



ALCALDÍA MUNICIPAL DE CAJICÁ
INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO

MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO

2022 - 2023

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

TABLA DE CONTENIDO

- 1. Introducción4
 - 1.1. Objetivos del Manual4
 - 1.2. Alcance4
 - 1.3. Características del Manual4
 - 1.4. Responsables: Competencias y Funciones5
- 2. Marco normativo5
 - 2.1 A nivel nacional5
- 3 Definiciones Previas6
- Componentes de los Recorridos Turísticos36
 - Tipos de eventos del turismo MICE36
 - Reuniones36
 - Incentivos37
 - Conferencias37
 - Eventos37
- 4. Gestión del turismo6
 - 4.1. Capacitación en cultura turística6
 - 4.2. PARTICIPACIÓN EN EVENTOS TURÍSTICOS8
 - 4.3. Proyectos provinciales9
 - 4.3.1 Plataforma Digital de Sabana Centro10
 - 4.3.2 Ruta Navideña de Sabana Centro11
 - 4.4. Proyectos municipales12
 - 4.4.1 inventario turístico12
 - 4.4.2 DISEÑO PRODUCTO TURÍSTICO37
- 5. Marca ciudad; **Error! Marcador no definido.**
- 6. Festival de dulces y amasijos; **Error! Marcador no definido.**
- 7. Turismo MICE23
 - Características del Turismo MICE25
 - Demanda económica25

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

No es estacional²⁵

Tiempo de estancia²⁶

Promueve los destinos²⁶

8. Manual punto información turística²⁶

8.1. Objetivo general²⁶

8.2. Objetivo del documento.²⁷

8.3. Alcance.²⁷

8.4. Definiciones previas.²⁷

8.5. Componentes de la Gestión de Punto de Información Turística.²⁷

8.7. Ética del Informador;**Error! Marcador no definido.**

8.8.1 Actitudinales;**Error! Marcador no definido.**

8.8.2 Cognitivas;**Error! Marcador no definido.**

8.8.3 Procedimentales;**Error! Marcador no definido.**

8.9. Responsabilidad Social.**Error! Marcador no definido.**

8.10. Mejores Prácticas;**Error! Marcador no definido.**

8.10.1 Pautas Principales Para el Informador;**Error! Marcador no definido.**

8.10.2 Pautas Para La Atención Al Turista²⁷

8.10.3 Pautas para la Presentación del PIT²⁷

8.11. Información que se Debe Mantener en el Pit.²⁸

8.12. Estadísticas Turistas atendidos.²⁸

8.13. Actividades de Socialización.²⁹

8.14. Recolección de Data²⁹

8.15. Divulgación oferta turística. Tótem Digital³⁰

8.16. Funcionamiento del Punto de Información Turística.³⁰

8.17. Reglamentación del Punto de Información³¹

8.18. Seguimiento, indicadores e informes:³¹

8.19. Marca Ciudad³²

8.19.1 Planeación de socialización de Marca Ciudad³²

8.19.2 Pictogramas:³²

 <p>INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO CAJICÁ</p>	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

8.19.3. Ciclo de socializaciones.33

9. Bibliografía43

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN		
	INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 4 de 44

1. Introducción

En este Manual se generan planes de acción que pretende fortalecer la economía de la cadena de valor del Turismo del Municipio. Dando a conocer las estrategias por medio del Abecedario del turismo de Cajicá donde se relacionan cada una de las acciones por línea de acción en la gestión del turismo, acorde a los lineamientos emitidos a nivel Nacional Departamental, Provincial y Municipal, beneficiando siempre a los locales, visitantes y turistas.

1.1. Objetivos del Manual

- Brindar una atención eficiente y efectiva, satisfaciendo inquietudes y requerimientos acerca de los lugares de interés e información general del Municipio de Cajicá, de una manera asertiva con los locales, visitantes y turistas.
- Enlazar las estrategias de entidades a nivel Nacional; departamental, Provincial y Municipal, generando un fortalecimiento de las estrategias para la Gestión del Turismo del Instituto Municipal de Cultura y Turismo; beneficiando y capacitando a los Prestadores de Servicios Turísticos en su actividad económica, afianzando la calidad de la oferta turística del Municipio de Cajicá.
- Proyectar estrategias de visualización y promoción la cultura cajiqueña, como marca ciudad, atractivos turísticos y patrimoniales del Municipio, diseñando recorridos turísticos, que apropien los locales e interactúen los visitantes y turistas.
- Establecer una metodología de trabajo que proyecte mejor calidad de vida de la población local y la cadena de valor del turismo del Municipio, ofreciendo una experiencia satisfactoria para el visitante y/o turista.

1.2. Alcance

El Manual de procesos y procedimientos de la Coordinación de Turismo de Cajicá, pretende que sea una herramienta de consulta y seguimiento a las acciones, decisiones y experiencias para tomar desde la Coordinación de Turismo en conjunto de los Operadores y PST, el mejor camino de aplicabilidad turística, según la vocación, oferta, demanda, infraestructura, superestructura, generando y posicionando producto turístico altamente competitivo.

1.3. Características del Manual

Estandarizar las acciones del turismo,

Establecer el Plan Planear (P), Verificar(V) Hacer(H) y Actuar(A)

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN			
	INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DEL TURISMO			
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO			
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 5 de 44

Verificar las responsabilidades de los integrantes del equipo en el Plan de Acción y diferentes actividades siguiendo la consecución del ciclo PVAH cumpliendo con los parámetros del sistema de gestión de calidad del Instituto de Cultura y turismo de Cajicá.

En este manual se pretende aplicar las estrategias con el fin de potencializar la conservación de los recursos naturales, patrimoniales, culturales y paisajísticos del municipio para reducir el impacto ambiental conservando la tradición identidad y cultura de Caicá, contribuyendo al desarrollo socio-económico local; favoreciendo la cadena de valor del turismo.

La generación y aplicación de procedimientos es aplicable a cada una de las empresas que tienen Registro Nacional de Turismo (RNT).

1.4. Responsables: Competencias y Funciones

Director Ejecutivo del IMCTC: Realizar la aprobación del Manual de procedimiento.

Coordinación de Turismo: El siguiente Manual tendrá supervisión permanente por la Coordinación de Turismo. De igual manera deberán realizar acciones de difusión, divulgación y socialización de este y así mismo la aplicación del siguiente manual.

2. Marco normativo

Se entiende por normatividad un conjunto de criterios o fórmulas, con las que se rige la conducta humana. Pueden ser éstas de carácter voluntario o pueden ser obligatorias. Esas normatividades también se ajustan a la naturaleza de las instituciones y sistemas que operan en la sociedad (RAE, ámbito jurídico, P.1).

2.1 A nivel nacional

- Ley 300 de 1996 "Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones".
- Manuales de buenas prácticas para el informador turístico FONTUR.
- Ley 1101 de 2006 "Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones".
- Ley 1558 de 2012 "Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones".
- Decreto 1076 de 1997 "Por el cual se reglamenta el sistema de tiempo compartido turístico".

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

- Decreto 503 de 1997 “Por el cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Guía de Turismo de que trata el artículo 94 de la ley 300 de 1996”.
- Ley 2068 de 2020 por el cual se modifica la ley general de Turismo y se dictan otras disposiciones.
- Resolución 221 de 1999 Código de Ética del Guía de Turismo.
- Resolución 350 de 2022 Por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para el desarrollo de las actividades económicas, sociales, culturales y de Estado.
- Normativa local
- Plan de desarrollo turístico 2018-2035
- Plan de desarrollo municipal

3. Definiciones Previas

Dentro del servicio de los recorridos turísticos, se han priorizado una serie de conceptos que deben ser definidos previa aplicabilidad del presente manual. Especificadas en el Glosario de éste manual.

4. Gestión del turismo

4.1. Capacitación en cultura turística

Introducción

En el siguiente documento se estructura el proceso de las actividades que se desarrollarán en la planeación y ejecución, de los lineamientos establecidos en el fortalecimiento asertivo de las competencias de la línea de acción del turismo en el Municipio.

Aplicando la cultura turística en el municipio de cajica se pretende resaltar la tradición, identidad y cultura del municipio a través de la cadena de valor del turismo para el crecimiento y fortalecimiento de las buenas prácticas de la actividad turística.

Verificación de la normatividad turística de los Prestadores de Servicios Turísticos

Por lo tanto, se hace necesario, realizar un seguimiento anualmente, en la legalidad y formalización de las procesos aplicables diferentes capacitaciones lideradas desde el

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DEL TURISMO			
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO			
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 7 de 44

Viceministerio de Turismo, Idecut, Anato, Cotelco, Asobares; en los diferentes lineamientos que complementan la Calidad Turística del Municipio.

Esta verificación se proyecta realizar anualmente, según corresponda; estas fechas se estipulan, según los plazos que emite Cámara de Comercio y el RUES, para la renovación de Matrícula Mercantil y actualización de Registro Nacional de Turismo:

Etapas de verificación

- Sensibilización sujeta agendar en los meses de febrero y marzo
- Verificación: según agenda en los meses de abril y mayo

La visita la realizará un representante de la Coordinación de Turismo, en compañía de la Policía de Turismo, según programación realizada con un mes de anterioridad, con el fin de verificar agenda de policía de turismo, realizar y divulgar convocaría. Como resultado de la vista a los Prestadores de Servicios Turísticos quedará evidencia física, en el siguiente formato:

MIS-GT-MN-001-FM-003: FORMATO DE VISITA DE PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS:

<https://cloud.culturacajica.gov.co/apps/files/?dir=/Gesti%C3%B3n%20del%20Turismo/FORMATOS&openfile=1698181>

En referencia al Festival del Amasijos y Dulces Busongote, a los Prestadores de Servicios Gastronómicos, se diligencia el siguiente formato; en el cuál se verificarán los documentos que solicitará la Secretaria de Salud y Comité de Gestión del Riesgo.

MIS-GT-MN-001-FM-004 FORMATO CHECK LIST - COMERCIOS CON MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS EN EVENTOS

Objetivo:

Fortalecer a los prestadores de servicios turísticos, la comunidad, turistas y visitantes, del destino y/o territorio para difundir y apropiar los conocimientos, saberes y experiencias de Cajicá Siempre Diferente.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

Estrategia ciclo PHVA (planear, hacer, verificar y actuar):

<p>P</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar oficios, solicitando a la entidad pertinente la capacitación con el profesional idóneo. - Solicitar espacios y equipo audiovisual para realizar encuentro de capacitación. - En caso de requerir transporte solicitar a la persona indicada. - Diseñar la estrategia de convocatoria. 	<p>H</p> <ul style="list-style-type: none"> - Difundir la convocatoria y piezas gráficas de la capacitación por medio físico o virtual, con apoyo del líder de Comunicaciones. -Entregar física o digital de los oficios invitando a la capacitación. - Apoyo logístico para el montaje de la capacitación. - Seguimiento de servicio de transporte. - Formulario de inscripción a la capacitación, por medio virtual. - Acompañar la capacitación.
<p>V</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relacionar planilla de asistencia, físico. - Evidencia fotográfica 	<p>A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de informe a la Dirección ejecutiva, con el fin de relacionar el DOFA y las posibles acciones correctivas.

4.2. PARTICIPACIÓN EN EVENTOS TURÍSTICOS

Introducción

Este proyecto tiene como objetivo promover la participación de los prestadores de servicios turísticos, con la finalidad de brindar la oportunidad de capacitación, visibilizarían, orientación, desarrollo económico y crecimiento del sector turístico.

Objetivos:

Objetivo propio:

Generar una oportunidad para los PST, de divulgación, promoción y posicionamiento de los servicios turísticos, enfocado en la vocación turística del Municipio contribuyendo a la integración del sector, a la dinamización económica y a la innovación de productos turísticos en la Región”.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN			
	INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DEL TURISMO			
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO			
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 9 de 44

Estrategia ciclo PHVA (planear, hacer, verificar y actuar):

<p>P</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar una proyección de participación en el evento (costos, requisitos, cotizaciones, presupuesto). - Según el enfoque del evento, ejecutar el análisis del perfil de los prestadores de servicios turísticos. - Planificar el cronograma de inscripción para participar en el evento. - Planear las actividades para el desplazamiento y ejecución de participación en el evento. - Presentar la proyección del evento ante las directivas del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Cajicá (IMCTC). 	<p>H</p> <ul style="list-style-type: none"> - Divulgar la convocatoria o pieza gráfica del evento en la fan page, página web y por medio de mailing. - Desarrollar el formulario de inscripción. - Solicitar apoyo logístico, transporte y material POP. - Participar activamente el equipo de turismo en los eventos.
<p>V</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relacionar planilla de asistencia. - Evidencia fotográfica 	<p>A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de informe a la Dirección ejecutiva, con el fin de relacionar las acciones correctivas.

4.3. Proyectos provinciales

La Asociación de Municipios de Sabana Centro- ASOCENTRO; se encuentra integrada por los municipios de Cajicá, Chía, Cogua, Cota, Gachancipá, Nemocón, Sopó, Tabio, Tenjo, Tocancipá y Zipaquirá.

Nuestra Asociación fue creada Mediante ordenanza No. 024 del 28 de noviembre de 1990, con el objetivo de impulsar la solidaridad regional de los municipios, en aras de buscar y aunar esfuerzos y recursos, para prestación conjunta de los servicios públicos, obras de desarrollo y fomento a los habitantes. Durante los últimos años el crecimiento y fortalecimiento de la Asociación ha sido no sólo significativo, sino que ha marcado un verdadero cambio en el esquema

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN		
	INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 10 de 44

de integración y desarrollo regional, lo que les confiere a los 11 municipios que la integran, condiciones especiales que merecen toda la atención de los alcaldes en la construcción y puesta en marcha de los instrumentos de planeación y gestión a fin de lograr la articulación con diferentes entidades que permitan potenciar el desarrollo de los mismos.

Asocentro formula, impulsa, desarrolla y administra proyectos de desarrollo integral buscando la articulación y armonización de los planes, programas y proyectos regionales que contribuyan en el ámbito económico, social y ambiental de Sabana Centro y el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes basados en líneas estratégicas enfocadas a corto, mediano y largo plazo que permiten fomentar el desarrollo territorial, inteligente y sostenible, buscando la participación ciudadana, la preservación del medio ambiente, y el desarrollo productivo social y económico que nos ubica como una región competitiva a nivel departamental y nacional.

Durante la vigencia 2021, nuestra Asociación desarrolló actividades, iniciativas y proyectos basados en la reactivación económica, desarrollo y sostenibilidad del territorio, enfocadas a mejorar mediante la intervención de vías urbanas y rurales, la accesibilidad a los municipios, la calidad de vida de las personas, incentivar y proteger el empleo y fortalecer el tejido empresarial, garantizando el desarrollo de proyectos estratégicos a nivel social, económico, ambiental y de infraestructura, que ayuden a solucionar problemáticas en los municipios y que al mismo tiempo impacten en la competitividad empresarial. (Revista gestión 2022)

4.3.1 Plataforma Digital de Sabana Centro

Innovamos con la creación de SABANA CENTRO, una plataforma concentrada en la oferta gastronómica de la región de Sabana Centro, ofreciendo a sus usuarios la posibilidad de encontrar diversas ofertas como restaurantes, parques, museos, eventos y toda la información correspondiente a cada uno, como su contacto, geolocalización, menús y demás elementos que enriquecen la experiencia del usuario. Por otra parte, los comercios pueden registrarse de forma gratuita y realizar sus publicaciones, mostrando al mundo sus mejores platos, eventos, locaciones y en general toda la información del mismo.

Nuestra APP desarrollada que se encuentra disponible en Android y iOS, pone en marcha la reactivación económica y repotenciación de la economía en el país.

A la fecha hemos logrado integrar los 11 municipios con más de 3000 comercios y más de 1 millón de visitas en las plataformas digitales como son la web, app y redes sociales adjuntas con la finalidad clara de mostrar nuestra región como una punta de lanza en el terreno digital y organizacional.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DEL TURISMO			
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO			
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 11 de 44

Por otra parte, para los ejes transversales como la Ciencia, la Tecnología e Innovación y la Competitividad, la asociación ha hecho grandes apuestas regionales, ha permitido que se desarrollen estrategias en materia ambiental, educativa, turística y de seguridad, estrategias que continuarán siendo fortalecidas durante la vigencia 2022, promoviendo la construcción y el reconocimiento de UNA GRAN REGIÓN. (Revista gestión 2022)

4.3.2 Ruta Navideña de Sabana Centro

Objetivos:

- Convertir la Provincia de Sabana Centro en un destino turístico navideño importante, reconocido y considerablemente concurrido por turistas nacionales y extranjeros.
- Aumentar los niveles de ingreso y rentabilidad de los pequeños y medianos operadores turísticos de la Sabana Centro
- Generar una oferta turística navideña atractiva, coherente y articulada con los 11 Municipios de la Sabana Centro, bajo una planificación tecnificada por medio de una gestión sinérgica y eficiente entre las alcaldías, gobernación y operadores turísticos involucrando la policía y la comunidad
- Disminuir la tasa de desempleo del Municipio en temporada Navideña, generando participación activa de artesanos, gastronomía, postres y comerciantes en general

Estrategia ciclo PHVA (planear, hacer, verificar y actuar):

P - Reunión de Planeación de la Ruta Navideña.	H - Prelanzamiento de la Ruta Navideña de sabana centro. - Lanzamiento de la ruta navideña - Recorrido en territorio
V - Actas de reuniones - Videos de prelanzamiento y lanzamiento de ruta navideña.	A - Informe de gestión

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

4.4. Proyectos municipales

4.4.1 inventario turístico

La elaboración del inventario Turístico es una prioridad para el Municipio, en tanto que la ley 300 de 1996 y la ley 1101 de 2006 establecen la obligación de actualizar dicha información, con el propósito de fortalecer y dar a conocer las herramientas para que la Administración Municipal regiones fortalezcan su capacidad técnica en función del desarrollo turístico del Municipio.

El propósito de este Manual es generar una herramienta de utilidad, compartida en todo el país, que. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Turismo).

Objetivo:

Objetivo propio

Realizar una evaluación objetiva (cualitativa y cuantitativa) de los sitios de interés y recursos de los cuales dispone el Municipio, con el fin de seleccionar y establecer las acciones de mejoramiento de su calidad que hagan viable su inclusión en el diseño de productos turísticos, por parte de los Operadores Turísticos del Municipio, con el fin de facilitar el trabajo a los actores municipales del turismo y propicie el diálogo armónico con miras a la diversificación y consolidación de productos competitivos

P	H
<ul style="list-style-type: none"> - Realizar listado de atractivos, clasificación de tipo de patrimonio, clasificación del grupo al que pertenece (Patrimonio material – bienes muebles e inmuebles. Patrimonio material – festividades y eventos. Patrimonio material – grupos de especial interés. Patrimonio inmaterial). 	<ul style="list-style-type: none"> - Levantar información histórica del sitio de interés del Municipio. - Tomar fotografías de los sitios turísticos del Municipio. - Realizar solicitud al área de patrimonio para desarrollar puntuación de los sitios de interés. - Elaboración de fichas técnicas del Inventario Turístico del Municipio de Cajicá - Seguimiento de procesos de mantenimiento a los sitios de interés turístico del Municipio.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DEL TURISMO			
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO			
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 13 de 44

V - Fichas técnicas.	A - Actualización de fichas técnicas del Inventario Turístico del Municipio de Cajicá.
--------------------------------	--

PRODUCTO TURISTICO DE CAJICA

Desde la Coordinación de Turismo se apoya, gestiona y soporta los procesos de conformación de Producto Turístico por parte de las Agencias Operadoras y/o guías de turismo, fortaleciendo y brindando los insumos para que realicen el costeo, logística y operación de recorridos turísticos propios.

Objetivo del producto Turístico

- Satisfacer necesidades y/o deseos de los consumidores.
- Generar preferencia con respecto a los productos competidores.
- Lograr eficiencia (procesos) y eficacia (resultados).
- Imprimir carácter de diferenciación y valor agregado
- Crear oportunidades de empleo.
- Estimular la creación de pequeñas y medianas empresas.
- Conservación y puesta en valor de la cultura local.
- Atraer inversión nacional y extranjera.
- Creación de nuevos mercados para los productos y servicios.
- Promover usos alternativos del suelo.
- Incrementar ingresos fiscales.
- Comercialización y venta de servicios y productos turísticos

Identificación de las características del producto turístico

- Fomento de Tradiciones del Municipio
- Diseñado con lineamientos establecidos en las tendencias del turismo
- Proyectar la vida útil del producto turístico, de acuerdo a la vocación del Municipio
- Susceptible a mejora continua, cumpliendo parámetros de Calidad turística
- Establecer Perfil del cliente

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

Recorridos Institucionales

<https://www.turismocajica.gov.co/recorridos-turisticos/>

<https://www.turismocajica.gov.co/recorridos-turisticos/#cronograma>

Objetivo del recorrido turístico

Brindar una guía que indique el proceso de planteamiento, enfoque y alcance de la construcción de las rutas institucionales propuestas por el equipo de trabajo de la coordinación de turismo, brindando una alternativa de turismo en el Municipio de Cajicá siendo este un territorio turístico diferente y con múltiples alternativas en su vocación de **Turismo Cultural**: Gastronómico, religioso, ancestral, música, arte, compras, urbano, entre otros. **Turismo de Reuniones**: Negocios, incentivos, congresos, ferias, eventos, grandes espectáculos. **Turismo de Naturaleza**: Aventurismo, agroturismo, bici turismo, senderismo, rutas temáticas.

La Política de turismo cultural resalta la potencialidad del turismo para articular procesos de identificación, valoración, competitividad, sostenibilidad y difusión del patrimonio cultural. En este sentido, esta política busca fomentar el turismo cultural por Colombia e incentivar a nacionales y extranjeros a conocer y apropiarse las costumbres y el patrimonio material e inmaterial del país. De esta manera, se intenta generar beneficios a la comunidad, así como los medios y motivaciones para cuidar y mantener el patrimonio cultural, garantizando la sostenibilidad de los sectores cultural y turístico. (Min cultura, p.1).

Objetivo de los recorridos turísticos

Establecer el manual de procedimientos de las Rutas Institucionales donde se evidenciará la construcción, planificación y alternativas de turismo en el Municipio de Cajicá e impacto de cada recorrido institucional.

Alcance

Brindar una guía clara, oportuna y efectiva a turistas, visitantes y residentes que estén interesados en realizar los recorridos en el Municipio de Cajicá.

Recorridos institucionales

Recorrido Arbóreo

El recorrido Arbóreo se puede vivir por medio de la fan page de Turismo en el siguiente enlace:

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DEL TURISMO			
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO			
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 15 de 44

<https://www.turismocajica.gov.co/recorrido-arboreo/>

Este proyecto se enfoca en conocer, apropiarse y conservar especies nativas y disfrutar de una alternativa Turística denominada Recorrido Arbóreo por el Parque Enrique Cavelier, para promocionarlo con la comunidad interesada del municipio de Cajicá, Visitantes, y Turistas. Durante este recorrido se van a identificar los diferentes individuos arbóreos, principales características, usos, fauna asociada, funciones, longevidad, y descripción de cada uno de los árboles que se encuentran en este lugar. Implementando la arboterapia, que sostiene que el aire de los árboles es beneficioso, ya que contiene grandes cantidades de iones negativos de oxígeno, que ayudan a estimular y armonizar los procesos vitales, la esfera psíquica y emocional, el sistema inmune se refuerza, la circulación se activa y los procesos de recuperación son estimulados abrazando los individuos arbóreos.

Objetivos

Objetivo General:

Promover la participación de la comunidad Cajiqueña en el Recorrido Arbóreo del parque Enrique Cavelier de Cajicá, propuesto por el equipo de trabajo de la Coordinación de Turismo, del IMCTC, rescatando el valor de los individuos Arbóreos en nuestro entorno social, cultural, familiar, turístico, para conocer la importancia de la flora en el municipio de Cajicá.

Objetivos Específicos:

- Rescatar la importancia de los individuos Arbóreos en el ecosistema del parque principal de Cajicá.
- Fortalecer y difundir con la comunidad en general del municipio de Cajicá, (niños, jóvenes, y adultos,) nuestra biodiversidad para el cuidado y mantenimiento de la flora de este lugar.
- Crear campañas de sensibilización y preservación del medio ambiente, con la comunidad del municipio de Cajicá.
- Motivar la participación y el interés de la comunidad Cajiqueña, en las actividades propuestas por el IMCTC.
- Brindar espacios lúdico-recreativos, para rescatar valores y tradiciones del municipio.
- Compartir y Socializar con diferentes tipos de población y municipios cercanos, para fortalecer la interacción social a nivel local, regional, y nacional.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

Justificación

Este proyecto se realizará con el fin de implementar una actividad turística Eco Ambiental, mostrando en un recorrido arbóreo, la importancia que tienen los individuos en nuestro ecosistema, para salvaguardar y rescatar la flora del parque Enrique Cavelier de Cajicá. Valorando la presencia que tienen los árboles en la oxigenación de los seres humanos y en el hábitat de nuestra fauna asociada; para nuestra comunidad cajiqueña, a nivel local y regional. Promovemos la participación de la comunidad en actividades y alternativas a nivel local, que permitan el disfrute de los cajiqueños y ofrezcan posibilidades de recrearse y disfrutar del medio ambiente y el entorno.

Recorrido Turístico y Educativo

<https://www.turismocajica.gov.co/centro-de-interes-leyendo-a-cajica/>

Video de Ruta Educativa

https://www.youtube.com/watch?v=y78Et_W5CMU

Recorrido Turístico virtual: Senderos del arte

<https://www.turismocajica.gov.co/ruta-sendero-del-arte/>

El Recorrido Turístico y Educativo se puede vivir por medio de la fan page de Turismo en el siguiente enlace:

Objetivo general

Diseñar actividades lúdicas como estrategia que permita a los participantes conocer e identificarse con la diversidad cultural y natural de su municipio, con el fin de generar cultura turística.

Procedimientos

En este plan de acción proyectamos llegar a los niños que se encuentran estudiando en los colegios públicos y privados del Municipio de Cajicá, proporcionando a los niños, niñas y adolescentes un conocimiento cultural y turístico; mediante actividades lúdico-educativas, según las edades y entorno institucional.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DEL TURISMO			
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO			
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 17 de 44

Desde la Coordinación de Turismo de Cajicá y en conjunto con la secretaría de Educación del Municipio, se proyecta socializar y capacitar a los jóvenes de los grados 9, con el fin que sean voceros dentro de la misma Institución Educativa, con el propósito de también de dar cumplimiento a las horas de servicio social, solicitadas por el Ministerio de Educación del grado en mención. Se realizó una prueba piloto en Instituciones Educativas Públicas y privadas del Municipio. Cabe resaltar que para la creación de los juegos se realizó lluvia de ideas para determinar qué actividades realizar, selección de actividades para niños y jóvenes, búsqueda de información base para la definición de los juegos, planteamiento de las reglas y materiales y por último planteamiento de preguntas como apoyo de los juegos didácticos.

Resultado

Uno de los resultados de este trabajo es el cuestionario de preguntas sobre el patrimonio cultural y natural de la región y principalmente de Cajicá. El segundo es un video que reúne todo lo que se investigó, los juegos y la prueba piloto. Las actividades están diseñadas para despertar el interés en los niños y jóvenes en conocer su municipio, para que se sientan orgullosos y quieran mostrarlo a través del turismo. Se presentan los 3 productos seleccionados por el grupo de estudiantes, que son los juegos de jenga, pimpón y baile de la silla.

Luego de esta socialización de proyecto, la secretaria de Educación da vía libre para empezar con las Instituciones Educativas Publicas del Municipio.

Recorrido Dulce

El Recorrido Dulce se puede vivir por medio de la fan page de Turismo en el siguiente enlace:

<https://www.turismocajica.gov.co/recorrido-dulce-cajica/>

La Ruta Dulce es una ruta que se viene organizando desde el año 2020 y desde el área de Coordinación de Turismo, este proyecto tiene como fin promocionar los establecimientos que hacen parte del Festival de Amasijos y Dulce Busongote, el cual se realiza el tercer fin de semana del mes de junio de cada año. A raíz de este festival se posiciona Cajicá como un destino gastronómico, donde se resalta igualmente la tradición de Amasijos y Dulces, en las diferentes categorías gastronómicas establecidas en la convocatoria del Festival.

Conclusión

La Ruta Dulce es un escenario para promoción los establecimientos que participan en el Festival de Amasijos y Dulces Busongote, cómo repostería, heladería y demás productos dulces, en

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

donde al visitante o turista le brindan un excelente espacio para que puedan promocionar tanto los establecimientos como la variedad de productos tradicionales y propios de cada negocio, al mismo tiempo brinda la oportunidad de mostrar a Cajicá como un Municipio no solo que sobresale culturalmente sino también por su gastronomía. También da a conocer a los Cajiqueños y turistas espacios para compartir amablemente en familia y allegados, deleitándose de las delicias hechas en el Municipio de Cajicá para Cajicá y todo el Mundo y vivir una experiencia siempre diferente.

Recorrido Agroturístico

El Recorrido Agroturístico se puede vivir por medio de la fan page de Turismo en el siguiente enlace:

<https://www.turismocajica.gov.co/recorrido-agroturistico/>

Introducción.

La concepción y planeación de este recorrido turístico, liderado por la coordinación de turismo es proyectar una interacción de las diferentes unidades productivas, que estén interesadas en participar ofreciendo un servicio vivencial, experimentando el proceso gastronómico desde sus raíces; incluyendo la visitas a sitios de interés turístico del Municipio recorriendo lugares emblemáticos de Cajicá y apoyando el comercio local (artesanos, repostería, entre otros).

Objetivo General

Implementar en el municipio de Cajicá una Recorrido Agroturístico con el fin de fomentar e incentivar a los locales y turistas a visitar a Cajicá, con la finalidad de vivir una experiencia innovadora en las unidades productivas “Cocinando desde las raíces”, experimentando la labor del campo.

Objetivos Específicos

- Realizar un análisis de las unidades productivas que participarán en el recorrido.
- Fortalecer las unidades productivas brindándoles capacitación, en conjunto con la secretaría de Ambiente y Desarrollo Rural.
- Proyectar al Municipio de Cajicá, en tipología de turismo de naturaleza, específicamente en la línea de Turismo rural comunitario y agroturismo.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DEL TURISMO			
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO			
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 19 de 44

Metodología

El desarrollo de este proceso de diseño de la Ruta Agro-turística se realizará con apoyo de la secretaría de Ambiente y desarrollo rural, con el fin de poder seleccionar las unidades productivas dispuestas a participar de este proyecto, desde la coordinación de turismo se brindará todo el apoyo para la creación de sus servicios y acompañamiento en la gestión de capacitación con el fin de fortalecer y mejorar los servicios prestados, siendo este un factor importante para la satisfacción del turista, brindando un producto sostenible y con estándares de calidad.

El recorrido será una experiencia vivencial donde los turistas podrán percibir toda la producción del producto final que será servido en sus mesas, la propuesta “Cocinando desde las raíces” les brindará la oportunidad de conexión con la naturaleza, cultura y tradición de los Cajiqueños.

Recorrido Turístico Religioso

<https://www.turismocajica.gov.co/centro-de-interes-leyendo-a-cajica/>

Objetivo General

Crear y diseñar un producto turístico Religioso del Municipio de Cajicá en una alianza colectiva, resaltando su importancia y belleza.

Objetivos Específicos

- Proyectar y ejecutar el Recorrido Religioso en el marco del Centenario de la Iglesia Inmaculada Concepción y replicarlo en las demás parroquias.
- Operar el recorrido religioso también de manera incluyente, dando así la oportunidad de un turismo accesible con capacidades diversas.
- Impulsar el turismo en el municipio, generando sentido de pertenencia a los cajiqueños, visitantes y turistas.
- Construir una narrativa turística para el recorrido de las iglesias de Cajicá, siendo pioneros a nivel de Cundinamarca, en la ejecución de recorridos religiosos accesibles e incluyentes.

Metodología

El desarrollo de este recorrido religioso se da inicio con la expectativa de ejecutar alianzas, solicitando el permiso para ejecutar el recorrido en la parroquia con el sacerdote encargado de la

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

misma, llevando a cabo las reuniones pertinentes con el fin de asignar responsabilidades, estipuladas en un plan de acción, el cronograma de recorridos y la narrativa o guion según los lineamientos del historiador Jorge Lombana y el Mtro. Sebastián Venegas.

Se ejecutó la prueba piloto y la aprobación del Pbr. Miguel Díaz para realizar las actividades proyectadas.

Impacto

Contar la historia de la Iglesia Inmaculada Concepción y su tradición religiosa. De la misma manera socializar el valor arquitectónico en el marco del Centenario de la misma, resaltando su belleza artística y su importancia cultural por medio de los vitrales, esculturas, óleos y los diferentes escenarios que impactan a lugareños, visitantes y turistas.

Conclusión

El lanzamiento del recorrido religioso se realizó el día 27 de septiembre del 2023 en el marco del día mundial del turismo, se plantea la idea de realizar la recopilación de memoria histórica de cada una de las parroquias del Municipio, generando un guion o una narrativa turística y así realizar el recorrido completo.

Formatos:

Cronograma y preinscripción de recorridos turísticos	<p><u>Preinscripción recorridos:</u></p> <p>https://forms.gle/WkEjQhbTsvDRt3eX9</p> <p><u>Cronograma recorridos turísticos institucionales:</u></p> <p>https://cloud.culturacajica.gov.co/apps/files/?dir=/Gesti%C3%B3n%20del%20Turismo/FORMATOS&openfile=1543151</p>
Inscripción al recorrido	<p><u>Inscripción presencial al recorrido</u></p> <p>https://docs.google.com/spreadsheets/d/146rr5q0VsldeIsSM744xKyIoS9CEntdC/edit?usp=sharing&ouid=115888542900174491916&rtpof=true&</p>

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DEL TURISMO			
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO			
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 21 de 44

	<u>sd=true</u>
Encuesta de satisfacción	<u>https://forms.gle/FUssmW9nzcEP3GMGA</u>

5. Marca ciudad

Campaña de sensibilización de marca ciudad

Introducción

La marca ciudad es un activo estratégico que integra e inspira temas tan relevantes como: las personas, la cultura, el turismo y la relación socio- económica. Son estos pilares los que determinan la inspiración y los insumos del proyecto.

Desde la Coordinación de Turismo se diseñó una Campaña de Sensibilización sobre Marca Ciudad “Cajicá Siempre Diferente” en los diferentes eventos, reuniones y convenciones, dirigidas desde el Instituto de Cultura y Turismo y la Administración Municipal, con el fin de generar recordación e identidad en la comunidad Cajiqueña, visitantes y turistas.

Objetivo

Generar sentido de pertenencia e identidad de la Marca Ciudad “Cajicá Siempre Diferente” en los Prestadores de Servicios Turísticos y Comunidad en general.

<p>P</p> <ul style="list-style-type: none"> - Solicitud de permiso a las entidades para difusión de la campaña Marca Ciudad a los visitantes en las Ferias y Eventos. - Solicitud a prensa y comunicaciones y cubrimiento fotográfico. 	<p>H</p> <ul style="list-style-type: none"> - Confirmar permiso de las entidades - Confirmar apoyo de prensa y comunicaciones. - Alistar material POP para entregar (bolsas, Stalker, separadores)
---	--

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN		
	INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023
			Página 22 de 44

V	A
<ul style="list-style-type: none"> - Relacionar planilla de asistencia. - Evidencia fotográfica 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de informe a la Dirección ejecutiva, con el fin de relacionar las acciones correctivas.

6. Festival de Amasijos y Dulces, Busongote

Introducción

Busongote, Festival de Amasijos y Dulces, es un evento institucional establecido por el acuerdo *05 del año 2019*, es el único festival específico para esta línea gastronómica a nivel Nacional, lo que posiciona a Cajicá como pionera en el fortalecimiento de identidad, turismo y gastronomía; contribuyendo a la dinamización de aspectos relevantes de los elementos identitarios cajiqueños, tal y como lo son los derivados lácteos, los amasijos y los dulces, posicionando al Municipio dentro del espectro turístico departamental y nacional, donde a partir de la presentación de una alta variedad de productos gastronómicos, se fortalezca el pilar de desarrollo económico basado en el Turismo.

Objetivo

“Busongote, Festival de Amasijos y Dulces” Es una estrategia para promover las relaciones interculturales, generando la integración local, regional, departamental, nacional e internacional de tradiciones culinarias autóctonas, en torno a productos típicos que giran alrededor de Amasijos y Dulces del Municipio.

Estrategia ciclo PHVA (planear, hacer, verificar y actuar):

P	H
<ul style="list-style-type: none"> - Realizar una proyección de participación en el evento (costos, requisitos, cotizaciones, presupuesto). - Diseñar la convocatoria por medio de resolución para establecer los parámetros y requisitos del evento Busongote, festival amasijos y dulces. 	<ul style="list-style-type: none"> - Socializar la proyección y ejecución del evento al Director Ejecutivo y ejes misionales del IMCTC. - Publicar y divulgar la resolución por los diferentes medios de comunicación de la Coordinación de Turismo. - Recepcionar y filtrar la documentación de los participantes

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DEL TURISMO			
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO			
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 23 de 44

<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar plan de contingencia y planimetría del evento. - Gestionar acuerdos con la Academia, para fortalecer a los expositores del evento. 	<p>(expositores).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Socializar el Plan de contingencia y planimetría del evento con la finalidad de elaborar una amalgama de estrategias en pro de la ejecución del mismo; fortaleciendo alianzas con las diferentes secretarías de la Administración Municipal (Gestión del Riesgo, Secretaría de Salud, Secretaría de Movilidad, Epc, Secretaría de Educación, Área de Eventos del IMCTC, Área de Prensa y Comunicaciones) - Realizar capacitaciones académicas y su respectivo seguimiento. - Solicitar apoyo logístico, transporte y material POP.
<p>V</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verificación de documentos. - Evidencia fotográfica. - Realizar diagnóstico de indicadores de ventas en el evento. 	<p>A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de informe a la Dirección ejecutiva, con el fin de relacionar las acciones correctivas. - Realizar seguimiento para pago oportuno de los ganadores del evento.

7. Concurso de Pesebres

Introducción

Es un evento organizado por el Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Cajicá, según Acuerdo Municipal N. 02 de 2023 se institucionalizó el concurso de pesebres, el cual lo lidera la Coordinación de Turismo.

Se promueve la participación de toda la comunidad cajiqueña, persona jurídica, natural, artesanos, empresas y demás comercios en diferentes materiales.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN		
	INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023
			Página 24 de 44

El concurso de pesebres, está sujeto al reglamento interno ya que cuenta con categorías específicas y otras normativas.

Objetivo

Rescatar la tradición decembrina con la participación de la comunidad cajiqueña con la elaboración de pesebres, teniendo en cuenta la línea artesanal y la vocación del Municipio, fomentando así el trabajo en equipo y promoviendo el encuentro de la comunidad en general.

Estrategia ciclo PHVA (planear, hacer, verificar y actuar):

<p>P</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar una proyección del concurso). - Diseñar la convocatoria por medio de link de inscripción para establecer los parámetros y requisitos del concurso, (asesoría con artesanías de Colombia) - Desarrollar planimetría de la exposición de los pesebres a concursar, teniendo en cuenta que el lugar es el Centro Cultural y de Convenciones de Cajicá (1ro, 2do y 3er piso) - Gestionar acuerdo para que el concurso se institucionalice. - Solicitar apoyo para idear pieza gráfica que identifique el concurso de pesebres. 	<p>H</p> <ul style="list-style-type: none"> - Campaña de expectativa con anterioridad en las redes sociales y página web. - Publicar y divulgar los parámetros de participación en el concurso de pesebres y link de inscripción por los diferentes medios de comunicación de la Coordinación de Turismo. - Recepcionar y filtrar la documentación de los participantes (expositores). - Gestionar la participación de personas idóneas como jurados del mismo. - Solicitar apoyo logístico, inauguración y exposición, la cual se efectuará en el transcurso del mes de diciembre.
<p>V</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verificación de documentos. - Evidencia fotográfica. - Verificar ficha de evaluación, con los respectivos ítem. 	<p>A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inauguración, exposición y premiación de los concursos participantes. - Realizar seguimiento para pago

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DEL TURISMO			
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO			
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 25 de 44

	oportuno de los ganadores del evento.
--	---------------------------------------

8. Turismo MICE

Introducción

En la actualidad, uno de los tipos de turismo que después de la pandemia ha encontrado la vereda para su recuperación, es el **turismo MICE** o también conocido como **de negocios**. Una actividad que anualmente mueve 280 millones de turistas por el mundo en busca de congresos, reuniones o convenciones.

El turismo MICE es el concepto que engloba al turismo internacional de negocios; **el término MICE proviene de las primeras letras de las palabras en inglés: Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions**, (Reuniones, Incentivos, Conferencias y Eventos). (Entorno Turístico, 24 agosto 2024)

Objetivo

- Incentivar y promocionar el Centro Cultural & Convenciones de Cajicá, como sitio de realizar eventos de diferente temática, provenientes a nivel nacional e internacional.
- Promover a los Prestadores de servicios turísticos en capacitarse en cultura turística especializada en atención del cliente de este perfil, generando mayores ingresos.
- Promocionar al Municipio como destino de Turismo Mice y pionero en Cundinamarca, en implementar esta tipología de turismo.
- Realizar convenios a nivel Nacional con el fin de captar el mercado de Mice al municipio.

Características del Turismo MICE

Derrama económica

Es un tipo de turismo que genera una mayor derrama económica que el turismo clásico. El gasto promedio del turista MICE es de **210 dólares al día**, mientras que el del turista convencional es de sólo 149 dólares.

No es estacional

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

Una de las principales ventajas que tiene el turismo MICE es que **no depende de una sola temporalidad**, ya que los diferentes congresos, convenciones y demás eventos se pueden desarrollar a lo largo del año, atendiendo las distintas temáticas del mercado.

Tiempo de estancia

La estancia promedio del turista convencional es de alrededor de 7 días, mientras que el turista MICE tiene un promedio de **4 días de pernocta** en el destino donde se celebra la actividad a la que asiste.

Promueve los destinos

Diferentes destinos apuestan por una inversión importante para tener la infraestructura necesaria para albergar eventos de turismo MICE, lo que aparte de atraer a distintas organizaciones, también propicia que el destino aparezca en el mapa.

Estrategia ciclo PHVA (planear, hacer, verificar y actuar):

P - Programar acercamiento al Bureau de Bogotá	H - Capacitación del equipo de la Coordinación de Turismo en la Feria turística de Anato 2022.
V	A - Solicitud de visita al Centro Cultural y de Convenciones

9. Manual punto información turística

9.1. Objetivo general

Garantizar el servicio de atención en el Punto de Información Turística de manera presencial, telefónica o virtual, con el fin de brindar un servicio de manera oportuna y cordial satisfaciendo las necesidades y requerimientos de los residentes, visitantes y turistas nacionales o extranjeros y al mismo tiempo fortalecer el Municipio como un Territorio Turístico, dando a conocer su vocación y Marca Ciudad.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

9.2. Objetivo del documento.

Establecer el manual de procedimientos del Punto de Información y plasmar las actividades y funciones que desde allí se ejecutan con el fin de garantizar la seguridad y transparencia del servicio establecido y enmarcado en el ciclo PHVA.

9.3. Alcance.

Brindar una información clara, oportuna y efectiva a residentes, visitantes y turistas que así lo requieran sobre la vocación turística de Cajicá, sitios de interés y promoviendo la Marca Ciudad.

9.4. Definiciones previas.

Dentro del servicio del Punto de Información Turístico, se han priorizado una serie de conceptos que deben ser definidos previa aplicabilidad del presente manual. Especificadas en el Glosario.

9.5. Componentes de la Gestión de Punto de Información Turística.

“Captar la fidelidad del turista... Será cada vez más exigente”.

Por tal motivo hay que reconocer que el trabajo como informador va más allá de lo disciplinar es importante tener en cuenta que tiene como funciones:

- Ofrecer información básica del destino.
- Promocionar las actividades del destino e incentivar la permanencia y consumo de actividades turísticas del mismo.
- Planificar y proponer alternativas de visita a través de recorridos de acuerdo con el gusto, necesidades, deseos, morfología y tipología de turista que se acerca a consultar información.
- Conocer la dinámica económica, social y ambiental de la región, promoviendo el desarrollo de actividades sostenibles y responsables por los turistas.

Para el desarrollo del presente Manual, se abordarán específicamente los frentes las características y funciones que se realizan en el espacio del Pit y como informador turístico:

9.6 Pauta Para La Atención Al Turista

El informador siempre debe tener presente los valores éticos fundamentales para la convivencia, con el fin de brindar una atención cordial, amable y respetuosa con el turista o comunidad generando una comunicación asertiva y eficiente.

9.7. Pautas para la Presentación del PIT

- Mantenga el PIT aseado y ambientado.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

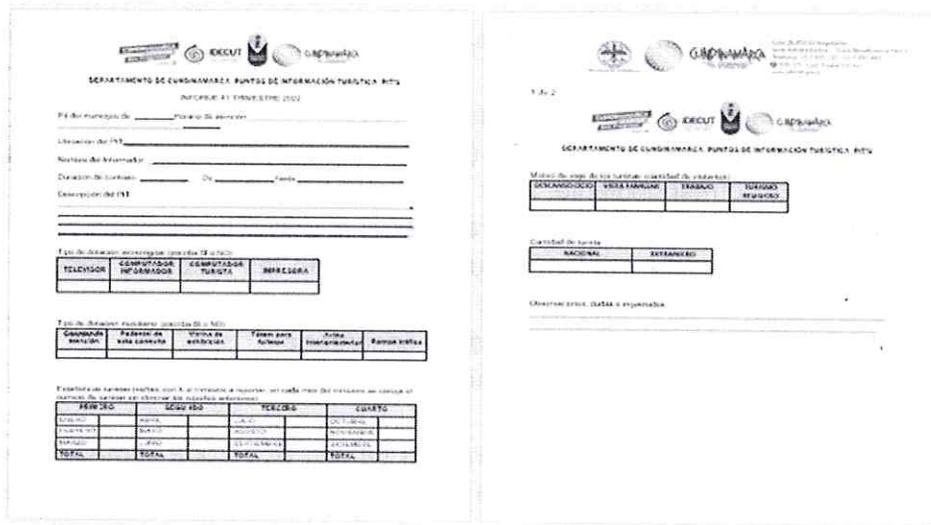
- Separe el material promocional del destino, del material de los prestadores de servicios turísticos.
- Evite mantener el material distribuido por todo el PIT.
- Al momento de presentar alguna PQR, (preguntas, quejas y reclamos), por escrito diligencie el formato correspondiente, pero si la queja es verbal preste atención a lo que el turista expresa, escuchando detalles para obtener la mayor información posible.
- Presente disculpas al turista e informe que se tomarán las medidas necesarias para mejorar el servicio.
- Traslade la queja al coordinador del PIT o área encargada.
- En ningún momento deberá recaudar dinero del turista, por la información o el servicio prestado, ni el material brindado.
- No conteste llamadas personales atendiendo al turista. Si es una llamada laboral que espera y es importante, le pedirá permiso al turista para contestar. Al momento de hacerlo ser discreto.
- Cualquier inconveniente laboral que se presente, será resuelto sin perder la compostura y manteniendo correcto vocabulario y un tono de voz moderado.
- Si el PIT cuenta con línea telefónica, atienda las llamadas pronunciando: El nombre del Pit, buenos días/buenas tardes, le habla... ¿en qué puedo ayudarle?
- Contar con la publicidad reglamentaria como lo es Ojos en Todas Partes, El correspondiente diploma de las informadoras del curso del ESCNNA, Código de Conducta y el Artículo 19 de la ley 1335 de 2009 visibles en el PIT.

9.8. Información que se Debe Mantener en el Pit.

- Mantener la base de datos de los prestadores de servicios turísticos de su destino actualizada.
- Conocer la información turística del destino, sus principales atractivos, su agenda cultural y datos básicos (población, altura, división regional, etc.).
- Responder las solicitudes de información de los compañeros de la Red Departamental PITS.
- Mantener actualizada la programación de temporadas de cruceros para las regiones que tengan PITS con acceso a estos servicios turísticos.
- Mantener actualizada la programación

9.9. Estadísticas Turistas atendidos.

El formato que relacionamos a continuación es la planilla de asistencia que el Pit de Cundinamarca y el IDECUT, maneja para llevar las estadísticas en el departamento.



SEPTIEMBRE DE CUNDINAMARCA PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA RITV
 INICIAR EL 11 DE SEPTIEMBRE DE 2022

El municipio de _____ Provincia de _____

Ubicación del PIT: _____

Número del formulario: _____

Duración de la jornada: _____ Días _____ Horas _____ Minutos

Descripción del PIT: _____

Tipo de Atención:

TELEFÓNICA	COMPUTADOR	COMPUTADOR	COMPUTADOR	COMPUTADOR
	INFORMADOR	TURISTA	INFORMADOR	INFORMADOR

Tipo de Atención:

Comercio	Administración								
Industria	Administración								

País de origen:

PERU	COLOMBIA	ECUADOR	ARGENTINA	CHILE	BRASIL	ESTADOS UNIDOS	OTROS

País de origen:

PERU	COLOMBIA	ECUADOR	ARGENTINA	CHILE	BRASIL	ESTADOS UNIDOS	OTROS

<https://forms.gle/Y5G3otqgspPifqjy7>

9.10. Actividades de Socialización, Punto de Información Itinerante

Marca Ciudad “Cajicá Siempre Diferente”, con el apoyo del Punto de Información Itinerante se tiene un alcance en los diferentes eventos organizados a nivel local, regional y nacional.

1. Campaña de expectativa en redes sociales.
2. Mercados Verdes
3. Retretas y Pasajes rurales
4. Comercios
5. Administración Municipal
6. Colegios Privados
7. Descentralizados

9.11. Recolección de Data

Planillas internas avaladas por el área de Calidad

1. Información:

- a) Nombres y Apellidos
- b) Correo Electrónico
- c) Nacionalidad
- d) Lugar de Procedencia
- e) Edad

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN		
	INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023
			Página 30 de 44

- f) Género
- g) Número de Turistas
- h) Motivo del viaje
- i) Motivo de la consulta
- j) Duración de la visitante
- k) Tipo de hospedaje
- l) Teléfono
- m) Permite tratamiento de datos DATA
- n) Medio de Transporte
- o) Fecha

Posterior al registro ya mencionado desde el Punto de Información se enviará por medio de correo electrónico o telefónico información actualizada del Municipio, eventos o información requerida por el visitante, claro está si autoriza el tratamiento de datos.

9.12. Divulgación oferta turística. Tótem Digital

En el PIT se encuentra información y publicidad de los operadores Turísticos, con el fin de entregar a visitantes dicha publicidad, brindando de tal manera un apoyo incondicional a los operadores del Municipio, siendo un canal comunicativo y promocional para el fortalecimiento y crecimiento económico de Cajicá.

9.13. Funcionamiento del Punto de Información Turística.

Con el fin de brindar un adecuado servicio en el Punto de Información Turístico se establecen normas y oportunos procesos:

- Brindar atención en los horarios establecidos (lunes a domingo de 9:00 am a 4:00 pm).
- Mantener el Punto de Información en perfecto estado en cuanto limpieza y adecuación, con el fin que tanto los visitantes como el propio informador se sienta en un lugar armonioso y agradable.
- El informador debe ser muy cordial y respetuoso a la hora de mantener comunicación con el visitante.
- Brindar la información adecuada y de manera eficiente ante la solicitud o requerimiento del visitante.
- Impulsar el Municipio (sitios de interés, operadores turísticos, eventos, recorridos, Marca Ciudad, etc.) con el fin de generar un crecimiento económico de Cajicá.
- Registrar la visita del turista o residente en las planillas tanto internas avaladas por el área de Calidad como la planilla de la Red Departamental de Cundinamarca avalada por el IDECUT.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DEL TURISMO			
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO			
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 31 de 44

- Invitar el regreso pronto a visitar Cajicá.
- Se estableció una encuesta con el fin de medir el nivel de satisfacción en el punto de información, el cual se asignó el siguiente link:
<https://forms.gle/5VhTMgarwmYLLi386>

9.14. Reglamentación del Punto de Información

Cundinamarca cuenta con el mayor número de Puntos de Información Turística en el país (PIT), espacios que brindan información gratuita y especializada a los turistas nacionales y extranjeros que visitan su territorio.

De acuerdo con un informe del Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca (Idecut) con apoyo del Fondo Nacional de Turismo (FONTUR), desde 2013 se trabaja en esta estrategia que les permite a los turistas conocer de primera mano los detalles de los diferentes atractivos turísticos del departamento a través de los Puntos PIT y que "sirven para ofrecer toda la oferta turística que tiene el destino y gracias a ellos Cundinamarca está creciendo en el sector de turismo" señaló el gerente del Idecut, Juan Ramón Jiménez.

A la fecha, Cundinamarca tiene un total de 13 puntos y el Idecut actualmente realiza un trabajo para incluir otros puntos que ya se tienen identificados e instalados y los cuales vienen trabajando bajo el concepto de la red, según afirmó, Iván Flórez Vergara, encargado de los Puntos de Información Turística en Colombia.

El objetivo de este proyecto es alargar la estadía de los turistas en el lugar que visita, ya sea en el momento exacto que hacen la consulta en el PIT o para que conozcan los atractivos turísticos del lugar y programen una próxima visita al municipio.

"Los PIT son muy importantes para Cundinamarca debido a que se han convertido en el eje donde las personas pueden articular y tener el conocimiento pleno cuando llegan algún destino turístico de qué atractivos turísticos encuentran en el sector" afirmó la subgerente de turismo del Idecut, Sandra Hoyos Acosta.

9.15. Seguimiento, indicadores e informes:

La asistente de la coordinación de turismo es la encargada de realizar los informes trimestrales que se envían a la red departamental de puntos de información turística.

Cronograma de entrega de las estadísticas son:

Primer trimestre: (enero-febrero-marzo) primeros 10 días de abril, segundo trimestre: (Abril-mayo-junio) primeros 10 días de julio, tercer trimestre: (Julio-agosto-septiembre) primeros 10 días de octubre, cuarto trimestre: (Octubre-noviembre-diciembre) 15 de diciembre.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN			
	INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DEL TURISMO			
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO			
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 32 de 44

10. Marca Ciudad

Crear una campaña de sensibilización cultural transmitiendo un sentido de pertenencia a los raizales, turistas y visitantes del Municipio, resaltando la intención y descripción del estudio de mercado que se realizó para la implementación de la marca.

10.1. Planeación de socialización de Marca Ciudad

Socializar la Marca Ciudad, dando a conocer su importancia y explicando el significado de cada icono y su relación con el Municipio de Cajicá generando expectativas de experiencias diferentes.

10.2. Iconos:

Son abstracciones que ayudan a complementar la experiencia de la marca Ciudad.



	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023



10.3. Ciclo de socializaciones.

Por medio de programas de capacitación dar a conocer la importancia y el significado de La Marca Ciudad.

Secretarías de la Administración: Es muy relevante que exista una articulación para el cumplimiento de los objetivos planteados, por lo que es indispensable que todas las secretarías tengan conocimiento de la Marca Ciudad, lo que nos identifica como cajiqueños y como un Municipio siempre diferente.

Instituto Municipal de Cultura y Turismo: En cabeza del Director Ejecutivo y la Coordinación de Turismo se realizan diferentes capacitaciones y socializaciones de la Marca Ciudad, con el fin que todos los colaboradores se apropien de la misma y se identifiquen con ella, generando sentido de pertenencia hacia el Municipio.

Residentes: Principalmente es indispensable que todos los Cajiqueños se identifiquen con el Municipio donde residen, que conozcan lo que proyecta la Marca Ciudad y la importancia que tiene en cuanto a la historia y el progreso que brinda Cajicá para el Mundo.

Visitantes y Turistas: Dar a conocer a Cajicá como un atractivo Turístico, brindando información relevante de su historia y crecimiento por medio de la Marca Ciudad y sus pictogramas, generando de tal manera una expectativa de seguir visitando y conociendo el Municipio de Fortaleza de Piedra, el cual siempre brinda experiencias siempre diferentes.

Ferias Negocios Verdes y Sostenibles CAR: Dentro de los programas que lidera la Corporación Autónoma Regional CAR se encuentran las Ferias de Negocios Verdes, las cuales se realizan el primer domingo de cada mes en el municipio de Cajicá, por esta razón desde la Coordinación de turismo se diseñó una campaña de sensibilización y divulgación de la Marca Ciudad a los visitantes de las ferias.

Instituciones Educativas: Con el programa Colegios Amigos del Turismo CAT liderado por el Viceministerio de turismo dirigido a los Colegios Públicos con el objetivo de promover la cultura

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

turística en niños y la apropiación del territorio, Cajicá se vinculó al programa con algunos Instituciones Educativas con las que se está realizando la Campaña de sensibilización y divulgación de la Marca Ciudad en el medio educativo.

Comercio: Desde la Coordinación de turismo se lidera la campaña de sensibilización y divulgación de la Marca Ciudad en los establecimientos del Municipio de Cajicá.

11. GLOSARIO

Atractivos Turísticos. Conjunto de elementos materiales o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que incida sobre el proceso de decisión de un turista provocando su visita a través de un desplazamiento desde su lugar de residencia.

Capacidad de Carga: Es el número máximo de personas para el aprovechamiento turístico que una zona puede soportar, asegurando una máxima satisfacción a los visitantes y una mínima repercusión sobre los recursos naturales y culturales. (Ley 1558 de 2012).

Destino Turístico: Espacio físico en el que una visitante pernocta por lo menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes, y percepciones que definen su competitividad en el mercado. Los destinos locales lo incorporan a varias partes interesadas que a menudo incluyen una comunidad local, y pueden albergar o formar una red para conformar destinos amplios (Organización Mundial del Turismo 2002).

Destino Turístico Sostenible: Unidad de planificación y gestión del territorio que cumple con los requisitos ambientales, socioculturales y económicos establecidos en la presente norma NT-TS 001. (Icontec, 2006).

Desarrollo Sostenible. El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. La determinación de la capacidad de carga constituye un elemento fundamental de la aplicación de este principio. El desarrollo sostenible se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía. (Ley 1558 de 2012)

Guía Turístico. Persona que guía a los visitantes en el idioma de su elección e interpreta el patrimonio cultural y natural de una zona. Posee una titulación formal antes los entes gubernamentales.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

Informador Turístico. Persona que informa, asesora y promociona las actividades, destinos o recorridos turísticos en un territorio determinado.

Información Turística. Es la información de la oferta turística de un destino y las tendencias de la demanda.

Inventario: Es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos, que sirven para elaborar productos turísticos de una región.

Es necesario establecer diferencia entre: **Recurso:** Factores físicos y culturales potencialmente explotables por el turismo. **Atractivo:** Factores físicos y culturales que reúnen las condiciones para ser integrados de inmediato a los productos turísticos

Mapa. Representación geográfica de una parte o de la totalidad de una superficie terrestre.

Sitios de Interés. Lugares que visitan los turistas normalmente por su valor cultural, histórico, ancestral, etc.

Producto Turístico: Es la combinación de atractivos y servicios que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades, requerimientos o deseos de los turistas. (Ley 300 de 1996).

Producto Turístico Experiencial: es capaz de ser multisensorial, responsable, personal, único y cualitativo emocionalmente, así como tener la capacidad de generar conexión a partir de su creación creada en función de los deseos del turista. Es de resaltar que las empresas y los destinos turísticos no pueden crear experiencias, sino productos experienciales que tienen posibilidades de convertirse en experiencias gracias al proceso de creación que han seguido y su interacción con el turista, él único que la termina validando como tal. (Adaptado de García, José Antonio. Productos Turísticos Experienciales).

Registro Nacional de Turismo. Inscripción a la que se encuentran obligados los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia a partir de la Ley 300 de 1996, Este registro será obligatorio para el funcionamiento de dichos prestadores turísticos y deberá actualizarse anualmente.

Territorio: Espacio construido por los grupos sociales a través del tiempo, a la medida y a la manera de sus tradiciones, pensamientos, sueños y necesidades – territorios que significan mucho más que espacio físico poblado por distintas formas de vida que se relacionan cooperan y compiten entre sí; lo que permite concebir al territorio como un campo relacional (Restrepo Gloria).

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

Turismo. Conjunto de actividades que realizan las personas –turistas– durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines entre otros de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios. De acuerdo al desplazamiento de los viajeros, el turismo puede ser:

- a) **Turismo emisor.** El realizado por nacionales en el exterior.
- b) **Turismo interno.** El realizado por los residentes en el territorio económico del país.
- c) **Turismo receptivo.** El realizado por los no residentes, en el territorio económico del país. (Ley 1558 de 2012).

Visitante. Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual.

Operador turístico. Según la OMT (1998) los operadores turísticos son aquellos agentes que participan en la actividad turística en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la oferta turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico) aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restaurantes, hoteles, conjunto de oferta de alojamiento, etc.); es decir, son los que en definitiva, diseñan, promocionan, venden, compran, distribuyen y comercializan los productos y servicios turísticos.

Componentes de los Recorridos Turísticos

Los destinos turísticos deben ser fieles a sí mismos, por eso los paisajes, la gastronomía, las costumbres, la arquitectura. Deben destacar por la singularidad. Deben apoyarse en la diversidad, no solo ambiental como es hoy día la moda, sino también social y cultural.

Planificar y proponer alternativas de visita a través de recorridos de acuerdo con el gusto, necesidades, deseos, morfología y tipología de turista que se acerca a consultar información. Conocer la dinámica económica, social y ambiental de la región, promoviendo el desarrollo de actividades sostenibles y responsables para los turistas.

Tipos de eventos del turismo MICE

Reuniones

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DEL TURISMO			
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO			
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 37 de 44

Comprende grandes encuentros de corporaciones, así como pequeñas **reuniones** con una finalidad específica de tratar temas puntuales para la organización o empresa anfitriona.

Incentivos

Trata de viajes de “incentivos” laborales para mejorar el desempeño de los trabajadores de las empresas, por lo que **el costo total y organización, corre a cargo de la empresa que organiza.**

Conferencias

Son reuniones de corte profesional que conjuntan un bloque de ponencias especializadas en distintas disciplinas y temáticas, **ofrecidas por expertos** e instituciones en la materia para el intercambio de ideas, aportaciones y opiniones.

Eventos

Contempla exhibiciones de una o varias organizaciones con la finalidad de mostrar sus más recientes descubrimientos o lanzamientos de sus últimos productos al mercado y mundo profesional.

DISEÑO PRODUCTO TURÍSTICO

Se entiende por producto turístico el conjunto de atributos, facilidades, servicios y demandas que posee un destino teniendo en cuenta ordenadores tipológicos, motivacionales, espaciales, operativos y económicos bajo los cuales se aprovechan los atractivos y facilidades presentes en el territorio. Para algunos expertos estas características se entienden como los ejes temáticos o motivacionales que desencadenan los procesos de consumo-prestación de servicios de acuerdo a las llamadas tipologías turísticas: aventura, naturaleza, cultura, descanso, entre otras. Se define el producto turístico como el “Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluye: recursos y atractivos, equipamientos e infraestructura, servicios, actitudes recreativas, imágenes y valores simbólicos. El producto turístico ofrece unos beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores pues satisfacen las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo libre”. SECTUR (2004).

En otras palabras, el producto turístico debe entenderse como la motivación principal o tipo de experiencia bajo la cual se busca aprovechar la oferta turística de un destino teniendo en cuenta sus bondades y vocación, ordenadores territoriales, procesos, operaciones y mercados a atender. La presencia de la demanda presupone que su perfil, deseos, anhelos y motivaciones coinciden con la oferta del destino: principal, complementaria, auxiliar. El Diseño del Producto Turístico de

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

“Cajicá Siempre Diferente” debe conceptualizarse como la “Combinación de servicios que generalmente se compran por separado (transporte, alojamiento, alimentación, guianza, visitas a sitios de interés, actividades de diversión, otros); pero que se ofrecen como un producto único, integrado, con precio fijo y que es adquirido por el consumidor en una sola transacción”.

Según el MinCIT y el Fondo Nacional de Turismo, el Plan Nacional de Desarrollo, “Prosperidad Para todos” señala que el turismo es un sector estratégico para el país, por sus efectos multiplicadores. Es además un sector cuyo dinamismo impacta actividades de toda índole, el cual Colombia por su inmenso potencial todas las regiones del país le están apostando, ofreciendo paquetes innovadores y de gran diversidad. Por lo anterior, las políticas nacionales de turismo acentúan la necesidad de seguir profundizando en la estrategia de competitividad que requiere tener una amplia oferta de productos y servicios turísticos debidamente estructurados.

Por las razones anteriores, desde el Instituto Municipal de Cajicá, liderado por la Coordinación de Turismo, diseña recorridos turísticos, con el fin de fortalecer e invitar a los Operadores de Servicios turísticos a proponer recorridos, rutas y circuitos que contribuyan a la preservación de los valores ancestrales, culturales e identitarios del territorio.

Etapas del producto turístico

4.1. Identificación

Si el territorio cuenta ya con elementos diferenciados y diferenciadores de su identidad frente a otras regiones, es necesario avanzar en la transformación de estos elementos en verdaderos productos turísticos, promoviendo el desarrollo de la infraestructura necesaria. Sin embargo, a pesar de que Cajicá cuenta con elementos claros de identidad tanto tangibles como intangibles (artesanías en lana, 158 Montepincio, carne de cordero por citar algunos) los participantes a los talleres de construcción del plan de desarrollo turístico coinciden en que esta identidad territorial está dejando de ser un factor de cohesión social frente a las dinámicas de conurbación con Bogotá, el cambio generacional y la ausencia de formación en escuelas y hogares de los elementos que definen la cultura cajiqueña. En tal sentido, urge promover esfuerzos para fortalecer los aspectos identitarios de Cajicá que logren una diferenciación clara como destino turístico. Las tendencias actuales apuntan a un turista que busca experiencias auténticas, que tengan que ver con el destino en cuestión, adaptarse a su gastronomía, costumbres, ritmo de vida, etc., y de ahí la importancia de consolidar una identidad con elementos claramente diferenciables y auténticos que definen al municipio de Cajicá. Es innegable que la construcción de identidad es un factor que no solo fortalece el desarrollo del sector turismo y quizá debería ser propuesto no desde el plan de desarrollo turístico sino desde instancias de planificación municipal más integrales. Sin embargo, la identidad se convierte en un aspecto decisivo para la

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

configuración de un destino innovador, diferenciado, único, que marque la diferencia ante el turista nacional e internacional y por lo tanto es clave integrarlo al proceso de planificación turística como un objetivo fundamental. (Plan de Desarrollo Turístico de Cajicá, 2018-2035).

Por lo tanto, dentro de la etapa de Identificación tendremos en cuenta:

4.2.1 Tendencias de Mercado: las cuales deben ser aplicadas acorde a la vocación turística del Municipio: naturaleza, bienestar, cultura y ancestralidad, Experiencias únicas, emociones, entre otras.

4.2.2 Mercados objetivos: A quién va dirigido el producto turístico del Municipio de Cajicá: Internacional, Nacional, Regional, Local.

4.2.3 Recursos y atractivos turísticos: El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Viceministerio de Turismo publican en enero del 2010 la Metodología para la Elaboración del Inventario de Atractivos Turísticos, que define la palabra inventario como el “proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos, que sirven para elaborar productos turísticos de una región”. También en esta misma línea, es importante conocer la diferencia entre un recurso y un atractivo turístico para la elaboración correcta del inventario, primeramente, la palabra recurso hace referencia a todos los factores físicos o naturales que motivan al turista o visitante a desplazarse y el atractivo son elementos materiales e inmateriales que reúnen condiciones para transformarse y/o integrarse a un producto turístico. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, MINCIT, 2010)

Con el fin de integrar los atractivos turísticos en los recorridos, es necesario trabajar mancomunadamente entre públicos y privados preservando la **Calidad y Significado** de cada uno de los lugares que se promocionan en cada una de los recorridos, rutas o circuitos turísticos.

4.2.4 Producto Turístico:

Diseño y validación de cuatro (4) productos turísticos enfocados a las tipologías identificadas como vocacionales para Cajicá: cultura, naturaleza, comunitario y MICE. - Diseño y validación del producto de Turismo Cultural: asociado principalmente a la oferta de eventos culturales, ferias y fiestas, patrimonio arquitectónico, gastronomía y artesanías. - Diseño y validación del producto de Turismo de Naturaleza: ecoturismo, aviturismo, ciclo montañismo, senderismo y turismo comunitario. - Diseño y validación del producto de Turismo Comunitario: articular actividades rurales (agroturismo, cultivos de flores, huertas biológicas, escuelas de equitación) y crear posadas rurales. - Diseño y validación del producto de Turismo de eventos, congresos, reuniones y convenciones MICE: aprovechando espacios consolidados tales como el Centro de

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN		
	INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 40 de 44

Convenciones e infraestructura hotelera. - Diseño físico y digital de tres (3) portafolios de productos turísticos, por cada uno de los productos diseñados y validados. - Articular los tres (3) productos diseñados con el Corredor Central diseñado por MINCIT y las cadenas de valor turístico de la provincia Sabana Centro. (Plan de Desarrollo Turístico de Cajicá, 2018-2035).

4.3 Caracterización: Principalmente hace referencia a los recursos, infraestructuras, diseños de los lugares, servicios turísticos y operadores turísticos.

4.3.1 Conectividad: Es necesario determinar la posible llegada de los clientes con el fin de costear el paquete turístico: Aérea, terrestre, acuática, digital.

4.3.2 Servicios: La primera razón por la que los turistas visitan los municipios es para descansar o relajarse, esto gracias a la naturaleza, paisajes y atractivos, seguido por visitas a lugares culturales o vivir planes de aventura, por lo tanto, es necesario que los prestadores de servicios turísticos y el ente territorial trabajen mancomunadamente en proporcionar la infraestructura y superestructura para la atención del turista, visitante o local. La cadena de valor del turismo debe estar preparada (Alojamiento, restaurantes, Guía de turismo Operadores, entre otros).

4.3.3 Atractivos Turísticos: (Inventario Turístico, Inventario Patrimonial)

Desde el Instituto Municipal de Cultura y Turismo del municipio de Cajicá, divulga los inventarios respectivos, por las coordinaciones respectivas.

4.3.4 Producto turístico: es responsabilidad de las Agencias Operadoras del Municipio diseñar, promocionar y operar el producto turístico del Municipio. Desde la Coordinación del Turismo, se lideran 4 recorridos turísticos institucionales.

Producto Turístico Principal: Este producto turístico es diseñado según la vocación turística del Municipio.

Producto Turístico Complementario: como su nombre lo indica complementa el producto turístico principal.

4.4.2.3 Diseño

Según la definición de la OMT, un producto turístico es “una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital".

4.4.2.3.1 Mercados

Mercado objetivo Producto dirigido a grupos de familiares y amigos procedentes de Colombia y del exterior interesados en realizar actividades relacionadas con historia, cultura, descanso y compras. Son individuos o grupos de personas dispuestas a participar en caminatas interpretativas cargadas de contenidos y detalles desconocidos, a degustar exquisitas preparaciones gastronómicas y a disfrutar momentos de sano esparcimiento y diversión. Viajeros respetuosos del entorno natural y cultural del destino, con actitud para seguir instrucciones que permitan disfrutar de manera segura y sostenible los valores, atractivos y facilidades que ofrece el destino. Según la tipología turística se analiza el mercado objetivo Segmentos: mujeres, LGTBI, nuevas familias, peregrinos, mochileros, etc.

4.4.2.3.2 Oferta de bienes y servicios: Atractivos turísticos Servicios turísticos.

4.4.2.3.3 Conectividad: Accesibilidad Digital Tic's, promoción de productos turísticos en redes.

4.4.2.3.4 Valores diferenciadores: Innovación, calidad y sostenibilidad turística

4.4.2.3.5 Productos: Especializados Masivos: Eventos y convenciones, naturaleza, culturales.

4.4.2.4 Implementación: Nuevas estrategias, con el fin de realizar mejoras continuas en todo el sector turístico y garantizar la ejecución de los objetivos planeados y un servicio eficiente, diligente y satisfactorio.

4.4.2.4.1 Planificación: Plan de acción: Actividades, cronograma, responsables, presupuesto.

4.4.2.4.2 Comercialización: • Planes y paquetes turísticos • Comercialización

4.4.2.5 Desarrollo

Un proceso productivo activado por los prestadores de servicios turísticos, en los lugares donde se encuentran los atractivos turísticos y que encuentra su consumo finalmente en el turista.

Atención al Usuario. Es la información que se brinda con el fin de dar solución de manera eficiente a las personas que solicitan algún requerimiento o inquietudes.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023

Atractivos Turísticos. Conjunto de elementos materiales o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que incida sobre el proceso de decisión de un turista provocando su visita a través de un desplazamiento desde su lugar de residencia.

Agente turístico. El agente es aquella persona que se encarga de organizar viajes, atender a los turistas, y ofrecer a los viajeros información sobre los atractivos turísticos y las actividades que pueden realizar en un determinado lugar. A simple vista estamos hablando de una profesión por demás multifacética.

Guía Turístico. Persona que guía a los visitantes en el idioma de su elección e interpreta el patrimonio cultural y natural de una zona, Posee una titulación formal antes los entes gubernamentales.

Información Turística. Es la información de la oferta turística de un destino y las tendencias de la demanda.

Informador Turístico. Persona que informa, asesora y promociona las actividades, destinos o recorridos turísticos en un territorio determinado.

Material Publicitario. Es básicamente cualquier objeto o cosa que tenga un logo o emblema que represente una marca, empresa u organización que pretenda ser conocida por un público determinado.

Mapa. Representación geográfica de una parte o de la totalidad de una superficie terrestre.

Operador turístico. Según la OMT (1998) los operadores turísticos son aquellos agentes que participan en la actividad turística en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la oferta turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico) aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restaurantes, hoteles, conjunto de oferta de alojamiento, etc.); es decir, son los que en definitiva, diseñan, promocionan, venden, compran, distribuyen y comercializan los productos y servicios turísticos.

PIT. Punto de Información Turística, lugar para brindar información turística a visitantes locales, nacionales o extranjeros.

Sitios de Interés. Lugares que visitan los turistas normalmente por su valor cultural, histórico, ancestral, etc.

Turismo. Según la ley 1558 de 2012, el turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas –turistas- durante sus viajes y estancia en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios.

Turista. Es alguien que visita un lugar por placer o interés.

Visitante. Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual.

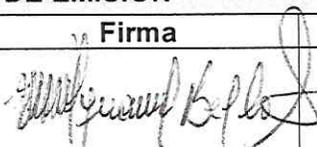
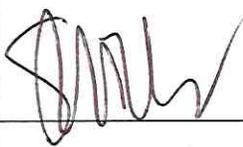
	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DEL TURISMO			
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO			
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023	Página 43 de 44

Bibliografía

- Wilmer Alexis Rauda Calderón. Entorno turístico. 7 de enero de 2017. Qué es la Cultura Turística y diez principios básicos - Entorno Turístico (entornoturistico.com) Obtenido de: <https://www.entornoturistico.com/que-es-la-cultura-turistica-y-diez-principios-basicos/>
- IDECUT. Objetivo Expocundinamarca. Obtenido de: <https://colombiavisible.com/vuelve-expocundinamarca-para-celebrar-la-diversidad-del-departamento/#:~:text=Se%20acerca%20ExpoCundinamarca%2C%20un%20evento,a%20nivel%20nacional%20e%20internacional.>
- Vitritur
- [objetivo vitritur - Buscar con Google](#)
- ANATO
- <https://vitrinaturistica.anato.org/historia/#:~:text=Uno%20de%20los%20objetivos%20principales,de%20Viajes%20en%20el%20pa%C3%ADs.>
- Anexos
- Acuerdo 05 del 2019 Busongote
- <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- <https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-12/DISENO DE PRODUCTO TURISTICO NORTE DE SANTANDER TOMO II.PDF>
- <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?quid=641caa5c-43bc-4d35-bb29-4d82218bbcb8>
- file:///C:/Users/USER/Documents/Evidencias%20Recorridos%20institucionales/2._SEGUENDO TOMO ESTRATEGIA TURISMO.PDF
- file:///C:/Users/USER/Downloads/_download_plan-de-desarrollo-departamental-cundinamarca-2020-2023_.pdf
- <https://www.gestiopolis.com/manuales-procedimientos-uso-control-interno/>
- <http://www.asocentro.gov.co/>
- <https://gestion-integral.com.co/2022/03/10/asocentro-una-mano-aliada-para-el-desarrollo-regional/>
- <https://www.entornoturistico.com/turismo-mice-que-es-y-tipos-de-eventos/>
- MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS. Obtenido de: <https://www.casadeculturapiedadelsol.gov.co/wp-content/uploads/2014/09/METODOLOGIA-PARA-LA-ELABORACION-DEL-INVENTARIO-DE-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN		
	INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DEL TURISMO		
	MANUAL DE GESTIÓN DEL TURISMO		
	CÓDIGO: MIS-GT-MN-001	VERSIÓN: 05	FECHA: 20/11/2023
			Página 44 de 44

CONTROL DE CAMBIOS		
Fecha	Versión	Tipo de Cambio
09/12/2022	01	Se crea el documento
10/04/2023	02	Se actualiza el documento
21/04/2023	03	Se actualiza el documento
31/07/2023	04	Se actualiza el documento
20/11/2023	05	Se actualiza documento

CONTROL DE EMISIÓN			
Responsable	Nombres y apellidos	Firma	Cargo
Elaboró:	Myriam Bello Sastre		Coordinadora de Turismo (OPS)
Revisó:	Miguel Ricardo Quiroga		Responsable SGC (OPS)
Aprobó:	Shirley Jiménez		Profesional Universitario
Adoptó:	Héctor Moncada		Director Ejecutivo

