Ejecución Plan de Desarrollo Turístico Prospectivo 2026

1. CONTACTO INSTITUCIONAL

1.1. Entidad o institución responsable SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y TURISMO
1.2 Área o dependencia responsable SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y TURISMO
1.3 Dirección del correo electrónico desarrolloeconomico@zipaquira-cundinamarca.gov.co
1.4 Número telefónico: 3213996043

2. VÍNCULO CON EL PLAN DE DESARROLLO: Zipaquirá Cree, Protege y Avanza 2024-2028

Línea: Zipaquirá Avanza
Programa: Programa 45: La Ciudad de la Sal, un destino con magia histórica y cultural
Meta de bienestar: Aumentar en 30 establecimientos de alojamiento turístico con registro en el RNT
Meta de producto: Implementar 26 metas del Plan de Desarrollo Turístico Prospectivo 2029 (PDTP) Acuerdo 09 del 28 de noviembre de 2019.

1. CARACTERÍSTICAS DEL INDICADOR

Plan de desarrollo: Zipaquirá Avanza
Nombre del indicador: Implementar 26 metas del Plan de Desarrollo Turístico Prospectivo 2029 (PDTP) Acuerdo 09 del 28 de noviembre de 2019.
Descripción del indicador: Porcentaje de implementación del PDTP
Fórmula del indicador: Sumatoria de la ponderación
Unidad de medida del indicador Porcentaje

Ejecutado 2026 88,946%

DIMENSIÓN ECONÓMICA

EJE 1. INNOVACIÓN, PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD

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

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

	META PLAN DE DESARROLLO	ACTIVIDAD CUATRIENIO	ACTIVIDAD 2026	META 2026	AVANCE IMPLEMENTACIÓN	1.er TRIM	2.er TRIM	3.er TRIM	4.er TRIM	EJECUTADO AÑO	EJECUCIÓN	OBSERVACIONES
1	Educación Media Técnica: formación calificada para el turismo, comenzando por los Colegios Amigos del Turismo y extendiéndolo de manera gradual a otras IEM, en articulación con la estrategia planteada en el orden Nacional y vinculando los estudiantes con los diferentes actores locales del turismo a través de pasantías buscando articulación con el SENA y otras entidades.	Graduar a 30 estudiantes en modalidad técnica o tecnológica con énfasis en turismo.	Graduar a 30 estudiantes en modalidad técnica o tecnológica con énfasis en turismo.	30	100%				30	30		**SE DA CUMPLIMIENTO A LA META EN LA VIGENCIA 2025** Por otra parte, la Alcaldía se encuentra a la espera de la aprobación del Ministerio de Educación para la implementación del tecnólogo en guianza turística. Se proyecta que para el segundo semestre de 2026 se iniciará con el tecnólogo.

LÍNEA ESTRATÉGICA B. INNOVACIÓN, NEGOCIOS INCLUSIVOS Y GENERACIÓN DE EMPLEO DIGNO PARA EL LOGRO DE LA CALIDAD Y LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO MUNICIPAL

ESTRATEGIA 1. ASISTENCIA TÉCNICA PARA PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS NORMAS TÉCNICAS SECTORIALES (NTS) VIGENTES Y/O OTROS PROGRAMAS DE MEJORAMIENTO, A TRAVÉS DE LA PLANEACIÓN, PROGRAMACIÓN Y ESTABLECIMIENTO DE TEMÁTICAS Y CRONOGRAMAS EN TALLERES, CLASES MAESTRAS, JORNADAS DE SENSIBILIZACIÓN, CONVERSATORIOS, ENCUENTROS SEMINARIOS, ENTRE OTROS, CON MEDICIÓN DEL IMPACTO DEL ACOMPAÑAMIENTO

2	Acompañamiento y asesoría en la implementación de la NTS para los prestadores de servicios turísticos que lo requieran: * Establecimientos de alojamientos y hospedaje. * Establecimiento Gastronómicos, bares y cafeterías. * Servicios de transporte terrestre automor certificados * Operadores turísticos * Agencias operadoras de turismo receptivo * Atractivos y productos turísticos	Brindar acompañamiento y asesoría en la implementación de la NTS- TS a 45 prestadores de servicios turísticos que lo requieran: * Establecimientos de alojamientos y hospedaje. * Establecimiento Gastronómicos, bares y cafeterías. * Servicios de transporte terrestre automotor certificados * Operadores turísticos * Agencias operadoras de turismo receptivo * Atractivos y productos turísticos	Brindar 15 acompañamientos y asesorías en la implementación de la NTS - TS a prestadores de servicios turísticos	15	147%		22	0		22	Se realiza articulación con la UNAD a través del programa CIPAS TERRITORIAL para brindar asesoría en NTS-TS, el día 9 de abril se lleva a cabo una sesión virtual en la que participan 22 prestadores de servicios turísticos.	

ESTRATEGIA 6. IMPLEMENTACIÓN DE MECANISMOS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA FORMALIZACIÓN DEL EMPLEO ADAPTADOS A LAS MICRO, PEQUEÑAS, MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS QUE CONFORMAN EL SECTOR TURÍSTICO PARA MEJORAR LAS CONDICIONES LABORALES DE LAS PERSONAS QUE ENCUENTRAN SU SUSTENTO EN LOS DIFERENTES SUBSECTORES

3	Potenciar dentro del Sector Turístico el uso de los instrumentos de política pública de empleo para que contribuyan a un encuentro más racional y eficiente entre oferta y demanda de trabajo estableciendo instrumentos de medición y análisis y aplicándolos anualmente.	Vincular a 30 prestadores de servicios turísticos a la Agencia de Empleo Formal	Realizar la búsqueda de 10 empresas turísticas para vincular a la Agencia de Empleo Formal	10	120%	2	5	5		12	Se realiza desde el área de empleo la vinculación a la Agencia de Empleo formal a los siguientes prestadores de servicios turísticos: * marzo- abril 2 prestadores/ Parque Jaime Duque- Topotoropo * mayo-junio 3 prestadores/ Casa linda- Sal, gallina y parrilla- Hotel Camino de la Sal abril-mayo 2 prestadores/ Hotel el Virrey, Monttalti Salario, Numa, Ossobuco, Las pesebreras, Rico más Pan	
4	Programa de generación de conciencia en los empresarios para 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 que se encuentren dentro del sector turístico del municipio.	Diseñar y ejecutar un (1) programa de conciencia en los empresarios para 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 que se encuentren dentro del sector turístico del municipio.	Socializar programa de conciencia en los empresarios para 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	50	82%	20	17	4	0	41	Se genera un programa de concientización a empresarios sobre el empleo digno en el sector turismo de Zipaquirá, este documento es validado por la UNICOC. Actualmente se encuentra en socialización a los empresarios para el desarrollo de una cultura del empleo digno que promueva la calidad del trabajo. Esta actividad es desarrollada por Gloria Castro: enero-febrero: 10 establecimientos (Doradito, Novis Pizza, JyR, Mar y Tierra, Quira, Virrey, La Carreta, Brasarepa, Grana, Brasas el Zipa) febrero- marzo: 10 establecimientos (La Triada, Cafeteros, La Freya, Pie de Cumbre, Jess Burger, Esquina el antojo, Labriego, Qbano, Alma llanera, Mister Parrilla) marzo- abril: 10 establecimientos (Krokantico broaster y asado, pollo frito frezco, brasa y broaster, frutería heladería super patos, crocanticas empanadas, Estación del Pacífico, Casannova, Sury & yo, La Pringamosa) abril-mayo: 7 establecimientos (Don Facundo, Rosty Broaster, Casa del Chorro, Brutal Gastronomy, Jalisco, Parrilleros) mayo-junio:	

										junio-julio: 4 establecimientos (Ripiena, San Sebastian, El Triskel, Sadashi)	
5 Constituir alianzas con empresas del sector turístico local o regional con el fin de trabajar por la vinculación laboral de personas con discapacidad (PcD) en entornos que muestren la inclusión como la mejor manera de dignificar y respetar a la PcD.	Constituir 3 alianzas con empresas del sector turístico local o regional con el fin de trabajar por la vinculación laboral de personas con discapacidad (PcD) en entornos que muestren la inclusión como la mejor manera de dignificar y respetar a la PcD.	Realizar la articulación con empresas del sector turístico local o regional con el fin de trabajar por la vinculación laboral de personas con discapacidad (PcD) en entornos que muestren la inclusión como la mejor manera de dignificar y respetar a la PcD.	1	100%			1		1	La contratista Gloria Castro realizó el proceso de articulación y socialización a las empresas del sector turístico para la vinculación de PcD. Indicó que realizó el acercamiento con el Parque Jaime Duque, sin embargo, no se da cumplimiento a la meta. La contratista no logró la articulación.	

LÍNEA ESTRATÉGICA C. FORMACIÓN DEL TALENTO HUMANO PARA LA TRANSFORMACIÓN POSITIVA DE LAS CAPACIDADES EMPRESARIALESPARA EL TURISMO LOCAL Y REGIONAL Y PARA LA GENERACIÓN DE NUEVOS PARADIGMAS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA EN LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL

ESTRATEGIA 1. FORMACIÓN Y DESARROLLO DE COMPETENCIAS PARA EL MEJORAMIENTO DEL TALENTO HUMANO COMO ESTRATEGIAS PARA ALCANZAR LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA CONSECUCIÓN Y EL MANTENIMIENTO DE ACREDITACIONES EN SOSTENIBILIDAD, CALIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS TURÍSTICAS

6 Diseño y desarrollo de programa de apoyo dirigido al mejoramiento y rediseño de restaurantes turísticos y la innovación y diversificación de la oferta gastronómica colombiana tradicional en coordinación con el sector privado.	Diseñar y desarrollar programa de apoyo dirigido al mejoramiento y rediseño de 15 restaurantes turísticos y la innovación y diversificación de la oferta gastronómica colombiana tradicional en coordinación con el sector privado.	Desarrollar 15 mejoramientos y rediseño de restaurantes turísticos y la innovación y diversificación de la oferta gastronómica colombiana tradicional en coordinación con el sector privado.	15	127%	0		19		19	La U. Minuto de Dios entrega informe de avance de la ruta de rediseño e innovación para el sector gastronómico. Actualmente se encuentran en proceso de formación 19 establecimientos, en los que se han priorizado las siguientes áreas: organizacional, procesos, modelo de negocio, tecnología, branding.	

ESTRATEGIA 2. FORTALECIMIENTO EN PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE, NUEVAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE PRODUCCIÓN, ADMINISTRACIÓN, SERVICIO AL CLIENTE Y COMUNICACIÓN E INTERACCIÓN ENTRE PRESTADORES Y ACTORES DEL SECTOR Y SUS CLIENTES

7 Programa de mejoramiento en el servicio al cliente	Diseñar programa de servicio al cliente basado en encuestas de satisfacción en escala de (1-5) e implementar en 40 actores de la cadena de valor del turismo	Socializar programa de servicio al cliente basado en encuestas de satisfacción en escala de (1-5) a 40 actores de la cadena de valor de turismo	40	165%	21	41	4	0	66	La contratista Gloria Castro realiza la entrega de los stickers con código QR de las encuestas de satisfacción servicio al cliente a los establecimientos y socializa el programa de servicio al cliente. enero a febrero: 12 establecimientos febrero- marzo 9 establecimientos marzo- abril 11 establecimientos abril- mayo 6 establecimientos mayo-junio 24 establecimientos (Festival Gastronómico) junio-julio 4 establecimientos	
8 Programa de Eficiencia energética y mejoramiento en los modelos de gestión administrativa denominado las 4 T (transformaciones): Transformación de comportamientos: Adopción de nuevos hábitos de clientes internos como externos frente al desarrollo de nuevas prácticas de ahorro y uso eficiente de recursos renovables. Transformación en las organizaciones: Nuevas políticas, metas procesos y procedimientos en concordancia con las normas vigentes, sistemas de gestión de calidad y las tendencias propuestas por métodos vanguardistas de uso y aprovechamiento de energías renovables. Transformaciones en la gestión: Aplicación de la gestión con diversas tendencias administrativas como la Reingeniería, Inteligencia emocional, TQM (Total Quality Management), Empowerment, E-commerce ente otros. Transformaciones tecnológicas: Adopción progresiva de sistemas y dispositivos certificados en eficiencia energética.	Desarrollar Programa de Eficiencia energética y mejoramiento en los modelos de gestión administrativa denominado las 4 T (transformaciones)	Brindar 30 asistencias técnicas en sostenibilidad orientadas a la eficiencia energética y mejoramiento en los modelos de gestión administrativa denominado las 4 T (transformaciones)	30	100%	0			30	30	Mediante convenio con la UNAD se realizaron las asistencias técnicas enfocadas en eficiencia energética y mejoramiento en los modelos de gestión administrativa denominado las 4 T (transformaciones). De igual forma, la Universidad genera del programa de Eficiencia energética y mejoramiento en los modelos de gestión administrativa denominado las 4 T (transformaciones) para su implementación.	**SE DA CUMPLIMIENTO A LA META EN LA VIGENCIA 2025** Soportes: * Informe con los resultados de las asistencias técnicas personalizadas (UNAD) * Programa de Eficiencia energética y mejoramiento en los modelos de gestión administrativa denominado las 4 T (transformaciones) - (UNAD)

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

LÍNEA ESTRATÉGICA A. 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 ÁMBITO DEL TURISMO, POR MEDIO DE LA CAPACITACIÓN, EL ENTRENAMIENTO, LA ENTREGA DE CAPITAL Y LA FORMACIÓN PARA DESARROLLAR COMPETENCIAS LIGADAS AL FOMENTO DEL TURISMO SOSTENIBLE QUE DE MANERA LOCAL Y/O REGIONAL CONLLEVEN A LA GENERACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS ASOCIATIVOS APROVECHANDO LA POLÍTICA NACIONAL DE APOYO A LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES O ECONOMÍA NARANJA.

9 Difusión y promoción de los emprendimientos turísticos más exitosos a la comunidad en general, dando uso a diversos mecanismos que incentiven el conocimiento sobre el avance del sector	Realizar 12 actividades de difusión y promoción de los emprendimientos turísticos exitosos	Realizar 4 actividades de difusión y promoción de los emprendimientos turísticos exitosos	4	100%	2	2	0	0	4	La Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo realiza difusión y promoción de los emprendimientos turísticos en: - zipaquira.travel (actualización prestadores de servicios turísticos) - Anato- Promoción Se realiza un portafolio que brinda información de la oferta turística de Zipaquirá (Ruta gastronómica, alojamientos, servicio de city tour, mercado campesino, artesanos y talleres locales) - Festival Gastronómico- promoción establecimientos gastronómicos - Vitritur- promoción agencias de viajes, guías y oferta turística Zipaquirá	

ESTRATEGIA 2. DEFINICIÓN E IMPULSO DE MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO LOCAL MEDIANTE SEMILLEROS EMPRESARIALES, REDES DE COLABORACIÓN, INMERSIÓN EN RUEDAS DE NEGOCIOS Y EL APADRINAMIENTO EMPRESARIAL

10 Programa de apadrinamiento empresarial buscando la participación de empresarios consolidados en el sector del orden regional y/o nacional que permitan la trasmisión de sus prácticas empresariales a las pequeñas empresas del municipio logrando el fortalecimiento de las mismas.	Beneficiar a veinte (20) pequeñas empresas de Zipaquirá a través del programa de apadrinamiento empresarial, en el que empresarios consolidados del orden regional y/o nacional transmitan sus prácticas empresariales para el fortalecimiento de las mismas.	Beneficiar a ocho (8) pequeñas empresas de Zipaquirá a través del programa de apadrinamiento empresarial, en el que empresarios consolidados del orden regional y/o nacional transmitan sus prácticas empresariales para el fortalecimiento de las mismas.	8	138%	0		11		11	La contratista Gloria Castro realiza la articulación con la empresa del sector gastronómico La Oveja y el Lobo para hacer el intercambio de experiencias exitosas a pequeñas empresas, se trabajaron los siguientes componentes: • Estructura Operativa y Administrativa: Modelos de gestión interna que han permitido el escalamiento y la sostenibilidad del negocio. • Diseño de Menú y Estructura de Costos: Criterios para la creación de una oferta gastronómica atractiva y la fijación de estándares de precios competitivos. • Cadena de Suministro: Protocolos eficientes para el manejo de inventarios y la negociación con proveedores. • Gestión del Talento Humano: Estrategias orientadas a la retención, capacitación y manejo del personal en el sector de servicios. • Responsabilidad Social: El impacto positivo del modelo de negocio en el desarrollo de la comunidad local.	

EJE 3. MARKETING, TECNOLOGÍA, ACCESO Y CONECTIVIDAD

LÍNEA ESTRATÉGICA A. 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 ÁMBITO DEL TURISMO, POR MEDIO DE LA CAPACITACIÓN, EL ENTRENAMIENTO, LA ENTREGA DE CAPITAL Y LA FORMACIÓN PARA DESARROLLAR COMPETENCIAS LIGADAS AL FOMENTO DEL TURISMO SOSTENIBLE QUE DE MANERA LOCAL Y/O REGIONAL CONLLEVEN A LA GENERACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS ASOCIATIVOS APROVECHANDO LA POLÍTICA NACIONAL DE APOYO A LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES O ECONOMÍA NARANJA.

11	Diseño, elaboración y difusión de agendas programáticas articuladas y conjuntas (en armonía con el Estatuto de Cultura) de eventos como actividades complementarias al turismo local: ferias, festivales, encuentros, actividades deportivas y recreativas, etc., aprovechando la infraestructura existente tal como el Complejo Cultural y Deportivo de Julio Caro, el Coliseo Arena de Sal, el Estadio municipal Héctor "El Zipa" González, el Colegio de Gabo, entre otros.	Diseñar, elaborar y difundir cuatro (4) agendas programáticas articuladas y conjuntas (en armonía con el Instituto de Cultura) de eventos como actividades complementarias al turismo local: ferias, festivales, encuentros, actividades deportivas y recreativas, etc., aprovechando la infraestructura existente tal como el Complejo Cultural y Deportivo de Julio Caro, el Coliseo Arena de Sal, el Estadio municipal Héctor "El Zipa" González, el Colegio de Gabo, entre otros.	Diseñar, elaborar y difundir una (1) agenda programática articulada y conjunta (en armonía con el Instituto de Cultura) de eventos como actividades complementarias al turismo local	1	100%	1		0		1	El equipo de prensa es responsable del diseño y difusión de la agenda programática en la página zipaquira.travel e Instagram @zipaquira.travel de eventos y actividades complementarias al turismo local: ferias, festivales, encuentros, actividades deportivas y recreativas, entre otras que invitan a visitar y pernoctar en Zipaquirá. Se da cumplimiento a la difusión de la agenda en Instagram y página web zipaquira.travel	
12	Programa para la promoción y divulgación de información turística de Zipaquirá en puntos estratégicos físicos o digitales identificados a nivel nacional con el fin de estimular la visita de los turistas e impulsar planes con pernoctación en el municipio.	Realizar la búsqueda y articulación para establecer cuatro (4) puntos estratégicos físicos o digitales a nivel nacional con el fin de estimular la visita de los turistas e impulsar planes con pernoctación en el municipio.	Realizar la búsqueda y articulación para establecer tres (3) puntos estratégicos físicos o digitales a nivel nacional con el fin de estimular la visita de los turistas e impulsar planes con pernoctación en el municipio.	3	100%	0	3			3	La Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo actualmente brinda información de la oferta turística de Zipaquirá a través de los guías Esther Pachón, Giovanny Moreno, Deissy Carrillo y Ruvi Fandiño en los siguientes puntos: * PIT Estación del Tren domingo a domingo y/o festivos 10:00 am a 4:00 pm * PIT Parque de la Sal- Catedral domingo a domingo y/o festivos 9:00 am a 3:00 pm *PIT Plaza de los Comuneros domingo a domingo y/o festivos 9:00 am a 7:00 pm De igual forma, se promociona la oferta turística en zipaquira.travel	

ESTRATEGIA 2. DISEÑO, PRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE MARCA DE ZIPAQUIRÁ COMO DESTINO (BRANDING TURÍSTICO)

13	Programa para la implementación del marketing de ciudad (branding turístico) con el fin de organizar y construir una identidad y una experiencia turística de marca distintiva única (durante la vigencia del PDT), relevante y sostenible en el tiempo.	Desarrollar la marca Zipaquirá acompañado de un programa para la implementación de marketing de ciudad	Desarrollar la marca Zipaquirá acompañado de un programa para la implementación de marketing de ciudad	1	100%	0	0	1	0	1	Actualmente desde la SDET se realiza la articulación con la U.Militar para el registro de marca Zipaquirá y zipaquira.travel, de igual forma, el equipo de prensa trabaja en la estrategia de marketing turístico de ciudad. Así mismo en el proyecto de revitalización "Zipaquirá desde el corazón" se plantea el posicionamiento de la marca territorio Zipaquirá. Para ello se desarrolló una narrativa de marca que refleja los valores, atributos diferenciales y el potencial turístico y cultural del municipio, involucrando activamente a la comunidad como agente clave en la construcción y difusión de dicha identidad. Se realiza la entrega del Modelo y Manual de Marca Territorio Zipaquirá, que consolida los elementos gráficos, conceptuales y estratégicos de la marca, facilitando su apropiación y uso coherente por parte de instituciones, organizaciones y actores locales.	

LÍNEA ESTRATÉGICA B. APLICACIÓN DE TIC EN EL SECTOR CON LA IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS DE POSICIONAMIENTO GLOBAL, SOLUCIONES INFORMÁTICAS PARA EL MEJORAMIENTO DE PROCESOS Y ESTRATEGIAS DE CAPACITACIÓN

ESTRATEGIA 1. GENERACIÓN DE CAPACIDADES DENTRO DE LA RED QUE PERMITAN DAR USO A SISTEMAS DE POSICIONAMIENTO GLOBAL, LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS APROPIADOS, EL APROVECHAMIENTO DE INFORMACIÓN QUE PERMITA DIRECCIONAR LOS SERVICIOS DENTRO DEL MERCADO Y LA CAPTACIÓN DE CLIENTES INTERNACIONALES, IMPLEMENTANDO HERRAMIENTAS TALES COMO BIG DATA

14	Generación de sitios y servicios potenciados en Geolocalización, espacios de Geomarketing que impacten de manera positiva en el incremento de visitas y el nivel de ingresos económicos de los prestadores.	Crear treinta (30) georreferenciaciones a prestadores de servicios turísticos	Crear ocho (8) georreferenciaciones a prestadores de servicios turísticos	8	50%	1	3			4	La contratista Gloria Castro realiza las siguentes georreferenciaciones: enero- febrero 1- Yogum Fuzion (Heladería) febrero-marzo 2- Ni Chana ni Juana (Comida mexicana), La Freya (Cafetería) abril-mayo- 1 Rincón artesanal (artesanías)	
15	Uso de herramientas de Big Data para caracterizar la información sobre gustos y preferencias de actividades turísticas que permitan rediseñar y redireccionar las estrategias de promoción de Zipaquirá como destino.	Generar cuatro (4) estrategias de promoción de Zipaquirá como destino, haciendo uso de herramientas de Big Data para caracterizar la información sobre gustos y preferencias de actividades turísticas.	Generar una (1) estrategia de promoción de Zipaquirá como destino, haciendo uso de herramientas de Big Data para caracterizar la información sobre gustos y preferencias de actividades turísticas.	1	100%	0	1	0	0	1	La contratista Leidy Jimenez a partir del análisis de Big Data realiza las estrategias de promoción turística	

DIMENSIÓN SOCIOCULTURAL

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

LÍNEA ESTRATÉGICA A. IDENTIDAD Y PROMOCIÓN DE LA CULTURA COMO BASE DEL DESARROLLO TURÍSTICO MUNICIPAL

ESTRATEGIA 1. GENERACIÓN DE VALOR POR EL TERRITORIO DESDE EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA Y LA IDENTIDAD CIUDADANA GARANTIZANDO LA SOSTENIBILIDAD DEL PATRIMONIO

16	Impulso de acciones tendientes a la apropiación social de la cultura y el patrimonio cultural, estimulando la participación de gestores culturales, asociaciones de gestores, cultores, vigías del patrimonio, colegios amigos del turismo — CAT que se encuentren en la región, etc, en el desarrollo del conocimiento, la investigación y prácticas del turismo cultural.	Realizar actividades de apropiación social de cultura y patrimonio cultural para seiscientos cuarenta (640) personas, estimulando la participación de gestores culturales, asociaciones de gestores, cultores, vigías del patrimonio, colegios amigos del turismo — CAT que se encuentren en la región, etc, en el desarrollo del conocimiento, la investigación y prácticas del turismo cultural.	Desarrollar actividades de apropiación social de cultura y patrimonio cultural para ciento ochenta (180) personas	180	260%	216	228	24	0	468	Esther Pachón: enero- febrero 77 personas febrero- marzo 77 personas marzo-abril 35 personas abril-mayo 60 personas (FAO) mayo- junio 32 personas junio- julio 0 personas julio- agosto 0 personas Giovanny Moreno: enero- febrero 2 personas febrero- marzo 25 personas marzo-abril 121 personas abril- mayo 15 personas mayo-junio 2 personas junio- julio 22 personas julio- agosto 0 personas	

ESTRATEGIA 3. EMPODERAMIENTO CULTURAL DE LOS ACTORES DEL SECTOR

17	Campañas de capacitación sobre el patrimonio y la historia de Zipaquirá a prestadores y sus empleados vinculando el personal de los subsectores del turismo y creando vínculos identitarios entre el territorio, la historia y la memoria cultural.	Realizar capacitaciones sobre patrimonio e historia de Zipaquirá a setenta y cinco (75) prestadores y sus empleados vinculando el personal de los subsectores del turismo y creando vínculos identitarios entre el territorio, la historia y la memoria cultural.	Realizar capacitaciones sobre patrimonio e historia de Zipaquirá a veinte (20) prestadores y sus empleados vinculando el personal de los subsectores del turismo y creando vínculos identitarios entre el territorio, la historia y la memoria cultural.	20	110%	6	16	0	0	22	Desde la Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo se desarrollan las siguientes actividades para dar cumplimiento a la meta: * Giovanny Moreno febrero- marzo (6 Hotel Atheron) Giovanny Moreno abril- mayo (12 MIA JAL) *Esther Pachón (4 La Freya)	

EJE 2. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

LÍNEA ESTRATÉGICA A. ORGANIZACIÓN DE GRUPOS ESPECIALIZADOS PARA LA GESTIÓN, EL DESARROLLO, EL CONTROL Y LA EVALUACIÓN DEL TURISMO

ESTRATEGIA 2. ESTABLECIMIENTO E IMPLEMENTACIÓN DE MECANISMOS DE SEGUIMIENTO, EVALUACIÓN Y CONTROL A LA EJECUCIÓN DE PDT

18	Implementación del sistema de evaluación, monitoreo y control de la ejecución del PDTP permitiendo su consulta y acceso público a través de las TIC dispuestas por la Administración, para realizar una rendición de cuentas de la actividad turística constante y transparente.	Implementación de cuatro (4) evaluaciones, monitoreo y control de la ejecución del PDTP permitiendo su consulta y acceso público a través de las TIC dispuestas por la Administración, para realizar una rendición de cuentas de la actividad turística.	Implementación de una (1) evaluación, monitoreo y control de la ejecución del PDTP permitiendo su consulta y acceso público a través de las TIC dispuestas por la Administración, para realizar una rendición de cuentas de la actividad turística.	1	100%		0	1	0	1	Se realiza la publicación del avance de metas del PDTP en la página zipaquira.travel, permitiendo así su consulta y acceso público a través de las TIC dispuestas por la Administración.	

LÍNEA ESTRATÉGICA B. FORTALECIMIENTO ESTRATÉGICO DE LA SEGURIDAD TURÍSTICA

ESTRATEGIA 1. PLAN MUNICIPAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA SEGURIDAD TURÍSTICA Y ORGANIZACIÓN DE CAPACIDADES EN SEGURIDAD Y CONTROL DESDE EL ACERCAMIENTO CON DIVERSOS ORGANISMOS DE PARTICIPACIÓN, DIÁLOGO Y MANEJO DE LA INFORMACIÓN PARA LA SEGURIDAD Y LA RECEPCIÓN DE TURISTAS EN EL TERRITORIO.

19	Programa de dotación de recursos e implementos técnicos, tecnológicos y de movilidad necesarios a la Policía para adelantar la prevención, control y reacción inmediata frente a delitos y contravenciones en las principales áreas turísticas definidas, así como para la ejecución de labores de control de la informalidad y vigilancia a las empresas turísticas, en cumplimiento de las normas vigentes.	Dotar con cuatro (4) recursos, implementos técnicos, tecnológicos y de movilidad a la Policía de Turismo para adelantar la prevención, control y reacción inmediata frente a delitos y contravenciones en las principales áreas turísticas definidas, así como para la ejecución de labores de control de la informalidad y vigilancia a las empresas turísticas, en cumplimiento de las normas vigentes.	Realizar dotación a la Policía de Turismo con cuatro (4) recursos e implementos técnicos, tecnológicos y de movilidad para adelantar la prevención, control y reacción inmediata frente a delitos y contravenciones en las principales áreas turísticas definidas, así como para la ejecución de labores de control de la informalidad y vigilancia a las empresas turísticas, en cumplimiento de las normas vigentes.	4	75%	0	0	3	0	3	Se establecen compromisos entre la Policía de Turismo y la SDET para la entrega de elementos que contribuyan a la prevención, control y reacción inmediata frente a delitos y contravenciones en las principales áreas turísticas. * La Policía requiere un PIT móvil, Araña ESCNNA, se brinda transporte y refrigerios para visitas y apoyos. Actualmente se ha brindado: transporte y refrigerios para las visitas de socialización y control, así mismo, se han entregado los diplomas del servicio social. Se encuentra pediente de entrega por parte del proveedor de impresos el PIT móvil y la araña.	
20	Programa para la generación de información de impacto para los turistas nacionales y extranjeros, vinculando a los PIT y estableciendo un punto fijo de información para la seguridad turística en el Centro Intermodal de Transporte o en un lugar estratégico del territorio, dotado con las mejores condiciones para el desarrollo de las actividades de información incluyendo temas sobre seguridad turística.	Atender a dos mil quinientos veinte (2520) turistas nacionales y extranjeros en el Punto de Información turística (PIT) fijo para el desarrollo de actividades de información incluyendo temas sobre seguridad turística.	Atender a setecientos cuarenta (740) turistas nacionales y extranjeros en el Punto de Información turística (PIT) fijo para el desarrollo de actividades de información incluyendo temas sobre seguridad turística.	740	131%	401	308	263	0	972	Los guías de la SDET brindan atención en el PIT ubicado en la Estación del Tren, PIT Parque de la Sal y Quiosco Plaza de los Comuneros: Giovanny Moreno: enero-febrero 67 personas febrero-marzo 67 personas marzo- abril 43 personas abril-mayo 21 personas mayo-junio 29 personas junio- julio 56 personas julio- agosto 71 personas Esther Pachón: enero- febrero 40 personas febrero-marzo 97 personas marzo- abril 66 personas abril-mayo 60 personas (FAO) mayo- junio 89 personas junio- julio 59 personas julio- agosto 77 personas	

DIMENSIÓN AMBIENTAL

EJE 1. PROYECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL SECTOR CON ENFOQUE SOSTENIBLE

LÍNEA ESTRATÉGICA A. CONFIGURACIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO LOGRANDO LA DESCONCENTRACIÓN DEL TURISMO EN EL ÁREA EXCLUSIVA DEL PARQUE DE LA SAL Y APROVECHANDO ÁREAS DEL TERRITORIO CON POTENCIAL TURÍSTICO

ESTRATEGIA 1. ORDENAMIENTO DEL TERRITORIO HACIA UN TURISMO PLANIFICADO Y SOSTENIBLE

21	Programa para la implementación del turismo accesible como factor intrínseco a la calidad turística y ventaja competitiva de Zipaquirá como destino turístico.	Realizar cuatro (4) actividades de turismo accesible como factor intrínseco a la calidad turística y ventaja competitiva de Zipaquirá como destino turístico.	Realizar una (1) actividad de turismo accesible como factor intrínseco a la calidad turística y ventaja competitiva de Zipaquirá como destino turístico.	1	100%	1	0	0	0	1	El contratista Giovanny Moreno realiza la articulación con el Centro de Atención para personas con discapacidad, se realiza un recorrido guiado por Centro Histórico para 65 niños los días 16 y 17 de abril	

ESTRATEGIA 2. DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO CON TIPOLOGÍA PERTINENTE BASADOS EN CULTURA, ARQUITECTURA, HISTORIA, ECOLOGÍA, DEPORTIVO, REUNIONES, BIENESTAR Y COMUNIDAD, ES DECIR, TURISMO DE ALTO VALOR

22	Implementación de metodologías y herramientas como el diagnóstico de macroentorno, la matriz de índice de atractividad, etc, para el diseño de productos turísticos pertinentes para el territorio.	Realizar diagnóstico territorial del macroentorno (cadena de valor del sector turístico) de Zipaquirá	Realizar el diagnóstico de los sectores de la cadena de valor de turismo que se encuentran en el Centro Histórico de Zipaquirá y su zona de influencia a través de un instrumento tipo formulario	1	0%			0		0	Se proyecta realizar el diagnóstico de los sectores de la cadena de valor de turismo ubicados en zona urbana y rural. El diagnóstico rural y urbano se proyectó realizar con la Universidad Externado de Colombia para posteriormente realizar la actualización del Plan de Desarrollo Turístico Prospectivo, sin embargo, no es posible la articulación.	

LÍNEA ESTRATÉGICA B. 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

23	Programa para el enlucimiento, mantenimiento y recuperación de espacio público, fachadas, plazas y lugares de interés del Centro Histórico involucrando la comunidad en general, a los actores del sector y entidades públicas o privadas interesadas por los temas culturales y patrimoniales del municipio.	Realizar el programa para el embellecimiento del Centro Histórico involucrando la comunidad en general, a los actores del sector y entidades públicas o privadas interesadas por los temas culturales y patrimoniales del municipio.	Realizar programa el embellecimiento del Centro Histórico involucrando la comunidad en general, a los actores del sector y entidades públicas o privadas interesadas por los temas culturales y patrimoniales del municipio.	1	100%	0	0	0	1	1	Se genera un programa para el enlucimiento, mantenimiento y recuperación de espacio público, fachadas, plazas y lugares de interés del Centro Histórico involucrando la comunidad en general, a los actores del sector y entidades públicas o privadas interesadas por los temas culturales y patrimoniales del municipio.	**SE DA CUMPLIMIENTO A LA META EN LA VIGENCIA 2025** Soportes: * Programa para el enlucimiento y mantenimiento del Centro Histórico
24	Programa para la reglamentación y ordenamiento del uso del espacio público del Centro Histórico que consolide actividades complementarias para el turismo, sobre todo en horario nocturno, dando prioridad a la experiencia gastronómica y cultural respetando la convivencia ciudadana	Articular y generar estrategias para la formalización (regulación del horario nocturno) para los establecimientos ubicados en el Centro Histórico.	Articular y generar estrategias para la formalización (regulación del horario nocturno) para los establecimientos ubicados en el Centro Histórico.	1	100%			1		1,0	De acuerdo a lo establecido en el Programa para la reglamentación y ordenamiento del uso del espacio público del Centro Histórico, se generarán unas estrategias para la formalización y regulación del horario nocturno	
25	Diseño y actualización de guiones turísticos que desarrollen las rutas con la participación de atractivos, recursos, establecimientos y prestadores de servicios turísticos.	Diseñar y actualizar dos (2) guiones turísticos de las rutas con la participación de atractivos, recursos, establecimientos y prestadores de servicios turísticos.	Apoyar construcción del (1) guion turístico"Zipaquirá desde el Corazón"	1	100%			1	0	1	El guion "Zipaquirá desde el corazón" se encuentra en proceso de socialización a los prestadores de servicios turísticos	
26	Actualización de inventario de atractivos y recursos turísticos cada 4 años	Realizar la actualización del inventario de atractivos y recursos turísticos	Realizar la actualización del inventario de atractivos y recursos turísticos.	1	0%	0	0	0	0	0	Se realiza articulación con la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca para semilleristas que apoyen las visitas para actualizar el inventario turístico, en conjunto con la asesoría del Viceministerio de Turismo, de acuerdo a la actualización de los instrumentos de planificación turística, sin embargo, por falta de un líder de proyecto por parte de la Universidad, se considera dejarlo para la vigencia 2027	