



**MinComercio**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**

# **LOS CONVENIOS DE COMPETITIVIDAD TURISTICA: Resultados, lecciones aprendidas y futuro**

Clara Inés Sánchez Arciniegas  
Directora de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo

Montería, noviembre 21 y 22 de 2012



- Antecedentes
- Resultados
- Lecciones aprendidas
- Futuro

## Los Convenios de Competitividad Turística



Se inspiran en el modelo de competitividad sistémica, aplicado en formulación de la “Política turística para una sociedad que construye la paz” en el año 2000.

Son una herramienta para consolidar clusters, aplicando a las regiones los procesos de competitividad turística



## Los Convenios de Competitividad Turística

La primera generación de convenios se firmó en los años 2000 - 2001, la segunda en el año 2005 y la tercera (aún vigente, hasta diciembre de 2012), se firmó a comienzos del año 2010.

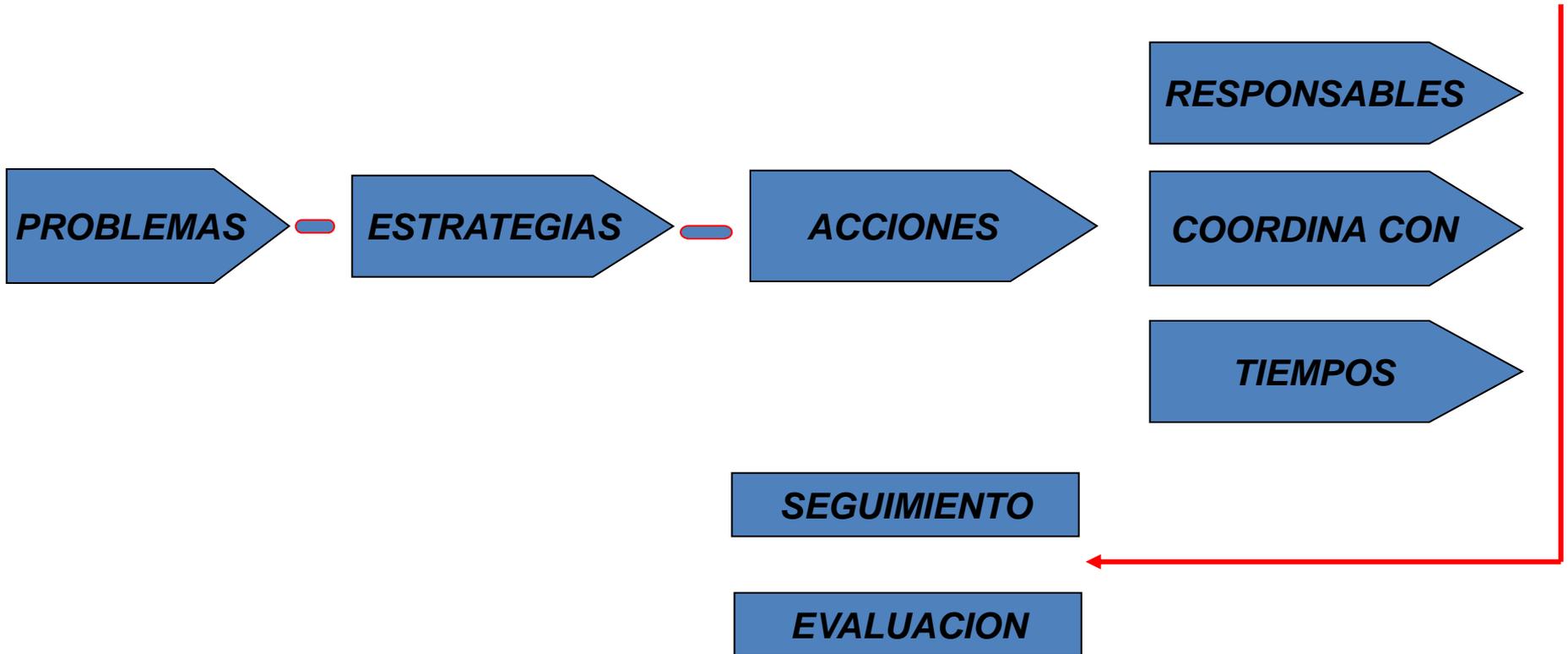
En la actualidad hay 35 convenios firmados: uno con cada departamento y 3 con distritos (Santa Marta, Cartagena y Bogotá).

A partir de la evaluación de los compromisos se establece un ranking de competitividad.



## Matrices de compromisos

Los compromisos público – privados, surgidos de un ejercicio de planeación estratégica con los diversos actores regionales del turismo, se consignan en una matriz que tiene la siguiente estructura:





**EVOLUCIÓN PROBLEMAS IDENTIFICADOS EN LAS MATRICES DE COMPROMISOS**

**Comparativo 2002 – 2005-2010**

PROBLEMAS AGRUPADOS POR TEMAS	AÑO 2002		AÑO 2005		AÑO 2010	
	Posición	%	Posición	%	Posición	%
Infraestructura	1	24,39	3	9,92	4	10,45
Capacitación, educación y sensibilización	2	17,18	1	17,36	1	16,38
Orden público, inseguridad	3	9,27	9	4,96	9	4,88
Debilidad gremial, desunión empresarial	3	9,27	8	5,78	3	13,24
Escasa promoción, mercadeo	5	7,9	2	11,57	5	10,1
No diseño de producto, no diversific.	6	5,84	12	3,72	7	6,97
Inexistencia o discontinuidad planes turísticos	7	5,15	3	9,92	6	7,32
Inexistencia, desconoc. o no aplicación de políticas de turismo	8	4,81	10	4,54	11	4,53
Fallas en la gestión pública turismo	8	4,81	7	7,02	2	13,59
Inexistencia de estándares o programas de calidad y servicio	10	4,46	6	8,68	8	5,23
Débiles programas de financiación	11	4,12	13	2,48	13	0,35
Deficiente planta	12	3,43	11	4,13	9	4,88
Otros aspectos	13	4,85	3	9,92	12	2,09





## PROBLEMÁTICAS ABORDADAS

1. La problemática abordada es de la más variada índole, lo que revela la complejidad del trabajo necesario para consolidar destinos turísticos.



2. Algunos temas presentan una evolución interesante:

- Los problemas atinentes a “orden público e inseguridad” pasan de ocupar un tercer lugar a un noveno lugar
- Los problemas atinentes a “inexistencia o no aplicación de políticas de turismo” , “débiles programas de financiación” e “infraestructura” experimentan una leve mejoría





### 3. Hay otros que permanecen estáticos:

- “Escasa promoción y mercadeo” se mantiene en un quinto lugar
- “Debilidad gremial, desunión empresarial” , en el 3er lugar
- “No diseño de producto, no diversificación” lugares 6 y 7



### 4. Algunos parecen acentuarse:

- “Fallas en la gestión pública del turismo”, del lugar 8 pasa al 2.
- “Inexistencia de estándares o programas de calidad y servicio deficiente” , del lugar 10 pasa al 8.





**MinComercio**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**

# RESULTADOS





**MinComercio**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**

## SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

A todas las acciones consagradas en las matrices de compromiso se les hace un seguimiento periódico.



Los convenios tienen un comité de seguimiento que, en coordinación con la oficina de turismo regional y con el MCIT citan a las reuniones de seguimiento.



**MinComercio**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**

## SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Los responsables de las acciones rinden informe de los avances en cada una de ellas y éstos se consignan en la matriz de compromisos.

El seguimiento se puede apoyar en otros medios (mail, teléfono....)



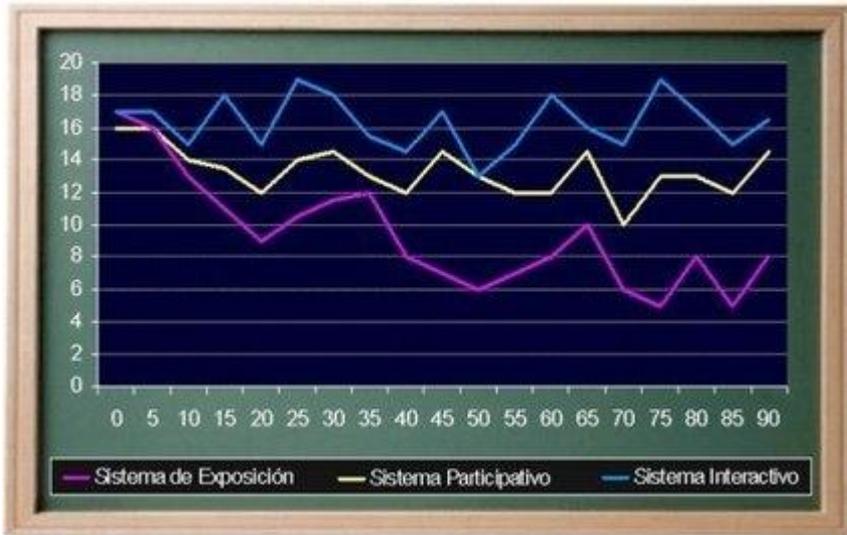
A partir de los avances consagrados en el seguimiento se hace una evaluación porcentual que revela el nivel alcanzado en cada caso.

La evaluación permite establecer un ranking a partir de los porcentajes obtenidos por cada departamento o distrito.



**MinComercio**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**



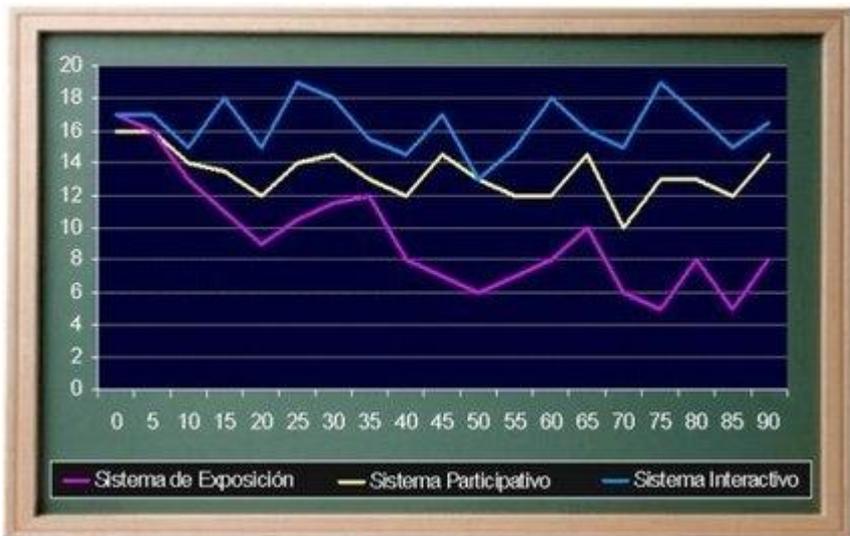
### RESULTADOS 2002 Y 2006

DESTINO	Marzo02	Oct-06
AMAZONAS	10,50%	71,00%
ANTIOQUIA	65,60%	61,80%
ATLÁNTICO	35,13%	69,00%
BOGOTÁ		80,00%
BOYACÁ	43,30%	38,30%
CALDAS	46,60%	47,00%
CASANARE	50,00%	
CAUCA	35,26%	73,00%
CESAR		25,00%
GOLFO	60,71%	35,60%
GUAJIRA	21,30%	65,00%
HUILA		32,00%
GIRARDOT	40,30%	43,70%
META	54,46%	84,10%
MOMPOX	48,63%	61,42%
NARIÑO	30,00%	49,00%
NORTE DE SANTANDER		
NUQUÍ – BAHÍA SOLANO	49,00%	
QUINDÍO	96,30%	82,00%
PROVIDENCIA	49,30%	
RISARALDA	63,00%	
SAN AGUSTÍN	37,30%	19,00%
SAN ANDRÉS	49,00%	83,00%
SANTA MARTA	48,60%	
SANTANDER	72,00%	43,80%
TOLIMA	18,21%	10,00%
VALLE CAUCA	23,44%	
VICHADA	22,85%	46,60%
ZIPACQUIRÁ	31,07%	45,70%



**MinComercio**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**



	2007		2008	
	2007		2008	
REGION	% CUMPLIMIENTO	POSICIÓN	% CUMPLIMIENTO	POSICIÓN
Amazonas	82.00	11	72.04	20
<b>2007-2008</b>	<b>42.62</b>	<b>26</b>	<b>91.40</b>	<b>4</b>
Atlántico	87.80	6	81.30	11
Bogotá D.C.	93.00	4	96.70	2
Boyacá	38.30	27	74.50	16
Caldas	83.20	10	84.00	8
Casanare	62.00	19	79.60	13
Cauca	68.63	16	76.25	15
Cesar	53.40	23	72.93	19
Girardot	89.40	5	62.80	25
Golfo Morrosqu.	55.71	21	71.46	22
Guajira	79.00	12	74.10	18
Huila	86.80	7	70.45	24
Magdalena	55.20	22	71.94	21
Meta	93.80	2	86.00	6
Mompox	68.30	17		29
Nariño	97.00	1	92.00	3
Norte Santander	76.00	14	79.10	14
Nuquí - Bahía Sol.	23.00	29	53.00	26
Providencia	49.30	24	71.00	23
Quindío	93.10	3	98.60	1
Risaralda	65.00	18	85.50	7
San Agustín	61.60	20	74.21	17
San Andrés	83.91	9	83.91	9
Santander	70,4	15	80.00	12
Tolima	38.20	28	44.25	28
Valle del Cauca	78.10	13	87.00	5
Vichada	45.90	25	48.75	27
Zipaquirá	86.40	8	81.80	10



**MinComercio**

Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**



DEPARTAMENTOS	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO 2010	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO 2011
AMAZONAS	68,36	75,43
ANTIOQUIA	88,00	97,00
ARAUCA	53,00	71,76
ATLANTICO	66,00	58,27
BOGOTA	88,70	78,00
BOLIVAR	70,00	45,30
BOYACA	73,00	78,21
CALDAS	88,00	91,00
CAQUETA	47,73	58,23
CARTAGENA	79,00	71,74
CASANARE	69,52	75,24
CAUCA	77,00	83,00
CESAR	48,00	64,62
CHOCO	60,00	56,87
CORDOBA	75,00	64,20
CUNDINAMARCA	72,00	41,42
GUAINÍA		67,00
GUAVIARE	58,95	53,92
HUILA	69,00	56,17
LA GUAJIRA	70,00	70,40
MAGDALENA	80,00	83,00
META	81,61	81,61
NARIÑO	84,00	88,00
NORTE DE SANTANDER	73,00	80,00
PUTUMAYO	44,75	22,14
QUINDIO	91,00	91,00
RISARALDA	84,00	90,00
SAN ANDRES Y PROVIDENCIA	83,60	62,26
SANTA MARTA	76,00	84,19
SANTANDER	77,00	77,31
SUCRE	75,00	72,90
TOLIMA	81,00	60,64
VALLE DEL CAUCA	82,00	85,00
VAUPES	52,82	68,70
VICHADA	65,00	70,90
	2527,04	2527,04



## Algunas observaciones que se desprenden de los resultados de los convenios:

1. Hay departamentos que han mostrado gran disciplina y regularidad en el cumplimiento de las acciones del convenio:

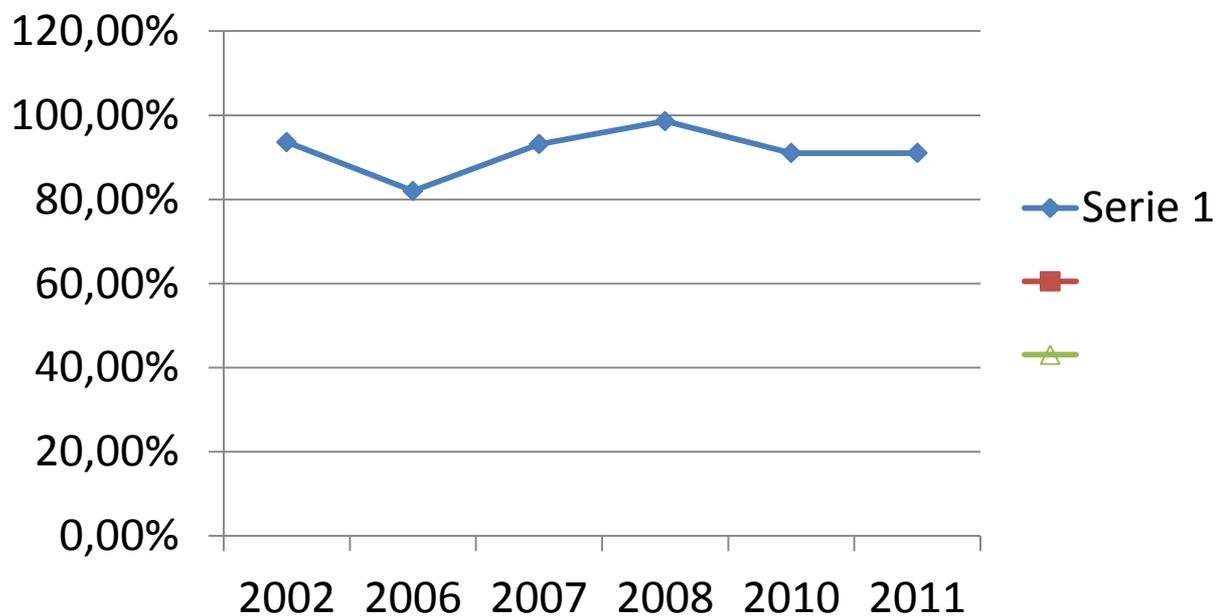
**Quindío:** ha mantenido porcentajes de cumplimiento altos: en seis evaluaciones, cinco de ellas están por encima del 90%: 93,6%, 82,0%, 93,1%, 98,6%, 91,0%, 91,0%.

**Meta:** en la primera evaluación tuvo un comportamiento débil (54,5%) y a partir de allí ha estado por encima del 80%: 84,1%, 93,8%, 86,0%, 81,6%, 81,6%

**Vichada:** con un comportamiento estable a partir del repunte debido a la voluntad política, que lo llevó de registros del 22,9%, a del 42,6%, 46,6% y 47,0%, 65%, 70,9%

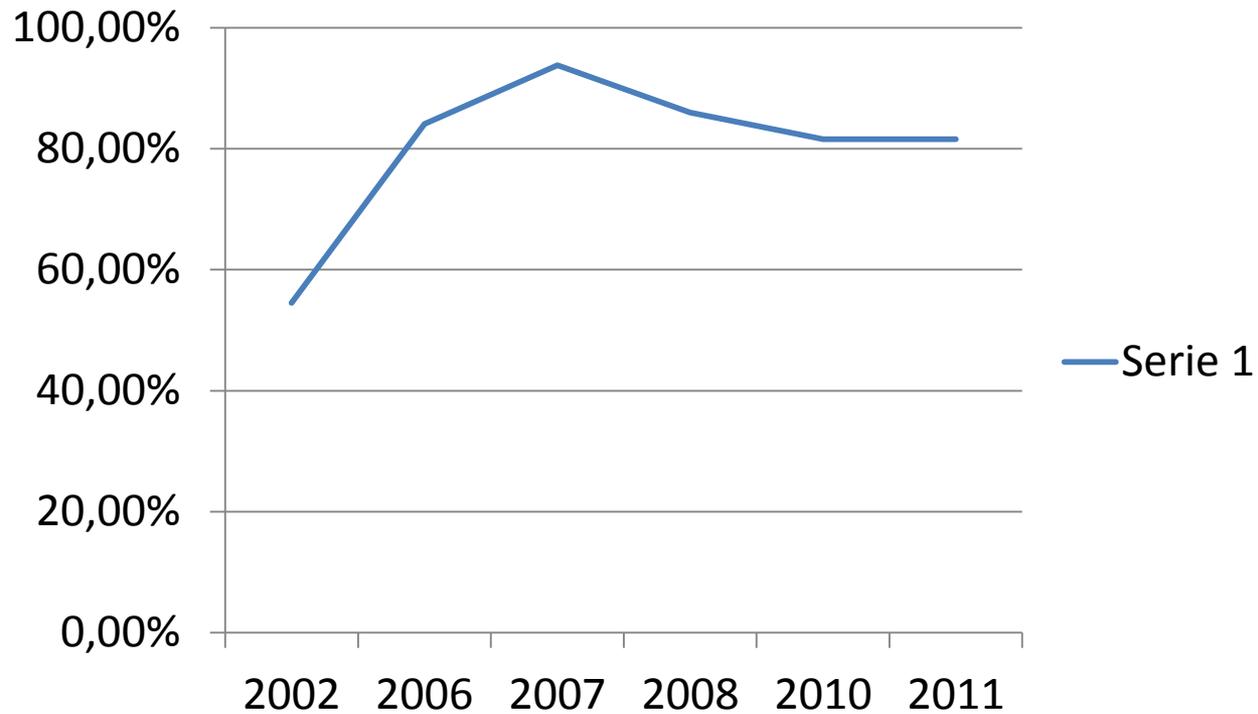


### % DE CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS CONVENIOS DE COMPETITIVIDAD TURISTICA, DEPARTAMENTO DEL QUINDIO





## Convenio Meta

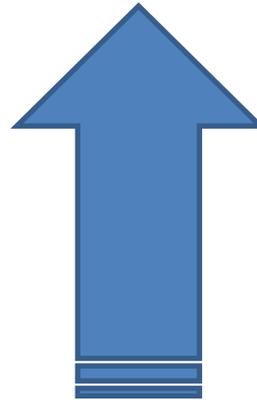




## Algunas observaciones que se desprenden de los resultados de los convenios:

2. Hay departamentos que registran un comportamiento ascendente:

**Caldas:** pasó de un en las dos primeras evaluaciones a 83,2%, 84,0%, 88,0%, 91,0% en las últimas



**Nariño:** pasó 30,0%, 49,0%, a 97,0%, y luego tuvo un leve descenso: 92,0%, 84,0%, 88,0%



# COMPORTAMIENTO POR REGIONES

**Algunas observaciones que se desprenden de los resultados de los convenios:**

. Algunos mantienen un comportamiento intermedio y/o con fluctuaciones:

**Huila:** inició con un 32%, 86,0%, 74,5%, 69%, 57,2%



**San Andrés y Providencia:** 49%, 83%, 83,9%, 83,9%, 83,6%, 62,3% , 45,9%, 48,7%,



**MinComercio**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**

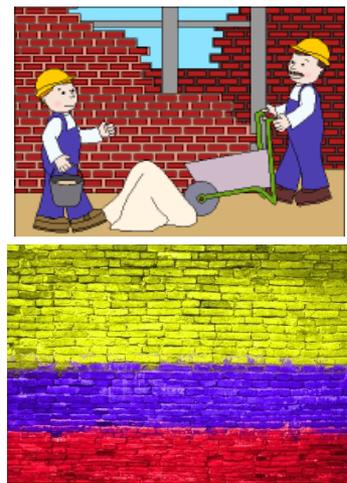
# LECCIONES APRENDIDAS



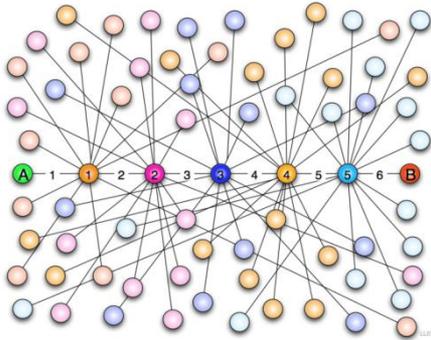
Pixmac.es 36916331



- Los convenios generaron consciencia de la necesidad de un trabajo colectivo (público, privado, nacional, regional, local) para mejorar la competitividad de los destinos



- Se manejó una estructura de priorización de los temas teniendo como referente el “proceso de desarrollo turístico”



• En algunos casos se incluyeron demasiados temas en las matrices de compromiso por dos motivos: fallas en la priorización o desarrollo demasiado detallado de subtemas



• En algunos casos los tiempos no se determinaron con precisión.



• En ciertos momentos no se mantuvo la periodicidad y el rigor metodológico en el seguimiento



## **EL FUTURO DE LOS CONVENIOS**

- Los convenios actuales son prorrogables por tres años.
- Deben tener contenidos muy precisos.
- En este evento vamos a recibir contenidos importantes que se deben tener en cuenta.

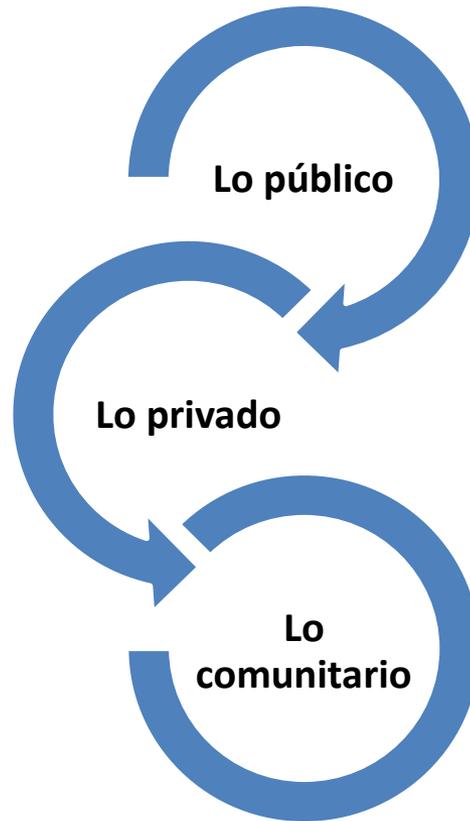


**MinComercio**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**

# EL FUTURO DE LOS CONVENIOS

¿CÓMO  
LOGRAR UNA  
ARTICULACIÓN  
EFICIENTE?





**MinComercio**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**

# EL FUTURO DE LOS CONVENIOS

□ **Un ideario de navegación...**



Una visión holística, integral, global y local



**MinComercio**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**

# EL FUTURO DE LOS CONVENIOS

□ Un ideario de navegación...



**Avanzar por la senda de los valores**



**MinComercio**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**

# EL FUTURO DE LOS CONVENIOS

□ **Un ideario de navegación...**



El reto es grande... pero ...  
Nuestro potencial también es grande!!!



**MinComercio**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**

# EL FUTURO DE LOS CONVENIOS

□ **Un ideario de navegación...**



Un último esfuerzo

vale la pena

[www.desmotivaciones.es](http://www.desmotivaciones.es)



**COLOMBIA, DESTINO DE CLASE MUNDIAL**  
**Tarea de todos!!!**



**MinComercio**

Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**

**Gracias!!!**

**Clara Inés Sánchez Arciniegas**  
**Directora de Calidad y Desarrollo**  
**Sostenible del Turismo**

[cisanchez@mincomercio.gov.co](mailto:cisanchez@mincomercio.gov.co)

**Cel: 3134679931**