Ejecución Plan de Desarrollo Turístico Prospectivo 2025

1. CONTACTO INSTITUCIONAL

1.1 Entidad o evaluación responsable:	SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y TURISMO
1.2 Área o dependencia responsable:	SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y TURISMO
1.3 Ubicación del correo electrónico:	desarrollocomercial@ipiguazu-cundinamarca.gov.co
1.4 Número telefónico:	3166666666

2. VÍNCULO CON EL PLAN DE DESARROLLO: *2guardi Cree, Progresa y Avanza 2024-2028*

2.1 Línea:	*2guardi Avanza*
2.2 Programa:	*Impulsando el desarrollo de la fuerza de trabajo en nuestro mapa histórico y cultural*
Meta de resultado:	*Implementar un 30 establecimientos de apoyamiento turístico con registro en el RNT*
Meta de producto:	*Implementar 20 metas del Plan de Desarrollo Turístico Prospectivo 2028 (50%)* Acuerdo 06 del 28 de noviembre de 2016.

2. CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO

Plan de desarrollo:	*2guardi Avanza*
Nombre del indicador:	*Implementar 20 metas del Plan de Desarrollo Turístico Prospectivo 2028 (50%)* Acuerdo 06 del 28 de noviembre de 2016.
Descripción del indicador:	*Porcentaje de implementación*
Fórmula del indicador:	*Sumatoria de las actividades*
Unidad de medida del indicador:	*Porcentaje*
	Ejecutada 2024 ____ *82,49%* *Ejecutada Cuatrienio 2024-2028* ____

DIMENSIÓN ECONÓMICA

EJE 1. INNOVACIÓN, PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD

LÍNEA ESTRATÉGICA 4. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO PILAR DE LA INNOVACIÓN, LA PRODUCTIVIDAD Y LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DEL TURISMO MUNICIPAL

ESTRATEGIA 1 FORTALECIMIENTO DE LOS OFERENTES SABERES DESDE UNA EDUCACIÓN MEDIA VOCACIONAL, TÉCNICA Y UNIVERSITARIA ORIENTADA A LA FORMACIÓN CALIFICADA PARA EL TURISMO

	META PLAN DE DESARROLLO	ACTIVIDAD	INDICADOR	META 2025	AVANCE IMPLEMENTACIÓN	EJECUTADO AÑO	EVIDENCIAS
1	*Educación Media Técnica: Implementación de 3 metas de educación media técnica: Diez Estrategias alrededor del turismo, Diez Estrategias alrededor del agro, Diez Estrategias alrededor de estrategias planteadas en el anexo técnico del Plan Decenal de Desarrollo Turístico y las alrededor de la cadena productiva del agro, presentar bienalmente actualización del anexo técnico antiguo.*	*Gestionar a 30 estudiantes en modalidad técnica o tecnológica con ofertas en turismo.*	*Gestionar a 30 estudiantes en modalidad técnica o tecnológica con ofertas en turismo.*	30	2%	0	*Actualmente la SDET realiza un convenio con la Escuela de Ecología y Turismo de la IEM Guillermo Quevedo Zamora, actualmente se encuentran 30 muiquiteños matriculados en una carrera relacionada con turismo, los estudiantes graduados en grado once se realizará para inicio de semestre 2026-1.* *La ficha con la cual forma para la implementación del tecnólogo en turismo de la Escuela de Ecología y Turismo de la Institución Educativa Guillermo Quevedo Zamora y el Instituto de Educación Rural de Ubaque, para el proceso de implementar el tecnólogo en turismo, se encuentra en revisión con sistema equipolente El sistema equipolente es un proceso que se encuentra en estudio en encuentro y se espera de la aprobación del mismo para poder iniciar con la implementación del tecnólogo en gastronomía turística. Se proyecta que para el segundo semestre del 2026 se realizará una tecnología.*
2	*Campesinado y emprendimiento en la implementación de la NTS para los productores de la cadena productiva agro y turismo:* *• Establecimientos de alojamiento.* *• Establecimiento Gastronómicos.* *• Operadores turísticos.* *• Servicios de transporte turístico.* *• Agencias de viajes.* *• Operadores turísticos.* *• Agencias operadoras de turismo receptivo.* *• Atractivos y productos turísticos*	*Brindar acompañamiento y asesoría a 10 establecimientos de la cadena de productores de servicios turísticos que lo requieran:* *• Establecimientos Gastronómicos y hospedaje.* *• Establecimiento Gastronómicos.* *• Operadores turísticos.* *• Servicios de transporte turístico.* *• Agencias de viajes.* *• Operadores turísticos.* *• Agencias operadoras de turismo receptivo.* *• Atractivos y productos turísticos*	*Brindar 10 acompañamientos y asesorías en la implementación de la NTS a los productores de servicios turísticos.*	10	100%	10	*Se realizó articulación con la Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo de la Gobernación de Cundinamarca en que se realizaron 10 acompañamientos para establecimientos de alojamiento y gastronomía, gestión ante la Cámara de Comercio para la implementación y mapeo georreferenciado de prestadores de servicios turísticos.*

ESTRATEGIA 2 ACUERDOS ACADÉMICOS Y RECORRIDOS PARA LA FORMACIÓN DE JÓVENES ADAPTADOS A LAS NECESIDADES, ÁREAS Y TÉNICAS EMPRESAS QUE CONFORMAN EL SECTOR TURÍSTICO PARA MEJORAR LAS CONDICIONES LABORALES DE LAS PERSONAS QUE INCIDEN EN EL SISTEMA DE DESARROLLO TURÍSTICO

3	*Potenciar dentro del Sector Turístico el uso de las instrumentos de política pública de empleo para que el sector turístico pueda aprovechar los talentos y jóvenes entre ellas, para que puedan aplicar los instrumentos de mediación y ámbito y oportunidades encuentran.*	*Gestionar y brindar acompañamiento a 10 prestadores de servicios turísticos en Empleo Formal.*	*Realizar la bitácora de 10 empresas que se encuentran en el Sistema de Empleo Formal.*	10	100%	10	*Se realizo desde el área de empleo en vinculación a la Agencia de Empleo, 10 empresas de prestadores de servicios turísticos.* *• marzo: abrió 2 prestadores /* *• abril: abrió 2 prestadores /* *• mayo: abrió 2 prestadores /* *• junio: Cerró 2 Empresas y el cabo, La Vela Restaurante /* *• mayo: Junio 3 prestadores / Los Tinajos, Restaurante Los Tinajos, Zanzibar.* *junio julio 3 prestadores / Hotel Cabañas Los Tinajos, Restaurante Los Tinajos, Restaurante Zanzibar.* *julio agosto 3 prestadores / Cafe Alto Anubis, Sin Trabas.*
4	*Apoyar y desarrollar de programas de capacitación y acompañamiento para el desarrollo de una cultura del turismo, que permita mejorar la calidad del sector turístico, que mejoren niveles de productividad y que sea un factor de cohesión social que se encuentren dentro del sector turístico del municipio.*	*Capacitar y acompañar en 12 programas de promoción a los prestadores para que se desarrolle de una cultura del turismo, que permita mejorar la calidad del trabajo que busca mejores niveles de productividad y que sea un factor de cohesión social que se encuentren dentro del sector turístico del municipio.*	*Socializar programas de capacitación en los empresarios para el mejoramiento de la calidad del trabajo que promueva la calidad del trabajo en busca de mejores niveles de productividad y comunicación de los trabajadores.*	12	100%	1	*Se gestiono desde el área del empleo en vinculación a la Agencia de Empleo, 1 capacitación a los prestadores de servicios turísticos.*
5	*Fomentar alianzas con empresas del sector turístico local o regional para que se puedan ofrecer educación laboral de acuerdo a las necesidades del sector turístico, sistemas de gestión de calidad, mejoramiento continuo, gestión administrativa y representación de energías renovables, mejoramiento de transformaciones tecnológicas y aplicación de la gestión con enfoque de sostenibilidad administrativa como: Gestión de calidad, gestión emocional, TQM (Total Quality Management), Kaizen, Lean Management, Seis Sigma.* *Transformaciones tecnológicas: Industria 4.0, Internet de las cosas, digitalización, inteligencia artificial, eficiencia energética.*	*Desarrollar Programa de Alianzas Estratégicas y acompañamiento en las Empresas del Municipio para que puedan ofrecer educación laboral.* *(Transformaciones)*	*Brindar 30 asistencias técnicas en sostenibilidad orientadas a la eficiencia energética y transformaciones tecnológicas a los 14 prestadores.*	30	0%	0	*Actualmente mediante convenio con la UNAD se realizan capacitaciones en sostenibilidad, eficiencia energética, mejoramiento en los modelos de negocios, Gestión Administrativa, Gerencia de Proyectos (Transformaciones).* *Pasterior a obtener los resultados de los establecimiento técnicos en sostenibilidad, eficiencia energética y transformaciones tecnológicas se realizara el informe de gestión administrativa.* *(Transformaciones)*

EJE 2. FORTALECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO Y CONSOLIDACIÓN DE CLÚSTERES TURÍSTICOS.

LÍNEA ESTRATÉGICA 1. SISTEMA DE APOYO Y GENERACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS EMPRESARIALES TURÍSTICOS CON ENFOQUE INNOVADOR, COMPETITIVO Y SOSTENIBLE DIRIGIDO HACIA EL DISEÑO Y LA CONSOLIDACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

ESTRATEGIA 1 FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES EMPRENDEDORAS EN EL AMBITO DEL TURISMO, POR MEDIO DE LA CAPACITACIÓN, EL ENTRENAMIENTO, LA ASESORÍA DE CAPITAL Y LA FORMACIÓN PARA DESARROLLAR COMPETENCIAS GERENCIALES EN TOMA DE DECISIONES, TURISMO SOSTENIBLE QUE DE MANERA LOCAL, NO REGIONAL, CONLLEVEN A LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS ATRACTIVOS APROVECHANDO LA RIQUEZA NATURAL, CULTURAL, ARQUITECTÓNICA NACIONAL DE APOYO A LAS INDUSTRIAS CREATIVAS, CULTURALES Y ECONÓMICAS AMPLIA.

6	*Difusión y promoción de los productos turísticos del municipio, además a los consumidores finales, desde uso a diversas mesoferias: Ubaque, Cundinamarca y otros eventos del sector*	*Realizar 6 actividades de difusión y promoción de los emprendimientos turísticos exitosos*	*Realizar 6 actividades de difusión y promoción de los emprendimientos turísticos exitosos*	4	100%	4	*Se realizaron 4 actividades de difusión y promoción de los emprendimientos turísticos exitosos.*
7	*Programa de apoderamiento empresarial buscando la consolidación de productos turísticos con enfoque en la economía naranja y el nacional que permitan mejorar la calidad de los productos, fortalecer a los empresarios del municipio agregando el fortalecimiento de las mismas.*	*Beneficiar a varios CIAT, pequeños empresarios del municipio que se encuentren en el apoderamiento empresarial, en el que empresarios con productos turísticos de la cadena productiva nacional beneficiarán con el apoderamiento empresarial el fortalecimiento de las mismas.*	*Beneficiar a varios CIAT, pequeños empresarios del municipio que se encuentren en el apoderamiento empresarial, en el que empresarios con productos turísticos de la cadena productiva nacional beneficiarán con el apoderamiento empresarial el fortalecimiento de las mismas.*	8	25%	2	*Para este siguiente se realizó la articulación con el hotel Eos para la capacitación de 2 de sus pequeños hoteles en capacitación de Gestión de Calidad, en el objetivo clave de la operación hotelera, mejoramiento continuo de reservas, manejo y atención al cliente, operación de habitaciones, mantenimiento y seguridad.* *Por otro parte, actualmente se está realizando capacitación y asesoría a otros prospectos hoteles: Cabañas Los Tinajos, Zanzibar, COMPETITIVO, ACTIVOS, Los Tinajos, Restaurante Los Tinajos, destino ecológico, marketing digital, Gestión Administrativa y personal y diseño gráfico de ETAL, web hoteleros (cuentas y diferentes boards).*

EJE 3. MARKETING, TECNOLOGÍA, ACCESO Y CONECTIVIDAD

LÍNEA ESTRATÉGICA 4. SISTEMA DE APOYO Y GENERACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS EMPRESARIALES TURÍSTICOS CON ENFOQUE INNOVADOR, COMPETITIVO Y SOSTENIBLE DIRIGIDO HACIA EL DISEÑO Y LA CONSOLIDACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

ESTRATEGIA 1 FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES EMPRENDEDORAS EN EL AMBITO DEL TURISMO, POR MEDIO DE LA CAPACITACIÓN, EL ENTRENAMIENTO, LA ASESORÍA DE CAPITAL Y LA FORMACIÓN PARA DESARROLLAR COMPETENCIAS GERENCIALES EN TOMA DE DECISIONES, TURISMO SOSTENIBLE QUE DE MANERA LOCAL, NO REGIONAL, CONLLEVEN A LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS ATRACTIVOS APROVECHANDO LA RIQUEZA NATURAL, CULTURAL, ARQUITECTÓNICA NACIONAL DE APOYO A LAS INDUSTRIAS CREATIVAS, CULTURALES Y ECONÓMICAS AMPLIA.

8	*Diseño, elaborarlo y difundir de manera apropiada: artículos y conjuntos Gastronómicos, artículos y conjuntos de eventos como actividades complementarias al turismo local: Ferias, festivales, gastronómicos, artesanales, deportivos, recreativos, etc, aprovechando la infraestructura existente tal como el Coliseo de Ferias, el Parque de la Cultura del Colombo, el Estadio Municipal Héctor "El Zipa" Morales, el Parque de Ferias, entre otros.*	*Gestionar, elaborar y difundir cuatro (4) agendas programáticas articuladas: Ferias, festivales, gastronómicos, artesanales, deportivos, recreativos, etc, aprovechando la infraestructura existente tal como el Coliseo de Ferias, el Parque de la Cultura del Colombo, el Estadio Municipal Héctor "El Zipa" Morales, el Parque de Ferias, entre otros.*	*Gestionar, elaborar y difundir una (1) agenda programática articulada y difundida a los 14 prestadores de servicios turísticos complementarios al turismo local.*	1	0%	0	*Para este siguiente se realizó la articulación con el hotel Eos para la capacitación de 2 de sus pequeños hoteles en capacitación de Gestión de Calidad, en el objetivo clave de la operación hotelera, mejoramiento continuo de reservas, manejo y atención al cliente, operación de habitaciones, mantenimiento y seguridad.*
9	*Programa de promoción y divulgación de información turística a los consumidores finales, desde uso a diversas mesoferias: Ubaque, Cundinamarca y otros eventos del sector*	*Beneficiar a varios CIAT, pequeños empresarios del municipio que se encuentren en el apoderamiento empresarial, en el que empresarios con productos turísticos de la cadena productiva nacional beneficiarán con el apoderamiento empresarial el fortalecimiento de las mismas.*	*Beneficiar a varios CIAT, pequeños empresarios del municipio que se encuentren en el apoderamiento empresarial, en el que empresarios con productos turísticos de la cadena productiva nacional beneficiarán con el apoderamiento empresarial el fortalecimiento de las mismas.*	8	25%	2	*Para otra siguiente se realizó la capacitación de 2 de sus pequeños hoteles en capacitación de Gestión de Calidad, en el objetivo clave de la operación hotelera, mejoramiento continuo de reservas, manejo y atención al cliente, operación de habitaciones, mantenimiento y seguridad.*

ESTRATEGIA 2 DEFINICIÓN Y IMPULSO DE MECANISMOS DE APOYO A EMPRENDIMIENTOS EMPRESARIALES TURÍSTICOS CON ENFOQUE INNOVADOR, SOSTENIBLE Y COMPETITIVO, ASOCIADOS A MECANISMOS DE ASOCIACIÓN, COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y MERCADEO, ENTRE OTROS, CON MIRAS A LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

10	*Generación de alianzas y servicios alrededor de emprendimientos turísticos, que permitan mejorar la oferta de los prestadores.*	*Crear trámite (30) generaciones/alianzas o prestación de servicios turísticos.*	*Crear acta (30) generaciones/alianzas o prestaciones de servicios turísticos.*	30	0%	0	*Para esta siguiente se desarrollaron: Cafe Los Tinajos, Restaurante Escuel de Cocol, Unidad con Corazón, Cafe Alto Anubis, Cabañas de Arte, Hotel Los Tinajos y Hotel Empresarial Isabella.* *Nuevo de la Gobernación de Cundinamarca se permite impactar de manera positiva en el incremento de visitas a los sitios turísticos de la Región económica de los prestadores.*
11	*Uso de herramientas de Big Data para mejorar la toma de decisiones en la gestión de los establecimientos y actividades turísticas que permitan mejorar la toma de decisiones y estrategias de acuerdo a la demanda.* *2guardi corte diseño.*	*Generar cuatro (3) estrategias de mercadeo digital de acuerdo a la información recolectada con las herramientas de Big Data para mejorar la toma de decisiones en la gestión y promoción de actividades turísticas.*	*Generar una (1) estrategia de mercadeo digital de acuerdo a la información recolectada con las herramientas de Big Data para mejorar la toma de decisiones en la gestión y promoción de actividades turísticas.*	1	100%	1	*A partir del uso de herramientas de Big Data se realizó estrategia de mercadeo digital para mejorar la toma de decisiones en la gestión y promoción de actividades turísticas.*

DIMENSIÓN SOCIOCULTURAL

EJE 1. CULTURA E HISTORIA COMO HERRAMIENTAS DE CONEXIÓN DE LA VOCACIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO

LÍNEA ESTRATÉGICA 4. DIVERSIDAD Y PROMOCIÓN DE LA CULTURA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO

ESTRATEGIA 1 ENFOQUE DE VALOR POR EL TERRITORIO DESDE EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA Y LA ASERTIVIDAD CIUDADANA GARANTIZANDO LA SOSTENIBILIDAD DEL PATRIMONIO

12	*Diseño de sesiones tendientes a la apropiación social del valor del patrimonio cultural, estructurado la información de los actores: Artesanos, artistas, cultivadores, gestores, cultores, viajeros etc. Información que se encuentra en la cabeza de cada uno de los agentes, etc, así el desarrollo de actividades de apropiación de prácticas del turismo cultural.*	*Realizar actividades de apropiación social del valor del patrimonio cultural para sensibilizar ciudadanos, turistas, viajeros, etc, en la importancia de la conservación del patrimonio, que permitan mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio.*	*Desarrollar actividades de apropiación social del valor del patrimonio cultural para crear sensibilidad.*	360	25%	90	*Se desarrollaron 360 personas de las actividades de apropiación social de cultura y patrimonio cultural, la cual se realizó en 4 actividades, generando un impacto de 90 personas por actividad, en la cual se logró el 100% de la meta de la actividad de apropiación del patrimonio cultural, en el cual se realizó el proceso de apropiación de la riqueza histórica y patrimonial de 2guardi.*

EJE 2. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

LÍNEA ESTRATÉGICA 4. ORGANIZACIÓN DE GOBIERNO ESPECIALIZADO PARA LA GESTIÓN, EL DESARROLLO, EL CONTROL Y LA EVALUACIÓN DEL TURISMO

ESTRATEGIA 2 ESTABLECIMIENTO DE ACUERDOS ACADÉMICOS Y RECORRIDOS PARA LA FORMACIÓN DE JÓVENES ADAPTADOS A LAS NECESIDADES, ÁREAS Y TÉCNICAS EMPRESAS QUE CONFORMAN EL SECTOR TURÍSTICO PARA MEJORAR LAS CONDICIONES LABORALES DE LAS PERSONAS QUE INCIDEN EN EL SISTEMA DE DESARROLLO TURÍSTICO

13	*Implementación del sistema de información turística para la gestión del turismo, que permita la consulta y acceso público a todas las bases de datos de información del departamento, para realizar una tabulación de cuentas de la actividad turística.*	*Implementación de una (1) aplicación para la gestión del turismo, que permita la consulta y acceso público a todas las bases de datos de información del departamento, para realizar una tabulación de cuentas de la actividad turística.*	*Implementación de una (1) aplicación, mantenida y control de información turística, que permita la consulta y acceso público a todas las bases de datos de información del departamento, para realizar una tabulación de cuentas de la actividad turística.*	1	50%	0,5	*Se publica en la página oficial de Facebook, el formulario de ejecución del POTD participando así en la encuesta de la Gobernación de Cundinamarca, para el Plan de Turismo del Departamento.*

LÍNEA ESTRATÉGICA 4. FORTALECIMIENTO ESTRATÉGICO DE LA SEGURIDAD TURÍSTICA

ESTRATEGIA 1 PLAN MUNICIPAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA SEGURIDAD TURÍSTICA Y COORDINACIÓN DE CANALIZACIÓN DE INSEGURIDAD Y CONTROL DESDE EL ACONDICIONAMIENTO DE CAMINOS ORDINARIOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FAMILIAR CON LA PARTICIPACIÓN DE LA POLICÍA NACIONAL Y EL RECEPTOR DE TURISTAS (EL TERRITORIO)

14	*Programa de difusión de recursos, herramientas, mecanismos tecnológicos y de conectividad para que los turistas puedan adaptarse a nuevas necesidades, innovación inmediata frente a dichas necesidades, mejorar la calidad de prestación, mejorar turístico, mejorar la calidad de prestación de talentos de control de seguridad, mejorar la calidad de prestación de talentos, cumplimiento de las normas vigentes.*	*Realizar cuatro (4) actividades de difusión de recursos, herramientas o la calidad turística y cumplimiento de las normas vigentes.*	*Realizar una (1) actividad de turismo, difusión de recursos, herramientas o la calidad turística y cumplimiento de las normas vigentes.*	1	100%	1	*Se realizaron campañas para la fundamento en el Manual de Turismo Responsable, en donde que estableció mecanismos para garantizar que los especiales turistas, cumplan con las normas tanto los independientemente de las condiciones de discapacidad, migrantes o de movilidad, está en dirigida a las guía de turismo de Cundinamarca.*
15	*Programa para la generación de información de control de seguridad turística, que permita mejorar la toma de decisiones en un punto fijo de información para la ciudadanía, turistas, viajeros, etc, Información de Transporte a un punto fijo, estrategia del turismo, Información de Transporte, Información de Seguridad, Información de las actividades de información: Información de seguridad turística.*	*Atender a decenal quinientos setos (2650) turistas necesitados y/o requerimientos de Información Turística, Información Turística (2) para desarrollo de actividades de información turística, Información de seguridad turística.*	*Atender a setecientos cuarenta (740) turistas necesitados y/o requerimientos de Información Turística, Información Turística (2) para desarrollo de actividades de información turística, Información de seguridad turística.*	740	75%	552	*Los guías de la SDET a corte de 2025 han brindado atención a 552 personas, de las 740 personas necesarias y programadas en el Punto de Información turística (PIT) ubicado en la Casa de Bolívar.*

DIMENSIÓN AMBIENTAL

EJE 1. PROYECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL SECTOR CON ENFOQUE SOSTENIBLE

LÍNEA ESTRATÉGICA 4. CONFIGURACIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO CONSIDERADO LA DESCONCENTRACIÓN DEL TURISMO EN EL ÁREA EXCLUSIVA DEL PARQUE DE LA SALY APROVECHANDO ÁREAS DEL TERRITORIO CON POTENCIAL TURÍSTICO

ESTRATEGIA 1 ORDENAMIENTO DEL TERRITORIO HACIA UN TURISMO PLANIFICADO Y SOSTENIBLE

16	*Programa para la implementación de ordenamiento territorial para la estructura y cohesión del turismo y el turismo como parte del turismo.*	*Realizar cuatro (4) actividades de ordenamiento territorial para la estructura y la cohesión del turismo como destino turístico.*	*Realizar una (1) actividad de turismo, ordenamiento territorial para la estructura y cohesión del turismo como destino turístico.*	1	100%	1	*Se realizo capacitación que se fundamento en el Manual de Turismo Responsable, en donde que estableció mecanismos para garantizar que los especiales turistas, cumplan con las normas tanto los independientemente de las condiciones de discapacidad, migrantes o de movilidad, está en dirigida a las guía de turismo de Cundinamarca.*
17	*Implementación de metodologías y herramientas para el control de los inconvenientes, la mitigación de los impactos negativos y el control de los mismos, con la participación de los actores.*	*Realizar diagnóstico territorial que permita identificar los impactos negativos y el control de los mismos.*	*Realizar el diagnóstico de los sectores de la cadena de valor del turismo que permita identificar los impactos de la cadena y el instrumento que formulará.*	1	50%	0,5	*Desde la SDET se desarrollaron las mesas de trabajo de la cadena de valor, en el cual se formularon el instrumento que formulará que conocer su efecto ligero ambiental.*

LÍNEA ESTRATÉGICA 4. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA Y EQUIPAMIENTO

ESTRATEGIA 1 ADECUACIÓN Y PRESERVACIÓN DE ATRACTIVOS, RECUPERACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE ESPACIOS PARA EL DESARROLLO Y EL FOMENTO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS

18	*Programa para el arrendamiento, mantenimiento y adecuación de los espacios turísticos, que permitan mejorar la calidad de los espacios de interés del Centro Histórico.*	*Realizar el programa para el arrendamiento del Centro Histórico (Arrendamiento de espacios para el desarrollo de actividades turísticas y comerciales) y promoverlos del municipio.*	*Realizar programa de arrendamiento del Centro Histórico (Arrendamiento de espacios para el desarrollo de actividades turísticas y comerciales) y promoverlos del municipio.*	1	50%	0,5	*Se gestionó un programa para el arrendamiento de espacios turísticos y comerciales del Centro Histórico, para la cual se realizó un establecimiento gastronómico, en el cual se realizó una ficha de control de los espacios del Centro Histórico.*
19	*Programa para la reglamentación y adecuación de los espacios públicos del Centro Histórico que permitan mejorar la calidad de los espacios turísticos, que sean todo en horario nocturno, que permitan la reactivación económica y gastronómica y turística impulsando la convivencia ciudadana.*	*Articular y generar estrategias para la formulación (reglamentación del horario nocturno) para los establecimientos ubicados en el Centro Histórico.*	*Articular y generar estrategias para la formulación (reglamentación del horario nocturno) para los establecimientos ubicados en el Centro Histórico.*	1	0%	0	*Se encuentra en construcción el documento que, genere las estrategias para la reactivación del horario nocturno, para los establecimientos ubicados en el Centro Histórico, que se realizó basado en los estudios de los establecimientos del Centro Histórico.*
20	*Programa para la adecuación y mantenimiento de los espacios turísticos que demuestren los valores históricos, culturales, ambientales, arquitectónicos y productores de servicios turísticos.*	*Generar y actualizar dos (2) espacios turísticos de los valores culturales, ambientales, arquitectónicos y productores de servicios turísticos.*	*Generar una (1) guía turística de Rutas Gastronómicas "Sal de Piquete".*	1	0%	0,4	*Se encuentra en construcción la guía turística de la Ruta Gastronómica "Sal de Piquete" para 2025 y en fase inicial con 7 establecimientos.*
21	*Localización de inventarios de atractivos y recursos turísticos cada 4 años*	*Gestionar la actualización de inventarios de atractivos y recursos turísticos*	*Gestionar una (1) actualización de inventarios de atractivos y recursos turísticos*	1	50%	1	*Se gestionó inventarios georreferenciados de atractivos y recursos turísticos actualizados.*