Cundinamarca, en la parte oriental de la región del Tequendama.

El Departamento de Cundinamarca posee una posición favorable dentro de la región Andina porque cuenta con todos los pisos térmicos, desde el cálido en el valle del río Magdalena y el piedemonte de Los Llanos Orientales, hasta el páramo como el de Sumapaz lo que ofrece grandes posibilidades en términos de diversificación de producción agrícola y en general, de utilización del suelo.⁴

³Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Política de turismo cultural: "Turismo cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio colombiano para el mundo". Bogotá.

⁴Ver en:
www1.cundinamarca.gov.co/gobernacion/Departamento/Datosgenerales/PosiciónGeografica/tabid/119/language/es-ES/Default.aspx

Ilustración 1: Posición geográfica Cundinamarca



Fuente: Gobernación de Cundinamarca.

Ilustración 2: Posición geográfica de Mesitas de El Colegio



Fuente: Gobernación de Cundinamarca.



Para acceder a este Municipio podemos tomar la vía Bogotá – Salto del Tequendama- Mesitas de El colegio la cual es una carretera pavimentada; o la vía Bogotá –La Mesa- Mesitas de El colegio, que tiene un tramo pavimentado hasta el sector de la Mesa.

Este municipio proporciona un espacio de esparcimiento y ocio con recursos naturales que permiten el desarrollo turístico de la región.

Durante el día el municipio es un lugar agradable y comercial, el gobierno municipal se encarga de realizar actividades para sus habitantes y en las que los turistas también pueden hacer presencia, principalmente cuenta con grandes festividades que son: el Festival equino realizado en el mes de Junio; Festival internacional de teatro callejero; Expomesitas; Festival turístico de la luz ; Sábado cultural que tiene lugar a el último sábado del mes; Festival del mango en la inspección del Triunfo; Encuentro departamental de pintores y Domingos campesino; Estos espacios congregan a miles de personas cada semana, en busca de sano esparcimiento convirtiéndose además en un gran atractivo turístico para el municipio.

Los habitantes de Mesitas del Colegio ponen a disposición de los visitantes varias posibilidades para el descanso y la recreación, se pueden realizar caminatas ecológicas cercanas al municipio como visitas a los grabados en piedra a 15 minutos del municipio y se puede tomar el servicio de guía turístico ofrecido por la Alcaldía municipal.

El municipio de El Colegio cuenta con una variada oferta hotelera y alquiler de fincas, posee 52 hoteles, que además del hospedaje, algunos ofrecen servicios de bar, piscina y restaurante.⁵

⁵ Ver en: <http://elcolegio-cundinamarca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?s=m&m=T>



La economía de Mesitas del Colegio está basada en la explotación del Turismo, la producción agrícola, energética y el desarrollo agroindustrial.⁶

El desarrollo del sector turístico se facilita en este municipio por sus condiciones climáticas y geográficas lo que permite la presencia de diversidad de fauna y flora, de este modo se puede aprovechar diversas actividades que satisfacen las necesidades de sus visitantes como lo son la práctica de deportes extremos, como: canotaje y parapente; Este sitio es buscado por muchos quienes desean un fin de semana de tranquilidad, respirar un aire más puro que el de la ciudad. Por lo general, las fincas son las más apetecidas ya que muchos desean trabajar sin ruido y rodeados de naturaleza.

Por sus grandes riquezas la Administración ha implementado programas como el Plan de Desarrollo Manos a la Obra, Educación ambiental, Manejo Integrado de Micro cuencas y Plan de Protección Animal⁷ los cuales permite generar conciencia en sus habitantes sobre la importancia de los recursos naturales y el ambiente de su territorio.

Actualmente, según el Plan de gobierno propuesto por el alcalde del municipio Oscar Mauricio Núñez Jiménez, en su periodo de gobierno pretende fomentar la creación de empresas de ecoturismo y apoyar las existentes, y de esta manera generar empleo, mediante la inclusión de nuevos paquetes turísticos; Creación del Museo Municipal; Mejoramiento del servicio y atención al Turista; Inclusión de Mesitas en el mapa de rutas y destinos turísticos del país; Creación del Defensor del turista e Incentivar la inversión de Cajas de Compensación Familiar⁸.

⁶ Ver en: www://elcolegio-cundinamarca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=mvxx-2542546&m=d

⁷ Ver en: www://elcolegio-cundinamarca.gov.co/planeacion.shtml?apc=mTxx-1-&m=l&s=p

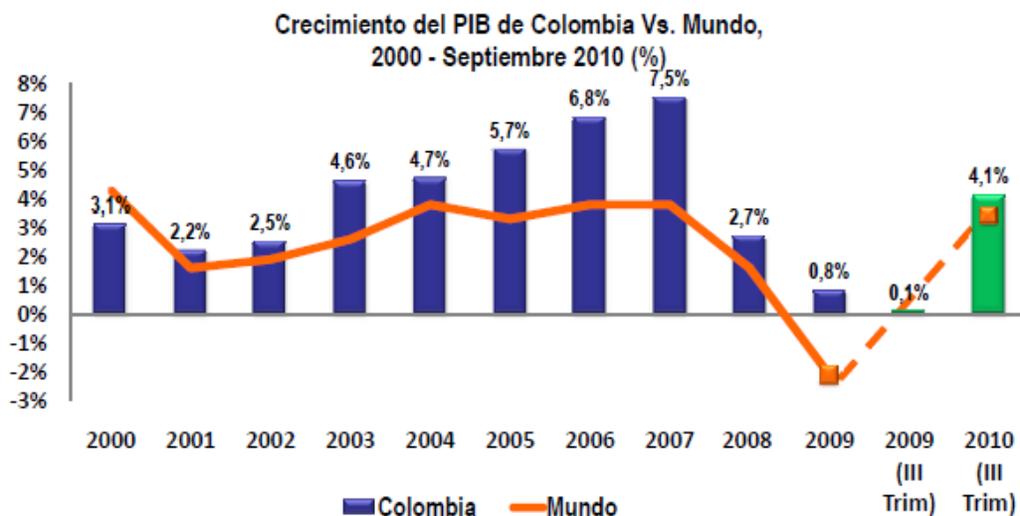
⁸ Ver en: www://elcolegio-cundinamarca.gov.co/presentacion.shtml?apc=mTxx-1-&s=i

Los diferentes entes estatales como el Ministerio de Industria y Turismo, la Alcaldía del Municipio y la Gobernación de Cundinamarca apoya la iniciativa de promocionar el turismo de la región con desarrollo de proyectos de alto impacto en la economía.

1.2 Situación económica del turismo⁹

1.2.1 Colombia una economía dinámica

Ilustración 3: Crecimiento del PIB de Colombia vs. Mundo

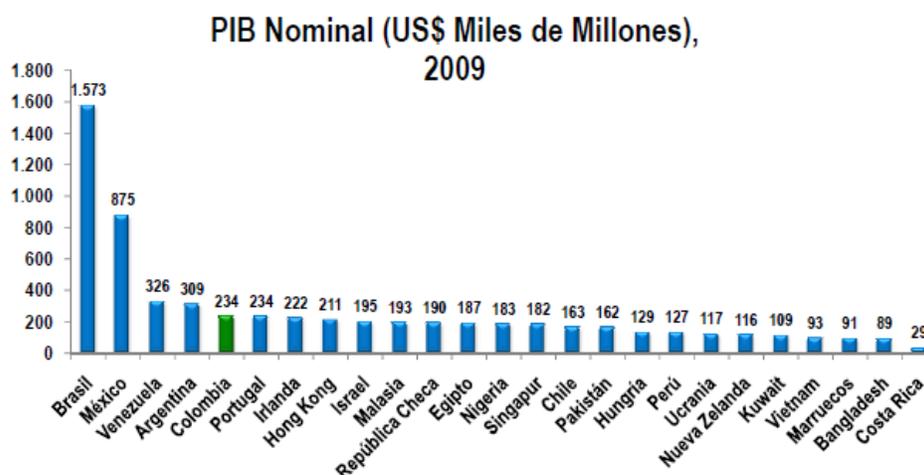


Fuente: DANE (Cuentas Nacionales), EIU (Indicadores de Mercado y Proyecciones)
 Nota: Proyecciones PIB para el Mundo por EIU

⁹ Aristide Edith. Programa de formación exportadora. TURISMO. PROEXPORT . 15 y 16 de julio de 2011.

“Colombia es pasión” es uno de los temas principales que abre puertas al sector del turismo. A partir de esto también aparece Colombia como “el riesgo es que te quieras quedar” y de esta forma se pudieron dar solución a problemas como el de movilidad dentro del país, es decir, que ahora se puede recorrer el país de forma más tranquila y se inició esta propuesta con la realización de caravanas por toda Colombia.

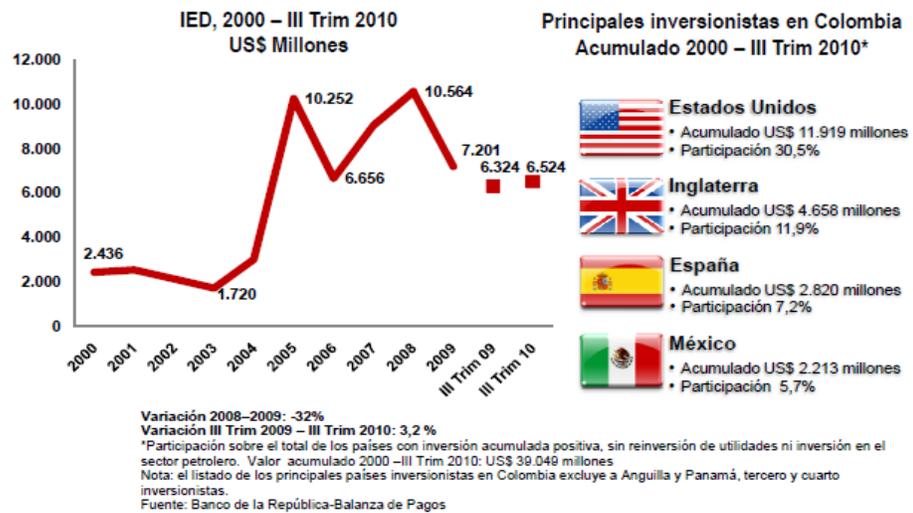
Ilustracion 4: PIB nominal de 2009 en el Mundo



Fuente: EIU (Economist Intelligence Unit)

El PIB se convierte en una herramienta de confianza cuando el PIB mismo crece es decir que se puede invertir más. Proceso que ha llevado a recuperar la confianza tanto dentro como fuera del país.

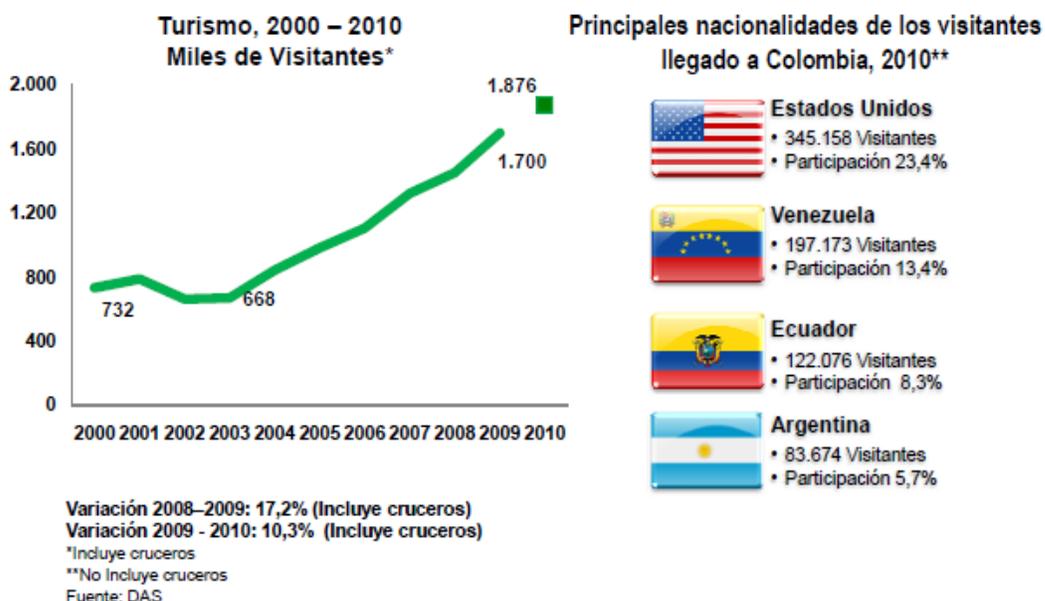
Ilustración 5: Principales inversionistas en Colombia 2000-2010



IID: Inversión extranjera directa, se inicia en parques industriales, turismo y zonas francas. Con el regreso de las grandes cadenas la situación se convierte en una situación más estable.

Así mismo están los cruceros y eventos internacionales los cuales hacen que sigan llegando y aumentando el número de inversionistas desde y a diferentes lugares del país y del mundo.

Ilustración 6: Principales nacionalidades de los visitantes



El punto crucial en este momento es lograr convertir y en gran medida ya se lo ha venido haciendo a Colombia en un destino de talla mundial reflejados en cifras como el número de visitantes, numero de aumento en vuelos y el trabajo fuerte en la redefinición de rutas.

1.2.2 Normatividad y leyes del Sector Turístico

- Exención del impuesto a la renta para turismo.

Las rentas provenientes de servicios hoteleros prestados en nuevos hoteles que se construyan a partir del 2003 y hasta el 2018, están exentas del impuesto sobre la renta por un término de 30 años.



Las rentas provenientes de servicios hoteleros prestados en nuevos hoteles que remodelen y/o amplíen a partir del 2003 y hasta el 2018, están exentas del impuesto sobre la renta por un término de 30 años.

Servicios de ecoturismo, por 20 años a partir de 2003.

Deducción del cuarenta por ciento (40%) del valor de las inversiones efectivas realizadas solo en activos fijos reales productivos adquiridos.

- Impuesto al valor agregado

Tarifa diferencial del IVA de 10% a servicios de alojamiento.

Exención del IVA para paquetes turísticos vendidos en el exterior a turistas residentes del exterior.

Los turistas extranjeros pueden pedir una devolución del 100% del IVA por la compra de los siguientes bienes: confecciones, calzados, perfumes, marroquinería, discos compactos, artesanías, licores, alimentos de consumo humano, juguetería, esmeraldas y joyería artesanal colombiana.

- Normas y Leyes del Sector Turístico.

Estas son algunas de las normas que regulan el sector turístico colombiano y que el empresario debe conocer:

Ley 32 de 1990: Reglamento de Agentes de viaje

- Ley 300 de 1996: Ley General de Turismo



- Decreto 504 de 1997: Registro Nacional de Turismo
- Decreto 503 de 1997: Reglamento guías de turismo
- Ley 679 de 2001: Prevención contra turismo sexual y abuso de menores
- Ley 678 de 2002: Régimen especial para Cartagena, Barranquilla y Santa Marta
- Ley 1101 de 2006: Nueva ley de turismo



2. ANALISIS DE LA DEMANDA

2.1 Evolución del sector turístico en Colombia

El turismo en 2010

Se puede decir que el Turismo Internacional en el 2010 se recuperó fuertemente gracias a las llegadas de los turistas internacionales que crecieron en casi un 7% es decir, con un número de 935 millones, a pesar de que hubo un descenso del 4% en el año 2009, pues este fue el año en el cual la crisis económica mundial afectó de forma representativa cada sector del país.

Es importante tener en cuenta que la mayoría de los destinos turísticos presentaron cifras positivas logrando acercarse al objetivo de poder compensar las pérdidas que se habían manifestado recientemente.

Sin embargo hay que resaltar que esta recuperación que se estaba fomentado a diferentes velocidades en todos los sectores y a nivel mundial también, impulsándose recíprocamente con las económicas emergentes.

Ingresos del turismo en 2010

En el 2010 los ingresos por turismo internacional superan los USD 900.000 millones. Es un aumento frente a la cifra de 2009, de USD 858.000 millones.

En síntesis se presentó un aumento del 5% en ingresos, con un incremento del 7% en el número de llegadas. En años de recuperación, las llegadas tienden a repuntar más rápido que los ingresos



Situación Actual en el Mundo

Las llegadas de turistas internacionales crecieron casi un 5% durante los primeros meses de 2011, consolidándose así el repunte del 7% registrado en 2010. El crecimiento fue positivo en todas las regiones y subregiones del mundo durante enero y febrero de 2011, con excepción de Oriente Medio y el Norte de África.

América del Sur y Asia Meridional encabezaron el crecimiento (ambas con un +15%), seguidas del África Subsahariana (+13%) y la Europa Central y del Este (+12%). En todo el mundo, las llegadas de turistas internacionales superaron los 124 millones en los dos primeros meses de 2011, partiendo de los 119 millones del mismo periodo registrados en 2010.

Los resultados fueron mejores de lo esperado en Europa (+6%), impulsados por la recuperación de la Europa Central y del Este y la redistribución temporal de los viajes a destinos de la Europa Meridional y mediterránea debido a los acontecimientos vividos en el Norte de África (-9%) y en Oriente Medio (-10%).

Las Américas (+5%) se mantuvieron en la media mundial, con notables resultados en América del Sur y el Caribe y un crecimiento más débil en América del Norte y América Central.

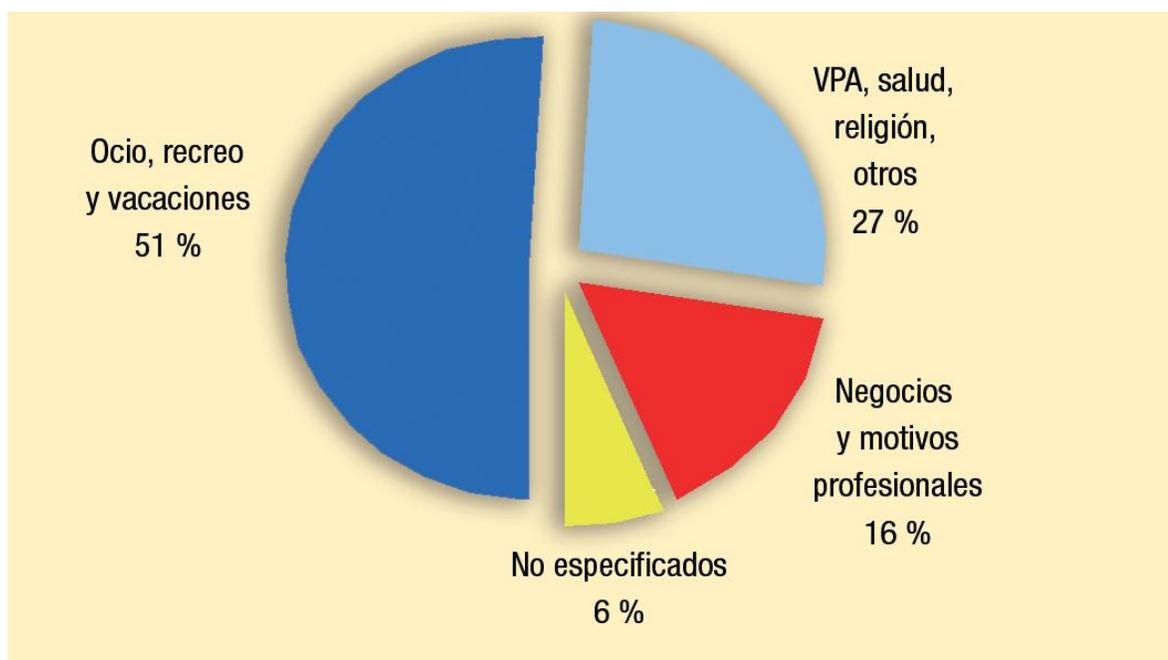
2.2 Perfil del turista de Mesitas de El Colegio

Para poder identificar el perfil del turista hay que tener en cuenta ciertas variables y características que hacen nos ayudan a determinar las mejores opciones al momento de viajar.

¿Qué se investiga en turismo?

- El movimiento de turistas: las entradas y salidas de los turistas y excursionistas.
- Los motivos del viaje: ocio, visita a familiares, congresos, trabajo, entre otros.
- El perfil del turista: edad, género, estado civil, nacionalidad, nivel de estudios, nivel económico.
- Las motivaciones de por qué escoge un destino determinado.
- Siempre la Oferta tiene que ser adecuada a la Demanda.

Ilustración 7: Motivo de viaje de los turistas.



Fuente: OMT



A partir de lo anterior también se puede determinar la clase de turistas que se pueden recibir.

- Turista en viaje de ocio

Turista de bajo presupuesto: No compran paquetes desde su lugar de origen, tienen menos de 30 años, presupuesto ajustado, prefieren los destinos de aventura, se les conoce como “mochileros”. Proviene de Estados Unidos, Reino Unido y Canadá fundamentalmente.

- Turismo de alto presupuesto:

Turistas de clase social alta – media, mayores de 30 años, con alto poder adquisitivo. Compran paquetes que incluyen más de un destino. Proviene de Italia, Francia, Norte de Europa.

- Turista en viaje de negocios

Este turista se concentra en las principales ciudades: Bogotá, Medellín, Cartagena.

El número de turistas que viajan por negocios ha venido aumentando gracias al crecimiento económico del país.

Los viajes de incentivos son una rama interesante, que está en expansión en Colombia. La internacionalización de ferias y ruedas de negocios es otra poderosa herramienta de atracción de este tipo de turistas.

- Turista en viaje de visita

Poco atractivo para el subsector de hospedaje, porque se queda con amigos o familiares.



Pero son interesantes para atractivos y ser vicios complementarios, porque quieren exhibir su país a sus amigos que vienen

En su mayoría provienen de Ecuador, Venezuela, Panamá, Estados Unidos y España. El turista joven es el que menos gasta. Los turistas que compran paquetes de “todo incluido” tampoco gastan demasiado en el destino.

Son los turistas entre 45 y 65 años los que gastan la mayor cantidad de dinero en el destino.



3. ANALISIS DE LA OFERTA

3.1 Posibilidades turísticas de la región

Se requiere implementar tres grandes proyectos que contribuyen con el desarrollo del sector turístico, en primera instancia está la creación de un mirador turístico, situado en el parque central, el cual cuenta con la aprobación del gobierno municipal, sin embargo esto no se puede desarrollar sin antes tener un cambio en la mentalidad de los habitantes para que puedan tener voluntad de servicio.

En segundo lugar está la construcción de un Parador turístico, localizado en la entrada del municipio, el cual pretende promover los productos de esta región.

En tercer lugar se encuentra el proyecto de las tres rutas eco- turísticas, las cuales hacen énfasis en la explotación de los recursos y sitios naturales de la región.

3.2 Estructura turística de la región

PRODUCTOS TURISTICOS

Nombre	Característica
Aventura y deportes	Mesitas de El colegio por sus excelentes condiciones climáticas y geográficas permite realizar deportes extremos como lo son el canotaje y

	<p>parapente, a su vez se hacen caminatas ecológicas a los grabados en piedra.</p>
<p>Ferias y festividades</p>	<p>El gobierno municipal de Mesitas de El Colegio es el encargado de realizar actividades para sus habitantes y turistas durante todo el año, principalmente cuenta con grandes festividades que son: el Festival equino realizado en el mes de Junio; Expomesitas; Festival turístico de la luz y Festival del mango en la inspección del Triunfo.</p>
<p>Mango</p>	<p>El municipio cuenta con unas características apropiadas como lo son sus suelos, el clima y el abono para cultivar mangos de gran variedad que poseen altos nutrientes, de esta forma se convierte en un atractivo para la región.</p>
<p>Hospedaje</p>	<p>El municipio de El Colegio cuenta una variada oferta hotelera y alquiler de fincas, posee 52 hoteles, que además del hospedaje, algunos ofrecen</p>



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

	servicios de bar, piscina y restaurante. ¹⁰ .
--	---

¹⁰ Ibid, . p 20



4. MATRIZ DE MARCO LOGICO

4.1 Metodología del Marco Lógico.

La Matriz de Marco Lógico es una herramienta que facilita el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Tiene en cuenta la elaboración de objetivos, el grupo que integran los beneficiarios y determinar una mejor interrelación entre las partes que conforman o participan en el desarrollo del proyecto.

La Matriz de Marco Lógico puede ser utilizada en cualquier etapa del proyecto, en este caso nos encontramos en la Fase de Formulación y de elaboración de plan de acciones y actividades, identificación de los problemas, establecer objetivos y preparación de una guía de proyecto que sea sistemática y lógica; por lo tanto a partir de la culminación de esta fase, se pretende que se ejecuten las actividades planteadas para poder lograr los resultados esperados y cumplir con los objetivos propuestos, de esta forma finalmente dar paso a otras Fases del proyecto.

4.1.1 Pauta Metodológica para el desarrollo del Marco Lógico

Paso 1: Análisis de involucrados.

Para este proyecto se pretende identificar y clarificar que organizaciones y grupos están directamente o indirectamente involucrados en el problema que intentamos resolver, para de esta forma tener en cuenta sus intereses, su potencial y sus limitaciones.



Los pasos a seguir para realizar el análisis de involucrados son:

a. Identificar los involucrados

En esta etapa del proyecto se identifica un listado de actores quienes son indispensables para el desarrollo del mismo.

b. Clasificar los involucrados

De acuerdo a características comunes se agrupan los involucrados en diferentes categorías.

c. Posicionar y caracterizar a los involucrados

En esta etapa se clasifico a los involucrados de acuerdo a su posición y a partir de ella se plantea que actores están apoyando o no el proyecto.

Se indica el poder que tiene el actor para incidir en el proyecto, es decir la intensidad o el grado de involucramiento que tienen el actor con el proyecto.

Paso 2: Análisis del problema

Realizamos este paso para determinar el problema sobre el cual se desarrolla el proyecto a su vez se realiza este análisis para identificar los problemas principales y las relaciones causa-efecto del proyecto dentro del municipio.

Paso 3: Análisis de Objetivo General. (Fin de un proyecto).



Este proyecto a realizar debe ser una respuesta de los problemas que se han generado o encontrado en la región de estudio. El fin del proyecto es contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del Municipio de Mesitas de El Colegio, articulando los programas municipales a través del fortalecimiento de las capacidades corporativas y del apoyo a las iniciativas empresariales de dichos municipios.

Este fin es desarrollado en el largo plazo.

Esta es la razón por la cual el proyecto se lleva a cabo.

Paso 4: análisis del Propósito del proyecto.

Es el efecto directo que se genera al lograr los Resultados y los componentes dentro del proyecto sea en el corto o mediano plazo. Este propósito está definido para realizar campañas de concientización que estén dirigidas a los habitantes del Municipio para promover actitudes proactivas en el desarrollo de las actividades turísticas y económicas.

Paso 5: Indicadores

Cada indicador incluye la meta específica que permite medir si el objetivo ha sido alcanzado. Realizamos un listado de los posibles indicadores para medir el avance de cada uno de los objetivos propuestos; y a partir de esto clasificar cada indicador según criterios.

Paso 6: Resultados para lograr el Objetivo del Proyecto.



Son las respuestas al Qué es lo que va a lograr el proyecto. A partir de estas acciones es que se pueden recibir más recursos y a partir de este punto podemos plantear una propuesta.

Dentro del proyecto se plantean resultados cuantificables y acordes con la consecución del objetivo del proyecto.

Paso 7: Actividades para lograr cada Resultado.

Son el cómo se va a lograr los resultados. Estas actividades deben estar bien ejecutadas para poder lograr los Resultados antes planteados y definidos para el proyecto.

Estas actividades tienen que tener en cuenta las acciones básicas de la gestión del proyecto.

Paso 8: Definición de Factores Externos- (Supuestos).

Se destacan las condiciones externas, las cuales se mantiene constantes para que la lógica vertical del proyecto se lleve a cabo y éste mismo pueda ejecutarse sin contratiempos.

Estas suposiciones son factores de incertidumbre en los cuales el proyecto no tiene control.

Paso 9: Lógica Vertical.



El concepto que se maneja en esta lógica es la de Causa –Efecto y se pretende relacionar de una forma clara y objetiva los resultados y objetivos, esto es necesario para que el proyecto se desarrolle de forma eficiente y las partes que lo componen logren tener coherencia y correlación.

4.2 Construcción del Marco Lógico.

4.2.1 Planteamiento del problema

De acuerdo con el desarrollo del Proyecto, en el Municipio de Mesitas El Colegio, se logró llegar a la conclusión que el problema identificado es la falta de planeación y ejecución de proyectos que impulsen el desarrollo del turismo.

Actualmente, según el Plan de gobierno propuesto por el alcalde del municipio Oscar Mauricio Núñez Jiménez, en su periodo de gobierno pretende fomentar la creación de empresas de ecoturismo y apoyar las existentes para de esta manera generar empleo, mediante la inclusión de nuevos paquetes turísticos; Creación del Museo Municipal; Mejoramiento del servicio y atención al Turista; Inclusión de Mesitas en el mapa de rutas y destinos turísticos del país; Creación del Defensor del turista defensor turista e Incentivar la inversión de Cajas de Compensación Familiar¹¹.

Por sus grandes riquezas la Administración ha implementado programas como el Plan de Desarrollo Manos a la Obra, Educación ambiental, Manejo Integrado de Micro cuencas y Plan de Protección Animal¹² los cuales permite generar conciencia en sus habitantes sobre la importancia de los recursos naturales y el ambiente de su territorio.

¹¹ Ibid., p. 21

¹² Ver en: www://elcolegio-cundinamarca.gov.co/planeacion.shtml?apc=mTxx-1-&m=l&s=p

4.2.2 Análisis de involucrados





4.2.3 Árbol de problemas

Actualmente se requieren implementar tres grandes proyectos que contribuyen con el desarrollo del sector turístico, en primera instancia está la creación de un mirador turístico, situado en el parque central, el cual cuenta con la aprobación del gobierno municipal.

En segundo lugar está la construcción de un Parador turístico, localizado en la entrada del municipio, el cual pretende promover los productos de esta región.

En tercer lugar se encuentra el proyecto de las tres rutas eco- turísticas, las cuales hacen énfasis en la explotación de los recursos y sitios naturales de la región.

De acuerdo con las visitas realizadas al Municipio de Mesitas de Colegio, se lograron identificar una serie de problemas o situaciones que se presentan en el Sector de Turismo.

Dentro de estos problemas encontramos los siguientes:

Se evidencia carencia de infraestructura hotelera de alta calidad que permita el desarrollo de actividades recreacionales y de ocio.

Al mismo tiempo no cuenta con estándares de calidad en sitios que proporcionen alimentos.

Falta de sentido de pertenencia de los habitantes de la región hacia sus productos y recursos.

Poco desarrollo tecnológico que permita que los turistas se vean atraídos a llegar a este municipio.

Mal estado de la infraestructura vial que desmotiva a los viajeros.



Falta de integración interinstitucional que no permite en su conjunto el desarrollo de la región.

Falta satisfacer las necesidades de la región.

Retraso en la dinámica del Sector Turístico.

Mal posicionamiento en el sector turístico en la región.

No hay inversión en la región, en el sector turístico.

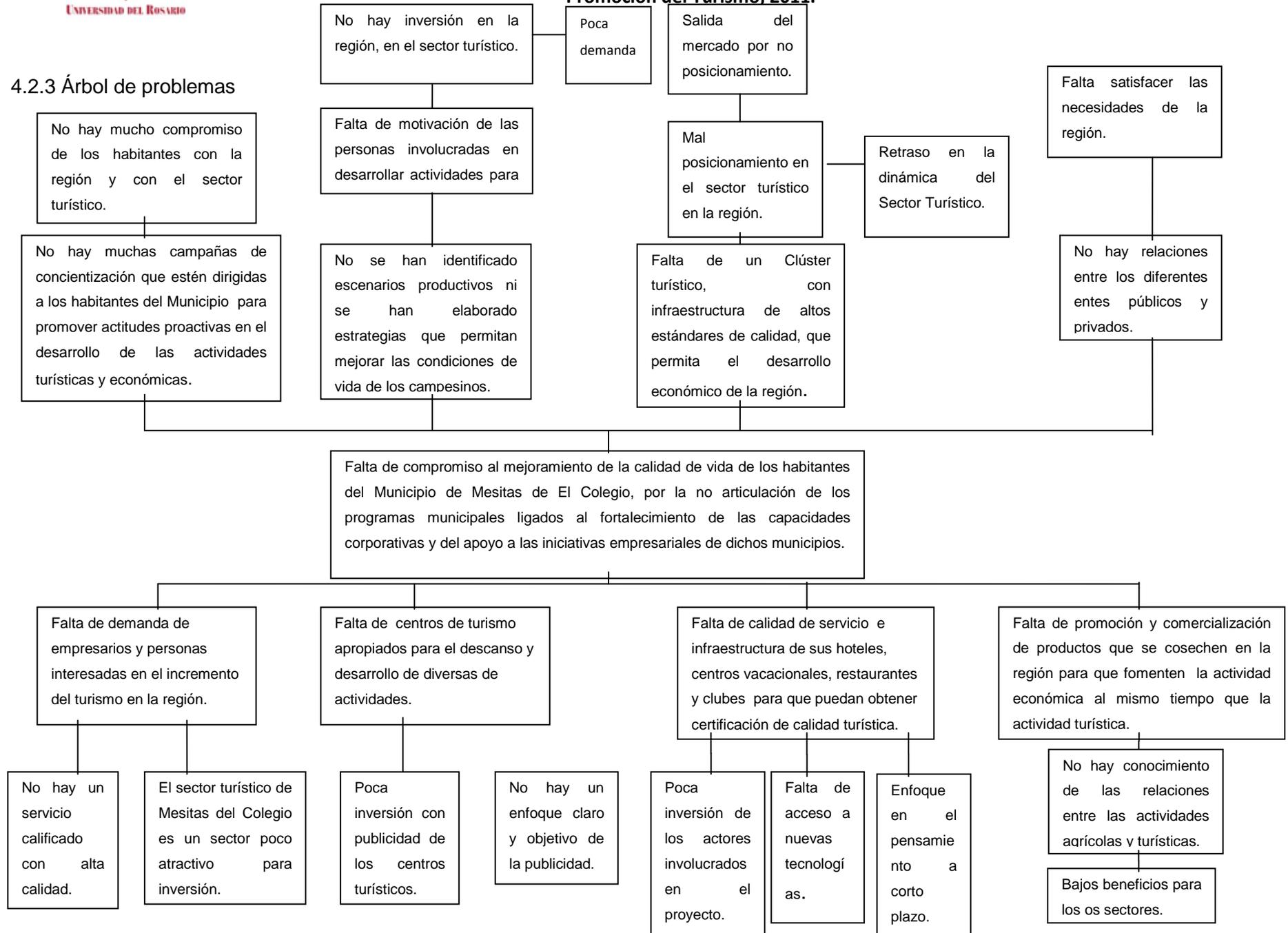
No hay muchas campañas de concientización que estén dirigidas a los habitantes del Municipio para promover actitudes proactivas en el desarrollo de las actividades turísticas y económicas.



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.

Promoción del Turismo, 2011.

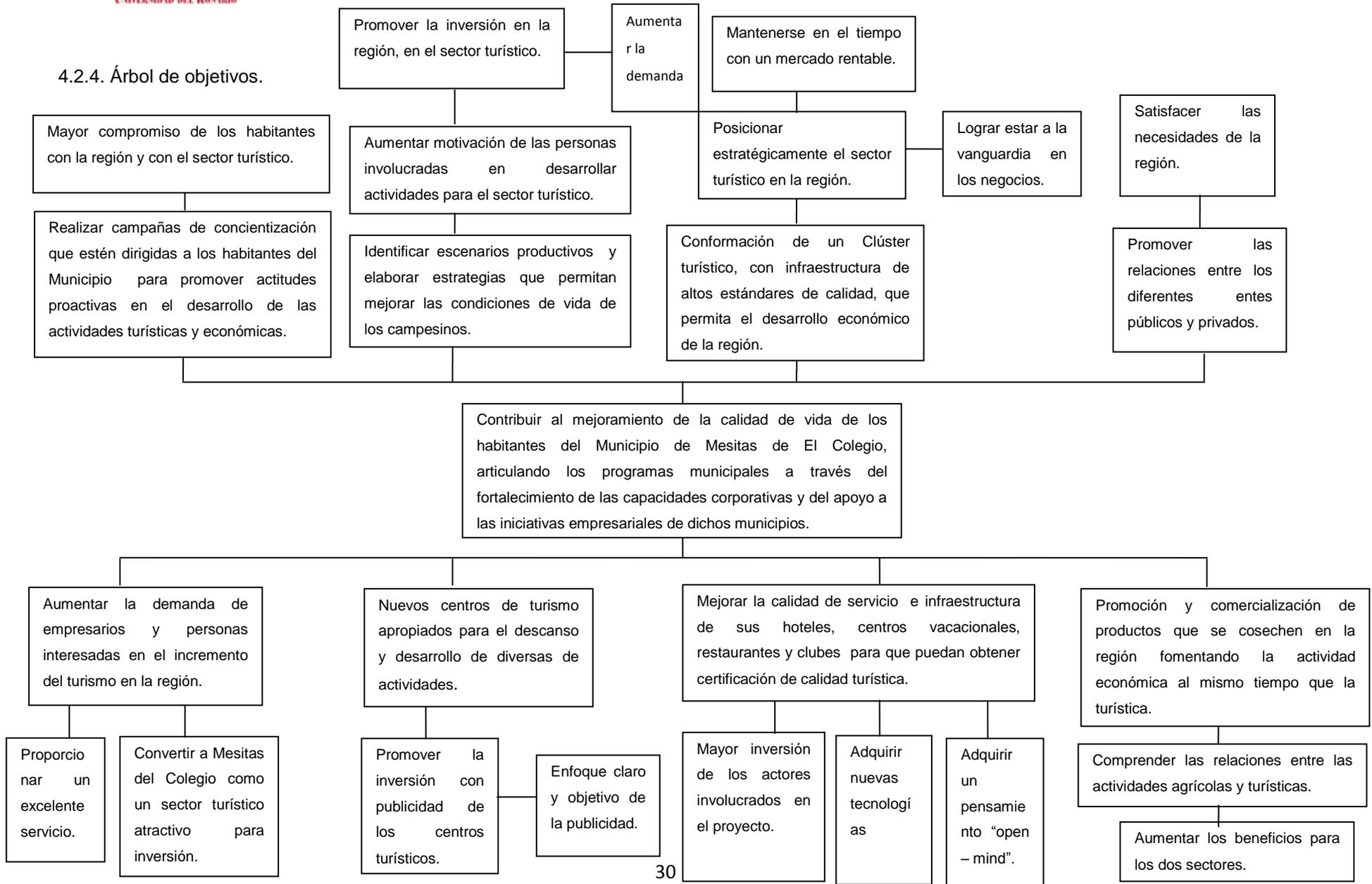
4.2.3 Árbol de problemas





MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

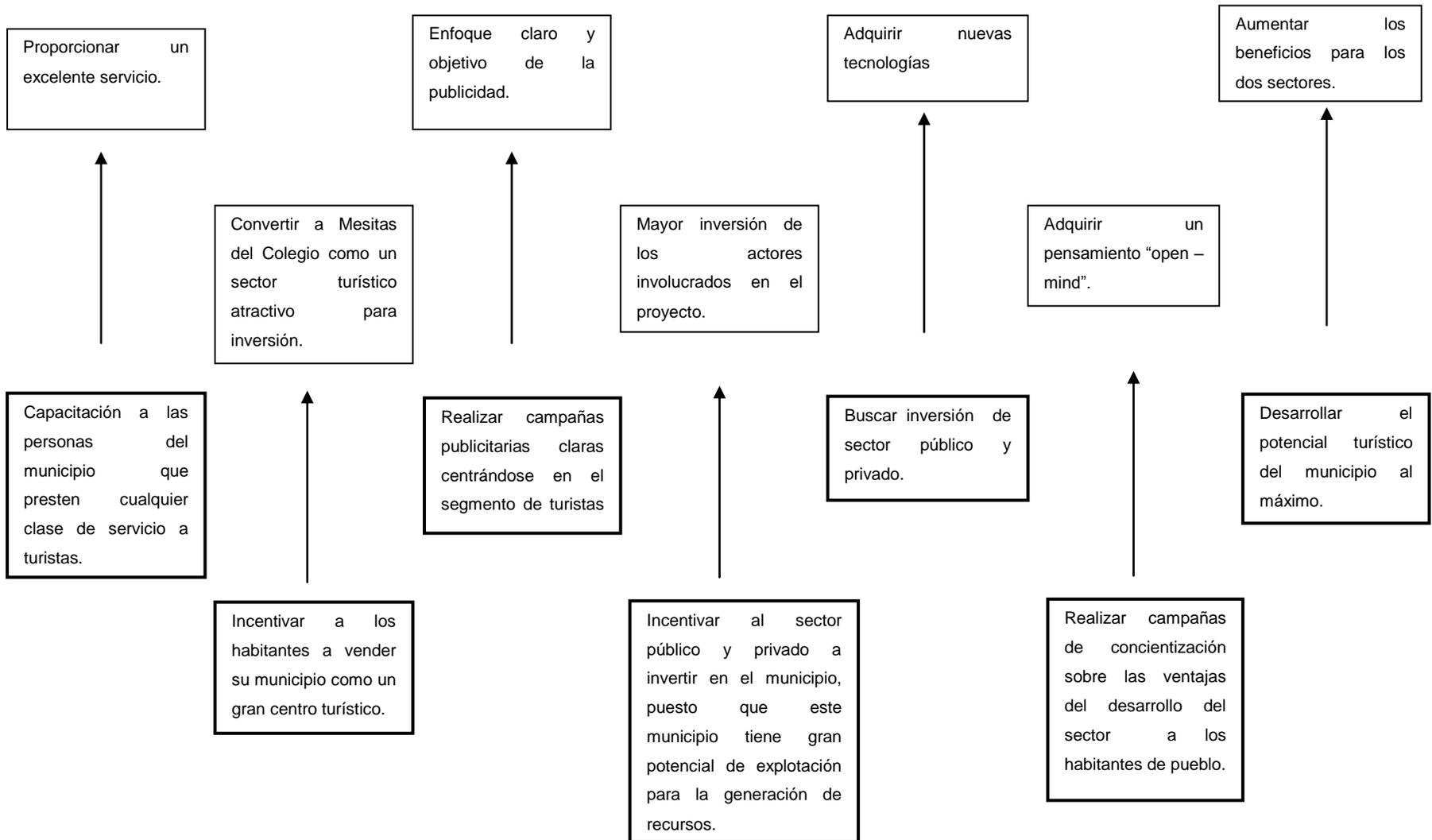
4.2.4. Árbol de objetivos.





MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

4.2.5 Acciones e identificación de alternativas





4.2.6 Análisis de alternativas para selección de la solución óptima.

Es necesario proporcionar capacitaciones al personal que presta algún tipo de servicio y que tiene contacto con los turistas, así mismo es importante incentivar a los habitantes del municipio para que promuevan los lugares turísticos y de esta forma desarrollar el potencial turístico del municipio al máximo.

A su vez, a través del cuadro de acciones e identificación de alternativas, el equipo de investigación, encontró que se requiere de inversión pública y privada para el buen desarrollo del sector turístico.

También es relevante que las campañas de publicidad del municipio sean claras, precisas y llegue a persuadir la mente de los turistas para que de esta forma deseen realizar actividades de esparcimiento en Mesitas de El Colegio.

Después de analizar las alternativas a partir de variables como: tiempo, eficiencia, eficacia y costos, se definió que la mejor alternativa para lograr los resultados esperados y que este acorde con los objetivos de los agentes involucrados, es: articular programas municipales a través del fortalecimiento de las capacidades corporativas y del apoyo a las iniciativas empresariales del municipio.

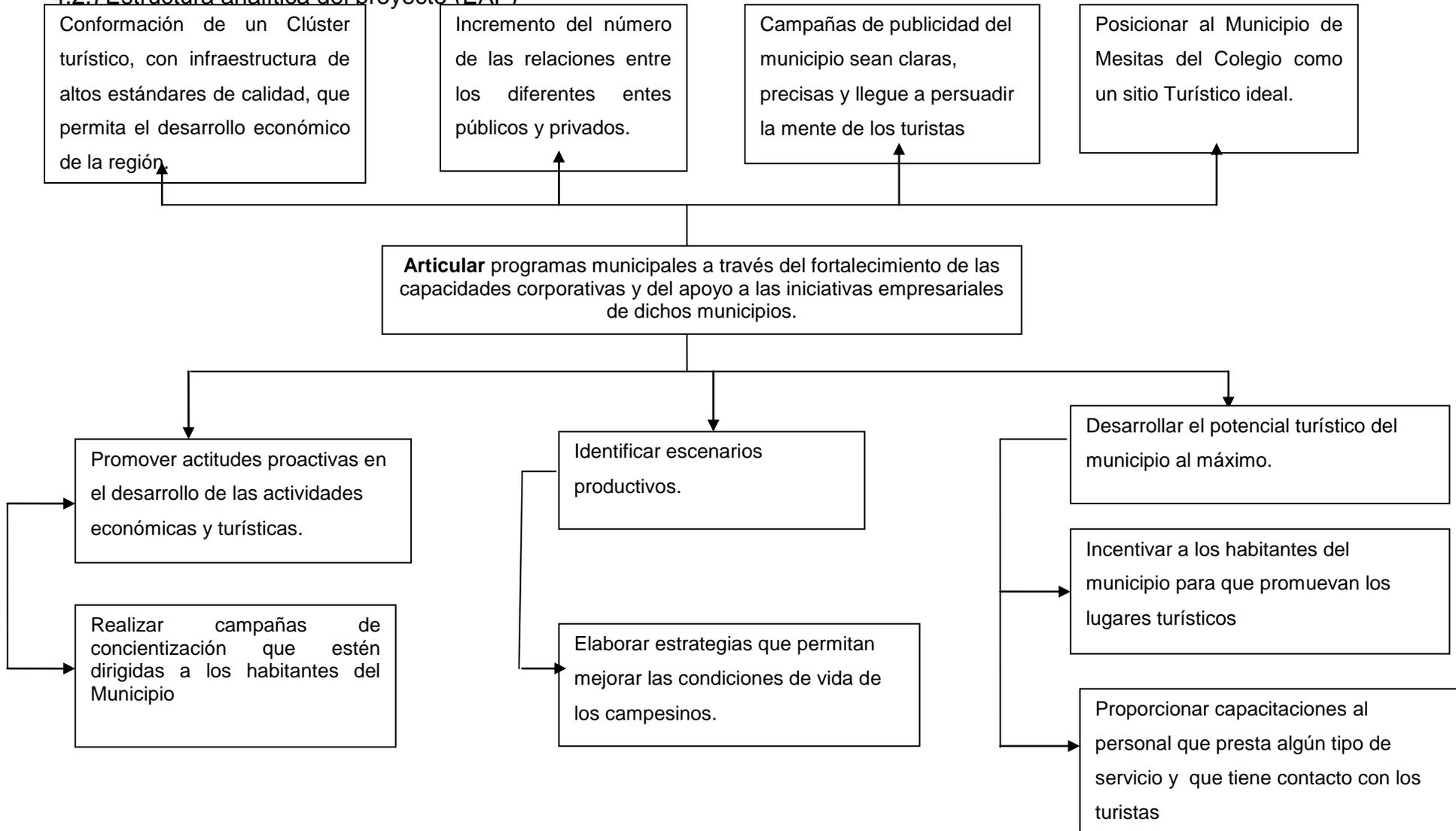
Para lograr esto, se implementarán las siguientes acciones:

- Realizar campañas de concientización que estén dirigidas a los habitantes del Municipio para promover actitudes proactivas en el desarrollo de las actividades económicas y turísticas.
- Identificar escenarios productivos y elaborar estrategias que permitan mejorar las condiciones de vida de los campesinos.
- Conformación de un Clúster turístico, con infraestructura de altos estándares de calidad, que permita el desarrollo económico de la región.
- Promover las relaciones entre los diferentes entes públicos y privados.



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

4.2.7 Estructura analítica del proyecto (EAP)





MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

4.2.8 Resumen narrativo de objetivos y actividades

Nivel	Resumen Narrativo
Fin	F1: Mejorar la imagen del Sector de Turismo de Mesitas del Colegio, con la promoción de sitio Turístico en el país. F2: Obtener mayor rentabilidad con actividades relacionadas con el desarrollo del Turismo. F3: Promover iniciativas que permitan recolectar recursos financieros destinados al desarrollo de los proyectos. F4: Fortalecer la infraestructura turística que hay dentro de la región y del Municipio.
Propósito	P: Realizar campañas de concientización que estén dirigidas a los habitantes del Municipio para promover actitudes proactivas en el desarrollo de las actividades turísticas y económicas.



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

Componentes	<p>C1: Aumentar la demanda de empresarios y personas interesadas en el incremento del turismo en la región.</p> <p>C2: Nuevos centros de turismo apropiados para el descanso y desarrollo de diversas de actividades.</p> <p>C3: Mejorar la calidad de servicio e infraestructura de sus hoteles, centros vacacionales, restaurantes y clubes para que puedan obtener certificación de calidad turística.</p> <p>C4: Promoción y comercialización de productos que se cosechen en la región fomentando la actividad económica al mismo tiempo que la turística.</p>
	<p>A1: Promoción y publicidad para generar un aumento de la demanda de personal interesado en la inversión y desarrollo del sector turístico.</p> <p>A2: Capacitaciones enfocadas a la generación de sentido</p>



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

<p>Actividades</p>	<p>de pertenecía de los pobladores de la región.</p> <p>A3: Construir y mejorar centros de turismo destinados tanto a los habitantes como a turistas de la región.</p> <p>A4: Promocionar la comercialización de los productos de la región como incentivo al turismo.</p>
---------------------------	--



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

4.2.9 Indicadores y Metas Intermedias

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta Final
	<p>F1: Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del Municipio de Mesitas de El Colegio, articulando los programas municipales a través del fortalecimiento de las capacidades corporativas y del apoyo a las iniciativas empresariales de dichos municipios.</p> <p>F2: Realizar campañas de concientización que estén</p>	<p>F.1.1 Mesitas de El Colegio se ha convertido en un sitio importante como destino turístico de la región tanto para los habitantes de Bogotá como para los habitantes de sus alrededores.</p> <p>F.2.1 Numero de campañas realizadas por la secretaria</p>	<p>F.1 Posicionar a Mesitas de El Colegio como destino turístico principal en la mente de las personas.</p> <p>F.2 Lograr que las campañas realizadas por la secretaria de turismo sean exitosas en su totalidad.</p>



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

Fin	<p>dirigidas a los habitantes del Municipio para promover actitudes proactivas en el desarrollo de las actividades económicas y turísticas.</p> <p>F3: Identificar escenarios productivos y elaborar estrategias que permitan mejorar las condiciones de vida de los productores.</p> <p>F4: Conformación de un Clúster turístico, con infraestructura de altos estándares de calidad, que permita el desarrollo económico de la región.</p> <p>F5: Promover las relaciones</p>	<p>de turismo enfocado en la concientización de los habitantes para el apropiado y eficiente desarrollo del turismo en la región.</p> <p>F.3.1 Número de proyectos viables a realizar, enfocados en la mejora de las condiciones de vida de los campesinos.</p> <p>F.4.1 Informe de los presupuestos anuales sobre los centros dedicados a la promoción y prestación del un servicio para actividades enfocadas al turismo.</p> <p>F.5.1 Número de acuerdos</p>	<p>F.3 Lograr que los proyectos presentados por los diferentes entes públicos y privados sean viables para el municipio.</p> <p>F.4 Registro en físico de Informes de presupuestos anuales sobre cada uno de los centros que presta servicios a los turistas.</p> <p>F.5 Generar alianzas y acuerdos entre los diferentes entes gubernamentales y privados de la región</p>
------------	---	---	---



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

	entre los diferentes entes públicos y privados.	realizados para el desarrollo de proyectos en este Sector.	
Propósito	P: Incrementos anuales en el número de personas motivadas a participar en el desarrollo del sector turístico.	P.1. Incrementos anuales en el número de personas motivadas a participar en el desarrollo del sector turístico.	P.1 La rentabilidad del Sector del turismo se incrementara en el Municipio de Mesitas del Colegio en un 30%,
	C.1 Aumentar la demanda de empresarios y personas interesadas en el incremento del turismo en la región. C.2. Nuevos centros de turismo apropiados para el descanso y desarrollo de diversas de actividades.	C.1.1. Un mayor número de personal interesado en la promoción del desarrollo del turismo de la región. C.2.1. Porcentaje de nuevas infraestructuras como centros de turismo y personal completo en operación para cada uno de ellos.	C.1 Incentivar a un mayor número de personas en promocionar el desarrollo del turismo del municipio. C.2 Contar con un alto porcentaje de nuevas infraestructuras para poder prestar un excelente servicio.



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

Componentes	<p>C.3. Mejorar la calidad de servicio e infraestructura de sus hoteles, centros vacacionales, restaurantes y clubes para que puedan obtener certificación de calidad turística.</p> <p>C.4. Promoción y comercialización de productos que se cosechen en la región fomentando la actividad económica al mismo tiempo que la turística.</p>	<p>C.3.1 Incremento en la productividad de personal y servicio prestado en los centros turísticos y en la región.</p> <p>C.4.1: Incremento del número de productos de la región comercializados.</p>	<p>C.3 Lograr un alto nivel de productividad en el personal y en los servicios prestados en los centros turísticos y en la región.</p> <p>C.4 Generar un alto número de productos de excelente calidad que se puedan comercializar en la región.</p>
	<p>A.1 Promoción y publicidad para generar un aumento de la demanda de personal</p>	<p>A.1.1 Campañas publicitarias encargadas de concentrar el mayor número</p>	<p>A.1 Generar campañas publicitarias que abarque el</p>



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

Actividades	<p>interesado en la inversión y desarrollo del sector turístico.</p> <p>A.2 Capacitaciones enfocadas a la generación de sentido de pertenecía de los pobladores de la región.</p> <p>A.3 Construir y mejorar centros de turismo destinados tanto a los habitantes como a turistas de la región.</p> <p>A.4 Promocionar la comercialización de los productos de la región como incentivo al turismo.</p>	<p>de personas que estén interesadas en la inversión y desarrollo del sector turístico; costo de materiales invertidos.</p> <p>A.2.1 Viáticos, materiales, instalaciones y capacitaciones a las personas interesadas.</p> <p>A.3.1 Materiales necesarios para la remodelación o construcción de los centros de turismo.</p> <p>A.4.1 Número de productos comercializados.</p>	<p>mayor número de turistas.</p> <p>A.2 Proporcionar los recursos necesarios a las personas interesadas en hacer parte de los proyectos turísticos del municipio.</p> <p>A.3.4 Contar con los insumos y materiales necesarios para la remodelación o construcción de la infraestructura hotelera.</p>
--------------------	---	---	---



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

4.2.10 Identificación de medios de verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Fuente de Información	<ol style="list-style-type: none"> 1. Método de recolección 2. Análisis 3. Frecuencia 4. Responsable
	<p>F1: Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del Municipio de Mesitas de El Colegio, articulando los</p>	<p>F.1.1 Mesitas de El Colegio se ha convertido en un sitio importante como destino turístico de la región tanto para los habitantes de Bogotá</p>	<p>Visitas al municipio de Mesitas de El Colegio.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estadístico. 2. Seis meses. 3. Secretaria de Turismo.



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

Fin	<p>programas municipales a través del fortalecimiento de las capacidades corporativas y del apoyo a las iniciativas empresariales de dichos municipios.</p> <p>F2: Realizar campañas de concientización que estén dirigidas a los habitantes del Municipio para promover actitudes proactivas en el desarrollo de las actividades</p>	<p>como para los habitantes de sus alrededores.</p> <p>F.2.1 Número de campañas realizadas por la secretaria de turismo enfocado en la concientización de los habitantes para el apropiado y eficiente desarrollo del turismo en la región.</p> <p>F.3.1 Numero de proyectos viables a realizar, enfocados en la mejora de las</p>	<p>Visitas al municipio de Mesitas de El Colegio.</p> <p>Visitas al municipio de Mesitas del Colegio.</p> <p>Visitas al municipio de Mesitas del Colegio.</p>	<p>1. Estadístico.</p> <p>2. Seis meses.</p> <p>3. Secretaria de Turismo.</p> <p>1. Estadístico.</p> <p>2. Seis meses.</p> <p>3. Secretaria de</p>
-----	---	--	---	--



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

	<p>económicas y turísticas.</p> <p>F3: Identificar escenarios productivos y elaborar estrategias que permitan mejorar las condiciones de vida de los campesinos.</p> <p>F4: Conformación de un Clúster turístico, con infraestructura de altos estándares de calidad, que permita el desarrollo económico de la</p>	<p>condiciones de vida de los campesinos.</p> <p>F.4.1 Presupuesto de informes anuales sobre los centros dedicados a la promoción y prestación del un servicio para actividades enfocadas al turismo.</p> <p>F.5.1 Número de acuerdos realizados para el desarrollo de proyectos en este Sector.</p>	<p>Visitas al municipio de Mesitas de El Colegio.</p>	<p>Turismo.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estadístico. 2. Seis meses. 3. Secretaria de Turismo.
--	---	--	---	--



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

	<p>región.</p> <p>F5: Promover las relaciones entre los diferentes privados y públicos.</p>			
Propósito	<p>P: Realizar campañas de concientización que estén dirigidas a los habitantes del Municipio para promover actitudes proactivas en el desarrollo de las actividades turísticas y económicas.</p>	<p>P.1. Incrementos anuales en el número de personas motivadas a participar en el desarrollo del sector turístico.</p>	<p>Visitas al municipio de Mesitas de El Colegio.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estadístico. 2. Seis meses. 3. Secretaria de Turismo.
	<p>C.1 Aumentar la demanda de</p>	<p>C.1.1. Un mayor número de personal</p>	<p>Visitas al municipio de Mesitas de El Colegio.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estadístico.



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

Componentes	empresarios y personas interesadas en el incremento del turismo en la región.	interesado en la promoción del desarrollo del turismo de la región.	Visitas al municipio de Mesitas de El Colegio.	2. Seis meses. 3. Secretaria de Turismo.
	C.2. Nuevos centros de turismo apropiados para el descanso y desarrollo de diversas de actividades.	C.2.1. Porcentaje de nuevas estructuras como centros de turismo y personal completo en operación para cada uno de ellos.	Visitas al municipio de Mesitas de El Colegio.	1. Estadístico. 2. Seis meses. 3. Secretaria de Turismo.
	C.3. Mejorar la calidad de servicio e infraestructura de sus hoteles, centros vacacionales, restaurantes y clubes para que puedan obtener certificación de	C.3.1 Incremento en la productividad de personal y servicio prestado en los centros turísticos y en la región.	Visitas al municipio de Mesitas de El Colegio.	1. Estadístico. 2. Seis meses. 3. Secretaria de Turismo.



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

	calidad turística. C.4. Promoción y comercialización de productos que se cosechen en la región fomentando la actividad económica al mismo tiempo que la turística.	C.4.1: Incremento del número de productos de la región comercializados.		
--	---	---	--	--



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

Actividades	<p>A.1 Promoción y publicidad para generar un aumento de la demanda de personal interesado en la inversión y desarrollo del sector turístico.</p>	<p>A.1.1 Campañas publicitarias encargadas de concentrar el mayor número de personas que estén interesadas en la inversión y desarrollo del sector turístico; costo de materiales invertidos.</p>	<p>Visitas al municipio de Mesitas de El Colegio.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estadístico. 2. Seis meses. 3. Secretaria de Turismo.
	<p>A.2 Capacitaciones enfocadas a la generación de sentido de pertenencia de los pobladores de la región.</p>	<p>A.2.1 Viáticos, materiales, instalaciones y capacitaciones a las personas interesadas.</p>	<p>Visitas al municipio de Mesitas de El Colegio.</p>	
	<p>A.3 Construir y mejorar centros de</p>	<p>A.3.1 Materiales</p>	<p>Visitas al municipio de Mesitas de El Colegio.</p>	



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

	<p>turismo destinados tanto a los habitantes como a turistas de la región.</p> <p>A.4 Promocionar la comercialización de los productos de la región como incentivo al turismo.</p>	<p>necesarios para la remodelación o construcción de los centros de turismo.</p> <p>A.4.1 Numero de productos comercializados.</p>		
--	--	--	--	--

4.2.11 Identificación de supuestos

Factores de Riesgo

Nivel	Supuestos	Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	F1. El aumento y mayor desarrollo del sector del					



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

Fin	<p>turismo en la región, teniendo como una característica inherente el incremento de la economía y beneficios para los habitantes de la región.</p> <p>F2: Realizar campañas de concientización que estén dirigidas a los habitantes del Municipio para promover actitudes proactivas en el desarrollo de las actividades económicas y turísticas.</p> <p>F3: Identificar</p>	x		x	x	x
------------	---	---	--	---	---	---



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

	<p>escenarios productivos y elaborar estrategias que permitan mejorar las condiciones de vida de los campesinos.</p> <p>F4: Conformación de un Clúster turístico, con infraestructura de altos estándares de calidad, que permita el desarrollo económico de la región.</p> <p>F5: Promover las relaciones entre los diferentes entes públicos y privados.</p>	<p align="center">x</p> <p align="center">x</p> <p align="center">x</p>	<p align="center">x</p>	<p align="center">x</p> <p align="center">x</p> <p align="center">x</p>	<p align="center">x</p> <p align="center">x</p>	<p align="center">x</p> <p align="center">x</p>
--	--	---	-------------------------	---	---	---



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

Propósito	<p>P.1 Lograr una mejora en la proporción del servicio de turismo, con un personal calificado y consiente de los recursos y de la capacidad de su región.</p> <p>P.2 Poca motivación por parte de la</p>	X	x	X	x	



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

	población, hacia los proyectos de desarrollo turístico.					
Componentes	C1. Se incrementa el interés por parte de la población local por trabajar en el proyecto.	x	x	x		
	C2. Los propietarios de los terrenos permiten el desarrollo de centros de turismo.	x		x	x	x
	C3. El servicio prestado es de alta calidad al igual que la infraestructura turística	x			x	



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

Actividades	A1. El costo necesario para el desarrollo del producto aumenta considerablemente	x				
	A2. La cotización de los materiales que se requieren para mejorar o construir los centros de turismo se mantienen estables.	x			x	
	A3. Tanto empresarios como productores continúan efectuando inversiones para garantizar el avance del proyecto.	x	x	x		
	A4 Participación activa		x	x		



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

	del personal de la Alcaldía en las capacitaciones					
--	---	--	--	--	--	--



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

4.2.12 Matriz de marco lógico

RESUMEN DE COMPONENTES.	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	FACTORES EXTERNOS
<p>FIN.</p> <p>Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del Municipio de Mesitas de El Colegio, articulando los programas municipales a través del fortalecimiento de las capacidades corporativas y del apoyo a las iniciativas empresariales de dichos municipios.</p>	<p>El Municipio de Mesitas del El Colegio se ha convertido en un sitio importante como destino turístico de la región tanto para los habitantes de Bogotá como para los habitantes de sus alrededores.</p>	<p>Estadísticas acerca del número de personas y centros turísticos como paradores y hoteles que se han incrementado.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estadístico. 2. Seis meses. 3. Secretaria de Turismo. 	<p>El aumento y mayor desarrollo del sector del turismo en la región, teniendo como una característica inherente el incremento de la economía y beneficios para los habitantes de la región.</p>



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

PROPOSITO			
<p>Realizar campañas de concientización que estén dirigidas a los habitantes del Municipio para promover actitudes proactivas en el desarrollo de las actividades turísticas y económicas.</p>	<p>Incrementos anuales en el número de personas motivadas a participar en el desarrollo del sector turístico.</p>	<p>Organigramas de la alcaldía para la realización de actividades con el número de personas que sean proactivas en el desarrollo turístico de la región.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estadístico. 2. Seis meses. 3. Secretaria de Turismo. <p>Número de campañas realizadas por la secretaria de turismo enfocado en la concientización de los habitantes para el apropiado y eficiente desarrollo del</p>	<p>Lograr una mejora en la proporción del servicio de turismo, con un personal calificado y consiente de los recursos y de la capacidad de su región.</p> <p>Poca motivación por parte de la población, hacia los proyectos de desarrollo turístico.</p>



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

		turismo en la región.	
RESULTADOS			
<p>1. Aumentar la demanda de empresarios y personas interesadas en el incremento del turismo en la región.</p> <p>2. Nuevos centros de turismo apropiados para el descanso y desarrollo de diversas de actividades.</p> <p>3. Mejorar la calidad de servicio e infraestructura de sus hoteles, centros vacacionales, restaurantes y clubes</p>	<p>1. Un mayor número de personal interesado en la promoción del desarrollo del turismo de la región.</p> <p>2. Porcentaje de nuevas estructuras como centros de turismo y personal completo en operación para cada uno de ellos.</p> <p>3. Incremento en la productividad de personal y servicio prestado en los centros turísticos y en la</p>	<p>1. Entrevistas a los empresarios y productores de la región.</p> <p>2. Presupuesto de informes anuales sobre los centros dedicados a la promoción y prestación del un servicio para actividades enfocadas al turismo.</p> <p>3. Evaluaciones periódicas a los miembros del personal.</p>	<p>1. Se incrementa el interés por parte de la población local por trabajar en el proyecto.</p> <p>2. Los propietarios de los terrenos y permiten el desarrollo de centros de turismo.</p> <p>3. El servicio prestado es de alta calidad al igual que la infraestructura turística.</p>



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

<p>para que puedan obtener certificación de calidad turística.</p> <p>4. Promoción y comercialización de productos que se cosechen en la región fomentando la actividad económica al mismo tiempo que la turística.</p>	<p>región.</p> <p>4.Incremento del número de productos de la región comercializados</p>	<p>4. presupuestos de la Alcaldía para la regulación e información de los productos comercializados y su debido precio.</p> <p>1. Estadístico.</p> <p>2. Seis meses.</p> <p>3. Secretaria de Turismo.</p>	
<p>ACTIVIDADES</p> <p>Promoción y publicidad para generar un aumento de la demanda de personal interesado en la inversión y desarrollo del sector turístico.</p>	<p>Campañas publicitarias encargadas de concentrar el mayor número de personas que estén interesadas en la inversión y desarrollo del sector turístico; costo de</p>	<p>Registro contable de las unidades ejecutora.</p> <p>Costo de viáticos, materiales</p>	<p>El costo necesario para el desarrollo del producto aumenta considerablemente.</p>



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

<p>Capacitaciones enfocadas a la generación de sentido de pertenecía de los pobladores de la región.</p> <p>Construir y mejorar centros de turismo destinados tanto a los habitantes como a turistas de la región.</p> <p>Promocionar la comercialización de los productos de la región como incentivo al turismo.</p>	<p>materiales invertidos.</p> <p>Viáticos, materiales, instalaciones y capacitaciones a las personas interesadas.</p> <p>Materiales necesarios para la remodelación o construcción de los centros de turismo.</p> <p>Numero de productos comercializados.</p>	<p>y capacitaciones a las personas interesadas.</p> <p>Precio de los productos comercializados, costo de producción.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estadístico. 2. Seis meses. 3. Secretaria de Turismo. 	<p>La cotización de los materiales que se requieren para mejorar o construir los centros de turismo se mantienen estables.</p> <p>Tanto empresarios como productores continúan efectuando inversiones para garantizar el avance del proyecto.</p> <p>Participación activa del personal de la Alcaldía en las capacitaciones.</p>
--	---	---	--



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

4.2.13 Tiempos estimados de cumplimiento de objetivos

Nivel	Resumen Narrativo	Cronograma
Fin	<p>F1: Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del Municipio de Mesitas de El Colegio, articulando los programas municipales a través del fortalecimiento de las capacidades corporativas y del apoyo a las iniciativas empresariales de dichos municipios.</p> <p>F2: Realizar campañas de concientización que estén dirigidas a los habitantes del Municipio para promover actitudes proactivas en el desarrollo de las actividades económicas y turísticas.</p>	<p>F1. Largo Plazo.</p> <p>F2. Corto Plazo.</p>



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

	<p>F3: Identificar escenarios productivos y elaborar estrategias que permitan mejorar las condiciones de vida de los productores.</p> <p>F4: Conformación de un Clúster turístico, con infraestructura de altos estándares de calidad, que permita el desarrollo económico de la región.</p> <p>F5: Promover las relaciones entre los diferentes entes públicos y privados.</p>	<p>F3. Corto Plazo.</p> <p>F4. Largo Plazo.</p> <p>F5. Corto Plazo.</p>
Propósito	<p>P: Realizar campañas de concientización que estén dirigidas a los habitantes del Municipio para promover actitudes proactivas en el</p>	<p>P. Corto Plazo.</p>



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

	desarrollo de las actividades turísticas y económicas.	
Componentes	<p>C.1 Aumentar la demanda de empresarios y personas interesadas en el incremento del turismo en la región.</p> <p>C.2. Nuevos centros de turismo apropiados para el descanso y desarrollo de diversas de actividades.</p> <p>C.3. Mejorar la calidad de servicio e infraestructura de sus hoteles, centros vacacionales, restaurantes y clubes para que puedan obtener certificación de calidad turística.</p> <p>C.4. Promoción y comercialización de productos que se cosechen en la región fomentando la actividad</p>	<p>C1. Mediano Plazo.</p> <p>C2. Mediano Plazo.</p> <p>C3. Mediano Plazo.</p> <p>C4. Mediano Plazo.</p>



MUNICIPIO SALUDABLE Y POLO DE DESARROLLO LOCAL
Proceso de Internacionalización de Mesitas de El Colegio.
Promoción del Turismo, 2011.

	<p>económica al mismo tiempo que la turística.</p>	
<p>Actividades</p>	<p>A.1 Promoción y publicidad para generar un aumento de la demanda de personal interesado en la inversión y desarrollo del sector turístico.</p> <p>A.2 Capacitaciones enfocadas a la generación de sentido de pertenencia de los pobladores de la región.</p> <p>A.3 Construir y mejorar centros de turismo destinados tanto a los habitantes como a turistas de la región.</p> <p>A.4 Promocionar la comercialización de los productos de la región como incentivo al turismo.</p>	<p>A1. Corto Plazo.</p> <p>A2. Corto Plazo.</p> <p>A3. Largo Plazo.</p> <p>A4. Corto Plazo.</p>



5. FACTORES DE COMERCIALIZACION

5.1 Entidades promotoras

A continuación se presentara una lista con las entidades que son promotoras al momento de implementar un servicio de turismo y que por esta misma razón deben estar presentes constantemente.

➤ **Colombia: Actores Del Sector Turismo – Institucional**

- **ANATO** (Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo)
- **COTELCO** (Asociación Hotelera de Colombia)
- **ACODRES** (Asociación Colombiana de Restaurantes)
- **PROEXPORT – COLOMBIA TRAVEL**
- **FONDO DE PROMOCION TURISTICA DE COLOMBIA**
- **SECRETARIAS DE TURISMO DEPARTAMENTALES**
- **MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO**
 - *Viceministerio de Turismo*

5.2 Página web



A partir de todo lo que se ha manejado y se ha estudiado la pregunta a seguir es de donde se obtiene la información, como adecuar la oferta a la demanda y ver la forma de promoción del sitio turístico ya establecido.

A partir de esto lo que se propone son la utilización de Blogs, páginas web del Municipio, es decir el uso de la tecnología para poder así tener paginas activas, las cuales tengan toda clase de información, es decir, información completa y clara de las actividades y características del Municipio como tal.



CONCLUSIONES

El resultado de la investigación determinó que el principal problema del sector turístico es la falta de articulación de programas municipales a través del fortalecimiento de las capacidades corporativas y del apoyo a las iniciativas empresariales de dichos municipios.

Esto se ve evidenciado en los desacuerdos existentes entre los diferentes entes gubernamentales y privados que manejan información relevante para la realización de los proyectos propuestos.

A su vez se debe tener en cuenta que es necesario la conformación de un Clúster turístico, con infraestructura de altos estándares de calidad, que permita el desarrollo económico de la región; el éxito de la conformación de este clúster debe estar acompañado de campañas de publicitarias del municipio, las cuales deben ser claras, precisas y deben llegar a persuadir la mente de los turistas.

La personas involucradas dentro de los proyectos actuales y futuros deben tener actitudes proactivas que elaboren estrategias que permitan mejorar las condiciones de vida de los campesinos de la región, a si mismo recibir la capacitación adecuada para prestar un servicio de alta calidad.

Así mismo, se evidencia carencia de infraestructura vial que desmotiva a los viajeros y hotelera de alta calidad que permita el desarrollo de actividades recreacionales y de ocio.

Falta de sentido de pertenencia de los habitantes de la región hacia sus productos y recursos.



Estructurar el proceso de promoción del turismo en una serie de estrategias fundamentales: la capacitación con la realización de seminarios, work shops y famtrip; la promoción con la realización y profundización en las ferias y eventos que el Municipio ya maneja y con la comunicación del mismo que debe ser mediante la realización de páginas web, asesoría de prensa y famtrip periodista.

Finalmente, el municipio Mesitas de El Colegio no está preparado para un proceso de internacionalización debido a que debe existir como primera instancia una voluntad de servicio en los habitantes donde haya voluntad humana, destrezas, energía, valores y organización. De esta forma crear un cambio de paradigmas para que haya una nueva forma de consumo y llegar a una meta común donde el turismo sea una herramienta y base de un crecimiento sostenible evidenciado en un incremento del volumen de turistas, extensión del tiempo de estadía en el sitio y un mejoramiento de la calidad del servicio.



RECOMENDACIONES

Actualmente se requieren implementar sistemas de información para formular estrategias de promoción identificando las tendencias del sector a su vez teniendo en cuenta el perfil del turista.

Realizar un proceso de Benchmarking en el municipio para poder observar el potencial de servicios que se pueden prestar respecto a otros destinos turísticos similares. Para este proceso se debe tener en cuenta como primera instancia son las consideraciones para la promoción del producto o servicio turístico; para la realización de ello es importante el conocimiento de la demanda actual al conocimiento de la demanda potencial; en esa medida pasar de un mercado dominado por la demanda, a uno en el que el diseño del producto debe ser más dirigido y clave en la actuación del destino. una vez se haya pasado a este mercado la segmentación que se realiza debe ser no solo de carácter motivacional sino complementarse con una serie de variables más complejas relacionadas con el comportamiento, actitudes, ciclo de vida, emociones, comportamientos, etc. Es así como finalmente el cliente es el que se incorpora inherentemente a nuestros procesos de servicios turísticos.

Implementar dentro de la cadena del proceso turístico al turista virtual.

Tener en cuenta campañas relacionadas con la preservación del medio ambiente con medidores como “Huella de carbono” que permitan tener un equilibrio con la naturaleza.

Mantener informada a la población de los beneficios tributarios que se proporcionan a varias entidades y que solo un bajo porcentaje los conoce.



REFERENCIAS

Bibliografía

- Castro, Andrés; Palacio, Ivarth; Olis, Irma; Castaño, Gloria. Anteproyecto: Municipio saludable y polo de desarrollo local. Centro de estudios empresariales para la perdurabilidad. Grupo de investigación en perdurabilidad empresarial. Línea de investigación en internacionalización de la empresa. Agosto, 2010.
- Ortegón, Edgar; Pacheco, Juan Francisco y Prieto, Adriana. *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas*. Serie 42. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES) Área de proyectos y programación de inversiones. *Santiago de Chile, julio de 2005*.
- Castro, Andrés; Palacio, Ivarth. *Informe final del proyecto "Propuesta para el desarrollo de un clúster frutícola en el departamento de Cundinamarca"*. Centro de estudios empresariales para la perdurabilidad. Grupo de investigación en perdurabilidad empresarial. Línea de investigación en internacionalización de la empresa. *Bogotá D.C, Junio de 2010*.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Política de turismo cultural: "Turismo cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio colombiano para el mundo". Bogotá.
- Aristide Edith. Programa de formación exportadora. TURISMO. PROEXPORT. 15 y 16 de julio de 2011.



Páginas de internet

- Mesitas de El Colegio
http://www.cundinamarca.gov.co/cundinamarca/municipios/frm_municipio.asp?codigo=24
- Gobernación de Cundinamarca
<http://www1.cundinamarca.gov.co/gobernacion/>
- Definición de Marco Lógico
http://www.docencia.unet.edu.ve/Coordinaciones/SComunitario/archivos/Matriz_de_Marco_Logico.pdf
- Organización Mundial del Turismo.
<http://www.unwto.org/aboutwto/why/sp/why.php?op=1>