



Libertad y Orden

**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo**

## **COMPETITIVIDAD:**

# **El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial**

*Documento de política*

**Bogotá D.C., Diciembre de 2009**

*Documento final*

**COMPETITIVIDAD: El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial**  
***Documento de Política***

**MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO**  
**VICEMINISTERIO DE TURISMO**

**Ministro de Comercio, Industria y Turismo**

*Luis Guillermo Plata*

**Viceministro de Turismo**

*Oscar Rueda García*

**Directora de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo**

*Clara Inés Sánchez Arciniegas*

**Director (E) de Análisis Sectorial y Promoción Turística**

*Carlos Alberto Vives Pacheco*

**Coordinador Grupo de Competitividad y Desarrollo Sostenible del Turismo**

*Víctor Rafael Fernández Ávila*

**Autores**

*Arturo Bravo*

*Beatriz Helena Pérez Rosas*

Bogotá, Colombia

2009

**COMPETITIVIDAD: El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial**  
*Documento de Política*

**TABLA DE CONTENIDO**

<b>1. ANTECEDENTES</b> .....	<b>4</b>
<b>2. CONTEXTO</b> .....	<b>5</b>
<b>3. EJES TEMÁTICOS</b> .....	<b>9</b>
<b>3.1. Sostenibilidad</b> .....	<b>9</b>
<b>3.2. Innovación</b> .....	<b>10</b>
<b>3.3. Organización y articulación del sector</b> .....	<b>10</b>
<b>4. PRINCIPIOS</b> .....	<b>10</b>
<b>5. OBJETIVOS</b> .....	<b>11</b>
<b>5.1. OBJETIVO GENERAL</b> .....	<b>11</b>
<b>5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	<b>11</b>
<b>6. LINEAMIENTOS DE POLÍTICA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA</b> .....	<b>11</b>
<b>6.1. FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN INTEGRAL DEL DESTINO TURÍSTICO</b> ...	<b>11</b>
<b>6.2. MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS</b> .....	<b>13</b>
<b>6.3. CONSOLIDACIÓN DE LA SEGURIDAD, HIGIENE Y SALUBRIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS</b> .....	<b>14</b>
<b>6.4. EFICIENCIA EN LA EDUCACIÓN Y FORMACIÓN DEL TALENTO HUMANO DEL SECTOR TURÍSTICO</b> .....	<b>16</b>
<b>6.5. DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA ESTRATÉGICA</b> .....	<b>16</b>
<b>6.6. FACILITACIÓN TURÍSTICA</b> .....	<b>17</b>
<b>7. GESTION DE LA POLÍTICA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA</b> .....	<b>18</b>
<b>9. RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>20</b>
<b>10. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>24</b>

# COMPETITIVIDAD: El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial

## *Documento de Política*

### 1. ANTECEDENTES

La necesidad de fortalecer las ventajas competitivas, a partir de la dotación de factores comparativos que Colombia tiene para el turismo, surge como estrategia y técnica especializada de la gestión pública y privada del sector desde mediados de los años 1990.

Dentro de este esfuerzo de fortalecer la competitividad turística de Colombia como destino turístico, es importante resaltar algunos referentes que permiten dar continuidad a la gestión adelantada en este tema,, como los siguientes:

- El estudio de Michael Porter, importante teórico de la competitividad, que en su documento “*Creación de la ventaja competitiva de Colombia – Informe MONITOR*” (1994), identificó al turismo como sector de gran potencialidad nacional.
- La orientación filosófica del marco legal del sector, que busca la creación de ventajas competitivas, reflejada en las disposiciones, competencias institucionales e instrumentos creados en la Ley 300 de 1996, Ley General de Turismo.
- El Estudio de Competitividad del Sector Turismo (1996) que identificó los *clusters* o regiones que caracterizan la oferta turística colombiana. El documento analizó acertadamente las limitantes y potencialidades competitivas en los temas de entorno base del turismo, potencial de atractivos, infraestructura regional, oferta de servicios turísticos, conectividad, calidad de componentes turísticos, entorno empresarial, papel del sector público, nacional y local, países y *clusters* competidores y análisis de *microclusters*.
- La articulación de la gestión de planificación turística con la suscripción de Convenios de competitividad turística departamentales, que a partir de matrices priorizadas y consensuadas con las regiones, identificaron las principales barreras que afectan la capacidad de competencia del sector y de sus respectivos actores en 30 regiones del país (2001). Sus insumos fueron fundamentales para los Planes Sectoriales de Turismo 2003-2006 y 2007-2010.
- La declaración del turismo como sector de clase mundial y eje para hacer de Colombia un destino de clase mundial, definido en la Política Nacional de Productividad y Competitividad, la cual diseñó unos programas específicos que buscan fortalecer la capacidad productiva en el entorno empresarial, desarrollando sectores de manera estratégica, entre los cuales se encuentra el turismo. Uno de sus principales mecanismos para aplicar esta política es la creación de los convenios de competitividad.
- El reciente impulso a la evaluación del rol en materia de competitividad que generan de las autoridades regionales de turismo, medición propuesta en los avances obtenidos sobre indicadores de competitividad turística.

- La definición de agendas conjuntas regionales y nacionales para fortalecer los convenios de competitividad turística, a través de espacios de concertación propiciados por el Ministerio de Comercio, Industria y turismo, tales como “*Colombia Crece*”, “*Colombia Compite*” y especialmente “*Turismo Compite*”.
- La Política Nacional de Turismo – Plan Sectorial de Turismo 2008-2010: “*Colombia Destino Turístico de Clase Mundial*”, cuyo objetivo general busca “consolidar los procesos regionales de turismo de tal manera que se disponga de una oferta de productos y destinos altamente competitivos (de clase mundial) para los mercados nacionales e internacionales”. De igual forma, el Plan establece entre sus estrategias principales el mejoramiento y consolidación de la competitividad del sector, así como la calidad de los servicios, los productos, las empresas y destinos turísticos.

## 2. CONTEXTO

La competitividad se define como la capacidad que posee un país para crear un valor agregado que aumente los ingresos nacionales, a través de la integración de factores de orden económico, social y cultural en los procesos de globalización, que le permita alcanzar objetivos de rentabilidad y sostenibilidad de forma superior a los demás.

Según la Teoría del diamante de Michael Porter, profesor de la escuela de Harvard, “la competitividad debe entenderse en términos de la capacidad de mejorar e innovar constantemente para generar ventajas diferenciales frente los competidores, lo cual implica realizar un análisis estructural de los mercados para elegir las alternativas más viables. Considera que un sector alcanzará competitividad cuando el llamado “Diamante Competitivo” logre condiciones favorables para su gestión.

Porter afirma que la competitividad debe entenderse no en términos de una nación, sino de sus industrias y sectores, por lo tanto, “no existen naciones competitivas, sino naciones con industrias y sectores competitivos”<sup>1</sup>.

En este sentido, una aproximación al significado de competitividad turística indica que los productos, servicios y estructuras de los destinos turísticos deben aumentar sus valores agregados y permitir el desarrollo de ventajas competitivas para el sector turístico en general, a partir de la suma de todos los valores agregados de los subsectores que la conforman.

De otro lado, la teoría de competitividad establece que la competencia que se presenta actualmente no es entre países, sino entre territorios, regiones o *clusters*, es el destino turístico el que compite de manera creciente con otros destinos y cada vez más en obediencia a la necesidad de adaptación a las nuevas exigencias de los turistas y del mercado en general. Así mismo, la competitividad turística se sustenta en la calidad como herramienta para lograr la productividad y diferenciación de los productos y destinos, factor que permite crear ventajas frente la creciente presencia de competidores en los mercados turísticos.

Existen diferentes factores que permiten que un destino turístico se considere competitivo, que en principio se encuentran ligados a la adecuación de la oferta de productos y

---

<sup>1</sup> LÓPEZ, Jorge. En Gaceta CUC- Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara, Campus Puerto Vallarta. México, febrero 2004.

servicios, para satisfacer la demanda, mejorar los mercados y las acciones de promoción. “Esta oferta la integran por una parte, el conjunto de atractivos turísticos, los cuales requieren el soporte de infraestructura para la conectividad aérea, terrestre, telecomunicaciones, seguridad y servicios de salud, y de otra parte, la oferta de servicios en los que el capital humano, sus competencias y destrezas, las empresas y los encadenamientos productivos, son el complemento necesario para el fortalecimiento de los destinos”<sup>2</sup>.

El Foro Económico Mundial, por su parte detalla los indicadores que se consideran imprescindibles para medir la competitividad turística de los países y su posición a escala mundial, los cuales resume en tres grandes temas: Marco regulador, entorno comercial e infraestructuras, y recursos humanos, culturales y naturales.

**Cuadro 1. Composición del índice de competitividad de turismo y viajes del Foro Económico Mundial**



Fuente: Indicadores de Competitividad Turística 2009, Foro Económico Mundial

En el 2009, Colombia ocupó el puesto 72 entre 133 países, ubicándose por debajo de países suramericanos competidores como Costa Rica (42), Brasil (45), México (51), Panamá (55), Chile (57), Jamaica (60), Argentina (65), Uruguay (63), República Dominicana (67) y Guatemala (70)<sup>3</sup>.

En el análisis detallado del *ranking*, se muestra que Colombia ocupa los siguientes puestos: 91 en marco regulador, 88 en entorno comercial e infraestructuras; y 34 en recursos humanos, culturales y naturales, en donde se destaca la evaluación dada al índice de recursos naturales, donde el país ocupa el puesto número 5 a nivel mundial, lo cual presupone el reto de transformar esta importante ventaja comparativa en una competitiva con excelentes niveles de calidad y sostenibilidad.

<sup>2</sup> Presentación de la mesa de Mejoramiento de la Competitividad Turística, Encuentro de Turismo Compite, 29 y 30 de septiembre de 2008.

<sup>3</sup> FORO ECONÓMICO MUNDIAL, Ranking - Índice de Competitividad Turística, Julio de 2009.

Sin embargo, en esta misma medición se evidencia la pauta de los principales retos de competitividad turística que debe superar el país: infraestructura de transporte y puertos turísticos (108), apertura y facilitación del país frente al turismo (117) y seguridad (125). En este último tema, se tienen posiciones de gran rezago frente al promedio mundial, en aspectos como costos del terrorismo en los negocios (133), costos de la criminalidad y violencia (118), proporción de accidentes de tráfico en la población (109), disponibilidad de camas en hospitales (99) y densidad de médicos en la población total (73).

El reto competitivo debe apostarle a la aplicación de nuevas metodologías, criterios de planificación y gestión de los destinos turísticos, bajo la cooperación público-privada de todos los agentes que participan de forma directa e indirecta del sector, de manera que logre integrar y desarrollar una visión estratégica del modelo turístico y refuerce la capacidad innovadora, no sólo en el desarrollo de nuevos productos y destinos, sino también en la búsqueda de mejores calificativos para la oferta ya existente.

Los organismos de planificación y gestión de los destinos turísticos en el mundo han evolucionado hacia la coordinación, la promoción, la creación de productos, el mercadeo y el desarrollo competitivo de dichos destinos. Es importante recordar, que “el destino turístico es un conglomerado de productos turísticos que están incluidos en un lugar geográfico determinado, por lo que una tarea fundamental de los responsables del destino turístico se ocupa de integrar los distintos recursos, bienes y servicios, equipamientos que afectan directa e indirectamente a la actividad turística, de manera que se diseñe una planificación común y se realice una gestión conjunta de todo este sistema turístico”<sup>4</sup>.

En este sentido, la gestión del destino turístico implica por un lado el monitoreo de las estrategias de promoción y mercadeo; y por otro, el mantenimiento y conservación de los atributos y servicios que rodean al sector, bajo los parámetros de calidad, profesionalismo, sostenibilidad y bienestar social, entendido este último, en la capacidad de generar tanto retribución económica para la comunidad receptora, como satisfacción e interés por la actividad.

De igual forma, es necesario aplicar medidas de fortalecimiento de la gestión de calidad en las empresas y destinos turísticos, como estrategia para generar una cultura de excelencia, que permita posicionar a Colombia como un destino de calidad, diferenciado y competitivo en los mercados turísticos.

Colombia ha tenido importantes avances en materia de creación de una cultura de la calidad turística, enfocada inicialmente para los prestadores de servicios turísticos. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ha promovido a través de las Unidades Sectoriales de Normalización, la creación de normas técnicas sectoriales de turismo, para definir requisitos para la operación y el personal de las agencias de viajes, los establecimientos de alojamiento y hospedaje, los restaurantes, los guías de turismo, el tiempo compartido y para el turismo sostenible. Este hecho le ha permitido obtener después de Francia, el segundo puesto a nivel mundial en materia de normalización concertada, voluntaria y especializada para el sector turístico.

En concordancia con lo dispuesto en la ley 300 de 1996 y el Sistema Nacional de Calidad, se creó la marca y el procedimiento de certificación en calidad turística, que permite el uso de un distintivo o marca de certificación específico para el sector, por parte de los

---

<sup>4</sup> LÓPEZ, Jesús M. y López Luis M. “Diferencias Territoriales en la Planificación y Gestión del Destino Turístico”. Cuadernos de Turismo. N°19, Universidad de Murcia. P. 72. España (2007).

prestadores de servicios turísticos, como factor diferenciador ante la competencia y en los mercados. En la actualidad, solamente alrededor del 2% del total de prestadores de servicios turísticos, cuenta con certificaciones de calidad turística.

Otro componente indispensable para la obtención de un sector altamente competitivo es la seguridad, puesto que esta repercute en la calidad de los servicios que conforman esta actividad, para los diferentes destinos y productos, así como para los exigentes y cambiantes mercados que aumentan año a año en todo el mundo. Así mismo, la percepción que de la misma tienen los mercados y la comunidad internacional, es fundamental para crear y mantener un clima de negocios y de confianza.

En los últimos años se han logrado importantes avances en materia de seguridad, que se han visto reflejados en la atracción de la inversión y en crecientes flujos de turismo doméstico e internacional. Con base en esta recuperación de la demanda, se ha justificado el desarrollo de condiciones de competitividad para el sector, especialmente en el fortalecimiento de la oferta que se sustenta en un modelo de seguridad a largo plazo, que contemple y profundice los alcances de la misma, pasando del tema de mantenimiento de la convivencia y el orden público, a los ámbitos de la higiene y la salubridad.

Estos aspectos son determinantes de la competitividad turística de Colombia como destino de clase mundial y se han identificado como un reto urgente por superar y que requieren una continuidad como política de Estado. Diferentes análisis y documentos sobre turismo, así lo ratifican tales como el Estudio de Competitividad del sector turismo (1996), el Plan estratégico de Seguridad Turística (2001), los planes sectoriales de turismo y el reciente índice de competitividad del Foro Económico Mundial (2009).

Un cuarto aspecto prioritario para garantizar la competitividad del sector turístico es la cualificación de su capital humano, puesto que los fuertes cambios en el panorama turístico, traen consigo nuevos retos y oportunidades, que dan lugar al análisis no sólo de la estructuración de la oferta, sino también de las personas que participan de ella, como actores fundamentales para el crecimiento del sector.

A través de los diferentes estudios internacionales en materia de competitividad turística ha cobrado cada vez más importancia el énfasis en el capital humano, como componente diferenciador y generador de ventajas competitivas, en donde los principales componentes de una estrategia de fortalecimiento a la competitividad deben ser la educación y la formación turística dirigida a las personas vinculadas de forma directa como indirecta con el sector, puesto que son los trabajadores, quienes permiten al turista formarse juicios de valor positivos o negativos a cerca de los servicios recibidos y la satisfacción de sus expectativas, que dependen en gran medida del trato y calidad de servicio que el personal de atención al turista y demás personas alrededor del sector ofrezcan en medio de la experiencia turística.

Dentro de los hallazgos derivados de las matrices de compromiso de los Convenios de Competitividad Turística entre los años 2002-2005, se encuentra como problemática para las regiones la falta de capacitación, educación y sensibilización. Por ello, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para el año 2005 concentró esfuerzos en la elaboración del "Plan Indicativo de Formación y Capacitación Turística (2005)", el cual luego de un ejercicio de concertación con los diferentes actores del sector, expone unos lineamientos de orientación para la educación necesaria en busca del desarrollo de la industria turística colombiana.



Finalmente, un factor clave para el desarrollo de ventajas competitivas es la creación y el mantenimiento de una infraestructura turística adecuada, que ofrezca diferentes servicios y esté acorde con las innovaciones tecnológicas y de gestión de los principales destinos turísticos mundiales. Según los hallazgos del Foro Económico Mundial en el Ranking Internacional de Competitividad Turística; así como los aportes de las regiones a través de los Convenios de Competitividad Turística, la seguridad y la infraestructura se encuentran dentro de las principales barreras que impiden el desarrollo del sector turístico.

Por tal motivo, las regiones y la nación en general deben apostarle a la consolidación de una infraestructura moderna para el turismo y el mejoramiento y adecuación de vías de acceso que faciliten la conectividad de los destinos turísticos. En este sentido, los esfuerzos deben concentrarse en el desarrollo de una infraestructura de transporte y de servicios públicos, al tiempo que en el mejoramiento de los atractivos, la señalización turística, adecuación hotelera, y los demás aspectos necesarios en las regiones.

### **3. EJES TEMÁTICOS**

#### **3.1. Sostenibilidad**

Las estrategias dirigidas fortalecer el fortalecimiento de la competitividad del turismo deben tener en cuenta el cumplimiento de requisitos y criterios de sostenibilidad, que enmarcan los procesos de desarrollo en las dimensiones económica, ambiental y sociocultural.

Según la Organización Mundial del Turismo, “las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

- Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y sus valores tradicionales, contribuyendo al entendimiento y a las tolerancias interculturales.
- Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, contribuyendo a la reducción de la pobreza.
- El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles." (OMT, 2004)

### **3.2. Innovación**

La innovación se reconoce como un proceso, en el cual se presentan flujos de tecnología e información entre los múltiples actores del sector turístico, facilitando su interacción, para la construcción de ventajas competitivas. De la difusión de la innovación depende el desarrollo de la competitividad de un destino de clase mundial, al transformar la tecnología en generación de conocimiento.

La innovación es la fuente de la productividad y competitividad, a nivel empresarial, sectorial y nacional y en este sentido este principio orientará a los diferentes actores para que se esfuercen para superar las barreras y adoptar nuevos procesos de forma creativa, así como para estructurar las acciones que se proponen desde la ejecución de esta política.

### **3.3. Organización y articulación del sector**

El éxito de una política de competitividad turística requiere un sistema sectorial (entidades públicas y privadas) plenamente organizado, con objetivos comunes claramente definidos, que permitan el desarrollo de acciones en forma coordinada, alcanzando de forma concertada las metas propuestas. Asimismo, es prioritario fortalecer a las entidades en procesos de investigación, documentación, desarrollo de políticas de calidad, y evaluación orientada a logros.

## **4. PRINCIPIOS**

- **Diferenciación:** En función de la identificación y consolidación de ventajas competitivas únicas del país en materia turística, que lo diferencien de la creciente competencia mundial.
- **Especialización:** En función de la oferta turística colombiana, que se especializará en productos y destinos prioritarios.
- **Corresponsabilidad:** En función de la responsabilidad conjunta que tienen en materia de competitividad los diferentes actores e instituciones relacionadas con el turismo.
- **Eficiencia en el uso de recursos:** En función de realizar acciones de alto impacto para la inversión de recursos requerida, que contribuyan a la progresiva obtención de avances en materia de competitividad.
- **Calidad:** Como requisito fundamental para la organización e innovación de la creación de la ventaja competitiva de las empresas y destinos turísticos colombianos.

- Participación: En función de promover la vinculación en la toma de decisiones en materia de competitividad turística, de los diferentes actores en los ámbitos nacional y territorial.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1. OBJETIVO GENERAL**

Mejorar la competitividad turística de Colombia, a través de estrategias conjuntas de gestión que involucren a todos los actores del sector, que fortalezcan la sostenibilidad de la cadena de valor y que permitan posicionar al país como un destino turístico de clase mundial.

### **5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a) Mejorar los mecanismos y herramientas para el fortalecimiento de la gestión y la sostenibilidad de los destinos turísticos estratégicos colombianos.
- b) Mejorar la calidad y formalidad en la prestación de los servicios que ofrecen los destinos y los prestadores, como diferenciador del producto turístico colombiano en los mercados.
- c) Optimizar las acciones que adelantan los diferentes actores del sector turístico en materia de seguridad turística, higiene, salubridad como retos competitivos para mejorar la percepción, imagen y calidad de los productos y servicios turísticos colombianos.
- d) Fortalecer las capacidades y competencias del talento humano que requiere el sector turístico, mediante acciones continuas de formación y capacitación.
- e) Promover acciones interinstitucionales y de cooperación público privada en materia de infraestructura turística, garantizando una eficiente dotación, regulación y acceso a los mercados turísticos.
- f) Facilitar las condiciones de acceso de turistas nacionales y extranjeros a los servicios y destinos turísticos de la oferta nacional.

## **6. LINEAMIENTOS DE POLÍTICA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA**

### **6.1. FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN INTEGRAL DEL DESTINO TURÍSTICO**

Crear una estrategia de gestión y planificación del destino turístico, debe tener en cuenta todo el entorno competitivo del sector en el territorio y que a partir de acciones concretas

desde lo nacional, se provean las herramientas para el progreso regional o local en la consecución de metas para el desarrollo o consolidación de productos y destinos de “clase mundial”.

En este sentido, las acciones de la Política en materia de gestión de destino son las siguientes:

- a) Fortalecer la implementación de la planificación estratégica en los destinos, que contribuya a la obtención de un modelo turístico organizado, innovador y sostenible, que involucre la perspectiva de generación de valor y la superación de los retos de competitividad del sector, a través del establecimiento de compromisos y la participación de los diferentes actores públicos y privados.
- b) Fortalecer los programas de asistencia técnica para el diseño de producto.
- c) Impulsar el desarrollo de mecanismos de mercadeo y promoción de los productos y destinos turísticos, a través del establecimiento de estrategias coordinadas desde el ámbito nacional y regional, contando con una política específica que recoja todos los lineamientos necesarios para avanzar en esta materia.
- d) Implantar un programa de señalización turística nacional que vincule las principales carreteras, destinos y puertos nacionales, teniendo en cuenta la normatividad vial y turística existente, así como que permita la adaptación a las últimas innovaciones en materia de percepción visual y estética.
- e) Crear una herramienta de evaluación o *ranking* interno de competitividad de los destinos turísticos, acordes con las nuevas exigencias de los turistas, y los indicadores propuestos por el Foro Económico Mundial para la medición.
- f) Reforzar el seguimiento a los componentes de medición propios del Sistema de Indicadores de Competitividad para el Sector Turístico Colombiano y al Sistema de información Turística-SITUR.
- g) Implementar instrumentos para la generación de información estadística relevante para el sector turístico como soporte para la medición de la competitividad y sostenibilidad regional y nacional.
- h) Crear incentivos para la inversión en turismo, así como promover los existentes, que otorguen la oportunidad de presentar proyectos innovadores para la consolidación de los productos turísticos de clase mundial.
- i) Reforzar la evaluación y el control de la gestión de los destinos turísticos, como insumo para la adopción de medidas y correctivos requeridos en materia de competitividad y sostenibilidad.

## **6.2. MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS**

Dada la importancia estratégica que constituye la calidad como factor decisivo para lograr la competitividad del turismo colombiano y según lo dispuesto en el documento Conpes 3446, Política Nacional de Calidad, el cual establece que el Subsistema de Calidad será parte funcional del Sistema Nacional de competitividad, la política de competitividad turística contempla los siguientes lineamientos estratégicos:

- a) Propiciar la formalización del sector a través de estrategias e incentivos para las empresas y destinos que logren avances en esta materia.
- b) Propiciar la implementación de buenas prácticas de calidad y sostenibilidad en los prestadores de servicio y destinos turísticos.
- c) Definir, por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del Viceministerio de Turismo, una política específica en materia de calidad turística.
- d) Fortalecer el apoyo técnico y financiero a los prestadores de servicios del sector turístico, para que se certifiquen en calidad turística bajo las normas técnicas sectoriales respectivas, de manera que mediante la adopción de estos sistemas de gestión y estándares de calidad, presten servicios de clase mundial, que satisfagan las necesidades de sus clientes internos y externos, así como alcanzar una mayor rentabilidad y competitividad.
- e) Mejorar los alcances y la pertinencia de la certificación de competencias laborales para turismo que adelanta el SENA y los organismos de certificación y de evaluación de la conformidad, de manera que éstas certificaciones se constituyan en un mecanismo de diferenciación efectiva y de garantía de la competitividad del talento humano del sector. Estas entidades implementarán mecanismos de seguimiento y control de las certificaciones otorgadas.
- f) Involucrar los alcances, orientaciones y normas que se adelanten en materia de calidad turística, en las estrategias en materia de formación y capacitación que lleven a cabo el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el sector educativo del turismo.
- g) Desarrollar planes y herramientas técnicas para implementar programas de mejora y certificación de destinos turísticos sostenibles, que reflejen los avances obtenidos en materia de competitividad por parte de las regiones, así como su respectiva medición a través de los indicadores de competitividad.
- h) Impulsar la promoción de los destinos y las empresas turísticas certificadas, dando prioridad a la difusión de sus atractivos, servicios y productos en los mercados y segmentos objetivos.
- i) Facilitar a los prestadores de servicios y destinos turísticos, el acceso a esquemas de financiamiento para la renovación de la planta e infraestructura turística, implementación de nuevas tecnologías y conocimientos, que faciliten alcanzar las certificaciones de calidad turística y de sostenibilidad.

- j) Desarrollar y promover entre los turistas nacionales y extranjeros, una cultura de consumo con calidad que dé preferencia a los servicios y destinos, certificados en calidad turística, a la exigencia de condiciones óptimas de higiene y prestación de servicios, así como al ejercicio y protección de sus derechos en cuestión de calidad. De esta manera, se impulsará desde la demanda, la diferenciación y competitividad de la industria.
  
- k) Impulsar la homologación de los mecanismos y de la marca de certificación de calidad turística nacional a través del reconocimiento con otros esquemas y marcas de certificación turística existentes en el ámbito internacional, con el fin de fortalecer los alcances de diferenciación y difusión de los mismos en los mercados internacionales.

### **6.3. CONSOLIDACIÓN DE LA SEGURIDAD, HIGIENE Y SALUBRIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS**

Las acciones en seguridad turística se fundamentan en la función que ejerce el Estado en esta materia, así como en la articulación de los fines y visiones que tiene este tema para el sector turístico.

Así, se busca profundizar el impacto de estas medidas, como un factor de transformación eficiente de la competitividad turística del país, en la generación de confianza a los mercados turísticos nacionales e internacionales y en el fortalecimiento de las ventajas comparativas y competitivas que Colombia posee en materia de turismo.

En concordancia con este criterio, las acciones de la política estarán orientadas a:

- a) Reforzar entidades territoriales el interés y la voluntad del Gobierno Nacional por la seguridad física de los turistas nacionales y extranjeros que recorren el país, diseñando estrategias de gestión concertadas con el Ministerio de Defensa, las Fuerzas Armadas y la Policía de Turismo, así como destinando recursos especiales para la protección en los atractivos turísticos, para garantizar el disfrute de las actividades y generar conciencia de la importancia del tema entre los diferentes actores del sector.
  
- b) Actualizar y retomar los alcances propuestos por el Plan Estratégico de Seguridad Turística, en materia de protección e información al turista y vigilancia de atractivos y servicios turísticos.
  
- c) Desarrollar y aplicar de manera efectiva, en concordancia con el mandato legal de la Ley 300 de 1996, las estrategias de fortalecimiento administrativo y técnico de la Policía de Turismo, especialmente en los aspectos de dotación de equipos y capacitación del personal.
  
- d) Continuar en la identificación y prevención de riesgos turísticos potenciales y asociados a la práctica del turismo según tipos de viajes, localizaciones y sectores más afectados.

- e) Crear programas de salubridad de prevención, capacitación e información en patologías endémicas tanto para turistas como para las comunidades receptoras.
- f) Crear programas de detección y prevención de delitos contra turistas, con el apoyo de la Policía Nacional, el sector privado y la comunidad local. En este sentido, se incluirán en las estadísticas oficiales sobre seguimiento a estos delitos, el registro, acopio y difusión de estadísticas de investigación fiables sobre delitos contra los viajeros.
- g) Crear campañas y medidas legales de protección de turistas y residentes contra el tráfico y uso de drogas, especialmente en los destinos donde se ha asociado el consumo de estupefacientes a la actividad turística.
- h) Definir procedimientos de actuación y directrices para los prestadores de servicios turísticos y operadores de las instalaciones turísticas en caso de que se produzcan atentados terroristas o actos ilícitos.
- i) Definir competencias para el manejo de información sobre seguridad turística, así como sus respectivas responsabilidades en el trato con la prensa y otros medios de comunicación en el país y en el extranjero, especialmente sobre información para la industria turística internacional sobre cuestiones de seguridad.
- j) Organizar un gabinete de gestión de crisis en caso de catástrofe natural, sanitaria u otra emergencia que afecte el turismo de manera sustancial, en el nivel nacional y regional.
- k) Crear el Consejo Nacional de Seguridad y Facilitación Turística, como ente asesor para la orientación de las políticas turísticas y para formular las recomendaciones y medidas que el Gobierno Nacional deba implementar en este tema.
- l) Fortalecer la capacidad de actuación y el rol de los Consejos Regionales de Seguridad Turística, frente a su presencia en los destinos del territorio nacional y como entes asesores del Viceministerio de Turismo y de las autoridades regionales de turismo.
- m) Establecer programas de adopción de normas y prácticas de seguridad en las instalaciones y sitios turísticos en cuanto a protección contra incendios, robos, higiene y requisitos sanitarios en las empresas turísticas.
- n) Articular los planes de seguridad turística nacional y regional, con las políticas nacionales sobre salud de los turistas, incluido el establecimiento de sistemas de notificación sobre los problemas que en este campo encuentren los turistas, especialmente en la prestación de servicios turísticos y en los riesgos derivados de adquisición y transmisión de enfermedades que se originen como impacto del turismo.

#### **6.4. EFICIENCIA EN LA EDUCACIÓN Y FORMACIÓN DEL TALENTO HUMANO DEL SECTOR TURÍSTICO**

El Plan Sectorial del Turismo 2008-2010, "*Colombia: Destino Turístico de Clase Mundial*" recoge dentro de sus siete estrategias la educación para cimentar una cultura turística y como una herramienta eficiente para crear ventajas competitivas en el sector.

En concordancia con dicho Plan, así como con los lineamientos y estrategias propuestos en el Plan Indicativo de Formación y Capacitación Turística, las acciones propuestas en esta materia a través de la Política están orientadas a:

- a) Crear, entre los sectores educativo, empresarial y público, un sistema articulado de evaluación y análisis de los diferentes programas académicos en formación y capacitación turística, en cuanto a su pertinencia y actualización frente a las necesidades y tendencias del turismo en general.
- b) Impulsar la intensificación de los programas de inglés como segunda lengua, tanto en universidades como en instituciones técnicas y tecnológicas de formación turística, como componente base de creación de ventajas competitivas.
- c) Desarrollar programas de cultura turística que involucren acciones de sensibilización, formación y capacitación en turismo, dirigidos a los actores que intervienen en las actividades que pueden relacionarse con el sector como: conductores de transporte público, meseros, defensa civil, entre otros.
- d) Concientizar a los empresarios del sector turístico en el desarrollo de una cultura del empleo digno, que promueva la calidad del trabajo en busca de mayores niveles de productividad y remuneración de los trabajadores del sector, y que se verá reflejado en la satisfacción de los turistas.
- e) Establecer alianzas público-privadas para la inversión en la capacitación y formación de los trabajadores del sector turístico, con énfasis en el desarrollo de competencias estratégicas que apunten a los problemas reales de competitividad de la región, tales como aprendizaje de una segunda lengua, utilización de tecnologías de la información y la comunicación, diseño de producto turístico, interpretación del patrimonio, mejores prácticas de manufactura, protocolo y atención al cliente en general, entre otros.

#### **6.5. DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA ESTRATÉGICA**

Los lineamientos planteados en esta materia, dan respuesta y seguimiento a las necesidades planteadas en el CONPES 3527, Política Nacional de Competitividad y Productividad, en materia de infraestructura turística para consolidar al país como un destino de Clase Mundial.

En este sentido, los lineamientos propuestos en materia de infraestructura turística estratégica son los siguientes:

- a) Crear mecanismos de reporte regional de infraestructura turística, para mantener actualizados los inventarios de necesidades en esta materia, en los destinos y productos priorizados en el Plan Sectorial de Turismo.



- b) Fortalecer las acciones de mejoramiento de infraestructura turística que requieran mayor atención en la gestión del turismo, debido a la alta afluencia de personas y su necesidad de soporte como puntos claves para el desarrollo del turismo en las regiones.
- c) Crear planes de acción conjuntos entre las diferentes entidades público-privadas competentes en materia de adecuación y construcción de carreteras, aeropuertos, terminales de transporte, puertos, museos, puntos de información, señalización y paradores turísticos.
- d) Establecer un inventario de medios de transporte disponibles para el traslado de turistas hacia los destinos y gestionar el cubrimiento de rutas hacia los sitios turísticos de difícil acceso, a través de alianzas con las empresas prestadoras de servicios de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial, según las condiciones del destino.
- e) Crear una red técnica de apoyo para el sector turístico, donde se promueva la gestión, formulación y ejecución de inversión en infraestructura turística, y en la cual los inversionistas puedan obtener facilidades y créditos para aprovechar estas oportunidades de inversión en el sector.
- f) Fortalecer la existencia de un marco legal claro y preciso para el desarrollo de infraestructura turística, que permita mostrar seguridad y estabilidad jurídica, técnica y financiera a los inversionistas privados y al Estado.
- g) Promover la creación de zonas francas de servicios turísticos, que permitan el desarrollo de infraestructura turística de transporte y de logística en concordancia con el CONPES 3527, Política Nacional de Competitividad y Productividad.
- h) Establecer planes de acción conjuntos para el mantenimiento de hoteles y puertos aéreos, marítimos, fluviales y demás infraestructuras en propiedad de las diferentes entidades estatales, teniendo en cuenta la prioridad de su desarrollo para el sector turístico.

## **6.6. FACILITACIÓN TURÍSTICA**

En materia de facilitación turística, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ejercerá el liderazgo para garantizar que las decisiones gubernamentales que se tomen en el ámbito nacional consideren las necesidades e intereses del sector turístico con el fin de obtener un mejor y eficiente acceso de los turistas a los servicios y facilidades turísticas.

En este sentido, los lineamientos propuestos son:

- a) Dar prioridad al trabajo en materia de facilitación turística dentro de las funciones del Consejo Superior de Turismo, instancia gubernamental a ser creada según las disposiciones del Plan Sectorial de Turismo 2007 - 2010, de manera que sea una instancia interinstitucional que garantice que las distintas entidades públicas de nivel nacional que tengan asignadas competencias relacionadas con el turismo, ejerzan sus funciones administrativas de manera coordinada para facilitar la prestación de los servicios turísticos.

- b) Reglamentar y adelantar las acciones pertinentes tendientes a garantizar la coordinación de las competencias y actividades de las diferentes entidades responsables de mejorar la facilitación turística.
- c) Dar prioridad en los temas del análisis sectorial que adelanta el Viceministerio de Turismo a la identificación de barreras y de las decisiones administrativas que puedan obstaculizar el normal desarrollo del turismo y proponer mecanismos para su mejoramiento
- d) Proveer a los turistas nacionales y extranjeros información general de facilitación de documentación, visados, pago de impuestos y requisitos de llegada al país, así como la referente a seguridad de manera pertinente y actualizada.
- e) Adelantar planes especiales para integrar procesos y acordar acciones que simplifiquen y faciliten la prestación de los servicios turísticos y que busquen la eliminación de trámites.
- f) Acordar mecanismos, en coordinación con las entidades gubernamentales pertinentes, que faciliten los flujos turísticos nacionales e internacionales, especialmente en materia de visados; requisitos migratorios, de salubridad y de seguridad; transporte e importación temporal de equipajes, bienes y efectos del turista; manejo de divisas y seguros, así como en el otorgamiento de permisos, licencias y pago de tarifas por el ejercicio de actividades turísticas especializadas, tales como las náuticas, las asociadas a turismo de aventura y ecoturismo, entre otros.
- g) Promover la difusión de las normas y acciones indispensables para la movilización entre países, con énfasis en los mercados prioritarios de turismo emisor hacia Colombia.

## **7. GESTION DE LA POLÍTICA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA**

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en el ejercicio de sus funciones como rector de las políticas del sector turístico, coordinará la gestión de la Política de Competitividad Turística: “El Desafío para Alcanzar un Turismo de Clase Mundial”, con los diferentes actores y entidades del orden nacional y territorial necesarios para la implementación de la política a través de los diferentes mecanismos de gestión del turismo en las regiones.

El turismo como sector tendrá acceso directo a la Comisión Nacional de Competitividad, como organismo rector de las políticas de competitividad nacional, debe apoyar la gestión y divulgación de la política de Competitividad Turística: “El Desafío para Alcanzar un Turismo de Clase Mundial”, para su implementación en los planes y programas de competitividad del sector en las diferentes entidades territoriales.

El Fondo de Promoción Turística, a través de los recursos que administra apoyará la ejecución de las acciones que se deriven de la política de Competitividad Turística: “El Desafío para Alcanzar un Turismo de Clase Mundial”, en materia de competitividad y promoción del turismo, según lo dispuesto en la ley 1101 de 2006.

## **8. ACTORES QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DE LA POLÍTICA**

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo,
- Alta Consejería Presidencial para la Competitividad y las Regiones
- Ministerio de Cultura,
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial,
- Ministerio de Defensa Nacional,
- Fondo de Promoción Turística,
- Proexport,
- Parques Nacionales Naturales de Colombia,
- Asociación Colombiana de Agencias de Viajes – ANATO
- Instituto Distrital de Turismo
- Asociación Hotelera de Colombia –COTELCO
- Federación Nacional de Guías de Turismo Colombia
- *Bureau* de Convenciones y Visitantes de Bogotá
- Colciencias

Además de los anteriores, la política fue sometida a consulta pública a través de la página web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, durante el periodo comprendido entre el 15 de septiembre al 30 de octubre de 2009, para recibir aportes de actores regionales y nacionales interesados en la competitividad turística, como las autoridades de turismo territoriales.

## 9. RESUMEN EJECUTIVO

### MATRIZ DE LINEAMIENTOS- POLÍTICA COMPETITIVIDAD: *El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial*

**OBJETIVO GENERAL:** Lograr la eficacia en las acciones de promoción y mercadeo de los destinos y productos turísticos de Colombia, de manera que logre el crecimiento del número de viajeros nacionales e internacionales, posicionando al país como un destino competitivo

**EJES TRANSVERSALES:** Sostenibilidad, Innovación, Organización del sector

Tema	PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN	CALIDAD	SEGURIDAD	EDUCACIÓN Y FORMACIÓN	INFRAESTRUCTURA	FACILITACIÓN
<b>Objetivo Específico</b>	Mejorar los mecanismos y herramientas para el fortalecimiento de la gestión y la sostenibilidad de los destinos turísticos estratégicos colombianos.	Mejorar la calidad y formalidad en la prestación de los servicios que ofrecen los destinos y los prestadores, como diferenciador del producto turístico colombiano en los mercados.	Optimizar las acciones que adelantan los diferentes actores del sector turístico en materia de seguridad turística, higiene, salubridad como retos competitivos para mejorar la percepción, imagen y calidad de los productos y servicios turísticos colombianos.	Fortalecer las capacidades y competencias del talento humano que requiere el sector turístico, mediante acciones pertinentes y continuas de formación y capacitación.	Promover acciones interinstitucionales y de cooperación pública privada en materia de infraestructura turística, garantizando una eficiente dotación, regulación y acceso a los mercados turísticos.	Facilitar las condiciones de acceso de turistas nacionales y extranjeros a los servicios y destinos turísticos de la oferta nacional
<b>Lineamiento</b>	<b>FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN INTEGRAL DEL DESTINO TURÍSTICO</b>	<b>MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS</b>	<b>SEGURIDAD TURÍSTICA, HIGIENE Y SALUBRIDAD</b>	<b>EFICIENCIA EN LA EDUCACIÓN Y FORMACIÓN DEL TALENTO HUMANO</b>	<b>DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA ESTRATÉGICA</b>	<b>FACILITACIÓN TURÍSTICA</b>
<b>Acciones</b>	Fortalecer la implementación de la planificación estratégica en los destinos, que contribuya a la obtención de un modelo turístico organizado, innovador y sostenible, que involucre la perspectiva de generación de valor y la superación de los retos de competitividad del sector	Propiciar la formalización del sector a través de estrategias e incentivos para las empresas y destinos que logren avances en esta materia.	Renovar el interés por la seguridad física de los turistas nacionales y extranjeros que recorren el país, diseñando estrategias de gestión concertadas.	Crear, entre los sectores educativo, empresarial y público, un sistema articulado de evaluación y análisis de los diferentes programas académicos en formación y capacitación turística, en cuanto a su pertinencia y actualización frente a las necesidades y tendencias del turismo en general.	Crear mecanismos de reporte regional de infraestructura turística	Dar prioridad al trabajo en materia de facilitación turística dentro de las funciones del Consejo Superior de Turismo
	Fortalecer los programas de asistencia técnica para el diseño de producto	Propiciar la implementación de buenas prácticas de calidad y sostenibilidad en los prestadores de servicio y destinos turísticos.	Actualizar y retomar los alcances propuestos por el Plan Estratégico de Seguridad Turística, en materia de protección e información al turista y vigilancia de atractivos y servicios turísticos.	Impulsar la intensificación de los programas de inglés como segunda lengua.	Fortalecer las acciones de mejoramiento de infraestructura turística que requieran mayor atención,	Reglamentar y adelantar las acciones pertinentes tendientes a garantizar la coordinación de las competencias y actividades

Impulsar el desarrollo de mecanismos de mercadeo y promoción de los productos y destinos turísticos, a través del establecimiento de estrategias coordinadas desde el ámbito nacional y regional	Definir, por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del Viceministerio de Turismo, una política específica en materia de calidad turística.	Desarrollar y aplicar estrategias de fortalecimiento administrativo y técnico de la Policía de Turismo, especialmente en los aspectos de dotación de equipos y capacitación del personal.	Desarrollar programas de cultura turística que involucren acciones de sensibilización, formación y capacitación en turismo, dirigidos a los actores que intervienen en las actividades que pueden relacionarse con el sector.	Crear planes de acción conjuntos entre las diferentes entidades público-privadas competentes en materia de adecuación y construcción de infraestructura turística	Dar prioridad a la identificación de barreras y de las decisiones administrativas que puedan obstaculizar el normal desarrollo del turismo
Implantar un programa de señalización turística nacional que vincule las principales carreteras, destinos y puertos nacionales	Fortalecer el apoyo técnico y financiero a los prestadores de servicios del sector turístico, para que se certifiquen en calidad turística bajo las normas técnicas sectoriales respectivas.	Continuar en la identificación y prevención de riesgos turísticos potenciales y asociados a la práctica del turismo según tipos de viajes, localizaciones y sectores más afectados.	Concientizar a los empresarios del sector turístico en el desarrollo de una cultura del empleo digno, que promueva la calidad del trabajo en busca de mayores niveles de productividad y remuneración de los trabajadores del sector.	Establecer un inventario de medios de transporte disponibles	Adelantar planes especiales para integrar procesos y acordar acciones que simplifiquen y faciliten la prestación de los servicios turísticos
Reforzar el seguimiento a los componentes de medición propios del Sistema de Indicadores de Competitividad para el Sector Turístico Colombiano y al Sistema de información Turística-SITUR.	Mejorar los alcances y la pertinencia de la certificación de competencias laborales para turismo que adelanta el SENA y los organismos de certificación y de evaluación de la conformidad.	Crear programas de salubridad de prevención, capacitación e información en patologías endémicas tanto para turistas como para las comunidades receptoras.	Establecer alianzas público-privadas para la inversión en la capacitación y formación de los trabajadores del sector turístico.	Crear una red técnica de apoyo para el sector turístico, donde se promueva la gestión	Acordar mecanismos que faciliten los flujos turísticos nacionales e internacionales
Crear una herramienta de evaluación o ranking interno de competitividad, de los destinos turísticos	Involucrar los alcances, orientaciones y normas que se adelanten en materia de calidad turística, en las estrategias en materia de formación y capacitación que adelanta el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el sector educativo del turismo.	Crear programas de detección y prevención de delitos contra turistas, con el apoyo de la Policía Nacional, el sector privado y la comunidad local.		Fortalecer la existencia de un marco legal claro y preciso para el desarrollo de infraestructura turística	Crear un sistema de reporte regional de infraestructura turística

Implementar instrumentos para la generación de información estadística relevante para el sector turístico como soporte para la medición de la competitividad y sostenibilidad regional y nacional	Desarrollar planes y herramientas técnicas para implementar programas de mejora y certificación de destinos turísticos sostenibles.	Crear campañas y medidas legales de protección de turistas y residentes contra el tráfico y uso de drogas, especialmente en los destinos donde se ha asociado el consumo de estupefacientes a la actividad turística.		Promover la creación de zonas francas de servicios turísticos, que promuevan el desarrollo de infraestructura turística de transporte y de logística	Promover la difusión de las normas y acciones indispensables para la movilización entre países, con énfasis en los mercados prioritarios de turismo emisor hacia Colombia.
Crear incentivos para la inversión en turismo, así como promover los existentes, que otorguen la oportunidad de presentar proyectos innovadores para la consolidación de los productos turísticos de clase mundial.	Impulsar la promoción de los destinos y las empresas turísticas certificadas, dando prioridad a la difusión de sus atractivos, servicios y productos en los mercados y segmentos objetivos.	Definir procedimientos de actuación y directrices para los prestadores de servicios turísticos y operadores de las instalaciones turísticas en caso de que se produzcan atentados terroristas o actos ilícitos.		Establecer planes de acción conjuntos para el mantenimiento de hoteles y puertos aéreos, marítimos, fluviales y demás infraestructuras en propiedad de las diferentes entidades estatales	
Reforzar la evaluación y el control de la gestión de los destinos turísticos, como insumo para la adopción de medidas y correctivos requeridos en materia de competitividad y sostenibilidad	Facilitar a los prestadores de servicios y destinos turísticos, el acceso a esquemas de financiamiento para la renovación de la planta e infraestructura turística, implementación de nuevas tecnologías y conocimientos.	Definir competencias para el manejo de información sobre seguridad turística.			
	Desarrollar y promover entre los turistas nacionales y extranjeros, una cultura de consumo con calidad que dé preferencia a los servicios y destinos turísticos certificados en calidad turística, a la exigencia de condiciones óptimas de higiene y prestación de servicios, así como al ejercicio y protección de sus derechos en cuestión de calidad.	Organizar un gabinete de gestión de crisis en caso de catástrofe natural, sanitaria u otra emergencia que afecte el turismo de manera sustancial, en el nivel nacional y regional.			

	Impulsar la homologación de los mecanismos y de la marca de certificación de calidad turística nacional a través del reconocimiento con otros esquemas y marcas de certificación turística existentes en el ámbito internacional.	Crear el Consejo Nacional de Seguridad y Facilitación Turística, como ente asesor para la orientación de las políticas turísticas y para formular las recomendaciones y medidas que el Gobierno Nacional deba implementar en este tema.			
		Fortalecer la capacidad de actuación y el rol de los Consejos Regionales de Seguridad Turística.			
		Establecer programas de adopción de normas y prácticas de seguridad en las instalaciones y sitios turísticos en cuanto a protección contra incendios, robos, higiene y requisitos sanitarios en las empresas turísticas.			
		Articular los planes de seguridad turística nacional y regional, con las políticas nacionales sobre salud de los turistas.			

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- COLOMBIA. Congreso de la República. Ley 300 de 1996, Ley General de Turismo. Bogotá D.C. (1996)
- COLOMBIA. Congreso de la República. Ley 1101 de 2006, por la cual se modifica la Ley 300 de 1996, Ley General de Turismo. Bogotá D.C. (2006).
- COLOMBIA, Departamento Nacional de Planeación, Ministerio de Comercio Industria y Turismo. CONPES 3397, Política Sectorial de Turismo, Bogotá, DC. (2005).
- COLOMBIA, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Política Nacional de Turismo – Plan Sectorial de Turismo 2008-2010: Colombia Destino de Clase Mundial”. Bogotá D.C. (2008).
- COLOMBIA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Memorias Turismo Compite, Mesa Mejoramiento de la competitividad turística. Relatoría: Rodolfo Rodríguez. Bogotá 29 y 30 de septiembre de 2008.
- COLOMBIA, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Sistema de Indicadores de Competitividad para el Turismo Colombiano. Bogotá 2008.
- LÓPEZ, Jorge. En Gaceta CUC- Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara, Campus Puerto Vallarta. México, febrero 2004.
- LÓPEZ, Jesús M. y López Luis M. “Diferencias Territoriales en la Planificación y Gestión del Destino Turístico”. Cuadernos de Turismo. N°19, Universidad de Murcia. P. 72. España (2007).
- MÉXICO, Secretaría de Turismo-SECTUR. “Atractividad de los mercados turísticos y fortalezas del destino”. En: Serie de documentos técnicos de competitividad.
- MÉXICO, Secretaría de Turismo-SECTUR. “¿Cómo desarrollar productos Turísticos Competitivos?- Manual para emprendedores, pequeños empresarios y responsables de la administración turística”. En: Serie de documentos técnicos de competitividad. Fascículo III.
- MÉXICO, Secretaría de Turismo-SECTUR. “Competitividad y desarrollo de productos turísticos exitosos”. En: Serie de documentos técnicos de competitividad.
- MÉXICO, Secretaría de Turismo-SECTUR. “¿Cómo crear clubes de productos?”. En: Serie de documentos técnicos de competitividad.
- LILLO, Adelaida. “El Capital Humano como Estrategia Competitiva en el Sector Turístico Español. Universidad de les Illes Balears. En: Página web: [www.uib.es](http://www.uib.es)
- NEIRA, Manuel. “Paradigmas de la Competitividad en la actividad turística”



- Presentación de la mesa de Mejoramiento de la Competitividad Turística, Encuentro de Turismo Compite, 29 y 30 de septiembre de 2008.
- PUCCIO, Hilda. y GRANA Nazarena “La Innovación como requisito para la competitividad turística. *Una metodología para su descripción y análisis*” en Revista Gestión Turística N°10.