

Estructuración del proyecto turístico

Breve descripción:

El proyecto turístico requiere una metodología para analizar planes, proponer metas, evaluar indicadores de productividad y la gestión eficiente de recursos. Para su implementación, es crucial establecer un presupuesto adecuado y buscar fuentes de financiación que garanticen el desarrollo sostenible de las iniciativas turísticas, promoviendo el crecimiento económico y la conservación del patrimonio cultural y natural del país.

Marzo de 2025

Tabla de contenido

Tabla de contenido	2
Introducción	1
1. El proyecto turístico	4
1.1 Metodología	4
1.2 Instituciones y programas de apoyo a proyectos turísticos	7
2. Planes	11
2.1 Plan de acción de un proyecto turístico	11
2.2 Plan operativo para la implementación de un proyecto	17
3. Componentes de un proyecto turístico	20
3.1 Objetivos	20
3.2 Metas	22
3.3 Actividades	24
3.4 Cronograma	26
4. Indicadores de gestión	32
4.1 Clasificación indicadores	39
4.2 Enfoques	41
4.3 Procedimiento de elaboración	42

4.4 Relación entre metas, indicadores de gestión y actividades en el proyecto turístico	45
5. Productividad local	49
5.1 Factor productivo y factor humano.....	50
5.2 Impacto del proyecto turístico	52
6. Documentos de un proyecto turístico	57
6.1 Hoja de ruta.....	58
6.2 Plan de negocios.....	60
6.3 Informe.....	63
6.4 Herramientas.....	65
7. Recursos financieros	68
7.1 Tipos de recursos.....	68
7.2 Costos.....	70
7.3 Gastos.....	73
8. Presupuesto	76
8.1 Generalidades y aspectos clave	76
8.2 Metodología	77
8.3 Elementos clave del presupuesto turístico.....	80
8.4 Evaluación y ajustes del presupuesto turístico.....	82

8.5 Herramientas adicionales para la elaboración y control del presupuesto ..	85
9. Normas financieras para proyectos turísticos en Colombia.....	90
9.1 Política financiera	91
9.2 Financiación.....	92
9.3 Informe de proyecto	92
Síntesis	95
Material complementario.....	97
Glosario	98
Referencias bibliográficas	100
Créditos	102

Introducción

El desarrollo de un proyecto turístico requiere una planificación estratégica que optimice los recursos disponibles y genere un impacto positivo en la comunidad local. Este proceso involucra un análisis detallado, el respaldo de instituciones especializadas que proporcionan financiamiento y apoyo logístico, y la definición de planes de acción y operativos que aseguren la viabilidad y sostenibilidad del proyecto. Los componentes esenciales incluyen objetivos, metas, actividades y un cronograma que permiten monitorear el progreso, mientras que los indicadores de gestión aseguran el alineamiento de las metas con las actividades programadas. Además, se debe considerar el impacto económico y social en la comunidad, respaldado por una adecuada documentación y una planificación financiera que identifique recursos, costos y gastos, garantizando así la viabilidad económica y la sostenibilidad del proyecto. Para comprender la importancia del contenido y los temas abordados, se recomienda acceder al siguiente video:

Video 1. Estructuración del proyecto turístico



[Enlace de reproducción del video](#)

Síntesis del video: Estructuración del proyecto turístico

El proyecto turístico tiene como objetivo potenciar los atractivos naturales y culturales de la región, promoviendo el desarrollo sostenible e integrando activamente a la comunidad local. A través de este enfoque, se busca crear experiencias memorables que respeten el entorno, al tiempo que se generan oportunidades de empleo y se impulsa el crecimiento económico.

Para lograrlo, el plan de acción establece estrategias bien definidas, desde la promoción hasta la operación. Esto incluye la investigación de mercado, el diseño de

itinerarios y la capacitación de guías locales. Además, se fortalecerá la infraestructura y los servicios, asegurando una experiencia de alta calidad para los visitantes.

El proyecto se estructura en cuatro pilares fundamentales: infraestructura, marketing, formación y sostenibilidad. Cada uno contará con indicadores de gestión como el número de visitantes, los ingresos generados y el nivel de satisfacción del cliente, lo que permitirá realizar ajustes y maximizar el impacto positivo.

Un aspecto clave será el impulso a la productividad local, mediante la creación de alianzas con artesanos, agricultores y empresas. Para garantizar su viabilidad, el plan de negocios establecerá fuentes de ingresos y modelos operativos. También se detallarán los recursos financieros, desde la inversión inicial hasta los flujos de caja, asegurando un presupuesto preciso. Finalmente, las reglas de la actividad financiera garantizarán una gestión transparente y eficiente, protegiendo los intereses de todos los involucrados.

1. El proyecto turístico

Un proyecto turístico es una iniciativa planificada que tiene como propósito desarrollar, promover y mejorar el atractivo de una región o destino para atraer visitantes. Su objetivo principal es generar experiencias enriquecedoras que impulsen la economía local mediante la creación de infraestructura, servicios y actividades recreativas dirigidas a turistas nacionales e internacionales. Para garantizar su éxito y sostenibilidad, un proyecto turístico bien diseñado debe respetar el entorno natural y cultural, promoviendo un desarrollo equilibrado que beneficie tanto a la comunidad local como al medio ambiente.

Este tipo de proyectos puede abarcar diversas acciones, como la construcción de hoteles, la restauración de sitios históricos y la creación de rutas ecoturísticas. Además, su planificación debe considerar aspectos clave como la accesibilidad, la seguridad y el impacto socioeconómico. Un proyecto turístico exitoso se adapta a las tendencias del mercado, respondiendo a la creciente demanda de experiencias como el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo cultural.

1.1 Metodología

En Colombia, la metodología para la elaboración de proyectos turísticos se rige por las guías del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) y combina enfoques de gestión de proyectos con criterios específicos para el desarrollo turístico. Estos proyectos se estructuran bajo metodologías que permiten la planificación, ejecución y evaluación, priorizando la sostenibilidad y la competitividad de los destinos turísticos. Entre los enfoques y herramientas más utilizados se encuentran:

- **Metodología de Marco Lógico (MML)**

Es una de las más empleadas en proyectos turísticos y sociales, ya que permite organizar el proyecto en función de objetivos claros, resultados esperados, actividades y medios de verificación. Este enfoque facilita la identificación de problemas, la definición de metas y la medición del impacto del proyecto.

- **Planificación estratégica**

Permite establecer la visión, misión y objetivos del proyecto en el contexto turístico. En esta etapa, se aplica el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) para evaluar el entorno y definir estrategias que potencien la competitividad del destino.

- **Guía de Formulación de Proyectos del Sistema Nacional de Evaluación de Gestión y Resultados (SINERGIA)**

El Departamento Nacional de Planeación (DNP), proporciona herramientas y lineamientos específicos para la formulación de proyectos de inversión pública, incluyendo los proyectos turísticos. Esta guía establece los pasos para evaluar la viabilidad social, económica y ambiental, garantizando su alineación con las políticas nacionales.

- **Enfoque de desarrollo sostenible**

En concordancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los proyectos turísticos en Colombia se diseñan bajo un enfoque sostenible, minimizando impactos ambientales y promoviendo la inclusión de comunidades locales. Esto implica la incorporación de indicadores de sostenibilidad y la realización de estudios de impacto ambiental.

- **Análisis de impacto económico y social**

Todo proyecto turístico debe incluir estudios que permitan evaluar su rentabilidad y su contribución al desarrollo de la región. Esto abarca la estimación de empleos generados, el incremento de ingresos y los beneficios directos para la comunidad.

- **Enfoque participativo**

La inclusión de la comunidad local y otros actores clave en la formulación del proyecto es esencial para garantizar su coherencia con las necesidades del territorio. Este enfoque busca que las comunidades se beneficien directamente del desarrollo turístico.

- **Criterios de competitividad y sustentabilidad del turismo**

Colombia ha definido lineamientos específicos de competitividad turística enfocados en la calidad de la experiencia del visitante, el desarrollo de productos innovadores, la mejora de infraestructura y la optimización de servicios de soporte.

Para la formulación de un proyecto turístico en Colombia, es fundamental seguir una serie de pasos estructurados que permitan su desarrollo efectivo y sostenible.

- Diagnóstico:** se lleva a cabo un análisis detallado de la situación actual del destino, incluyendo infraestructura, oferta turística y necesidades de la comunidad y los visitantes.
- Definición de objetivos y alcances:** se establecen con claridad los resultados esperados y el impacto que se busca lograr con el proyecto.
- Desarrollo del plan de acción:** se definen las actividades específicas, los cronogramas, el presupuesto estimado y los responsables de cada tarea.

- D. **Evaluación de viabilidad:** se realizan estudios de mercado, análisis de rentabilidad y evaluación del impacto ambiental y social para garantizar la sostenibilidad del proyecto.
- E. **Planificación financiera:** se identifican las fuentes de financiamiento y se elabora un presupuesto detallado que permita una gestión eficiente de los recursos.
- F. **Implementación:** se ejecutan las actividades planificadas dentro de los plazos establecidos, asegurando el cumplimiento de los objetivos propuestos.
- G. **Monitoreo y evaluación:** se lleva a cabo un seguimiento constante para verificar que el proyecto avance según lo planificado y, en caso necesario, se ajustan las estrategias para mejorar su impacto.

Estos pasos y metodologías están alineados con las políticas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) y buscan garantizar que el desarrollo turístico en Colombia sea sostenible, inclusivo y genere un impacto positivo en las comunidades y el medio ambiente.

1.2 Instituciones y programas de apoyo a proyectos turísticos

En Colombia, diversas instituciones del sector público y privado ofrecen convocatorias para financiar, apoyar o promover proyectos turísticos. Estas iniciativas buscan fomentar el desarrollo sostenible, la innovación y la competitividad en el sector. Cada convocatoria tiene requisitos específicos, por lo que es recomendable consultar los sitios web de las entidades correspondientes para acceder a oportunidades actualizadas.

A continuación, se presentan algunas de las principales entidades que ofertan convocatorias y sus enfoques:

a) Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT)

A través del Fondo Nacional de Turismo (Fontur), el MinCIT financia proyectos de desarrollo turístico en infraestructura, formación y promoción. Sus convocatorias buscan fortalecer la competitividad y sostenibilidad del turismo en diferentes regiones del país.

Convocatorias para emprendimiento y competitividad: apoyan a empresarios y emprendedores en la creación y consolidación de empresas turísticas mediante capacitación y financiamiento.

Apoyo al turismo rural: promueven iniciativas que fortalecen el turismo rural y comunitario, ofreciendo experiencias auténticas y sostenibles.

Financiamiento a proyectos de turismo comunitario: otorgan recursos a comunidades locales para desarrollar proyectos turísticos que preserven la cultura y el entorno.

b) ProColombia

Se encarga de la promoción internacional del turismo en Colombia y brinda apoyo a proyectos y eventos que buscan atraer visitantes extranjeros.

También ofrece asesorías y programas para mejorar la oferta turística y su competitividad.

Apoyo a la promoción internacional: convocatorias para financiar proyectos que impulsen a Colombia como destino turístico en mercados globales.

Capacitación en mercadeo y comercialización: programas dirigidos a operadores turísticos, agencias de viajes y empresas relacionadas para mejorar su competitividad.

c) Fondo Nacional de Turismo (Fontur)

Como entidad adscrita al MinCIT, Fontur abre convocatorias periódicas para fortalecer el sector turístico mediante infraestructura, promoción e innovación.

Proyectos de infraestructura turística: financiamiento para mejorar la accesibilidad y la experiencia en destinos turísticos, como senderos ecológicos, señalización y centros de información.

Fortalecimiento y promoción de destinos turísticos: apoyo a iniciativas que buscan posicionar destinos específicos a nivel nacional e internacional.

Innovación y sostenibilidad: convocatorias para proyectos que promuevan la sostenibilidad, la inclusión y la innovación en comunidades locales.

d) Cámaras de Comercio

Algunas Cámaras de Comercio, como las de Bogotá y Medellín, lanzan convocatorias para fortalecer el turismo, especialmente en capacitación y promoción de pequeñas empresas del sector.

e) Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)

Esta entidad ofrece programas de formación especializada en turismo y, en algunos casos, financia proyectos que benefician a comunidades locales, impulsando su competitividad.

f) Entidades departamentales y municipales

Gobernaciones y alcaldías, como la Gobernación de Antioquia y la Alcaldía de Bogotá, desarrollan convocatorias para fortalecer el turismo local. Estas iniciativas incluyen la creación de rutas turísticas, formación y desarrollo de infraestructura.

g) Organismos internacionales

Instituciones como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco Mundial, en colaboración con entidades colombianas, ofrecen financiamiento para proyectos de turismo sostenible y conservación del patrimonio cultural.

Banco de Desarrollo de América Latina (CAF): convocatorias para turismo sostenible en zonas de alta biodiversidad o con potencial para el ecoturismo y el turismo de aventura.

Unión Europea, Banco Mundial y USAID: fondos dirigidos al desarrollo turístico en comunidades vulnerables, con énfasis en la sostenibilidad ambiental y el fortalecimiento comunitario.

Estos programas están diseñados para impulsar el desarrollo económico, la preservación cultural, la inclusión social y la sostenibilidad ambiental en el sector turístico colombiano.

2. Planes

Los proyectos turísticos requieren una planificación detallada que garantice su viabilidad, operatividad y sostenibilidad. Entre los principales planes que se pueden desarrollar están:

- **Plan de viabilidad:** evalúa la rentabilidad del proyecto mediante el análisis de costos, ingresos proyectados y retorno de inversión.
- **Plan de marketing:** define estrategias de promoción, segmentación de mercado y posicionamiento.
- **Plan financiero:** detalla la estructura de financiamiento, incluyendo inversiones y flujo de caja.
- **Plan ambiental:** establece medidas para minimizar el impacto ambiental y cumplir con normativas ecológicas.
- **Plan de seguridad y emergencias:** diseña protocolos para la protección de visitantes y personal.

Sin embargo, para la correcta estructuración de un proyecto turístico, es fundamental desarrollar un plan de acción y un plan operativo, los cuales se detallan a continuación.

2.1 Plan de acción de un proyecto turístico

El plan de acción del proyecto turístico tiene como objetivo impulsar el desarrollo sostenible y el crecimiento económico de la región a través de la promoción de sus atractivos naturales y culturales. Como parte de esta estrategia, se implementará un plan de marketing digital enfocado en atraer visitantes nacionales e internacionales, resaltando la autenticidad de la experiencia local. Además, se establecerán alianzas con

negocios locales para diseñar paquetes turísticos que fortalezcan la economía de la comunidad.

Para garantizar un turismo responsable, se desarrollarán programas de capacitación dirigidos a los residentes, enfocados en atención al cliente y prácticas sostenibles. Asimismo, se implementará un monitoreo continuo del impacto ambiental y socioeconómico del proyecto, asegurando su viabilidad a largo plazo. A través de estas acciones, se busca mejorar la infraestructura turística, generar empleo y consolidar a la región como un destino atractivo, responsable y comprometido con el bienestar de la comunidad local.

Tabla 1. Plan de acción

Plan de acción	Objetivo	Acciones	Resultado esperado
Investigación y análisis del mercado.	Comprender la demanda turística y las características de los visitantes potenciales.	Realizar estudios de mercado para identificar segmentos de turistas (intereses, presupuesto y estacionalidad). Analizar la competencia y las ofertas similares en la región.	Reporte de análisis de mercado y perfil de los turistas objetivo.

Plan de acción	Objetivo	Acciones	Resultado esperado
		Identificar tendencias de turismo (ecoturismo, cultural, aventura y gastronómico).	
Definición del concepto y objetivos del proyecto.	Establecer una visión clara del proyecto turístico y sus metas a largo plazo.	<p>Determinar el tipo de turismo (aventura, cultural, gastronómico, etc.).</p> <p>Fijar objetivos específicos (visitantes, satisfacción e impacto económico).</p> <p>Definir el valor diferencial del proyecto frente a la competencia.</p>	Documento de misión, visión y objetivos del proyecto.
Planificación del producto turístico.	Diseñar las experiencias, servicios y productos	Desarrollar itinerarios, actividades y servicios específicos (recorridos,	Plan detallado de experiencias y

Plan de acción	Objetivo	Acciones	Resultado esperado
	que se ofrecerán a los turistas.	<p>alojamiento, transporte y guías).</p> <p>Crear alianzas con proveedores locales (hoteles, restaurantes y transportistas).</p> <p>Planificar la infraestructura turística (centro de visitantes, señalización y puntos de información).</p>	servicios turísticos.
Plan de marketing y promoción.	Dar a conocer el proyecto y atraer al turista objetivo.	<p>Diseñar una identidad visual y marca atractiva.</p> <p>Implementar estrategias de marketing digital y tradicional (redes</p>	Estrategia de marketing con cronograma y presupuesto.

Plan de acción	Objetivo	Acciones	Resultado esperado
		<p>sociales, sitio web, blogs o influencers).</p> <p>Planificar promociones y descuentos de lanzamiento.</p> <p>Participar en ferias y eventos turísticos.</p>	
Evaluación de impacto ambiental y social.	Garantizar que el proyecto sea sostenible y beneficie a la comunidad local.	<p>Evaluar el impacto ambiental para minimizar daños al ecosistema.</p> <p>Aplicar prácticas de turismo sostenible (reducción de residuos o conservación de recursos).</p> <p>Crear programas de empleo y participación comunitaria.</p>	Plan de sostenibilidad y compromiso social del proyecto.

Plan de acción	Objetivo	Acciones	Resultado esperado
Plan financiero.	Estimar la inversión inicial y asegurar la viabilidad económica.	<p>Determinar costos de desarrollo, operación y mantenimiento.</p> <p>Definir un modelo de ingresos (tarifas, servicios adicionales o souvenirs).</p> <p>Identificar fuentes de financiamiento (inversionistas, subvenciones y créditos).</p>	Presupuesto detallado y plan de financiación.
Desarrollo e implementación.	Ejecutar la infraestructura y los servicios turísticos.	<p>Construir y acondicionar las instalaciones necesarias.</p> <p>Capacitar al personal en atención al cliente y seguridad.</p>	Infraestructura y servicios listos para recibir turistas.

Plan de acción	Objetivo	Acciones	Resultado esperado
		Implementar sistemas de reservas y gestión de servicios.	
Monitoreo y evaluación.	Evaluar el rendimiento del proyecto y mejorar continuamente.	<p>Establecer métricas de éxito (visitantes, satisfacción e ingresos).</p> <p>Realizar encuestas de satisfacción.</p> <p>Monitorear el impacto ambiental y ajustar prácticas si es necesario.</p>	Informes periódicos de evaluación y optimización de estrategias.

2.2 Plan operativo para la implementación de un proyecto

Elaborar un plan operativo para un proyecto turístico en Colombia requiere definir estrategias, recursos, tiempos y actividades concretas para garantizar su ejecución efectiva. En un país con gran diversidad cultural y riqueza natural, este proceso resulta clave para aprovechar el crecimiento del mercado turístico. A continuación, se presentan los pasos para su implementación:

1. Definición de objetivos específicos

- Establecer objetivos claros, medibles y alcanzables, como aumentar visitantes, mejorar infraestructura o desarrollar experiencias culturales y ecológicas.
- **Ejemplo:** "Incrementar en un 20 % la afluencia de turistas nacionales e internacionales en el próximo año".

2. Descripción de actividades

- Desglosar cada objetivo en actividades concretas: creación de material promocional, mejoras de infraestructura, capacitación, desarrollo de paquetes turísticos, alianzas con operadores, etc.
- Definir cómo cada actividad contribuye al logro del objetivo.

3. Asignación de responsables y recursos

- Designar responsables para cada actividad y definir roles específicos.
- Identificar los recursos necesarios (financieros, humanos, materiales y tecnológicos).
- **Ejemplo:** responsable (agencia de marketing local) y recurso (presupuesto para anuncios digitales).

4. Cronograma de ejecución

- Establecer tiempos de inicio y finalización para cada actividad.
- Utilizar herramientas como diagramas de Gantt para visualizar el desarrollo del proyecto.
- Definir hitos clave para monitorear avances.

5. Presupuesto detallado

- Calcular costos por actividad y estimar el presupuesto total.

- Desglosar gastos en categorías como publicidad, infraestructura, personal y logística.
- Incluir una reserva presupuestaria para imprevistos.

6. Indicadores de evaluación y seguimiento

- Establecer indicadores clave de desempeño (KPI) para medir el avance y éxito del proyecto, como el número de turistas atendidos, el nivel de satisfacción del cliente (mediante encuestas), los ingresos generados y el retorno de inversión.
- Definir fechas de revisión y métodos de reporte.

7. Plan de mitigación de riesgos

- Identificar riesgos como problemas logísticos, condiciones climáticas o fluctuaciones en la demanda.
- Desarrollar planes de contingencia. Ejemplo: "Si hay restricciones de viaje, ofrecer promociones a turistas nacionales".

8. Estrategia de comunicación

- Definir un plan de comunicación interna y externa para informar sobre los avances del proyecto.
- Establecer medios y frecuencia de comunicación con stakeholders como socios comerciales, inversionistas y organismos gubernamentales.

Es fundamental cumplir con la normativa vigente en Colombia y garantizar la sostenibilidad del proyecto. Se recomienda incluir a la comunidad local en las actividades para fortalecer la identidad cultural y fomentar el desarrollo responsable del turismo.

3. Componentes de un proyecto turístico

Un proyecto turístico en Colombia integra diversos elementos clave para garantizar su viabilidad, sostenibilidad y atractivo para los visitantes. En primer lugar, el diagnóstico y análisis de mercado permiten identificar las necesidades y preferencias de los turistas, así como las oportunidades y limitaciones del entorno. Esto incluye la evaluación de la infraestructura existente, como transporte, accesos y alojamiento, así como el análisis de la oferta de atractivos naturales, culturales e históricos. También se estudia la competencia en la región para definir estrategias de diferenciación.

La planificación y desarrollo de servicios turísticos es fundamental para ofrecer experiencias satisfactorias y seguras. Esto abarca la construcción y mejora de infraestructuras, incluyendo alojamientos, rutas de acceso, señalización y servicios básicos (agua, electricidad y saneamiento). Además, se prioriza la sostenibilidad ambiental, implementando prácticas de turismo responsable y conservación de los recursos.

Finalmente, el plan de marketing juega un papel clave en la promoción del destino. A través de campañas digitales y alianzas estratégicas con operadores turísticos, se busca atraer visitantes y posicionar la oferta en el mercado. Cada componente debe alinearse con las regulaciones locales para asegurar un proyecto rentable y con impacto positivo en la economía y la comunidad.

3.1 Objetivos

Los objetivos de un proyecto turístico en Colombia deben seguir el modelo SMART, es decir, ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales. Estos

orientan el desarrollo del proyecto y aseguran su impacto positivo. A continuación, se presentan los principales objetivos:

- **Específicos**

- ✓ Deben definir con precisión qué se busca lograr.
- ✓ **Ejemplo:** “Incrementar en un 20 % el número de turistas en Antioquia en el próximo año”.

- **Medibles**

- ✓ Deben incluir indicadores cuantificables.
- ✓ **Ejemplo:** “Aumentar en un 30 % las reservas hoteleras en San Andrés en seis meses”.

- **Alcanzables**

- ✓ Deben ser realistas según los recursos disponibles.
- ✓ **Ejemplo:** “Posicionar la oferta ecoturística de la región entre las cinco más destacadas del país en dos años”.

- **Relevantes**

- ✓ Deben alinearse con el potencial turístico y el beneficio local.
- ✓ **Ejemplo:** “Generar 50 empleos directos mediante la promoción de actividades culturales y gastronómicas”.

- **Temporales**

- ✓ Deben tener un plazo definido para su cumplimiento.
- ✓ **Ejemplo:** “Lograr 5.000 visitantes en el segundo año de implementación”.

Para aplicar estos principios, se presenta un ejemplo de objetivos para un proyecto turístico en Colombia:

- **Objetivo general:** posicionar a la región como un destino turístico sostenible y reconocido por su biodiversidad y cultura en un plazo de cinco años.
- **Objetivos específicos:**
 - ✓ Aumentar en un 25 % la afluencia de turistas en dos años mediante promoción digital y alianzas estratégicas.
 - ✓ Desarrollar tres nuevas rutas ecoturísticas con guías locales capacitados en seis meses.
 - ✓ Capacitar a 100 residentes en turismo sostenible y atención al cliente en el próximo año.
 - ✓ Implementar un plan de marketing cultural y gastronómico que incremente en un 30 % las ventas de productos locales.

Todos los objetivos deben estar alineados con las políticas de turismo sostenible en Colombia, promoviendo el respeto por el entorno, la cultura y el bienestar de las comunidades locales.

3.2 Metas

Plantear metas para un proyecto turístico en Colombia requiere un enfoque claro y estratégico, dado que el sector turístico es clave en la economía del país. Las metas deben ser específicas, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo definido (SMART), además de alinearse con las particularidades del entorno y los objetivos locales.

A continuación, se presentan ejemplos concretos de metas aplicadas a un proyecto turístico en una región específica:

Tabla 2. Metas estratégicas para un proyecto turístico

Meta	Ejemplo
Conocer el mercado objetivo.	Aumentar en un 25 % la llegada de turistas internacionales a Cartagena, enfocándose en visitantes de Europa y Norteamérica, mediante campañas de promoción digital en el primer año.
Identificar y destacar la oferta local.	Diseñar y comercializar tres rutas ecoturísticas en el Eje Cafetero, resaltando la biodiversidad y la cultura cafetera, para atraer al menos 2.000 turistas adicionales en la próxima temporada alta.
Apuntar a la sostenibilidad.	Lograr que el 80 % de los operadores turísticos en el Parque Nacional Natural Tayrona implementen estrategias de turismo sostenible para 2025, reduciendo el uso de plásticos y promoviendo prácticas de conservación.
Fortalecer la infraestructura y el servicio.	Capacitar al 100 % del personal de atención turística en San Andrés en servicio al cliente y sostenibilidad ambiental durante los primeros seis meses de operación del proyecto.

Meta	Ejemplo
Incluir metas de marketing y visibilidad digital.	Alcanzar 10.000 seguidores en redes sociales y aumentar en un 15 % las reservas a través del sitio web del proyecto en su primer año.
Medir el impacto económico y social en la comunidad local.	Generar al menos 100 empleos directos para habitantes de la región de La Guajira en el primer año del proyecto, priorizando a comunidades indígenas Wayuu.

El establecimiento de estas metas permitirá mantener el proyecto enfocado, evaluar su progreso de manera efectiva y tomar decisiones estratégicas para garantizar el crecimiento sostenible del turismo en Colombia.

3.3 Actividades

Para el desarrollo de un proyecto turístico en Colombia, es clave estructurar actividades alineadas con el contexto, los recursos locales y los principios de sostenibilidad. La siguiente tabla presenta las principales actividades junto con sus tareas específicas:

Tabla 3. Actividades clave en un proyecto turístico en Colombia

Actividad	Tareas principales
Investigación y diagnóstico.	Identificar el perfil del turista, evaluar recursos locales, analizar impacto ambiental y estudiar la competencia.
Definición de objetivos.	Establecer metas generales y específicas, considerando impacto turístico, económico y social.
Diseño de experiencias.	Planificar actividades culturales, ecoturísticas, de aventura y comunitarias.
Planificación y ejecución.	Crear un calendario, asignar recursos y definir estrategias de marketing.
Sostenibilidad y comunidad.	Aplicar prácticas responsables, integrar a la comunidad y fomentar la educación ambiental.
Evaluación y mejora.	Recoger retroalimentación, medir impactos y ajustar las actividades para optimizar resultados.

Para consolidar la aplicación de estos principios, a continuación, se presenta un ejemplo de proyecto turístico en la Zona Cafetera de Colombia:

- **Actividades propuestas:** recorridos por fincas cafeteras, talleres sobre la elaboración de café, caminatas ecológicas y observación de flora y fauna.

- **Objetivo específico:** promover el turismo sostenible y fortalecer la economía local mediante la difusión de productos autóctonos y la participación activa de comunidades cafeteras.
- **Calendario:** programación de actividades diarias y eventos especiales en fechas clave para la cultura cafetera en Colombia.

Este ejemplo demuestra cómo la planificación estratégica y la sostenibilidad pueden integrarse en un proyecto turístico para generar beneficios económicos, sociales y ambientales en la región.

3.4 Cronograma

El cronograma de un proyecto turístico en Colombia debe estructurarse para abarcar todas las etapas esenciales, desde la planificación inicial hasta la implementación y la evaluación. A continuación, se presenta una estructura general que puede ajustarse según las especificaciones del proyecto:

Tabla 4. Cronograma de desarrollo de un proyecto turístico en Colombia

Tema	Duración	Actividades
Investigación y análisis.	1-3 meses.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del mercado turístico en Colombia. • Identificación de tendencias y demanda turística. • Investigación sobre normativas y regulaciones locales.

Tema	Duración	Actividades
		<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación del impacto ambiental y social. • Consulta con expertos locales y actores clave.
Planificación del proyecto.	1-2 meses.	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de los objetivos del proyecto. • Elaboración del plan de negocios (estudio de viabilidad y análisis financiero). • Diseño del plan de marketing y estrategia de marca. • Determinación de la ubicación y requisitos de permisos. • Asignación de presupuesto y recursos.
Diseño del proyecto.	1-3 meses.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo del diseño arquitectónico (si aplica).

Tema	Duración	Actividades
		<ul style="list-style-type: none"> • Definición de la infraestructura y necesidades tecnológicas. • Planificación de actividades y rutas turísticas. • Estrategia de gestión ambiental y sostenibilidad. • Validación de diseños y conceptos con partes interesadas.
Obtención de permisos y licencias.	2-4 meses.	<ul style="list-style-type: none"> • Obtención de permisos ambientales y de construcción. • Cumplimiento de normativas de seguridad y salud. • Gestión de licencias turísticas y certificaciones.
Financiación.	1-3 meses (puede coincidir con otras fases).	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de fuentes de financiamiento.

Tema	Duración	Actividades
		<ul style="list-style-type: none"> • Negociación con bancos, inversionistas y entidades gubernamentales. • Acceso a subsidios o apoyos estatales y turísticos.
Desarrollo y construcción.	6-12 meses.	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción de infraestructuras turísticas (hoteles, senderos y servicios). • Implementación de servicios básicos (electricidad, agua. Gas y comunicaciones). • Instalación de señalización y elementos de accesibilidad. • Capacitación del personal y voluntarios.
Marketing y promoción.	3-6 meses antes de la apertura.	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de campañas de marketing digital y tradicional.

Tema	Duración	Actividades
		<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas con agencias de turismo y redes locales. • Estrategias en redes sociales y medios de comunicación. • Participación en ferias y eventos de turismo. • Diseño de paquetes y promociones de lanzamiento.
Pruebas y evaluación de calidad.	1-2 meses antes de la apertura.	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de pruebas piloto y visitas de prueba. • Ajuste de servicios según la retroalimentación inicial. • Implementación de controles de calidad y seguridad. • Pruebas de sistemas de gestión y reservas.
Apertura oficial.	1 mes (eventos de lanzamiento).	<ul style="list-style-type: none"> • Evento de lanzamiento y promoción de la inauguración.

Tema	Duración	Actividades
		<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación de tours iniciales y experiencias piloto. • Evaluación y optimización de procesos de servicio.
Seguimiento y evaluación continua.	Permanente.	<ul style="list-style-type: none"> • Monitoreo del desempeño financiero, ambiental y social. • Encuestas de satisfacción y retroalimentación de visitantes. • Evaluación y ajuste del plan de marketing. • Generación de informes de resultados para inversionistas y actores clave. • Implementación de mejoras y expansiones según los resultados.

Cada fase debe incluir un desglose de tareas, responsables, plazos y un sistema de control y monitoreo para garantizar el éxito del proyecto.

4. Indicadores de gestión

El turismo en Colombia representa una oportunidad crucial para impulsar el desarrollo económico, dado su inmenso potencial en biodiversidad, cultura y paisajes únicos. En este contexto, los indicadores de gestión se convierten en herramientas esenciales para la planificación, monitoreo y optimización de los proyectos turísticos. La implementación de estos indicadores permite evaluar tanto el rendimiento del proyecto como su impacto en la economía local, los recursos naturales y las comunidades. A continuación, se presentan algunos indicadores clave que podrían utilizarse en un proyecto turístico en Colombia, enfocándose en aspectos financieros, de sostenibilidad, satisfacción del cliente y desarrollo comunitario.

Tabla 5. Indicadores de gestión

Indicador	Características	Tipos
Indicadores financieros.	Para la viabilidad de un proyecto turístico, es fundamental monitorear su rendimiento financiero. Los siguientes indicadores ayudan a evaluar el retorno de la inversión y el control de los costos.	<ul style="list-style-type: none"> • Retorno de Inversión (ROI): permite medir la rentabilidad del proyecto, comparando las ganancias generadas frente a la inversión inicial. Un ROI alto indica que el proyecto está generando ingresos suficientes para cubrir los costos y generar beneficios adicionales.

Indicador	Características	Tipos
		<ul style="list-style-type: none"> • Costo de Adquisición de Clientes (CAC): evalúa el costo de atraer a cada visitante, considerando gastos en marketing y publicidad. Es especialmente relevante en proyectos que buscan atraer turistas internacionales, ya que los costos pueden ser más altos. • Ingresos por visitante: mide el promedio de ingresos generados por cada turista durante su visita. Este indicador ayuda a evaluar la efectividad de las actividades y servicios turísticos ofertados, así

Indicador	Características	Tipos
		como a ajustar las estrategias de precios.
Indicadores de sostenibilidad.	Colombia es reconocida por su biodiversidad y la riqueza de sus paisajes naturales. Por ello, los proyectos turísticos en el país deben considerar indicadores que evalúen su impacto ambiental y promuevan la sostenibilidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Huella de carbono: mide las emisiones de gases de efecto invernadero generadas por el proyecto, desde el transporte hasta las actividades recreativas. Reducir la huella de carbono no solo es esencial para cumplir con estándares ambientales, sino también para atraer turistas que valoren el turismo sostenible. • Consumo de recursos naturales: monitorear el consumo de agua y energía permite evaluar el impacto ambiental del proyecto. Implementar

Indicador	Características	Tipos
		<p>prácticas de ahorro y tecnologías sostenibles ayuda a reducir este consumo, mejorando la imagen del proyecto ante los turistas conscientes del medio ambiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de residuos: medir la cantidad de residuos generados y reciclados en el proyecto promueve la implementación de sistemas de gestión eficientes, evitando la contaminación y contribuyendo a la protección del entorno.
Indicadores de satisfacción del cliente.	La experiencia del visitante es un factor crucial en el éxito de un proyecto turístico. Los	<ul style="list-style-type: none"> • Índice de satisfacción del cliente: mide la percepción de los turistas sobre el servicio,

Indicador	Características	Tipos
	<p>indicadores de satisfacción permiten conocer el nivel de satisfacción del turista, identificar áreas de mejora y asegurar que los servicios cumplen con las expectativas.</p>	<p>instalaciones y actividades. Se puede obtener mediante encuestas o comentarios. Un índice alto refleja una buena calidad de servicio y experiencia, mientras que un índice bajo indica la necesidad de mejoras.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tasa de Recomendación o Net Promoter Score (NPS): mide la probabilidad de que un turista recomiende el destino a otros. Un NPS positivo sugiere que los visitantes han tenido una experiencia satisfactoria y probablemente actúen como promotores del destino. • Tiempo de permanencia del visitante: mide la

Indicador	Características	Tipos
		<p>duración de la estancia de los turistas. Una estadía más prolongada suele traducirse en un mayor gasto en el destino, lo que es positivo para la economía local y para el éxito del proyecto.</p>
Indicadores de desarrollo comunitario.	<p>El turismo en Colombia debe contribuir al desarrollo de las comunidades locales, por lo que es importante medir cómo los proyectos turísticos benefician a la población.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Empleo local generado: mide el número de empleos creados en la comunidad por el proyecto turístico. Un proyecto exitoso no solo debe atraer visitantes, sino también generar empleo para los residentes, contribuyendo a mejorar su calidad de vida. • Distribución de beneficios: evalúa el porcentaje de

Indicador	Características	Tipos
		<p>ingresos que se destina a las comunidades locales, ya sea en salarios, inversión en infraestructuras o servicios. Un mayor porcentaje indica un proyecto comprometido con el desarrollo local.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Índice de participación comunitaria: mide el nivel de involucramiento de la comunidad en la planificación y operación del proyecto. La participación de la comunidad es clave para asegurar que el proyecto esté alineado con sus necesidades y valores, generando un sentido de

Indicador	Características	Tipos
		pertenencia y colaboración.

El uso de indicadores de gestión en proyectos turísticos en Colombia es esencial para evaluar su éxito y sostenibilidad. Estos indicadores permiten a los gestores tomar decisiones informadas, optimizar recursos y asegurar que el proyecto beneficie tanto a los turistas como a las comunidades y al entorno natural. Implementar un sistema de gestión basado en indicadores bien definidos permite alcanzar los objetivos económicos, ambientales y sociales de manera equilibrada, garantizando el éxito y sostenibilidad del proyecto turístico en el largo plazo.

4.1 Clasificación indicadores

Los indicadores de gestión en un proyecto turístico en Colombia pueden organizarse en diversas categorías según los objetivos del proyecto y la información a monitorear. A continuación, se presentan las principales clasificaciones junto con sus aspectos clave:

4.1 Clasificación indicadores

Los indicadores de gestión en un proyecto turístico en Colombia pueden organizarse en diversas categorías según los objetivos del proyecto y la información a monitorear. A continuación, se presentan las principales clasificaciones junto con sus aspectos clave:

1. Desempeño financiero

Mide la rentabilidad del proyecto mediante indicadores como ingresos generados, costos operativos, margen de beneficio, tasa de ocupación e ingresos por visitante.

2. Demanda y llegadas

Evalúa el flujo turístico a través del número de visitantes, perfil del turista, frecuencia de visita, estacionalidad y duración de la estancia.

3. Sostenibilidad ambiental

Analiza el impacto ecológico del proyecto considerando la huella de carbono, consumo de recursos, gestión de residuos, impacto en los ecosistemas y certificaciones ambientales.

4. Satisfacción del cliente

Mide la percepción del turista mediante encuestas de satisfacción, tasa de recomendación, número de quejas, calidad de servicios y experiencia en el destino.

5. Desarrollo socioeconómico

Examina el impacto en la comunidad local, incluyendo generación de empleo, crecimiento económico, programas de capacitación, participación comunitaria e inversión en infraestructura.

6. Promoción y posicionamiento

Evalúa la efectividad de las estrategias de marketing, el reconocimiento de marca, los canales de atracción de visitantes y el posicionamiento en plataformas digitales.

7. Seguridad y salud

Monitorea la percepción de seguridad del destino, el registro de incidentes, el cumplimiento de protocolos sanitarios y la accesibilidad a servicios médicos.

Estos indicadores permiten una evaluación integral del desempeño del proyecto turístico, asegurando su sostenibilidad económica, social y ambiental, al tiempo que optimizan la experiencia del visitante y fortalecen el desarrollo local.

4.2 Enfoques

Los indicadores de gestión en proyectos turísticos deben centrarse en distintos enfoques que permitan evaluar la eficiencia operativa, el impacto en el destino y la satisfacción del visitante. A continuación, se presentan los principales enfoques:

- **Desempeño financiero**

Analiza la rentabilidad del proyecto mediante indicadores como ingresos totales, costos operativos, margen de ganancia y retorno sobre la inversión (ROI).

- **Experiencia del cliente**

Mide la satisfacción del visitante a través de encuestas, opiniones en redes sociales, tasa de retención y el Net Promoter Score (NPS), que indica la probabilidad de recomendación.

- **Sostenibilidad y responsabilidad social**

Evalúa el impacto ambiental y social del proyecto, considerando la huella de carbono, consumo de recursos, manejo de residuos, participación en proyectos comunitarios y sostenibilidad de los proveedores.

- **Operativo y logístico**

Optimiza la capacidad de carga, la eficiencia en la gestión de recursos y el tiempo de respuesta a quejas o solicitudes, garantizando una operación fluida y eficiente.

- **Marketing y promoción**

Mide la efectividad de las estrategias publicitarias mediante el alcance de campañas, tasa de conversión y perfil de los visitantes, permitiendo una segmentación más precisa.

- **Innovación y desarrollo**

Evalúa la adopción de nuevas tecnologías, la capacitación del personal y la recepción de mejoras en la experiencia turística, asegurando una evolución constante del proyecto.

Estos enfoques permiten un análisis integral del proyecto turístico, asegurando su sostenibilidad y éxito a largo plazo.

4.3 Procedimiento de elaboración

El desarrollo de indicadores de gestión en un proyecto turístico en Colombia requiere una serie de pasos estratégicos que permitan medir el rendimiento, la eficiencia y el impacto del proyecto. A continuación, se presentan los pasos esenciales para su elaboración:

a) Definir los objetivos del proyecto turístico

Es fundamental establecer objetivos claros y alineados con la visión del proyecto. Estos deben ser SMART (específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo definido). Los objetivos pueden incluir el

aumento de turistas, la mejora de la experiencia del visitante, el incremento de la rentabilidad o la promoción del turismo sostenible.

b) Identificar los factores críticos de éxito

Se deben determinar los elementos clave que influyen en el logro de los objetivos. En turismo, estos factores pueden incluir la calidad de la infraestructura, la satisfacción del cliente, la efectividad de la promoción del destino, la seguridad, la conservación ambiental y la integración con la comunidad local.

c) Determinar las áreas clave de gestión

Para un monitoreo eficiente, el proyecto debe dividirse en áreas clave de gestión que permitan evaluar su desempeño de manera estructurada. La promoción y el marketing abarcan aspectos como el alcance de las campañas y la atracción de turistas. La atención al cliente se centra en la satisfacción del visitante y la gestión de quejas. En el área de finanzas, se analizan el retorno de inversión y los costos operativos. Las operaciones incluyen la capacidad de carga y la eficiencia de los servicios. Finalmente, la sostenibilidad mide el uso de recursos, el impacto ambiental y la relación con la comunidad.

d) Seleccionar indicadores específicos para cada área

En función de cada una de estas áreas clave, se deben definir indicadores cuantitativos y cualitativos que permitan evaluar su desempeño. Algunos ejemplos incluyen el número de visitantes, considerando registros diarios, mensuales o por temporada; la tasa de ocupación hotelera, como indicador

de la demanda turística; el índice de satisfacción del cliente, basado en encuestas y comentarios; la tasa de retorno de visitantes, que mide la fidelización del turista; el impacto ambiental, enfocado en el consumo de recursos y la huella de carbono; y la eficiencia en marketing, evaluada a través de la interacción en redes y el número de reservas generadas tras campañas promocionales.

e) Establecer metas o valores de referencia

Cada indicador debe contar con una meta basada en estándares de la industria, datos históricos o análisis de la competencia. Las metas deben ser desafiantes pero alcanzables, fomentando la mejora continua.

f) Definir la frecuencia de medición y los métodos de recolección de datos

Se debe determinar cada cuánto se medirán los indicadores (diaria, semanal, mensual o anual) y los métodos de recolección (encuestas, informes financieros, plataformas de reservas, análisis de redes sociales, etc.). La consistencia en la recolección de datos garantiza información confiable.

g) Monitoreo y evaluación continua

Los resultados deben ser evaluados periódicamente para identificar desviaciones y oportunidades de mejora. En caso de ser necesario, los indicadores pueden ajustarse si las condiciones del proyecto cambian.

h) Generación de informes y toma de decisiones

La consolidación de los datos en informes permite la toma de decisiones informadas. Estos informes deben incluir análisis de tendencias y recomendaciones estratégicas para optimizar el desempeño del proyecto.

Para aplicar estos pasos, se presenta el siguiente ejemplo de indicadores comunes en proyectos turísticos:

- **Marketing:** la tasa de ocupación, la interacción en redes sociales y el número de reservas directas.
- **Sostenibilidad:** se evalúa el consumo de agua y energía por visitante, así como la gestión de residuos.
- **Calidad del servicio:** se analizan la satisfacción del visitante y el número de quejas registradas.
- **Finanzas:** se toman en cuenta el retorno sobre inversión (ROI), el margen de beneficio y los ingresos por visitante.

Siguiendo estos pasos, se pueden diseñar indicadores que permitan un monitoreo efectivo del desempeño del proyecto, asegurando su sostenibilidad y éxito a largo plazo.

4.4 Relación entre metas, indicadores de gestión y actividades en el proyecto turístico

La relación entre metas, indicadores de gestión y actividades en un proyecto turístico es fundamental para garantizar su éxito, ya que cada uno de estos elementos cumple un rol complementario en la planificación, ejecución y evaluación del proyecto. Es primordial comprender la función de cada elemento:

a) **Metas:** representan los objetivos generales que se desean alcanzar en el proyecto turístico. Estas pueden ser cualitativas o cuantitativas, pero siempre deben ser claras, alcanzables y alineadas con la misión y visión del proyecto. Algunos ejemplos incluyen:

- ✓ Aumentar la afluencia de turistas en un 20 % en el próximo año.
- ✓ Mejorar la satisfacción del cliente en un 90 % según encuestas.

Las metas proporcionan dirección al proyecto y permiten que todos los involucrados comprendan el fin común.

b) **Indicadores de gestión:** son herramientas de medición que permiten evaluar el progreso hacia las metas planteadas. Deben cumplir con los criterios SMART (específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un marco temporal). Algunos indicadores en el ámbito turístico incluyen:

- ✓ Número de turistas atendidos por mes.
- ✓ Nivel de satisfacción del cliente, medido a través de encuestas o revisiones.
- ✓ Ocupación hotelera media durante el año.

Estos indicadores cuantifican y monitorean el desempeño del proyecto, facilitando la toma de decisiones.

c) **Actividades:** son las acciones específicas que deben realizarse para alcanzar las metas del proyecto. En un proyecto turístico, estas pueden incluir:

- ✓ Campañas de marketing en redes sociales para promover el destino.
- ✓ Capacitación del personal en atención al cliente.

- ✓ Mejoras en infraestructura, como construcción de áreas recreativas o accesos.

Las actividades representan los pasos concretos y tangibles que permiten cumplir con las metas establecidas.

Estos tres elementos están interconectados y su correcta alineación es clave para el éxito de un proyecto turístico. Se destacan las siguientes relaciones:

- Las metas establecen el “qué” se quiere lograr, y los indicadores definen “cómo” se medirá el progreso. Cada meta debe contar con indicadores que faciliten su monitoreo.
- Los indicadores permiten definir y ajustar actividades para garantizar su efectividad. Si el progreso es bajo, se pueden modificar o agregar acciones estratégicas.
- Las actividades ejecutadas influyen directamente en el cumplimiento de las metas, asegurando que se realicen en función de alcanzar los indicadores establecidos.

A continuación, se presenta un ejemplo de aplicación en un proyecto turístico:

- **Meta:**
 - ✓ Aumentar la afluencia de turistas en un 20 % en el próximo año.
- **Indicadores de gestión:**
 - ✓ Incremento mensual en la cantidad de visitantes.
 - ✓ Número de consultas realizadas en la página web del proyecto.
 - ✓ Nivel de satisfacción del turista.

- **Actividades:**

- ✓ Desarrollar una campaña publicitaria en redes sociales.
- ✓ Ofrecer descuentos o paquetes promocionales en temporadas específicas.
- ✓ Mejorar las instalaciones turísticas para hacerlas más atractivas y accesibles.

En un proyecto turístico, la adecuada coordinación entre las metas, indicadores y actividades es clave para planificar, ejecutar y evaluar los resultados, facilitando una gestión eficiente y aumentando las probabilidades de éxito.

5. Productividad local

La productividad local en el sector turístico de Colombia se refiere a la capacidad de las regiones para generar beneficios económicos, sociales y culturales de manera eficiente y sostenible. En otras palabras, mide qué tan bien los recursos locales, como atracciones naturales, infraestructura, servicios y talento humano, contribuyen al desarrollo económico y al bienestar de la comunidad a través del turismo.

Varios factores influyen en la productividad turística local:

- Infraestructura y servicios, ya que la calidad del transporte, las comunicaciones, el alojamiento y los servicios básicos mejora la experiencia del turista y facilita el acceso a los destinos.
- Capacitación y empleo, pues la formación del talento humano en servicio y hospitalidad es clave para mejorar la atención al visitante y fortalecer la economía local.
- Innovación y tecnología, ya que el uso de herramientas digitales y estrategias de marketing aumenta la visibilidad y competitividad de los destinos.
- Sostenibilidad, pues la adopción de prácticas responsables que protejan el medio ambiente y la cultura local incrementa el atractivo del destino a largo plazo.
- Diversificación de la oferta, ya que la creación de experiencias variadas atrae distintos perfiles de turistas y prolonga su estancia, generando más ingresos.

- Gestión de destinos turísticos, pues una administración eficiente por parte de entidades locales y la comunidad ayuda a mantener la calidad del destino y a gestionar desafíos como la estacionalidad y la masificación.

En un país con vastos recursos naturales y culturales, fortalecer la productividad turística local permite:

- Generar empleo y reducir la pobreza en áreas rurales y urbanas.
- Promover la cultura y el patrimonio de cada región.
- Aumentar los ingresos a través del turismo nacional e internacional.
- Incentivar la inversión en infraestructura y servicios.

Ejemplos como el Eje Cafetero, Cartagena y la Amazonía demuestran cómo el fortalecimiento de la productividad turística impulsa el desarrollo económico y social de las comunidades locales.

5.1 Factor productivo y factor humano

En un proyecto turístico en Colombia, tanto el factor productivo como el factor humano son esenciales y complementarios para su éxito, aunque tienen roles y enfoques distintos.

El factor productivo en el contexto turístico incluye los recursos materiales y financieros necesarios para poner en marcha y sostener un proyecto. Esto implica:

- Infraestructura, como la construcción de hoteles, restaurantes, transporte e instalaciones de recreación.
- Recursos financieros, que abarcan los fondos para la inversión inicial y los costos operativos.

- Tecnología y equipamiento, incluyendo herramientas y sistemas para la administración y operación del turismo, como sistemas de reservación, plataformas de gestión y equipos de seguridad.
- Marketing y publicidad, fundamentales para la promoción del destino y la atracción de visitantes.

Estos elementos determinan la capacidad operativa y la calidad de los servicios ofrecidos, impactando directamente la experiencia del turista.

Por otro lado, el factor humano abarca a todas las personas que contribuyen al desarrollo y operación del proyecto turístico, siendo clave para brindar un servicio de calidad y generar una experiencia positiva para los visitantes. En el turismo en Colombia, este factor incluye:

- Personal de servicio, como guías, recepcionistas y meseros, quienes interactúan directamente con los turistas.
- Capacitación y formación, esenciales para desarrollar competencias en atención al cliente, idiomas y conocimiento cultural y natural de la zona.
- Comunidad local, cuya implicación fortalece la autenticidad del proyecto y su sostenibilidad, promoviendo la aceptación y el apoyo al turismo en la región.
- Gestión y liderazgo, ya que los líderes del proyecto influyen en la visión, motivación y eficiencia del equipo.

Ambos factores son interdependientes. Mientras el factor productivo asegura la infraestructura y los recursos necesarios, el factor humano convierte esos recursos en experiencias valiosas para los turistas. Una infraestructura moderna sin personal

capacitado no garantiza una buena experiencia, así como un equipo altamente calificado sin recursos adecuados difícilmente podrá cumplir las expectativas de los visitantes.

En los proyectos turísticos de Colombia, la sostenibilidad juega un papel crucial, especialmente en regiones con alta biodiversidad. Un desarrollo sostenible depende de una gestión del factor productivo que minimice el impacto ambiental y de un factor humano comprometido con prácticas responsables y respetuosas con el entorno y las culturas locales.

Ambos factores deben estar alineados y en equilibrio. Mientras el factor productivo proporciona los medios, el factor humano asegura que estos se aprovechen de manera óptima para crear experiencias significativas, garantizando así la satisfacción del turista y el éxito sostenible del proyecto.

5.2 Impacto del proyecto turístico

El impacto de los proyectos turísticos en Colombia es significativo y tiene efectos tanto positivos como negativos en los diferentes destinos del país. Puede ser amplio y afecta diversas áreas, como la economía, el medio ambiente, la sociedad y la cultura de la comunidad en la que se desarrolla. Estos impactos se dividen en varias áreas principales.

Tabla 6. Principales impactos del turismo en Colombia

Impacto	Efecto
Económico.	El turismo genera empleos directos en hoteles, restaurantes y agencias de viajes, además de empleos indirectos en sectores como el comercio, el transporte y la artesanía. También impulsa el desarrollo de infraestructura y mejora los ingresos fiscales, que pueden reinvertirse en la comunidad. Sin embargo, puede generar dependencia económica, haciendo que las localidades sean vulnerables a crisis económicas, problemas de seguridad o desastres naturales.
Ambiental.	El aumento del turismo puede afectar negativamente los ecosistemas al generar contaminación, acumulación de residuos y sobreexplotación de recursos naturales. En algunos casos, la construcción de infraestructura turística implica deforestación o alteración de hábitats. No obstante, los proyectos de ecoturismo pueden contribuir a la conservación de áreas protegidas, promoviendo prácticas sostenibles y educando a los visitantes sobre el cuidado del medio ambiente.
Sociocultural.	El turismo puede fortalecer la identidad cultural al incentivar la preservación de tradiciones, patrimonio

Impacto	Efecto
	<p>arquitectónico y festividades locales. Facilita el intercambio cultural entre visitantes y comunidades, promoviendo la diversidad. Sin embargo, también puede causar la pérdida de autenticidad cultural, la gentrificación y el desplazamiento de comunidades indígenas o afrodescendientes debido al encarecimiento del costo de vida en zonas turísticas.</p>
<p>Infraestructura y planificación urbana.</p>	<p>El desarrollo turístico impulsa la construcción de carreteras, aeropuertos, hoteles y servicios básicos como agua y saneamiento, beneficiando tanto a turistas como a residentes. Sin embargo, un crecimiento descontrolado puede sobrecargar los servicios públicos, generar tráfico, contaminación visual y urbanización desordenada, afectando la calidad de vida de la población local.</p>
<p>Político y legal.</p>	<p>El turismo exige regulaciones que protejan el medio ambiente y las comunidades locales. Una planificación adecuada permite que los residentes participen en la toma de decisiones y evita conflictos por el uso del territorio. Un marco legal sólido puede garantizar la</p>

Impacto	Efecto
	sostenibilidad del sector y prevenir impactos negativos a largo plazo.

El impacto del turismo en Colombia depende de la gestión y planificación en cada destino. Mientras algunos lugares han logrado un equilibrio entre desarrollo y sostenibilidad, otros enfrentan retos como la sobrepoblación y la degradación ambiental. A continuación, se presentan algunos ejemplos:

- **Cartagena**

Atrae turistas por su patrimonio histórico, pero el turismo masivo ha generado problemas de sobrepoblación, residuos y encarecimiento de la vida.

- **Parque Tayrona**

Los proyectos de ecoturismo generan ingresos y promueven la conservación, pero el turismo excesivo daña la flora y fauna local.

- **Eje Cafetero**

Ha logrado un balance entre la preservación cultural y el desarrollo turístico, promoviendo actividades sostenibles como la ruta del café y el turismo rural.

El turismo en Colombia tiene el potencial de generar beneficios económicos y culturales, pero requiere planificación para mitigar los impactos negativos en el medio ambiente y en las comunidades locales. Un turismo sostenible, que respete las

capacidades de carga de cada destino y se adapte a las características de cada región, es fundamental para preservar el patrimonio natural y cultural del país.

En general, el impacto de un proyecto turístico puede ser positivo o negativo según la forma en que se planee, implemente y gestione. Los enfoques de turismo sostenible y responsable son fundamentales para minimizar efectos negativos y maximizar beneficios.

6. Documentos de un proyecto turístico

Para desarrollar un proyecto turístico de manera estructurada y profesional, es fundamental contar con una serie de documentos que permitan planificar, ejecutar y gestionar el proyecto de forma eficiente. Estos documentos abarcan desde el análisis de viabilidad hasta la evaluación y monitoreo del impacto del proyecto.

Tabla 7. Documentos esenciales para un proyecto turístico

Documento	Descripción
Estudio de factibilidad.	Evalúa la viabilidad del proyecto mediante análisis de mercado, técnico, financiero y legal.
Plan de negocios.	Define la estrategia del proyecto, incluyendo su misión, visión, análisis de mercado y estrategia de marketing.
Plan de financiamiento.	Establece la estructura de costos, fuentes de financiamiento y proyección de ingresos.
Plan operativo.	Detalla la ejecución del proyecto, con cronograma, gestión de personal y logística.
Estudio de impacto ambiental (EIA).	Analiza los efectos del proyecto en el entorno y define medidas de mitigación y gestión ambiental.

Documento	Descripción
Documentación legal.	Incluye licencias, permisos, contratos y normativas para la operación del proyecto.

Estos documentos son la base para que un proyecto turístico tenga una estructura sólida y cumpla con todas las normativas, ofreciendo una propuesta atractiva y sustentable.

6.1 Hoja de ruta

La elaboración de una hoja de ruta para un proyecto turístico es un proceso estructurado que permite definir objetivos, estrategias y acciones clave para su desarrollo y éxito. A continuación, se presentan los pasos esenciales para su construcción:

A. Definición del proyecto

Identificación de la idea central: determinar el tipo de proyecto turístico a desarrollar (ecoturismo, turismo cultural, entre otros).

Establecimiento de misión y visión: definir los propósitos y la dirección a largo plazo del proyecto.

B. Análisis del entorno

Investigación de mercado: analizar la demanda turística, tendencias del sector y perfil del turista.

Análisis FODA: evaluar Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que puedan influir en el proyecto.

C. Definición de objetivos

Establecimiento de metas: definir objetivos claros, medibles y alcanzables a corto, mediano y largo plazo.

Priorización de objetivos: ordenar las metas según su impacto y viabilidad.

D. Planificación de estrategias

Diseño de la oferta turística: definir productos o servicios a ofrecer, como paquetes turísticos y actividades.

Desarrollo de alianzas: identificar socios estratégicos, como hoteles, operadores turísticos y entidades locales.

E. Elaboración del cronograma

Definición de fases del proyecto: establecer una línea de tiempo con las etapas de desarrollo, desde la planificación hasta la implementación.

Asignación de recursos: determinar los recursos humanos, financieros y materiales necesarios para cada etapa.

F. Plan de promoción y comercialización

Segmentación del mercado: identificar al público objetivo y sus preferencias.

Estrategia de comunicación: diseñar planes de promoción a través de redes sociales, publicidad y otros medios.

G. Presupuesto y financiamiento

Elaboración del presupuesto: definir costos operativos, de marketing y desarrollo de productos.

Búsqueda de financiamiento: identificar fuentes de financiamiento, como inversiones privadas, subvenciones y créditos.

H. Evaluación y monitoreo

Definición de indicadores de desempeño: establecer métricas para medir el cumplimiento de objetivos.

Estrategias de seguimiento: implementar revisiones periódicas para evaluar el impacto y mejorar la ejecución del proyecto.

I. Documentación

Creación del documento de la hoja de ruta: recopilar toda la información en un formato estructurado para su consulta y uso operativo.

J. Comunicación y socialización

Presentación del plan: compartir la hoja de ruta con socios, comunidades locales y actores estratégicos.

Recopilación de retroalimentación: evaluar sugerencias y comentarios para realizar ajustes si es necesario.

Siguiendo estos pasos, la hoja de ruta proporcionará una base sólida para la planificación y ejecución del proyecto turístico, garantizando su viabilidad y éxito.

6.2 Plan de negocios

Elaborar un plan de negocios para un proyecto turístico en Colombia requiere seguir una serie de pasos clave que garanticen su viabilidad y éxito. A continuación, se presenta una guía detallada para su desarrollo:

a. Resumen ejecutivo

Descripción del proyecto: breve presentación del tipo de negocio turístico (hotel, agencia de viajes, tour, entre otros)

Objetivos: definición de metas a corto y largo plazo.

Ubicación: determinación del lugar donde se implementará el proyecto.

b. Análisis de mercado

Investigación de mercado: estudio de la demanda turística en la región, tendencias del sector y preferencias de los visitantes.

Segmentación del mercado: identificación del público objetivo (turistas nacionales, internacionales y grupos específicos).

Análisis de la competencia: evaluación de otros negocios turísticos en la zona, sus fortalezas y áreas de mejora.

c. Plan de marketing

Estrategia de promoción: definición de las acciones para atraer clientes (publicidad, redes sociales y promociones)

Posicionamiento de marca: estrategia para diferenciarse en el mercado y generar reconocimiento.

Estrategia de precios: definición de tarifas en relación con la competencia y la propuesta de valor.

d. Descripción del proyecto

Servicios ofrecidos: detalle de los productos y experiencias turísticas a brindar.

Infraestructura requerida: recursos físicos y logísticos necesarios (alojamiento, transporte y guías turísticos).

Regulaciones y permisos: normativas y licencias requeridas para operar legalmente en Colombia.

e. Plan operativo

Gestión de operaciones: organización del funcionamiento diario del negocio.

Administración del talento humano: número de empleados requeridos y sus funciones dentro del proyecto.

Relación con proveedores: identificación de aliados estratégicos para la adquisición de insumos y servicios.

f. Proyecciones financieras

Inversión inicial: estimación del capital necesario para la puesta en marcha.

Flujo de caja proyectado: cálculo de ingresos y gastos para los primeros años de operación.

Punto de equilibrio: determinación del volumen de ventas necesario para cubrir costos operativos.

g. Análisis de riesgos

Identificación de riesgos: factores que pueden afectar el éxito del proyecto (competencia, clima y cambios económicos)

Estrategias de mitigación: medidas para minimizar los impactos negativos.

h. Conclusiones y recomendaciones

Síntesis de los hallazgos clave: resumen de los aspectos más relevantes del análisis.

Recomendaciones estratégicas: sugerencias para la implementación y sostenibilidad del negocio.

i. Consejos adicionales

Evaluación de viabilidad: realización de estudios previos para asegurar la sostenibilidad del proyecto.

Alianzas estratégicas: búsqueda de colaboraciones con empresas e instituciones del sector.

Capacidad de adaptación: flexibilidad para ajustar el plan según cambios en el mercado y necesidades del público.

El plan de negocios debe ser un documento flexible que evolucione a medida que avanza la implementación del proyecto. Además, es fundamental conocer y aplicar las regulaciones del sector turístico en Colombia para garantizar su éxito.

6.3 Informe

El informe final de un proyecto turístico debe incluir elementos clave que permitan evaluar su desarrollo y resultados. A continuación, se presenta un esquema detallado con su estructura recomendada:

- **Resumen ejecutivo**
 - ✓ Breve descripción del proyecto.
 - ✓ Objetivos principales.
 - ✓ Principales conclusiones y recomendaciones.
- **Introducción**
 - ✓ Contexto y antecedentes del proyecto.
 - ✓ Justificación de la necesidad del proyecto.
 - ✓ Objetivos generales y específicos.
- **Descripción del proyecto**
 - ✓ Ubicación y características del destino.
 - ✓ Tipos de turismo promovidos (ecoturismo, turismo cultural, de aventura, entre otros).
 - ✓ Actividades y servicios ofrecidos.

- **Metodología**
 - ✓ Enfoque de la investigación (encuestas, entrevistas, análisis de mercado y observación).
 - ✓ Técnicas de recolección y análisis de datos.
- **Análisis de mercado**
 - ✓ Evaluación de la demanda turística.
 - ✓ Segmentación del mercado objetivo.
 - ✓ Competencia y posicionamiento del proyecto en el sector.
- **Aspectos técnicos**
 - ✓ Infraestructura existente y necesidades identificadas.
 - ✓ Propuestas de desarrollo y mejora de infraestructuras (hoteles, transporte y señalización).
 - ✓ Estrategias de sostenibilidad y cuidado del medio ambiente.
- **Resultados y evaluación**
 - ✓ Datos cuantitativos y cualitativos obtenidos.
 - ✓ Evaluación de la viabilidad técnica, económica y social del proyecto.
 - ✓ Impacto del proyecto en la comunidad local y el medio ambiente.
- **Plan de implementación**
 - ✓ Cronograma detallado de actividades.
 - ✓ Recursos necesarios (financieros, humanos y logísticos).
 - ✓ Estrategia de marketing y promoción para el posicionamiento del proyecto.
- **Conclusiones y recomendaciones**
 - ✓ Resumen de los hallazgos más relevantes.

- ✓ Reflexión sobre la efectividad y viabilidad del proyecto.
- ✓ Sugerencias para mejoras futuras y sostenibilidad del turismo en la región.
- **Anexos**
 - ✓ Documentación adicional (gráficos, tablas, mapas o planos).
 - ✓ Resultados detallados de encuestas o entrevistas aplicadas.
- **Bibliografía**
 - ✓ Fuentes consultadas y referencias utilizadas en la elaboración del informe.

Esta estructura permite que el informe tenga un flujo lógico y facilite su lectura. Además, cada sección está claramente diferenciada para que cada persona pueda encontrar rápidamente la información relevante.

6.4 Herramientas

Para desarrollar un proyecto turístico de manera eficiente, se emplean diversas herramientas en planificación, gestión, marketing y evaluación. A continuación, se presentan algunas de las más utilizadas:

A. Herramientas de planificación:

- ✓ Software de gestión de proyectos: aplicaciones como Trello, Asana o Microsoft Project ayudan a organizar tareas, asignar responsabilidades y establecer plazos.
- ✓ Análisis SWOT: técnica utilizada para identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del proyecto.

B. Herramientas de investigación de mercado:

- ✓ Encuestas y cuestionarios: plataformas como Google Forms o SurveyMonkey facilitan la recolección de datos sobre clientes potenciales.
- ✓ Análisis de competencia: herramientas como SEMrush o SimilarWeb permiten evaluar tendencias del mercado y la posición de la competencia.

C. Herramientas para el desarrollo de contenidos:

- ✓ Software de edición de imágenes y videos: aplicaciones como Adobe Photoshop y Premiere permiten crear contenido visual atractivo para promocionar el proyecto.
- ✓ Plataformas de Gestión de Contenidos (CMS): WordPress o Joomla facilitan la creación y administración de sitios web.

D. Herramientas de marketing y promoción:

- ✓ Gestión de redes sociales: plataformas como Hootsuite o Buffer permiten programar publicaciones y analizar el impacto en redes sociales.
- ✓ Email marketing: servicios como Mailchimp ayudan a crear campañas de correo electrónico dirigidas a clientes potenciales.

E. Herramientas de gestión financiera:

- ✓ Software de contabilidad: aplicaciones como QuickBooks o Xero permiten llevar el control financiero del proyecto.
- ✓ Análisis de costos: hojas de cálculo como Excel o Google Sheets facilitan la proyección y el análisis de costos operativos.

F. Herramientas de evaluación y mejora:

- ✓ Indicadores de Desempeño (KPIs): herramientas como Google Analytics ayudan a medir el éxito del proyecto en función de objetivos establecidos.
- ✓ Feedback de clientes: plataformas de reseñas y testimonios permiten recoger opiniones de turistas para mejorar los servicios.

G. Herramientas tecnológicas e innovación:

- ✓ Aplicaciones móviles: desarrollo de apps personalizadas para mejorar la experiencia del usuario.
- ✓ Realidad Aumentada (AR) y Realidad Virtual (VR): tecnologías que permiten ofrecer experiencias inmersivas a los turistas.

Estas herramientas son esenciales para garantizar que un proyecto turístico sea bien planificado, ejecutado y evaluado. La elección de las herramientas específicas dependerá del tipo de proyecto y de los recursos disponibles.

7. Recursos financieros

Para desarrollar un proyecto turístico en Colombia, es fundamental contar con recursos financieros que cubran tanto la inversión inicial como los costos operativos. El capital de inversión debe incluir la compra o adecuación de terrenos, la construcción o remodelación de infraestructura y la adquisición de mobiliario y equipos. Además, es necesario considerar los costos asociados a permisos legales, seguros y estrategias de publicidad y marketing para atraer visitantes y posicionar el proyecto en el mercado. Estos recursos pueden obtenerse a través de financiamiento privado, capital de riesgo y, en algunos casos, créditos gubernamentales o incentivos fiscales destinados a fomentar el turismo.

A largo plazo, la sostenibilidad del proyecto requiere fondos para cubrir costos operativos, como el pago de personal, servicios públicos y mantenimiento de instalaciones, así como la actualización y mejora de los servicios ofrecidos. Para garantizar la estabilidad financiera, es esencial contar con una estrategia de ingresos diversificada que incluya la venta de servicios turísticos y la implementación de actividades complementarias. Dado el crecimiento del sector turístico en Colombia, es clave gestionar los recursos con eficiencia y prever factores como la estacionalidad y la competencia, asegurando así la rentabilidad y la adaptación del proyecto a posibles cambios en la demanda.

7.1 Tipos de recursos

Para desarrollar un proyecto turístico, se pueden utilizar diversas fuentes de financiamiento, clasificadas según su origen y condiciones:

1. Recursos propios

Aportaciones de socios o propietarios: capital invertido directamente sin depender de terceros.

Reinversión de beneficios: utilización de ganancias para expandir o mejorar el proyecto.

2. Créditos y préstamos bancarios

Créditos bancarios: fondos con tasas de interés variables según el riesgo y las garantías.

Préstamos a largo plazo: financiamiento a 10 o 20 años para proyectos de gran envergadura.

Líneas de crédito: fondos disponibles según las necesidades del proyecto.

3. Inversiones externas

Capital de riesgo: inversión en proyectos con alto potencial de crecimiento.

Inversión extranjera directa (IED): fondos de inversionistas internacionales.

Crowdfunding: financiamiento colectivo a cambio de beneficios futuros

4. Apoyo gubernamental

Subvenciones estatales y federales: fondos públicos para incentivar el turismo.

Fondos de turismo: recursos destinados a mejorar la infraestructura turística.

Exenciones fiscales: beneficios tributarios para ciertos proyectos.

5. Bonos y emisión de valores

Bonos de desarrollo: instrumentos financieros para obtener capital a largo plazo.

Venta de acciones: financiamiento mediante la participación de inversionistas.

6. Recursos de organismos internacionales

Préstamos y subvenciones del Banco Mundial, BID y CAF para proyectos en regiones en desarrollo.

Fondos de cooperación internacional: apoyo financiero de países o bloques económicos.

Seleccionar la combinación adecuada de estos recursos dependerá del tamaño, ubicación y expectativas de rentabilidad del proyecto, garantizando su viabilidad y sostenibilidad.

7.2 Costos

Para planificar un proyecto turístico en Colombia, es esencial evaluar diversos costos que afectan tanto el desarrollo como la operación del proyecto. Estos costos se pueden clasificar en varias categorías:

Tabla 8. Costos y rubros

Costos	Rubros a cubrir
Costos de terreno y adquisición.	<ul style="list-style-type: none"> • Compra o arrendamiento de terrenos o edificios. • Impuestos y gastos notariales, como el impuesto predial y costos legales. • Estudios previos, incluyendo impacto ambiental y viabilidad del terreno.
Costos de planificación y diseño.	<ul style="list-style-type: none"> • Honorarios de consultoría para arquitectos e ingenieros. • Diseño arquitectónico y paisajístico. • Estudios ambientales y de impacto social, obligatorios en zonas protegidas. • Permisos y licencias de construcción y operación.
Costos de construcción e infraestructura.	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción de instalaciones, infraestructura vial y paisajismo. • Equipos e instalaciones para energía, agua y seguridad. • Mano de obra, materiales y provisión de servicios básicos.

Costos	Rubros a cubrir
Costos operativos.	<ul style="list-style-type: none"> • Sueldos de empleados y personal administrativo. • Mantenimiento de instalaciones y equipos. • Insumos, seguridad y estrategias de marketing.
Costos financieros y administrativos.	<ul style="list-style-type: none"> • Intereses y costos de financiamiento. • Impuestos como el IVA y el impuesto sobre la renta. • Servicios legales, contables y auditorías.
Costos de tecnología e innovación.	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de reservas y gestión de clientes. • Inversión en sostenibilidad y certificaciones ambientales. • Desarrollo de tecnología para mejorar la experiencia del visitante.
Costos de contingencia.	<ul style="list-style-type: none"> • Fondos para imprevistos, retrasos en construcción y fluctuaciones de precios.

Algunas recomendaciones adicionales que se pueden aplicar son:

- Evaluar costos por ubicación, ya que la variabilidad regional puede influir en los gastos de operación y construcción.
- La inversión en sostenibilidad, puede generar incentivos, pero implica costos iniciales.

Un análisis detallado de estos costos permite desarrollar un presupuesto realista y garantizar la viabilidad del proyecto a largo plazo.

7.3 Gastos

Para ejecutar un proyecto turístico en Colombia, es esencial realizar un análisis detallado de los costos para garantizar su viabilidad y sostenibilidad. A continuación, se describen los principales tipos de gastos a considerar:

1. Gastos de investigación y planificación

Estudios de mercado y viabilidad: análisis del perfil de visitantes, demanda, competencia y tendencias del sector.

Consultoría: asesoría en áreas como turismo, derecho y administración.

Licencias y permisos: permisos necesarios para la construcción, medio ambiente y uso del suelo, según la ubicación del proyecto.

2. Gastos operativos

Personal: salarios y beneficios para empleados permanentes, temporales y especializados (guías turísticos, chefs, administradores, etc.).

Materiales y suministros: artículos de limpieza, amenidades, alimentos, bebidas, ropa de cama, entre otros.

Mantenimiento: reparaciones, jardinería, limpieza y mantenimiento de equipos.

Seguridad y salud ocupacional: equipos y medidas de seguridad para empleados y turistas.

3. Gastos de marketing y promoción

Publicidad: anuncios en medios digitales, redes sociales y revistas de viajes.

Diseño de marca y experiencia del cliente: creación de identidad visual y campañas promocionales.

Relaciones públicas y alianzas: colaboraciones con operadores turísticos, influencers y entidades locales.

4. Gastos de infraestructura y acondicionamiento

Construcción y remodelación: obras de alojamiento, senderos, áreas de recreación y espacios de servicio.

Fondos de turismo: inversiones sectoriales para el desarrollo de destinos y mejora de infraestructura.

Equipamiento: mobiliario, cocina, transporte y equipo recreativo.

Tecnología y software: sistemas de reservas, CRM y gestión de pagos.

5. Gastos regulatorios y legales

Impuestos y tasas: IVA y otros impuestos aplicables al sector turístico colombiano.

Seguros: protección contra daños, responsabilidad civil, accidentes y otros riesgos.

Cumplimiento ambiental: estudios de impacto ambiental y cumplimiento de normativas ecológica

6. Gastos financieros

Financiamiento y amortización de deudas: pagos de intereses si el proyecto está financiado por préstamos.

Fondos de reserva: para contingencias y renovación de infraestructura y equipos.

7. Otros gastos específicos del turismo

Capacitación de personal: formación continua en servicio al cliente, idiomas y primeros auxilios.

Certificaciones de calidad y sostenibilidad: certificación de turismo sostenible y normas de calidad turística.

Logística y transporte: costos para actividades fuera del sitio, como excursiones y visitas guiadas.

8. Gastos relacionados con sostenibilidad y responsabilidad social

Prácticas sostenibles: inversión en reciclaje, eficiencia energética y reducción de residuos.

Proyectos comunitarios: apoyo al desarrollo económico y social de las comunidades locales.

Mantener un control detallado de estos gastos permite gestionar el presupuesto de manera efectiva, identificar áreas de mejora y ahorrar, lo que contribuye a la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

8. Presupuesto

Este apartado aborda de manera integral el proceso de elaboración de un presupuesto para un proyecto turístico, un componente fundamental para garantizar la correcta planificación financiera y operativa. La creación de un presupuesto detallado y bien estructurado es esencial para evaluar la viabilidad económica del proyecto, ya que permite prever los recursos necesarios, identificar las fuentes de ingreso y gestionar de forma eficiente los costos. Un presupuesto bien elaborado no solo establece las bases para el éxito financiero, sino que también brinda una visión clara sobre el desempeño esperado, ayudando a tomar decisiones estratégicas informadas.

La capacidad de un proyecto turístico para generar ingresos sostenibles a largo plazo depende en gran medida de la precisión y eficacia con que se gestione su presupuesto. Es crucial que el presupuesto cubra todas las áreas clave, desde los costos de inversión inicial hasta los gastos operativos recurrentes, y contemple una planificación adecuada para mitigar riesgos financieros. Además el presupuesto debe servir como una herramienta de control y seguimiento, permitiendo ajustes durante la ejecución del proyecto para optimizar el uso de los recursos y maximizar la rentabilidad. Al realizar este proceso de manera meticulosa, se fortalece la probabilidad de éxito del proyecto y se fomenta la confianza de inversionistas y socios estratégicos.

8.1 Generalidades y aspectos clave

Para elaborar el presupuesto de un proyecto turístico, se deben considerar los siguientes puntos clave:

- **Identificación de costos**

Es fundamental clasificar los costos asociados al proyecto, incluyendo tanto los costos fijos como variables, así como los costos de inversión inicial.

- **Fuentes de financiamiento**

Se deben identificar las fuentes de financiamiento disponibles, como fondos propios, préstamos o inversores.

- **Proyecciones de ingresos**

Establecer proyecciones realistas de ingresos basadas en la estimación de la demanda de los servicios turísticos, los precios de los servicios, y el volumen de ventas esperado.

- **Costos operativos**

Detallar los costos operativos recurrentes, como salarios, materiales, mantenimiento, marketing y otros gastos operacionales

- **Rentabilidad y análisis financiero**

Evaluar la rentabilidad del proyecto, mediante la comparación de los costos estimados con los ingresos proyectados, y el análisis de indicadores como el punto de equilibrio, el retorno sobre la inversión (ROI), y el flujo de caja.

Al seguir este proceso, se puede tener una visión clara de los recursos necesarios y el potencial económico del proyecto turístico, lo que permitirá tomar decisiones informadas y ajustar el enfoque según sea necesario.

8.2 Metodología

Para elaborar un presupuesto adecuado en el contexto de un proyecto turístico, se sigue una metodología estructurada que asegura la cobertura de todas las áreas

relevantes y facilita la toma de decisiones financieras. Esta metodología incluye los siguientes pasos:

- **Definir objetivos y alcance**

Es fundamental establecer claramente los objetivos y el alcance del proyecto, lo cual orienta la identificación de los servicios y actividades que se llevarán a cabo. Esto permitirá tener una visión clara de lo que se va a ofrecer y cómo se deben planificar los costos asociados.

- **Desglose de actividades**

El proyecto debe ser desglosado en actividades específicas que se ejecutarán a lo largo de su desarrollo. Cada una de estas actividades debe tener asignados sus respectivos costos y recursos, lo que facilita la planificación detallada y el control financiero.

- **Estimación de costos**

En este paso, se deben estimar los costos tanto directos como indirectos del proyecto. Los costos directos incluyen aquellos vinculados de manera directa con la ejecución del proyecto, como construcción, marketing, y adquisición de equipamiento. Los costos indirectos, por su parte, comprenden gastos generales, administración, transporte, entre otros, que no están directamente relacionados con la actividad principal pero que son necesarios para su ejecución.

- **Análisis de recursos**

Es crucial identificar todos los recursos necesarios para la implementación del proyecto. Estos incluyen tanto los recursos materiales (como equipos y suministros) como el personal requerido y la tecnología necesaria. A cada

uno de estos recursos se le debe asignar un valor económico adecuado para determinar el costo total de su uso en el proyecto.

- **Cronograma de desembolsos**

El presupuesto debe estar acompañado de un cronograma que detalle los desembolsos previstos a lo largo del proyecto. Este cronograma debe alinearse con las fases de ejecución del proyecto, garantizando que los fondos se liberen en el momento adecuado y en la cantidad necesaria para cada etapa.

- **Contingencias y riesgos**

Para manejar posibles imprevistos, es recomendable incluir un margen de contingencia dentro del presupuesto. Además, se debe realizar un análisis de los riesgos potenciales, evaluando cómo estos pueden afectar el presupuesto y qué medidas se pueden tomar para mitigarlos.

- **Seguimiento y control**

Es esencial monitorear constantemente los gastos a medida que se avanza en el proyecto. Este seguimiento permitirá identificar desviaciones significativas respecto al presupuesto inicial, lo cual facilita tomar acciones correctivas oportunas.

- **Herramientas adicionales**

Para optimizar tanto la elaboración como el control del presupuesto, se recomienda el uso de herramientas tecnológicas, como hojas de cálculo, software de gestión de proyectos y plataformas financieras. Estas herramientas permiten una gestión más precisa y eficiente de los recursos y los gastos, facilitando la toma de decisiones informadas a lo largo del proceso.

Esta metodología permite que los responsables del proyecto, tengan una visión clara de los recursos financieros necesarios y pueden asegurar la viabilidad económica del proyecto turístico.

8.3 Elementos clave del presupuesto turístico

El presupuesto turístico debe considerar varios elementos clave que permitan una gestión adecuada de los recursos y aseguren el éxito financiero del proyecto. Estos elementos son fundamentales para elaborar un presupuesto realista y eficaz, que sirva como guía en la toma de decisiones. A continuación, se describen los elementos clave que deben integrarse:

A. Ingresos proyectados

Estimar los ingresos futuros es un paso crucial en la elaboración del presupuesto. Esto incluye la proyección de ingresos provenientes de las ventas de servicios turísticos, como alojamiento, transporte, actividades recreativas, o paquetes turísticos. La estimación debe basarse en datos de mercado, tendencias de consumo y la capacidad de generación de ingresos del proyecto.

B. Costos fijos y variables

Es fundamental distinguir entre los costos fijos, aquellos que no cambian independientemente del nivel de actividad (como alquileres y salarios fijos), y los costos variables, que dependen de la actividad del proyecto (como suministros y comisiones por ventas). El presupuesto debe reflejar ambos tipos de costos para asegurar una visión completa de los gastos.

C. Financiamiento y fuentes de capital

Un presupuesto adecuado debe identificar las fuentes de financiamiento necesarias para cubrir los costos iniciales y operativos del proyecto. Esto puede incluir fondos propios, préstamos, inversionistas o subsidios. Es importante determinar cuánto capital es necesario y cómo se va a obtener, además de considerar las condiciones y plazos de pago de los préstamos, si es el caso.

D. Estrategia de precios

La definición de precios adecuados para los servicios ofrecidos es esencial para garantizar la rentabilidad del proyecto. Se debe tener en cuenta el mercado objetivo, la competencia, los costos de operación y el margen de ganancia deseado. Una estrategia de precios bien definida permitirá maximizar los ingresos sin comprometer la competitividad del proyecto

E. Gastos operativos

Los gastos operativos incluyen todos los costos relacionados con el funcionamiento diario del proyecto, tales como la compra de materiales, el pago de salarios, el mantenimiento de infraestructuras y el costo de la comercialización. Estos gastos deben estar claramente definidos para evitar sorpresas durante la ejecución del proyecto.

F. Provisión para imprevistos

Los proyectos turísticos, como cualquier otra iniciativa, pueden enfrentar imprevistos. Por lo tanto, es recomendable establecer una provisión dentro del presupuesto para cubrir situaciones inesperadas, como fluctuaciones económicas, cambios en la demanda, o costos adicionales debido a factores externos.

G. Indicadores de rendimiento financiero

Para evaluar el desempeño financiero del proyecto, se deben definir indicadores clave de rendimiento (KPIs), como el retorno sobre la inversión (ROI), el margen de beneficio bruto, el punto de equilibrio y otros indicadores relevantes. Estos KPIs permiten monitorear la salud financiera del proyecto y hacer ajustes en el presupuesto si es necesario.

H. Impacto económico y social

Un buen presupuesto también debe considerar el impacto que el proyecto tendrá en la comunidad local, la economía regional y el medio ambiente. Esto es especialmente relevante en los proyectos turísticos, donde la sostenibilidad y la responsabilidad social son factores clave. Incluir medidas para mitigar impactos negativos y promover beneficios a largo plazo es fundamental.

Este enfoque proporciona un marco integral para abordar todas las áreas clave al elaborar un presupuesto turístico, ayudando a garantizar que el proyecto sea financieramente viable, sostenible y alineado con sus objetivos estratégicos.

8.4 Evaluación y ajustes del presupuesto turístico

La evaluación constante del presupuesto durante todo el ciclo del proyecto es esencial para asegurar que el proyecto se mantenga dentro de los márgenes establecidos y que los recursos se utilicen de manera eficiente. Además, deben realizarse ajustes según sea necesario para responder a cambios en el entorno, en la demanda de servicios turísticos o en los costos operativos. A continuación, se describen las prácticas clave para llevar a cabo la evaluación y los ajustes del presupuesto turístico:

1. Monitoreo continuo de los gastos

Es importante realizar un seguimiento constante de los gastos a lo largo del proyecto para asegurarse de que se ajusten al presupuesto inicial. Este monitoreo permite identificar desviaciones en tiempo real y tomar medidas correctivas antes de que se conviertan en problemas significativos. La implementación de un sistema de control financiero, como un software de gestión de proyectos, facilita la visibilidad de los gastos y el rendimiento financiero del proyecto.

2. Revisión periódica de los ingresos

Además de controlar los gastos, es crucial evaluar los ingresos proyectados frente a los ingresos reales generados. Las proyecciones pueden necesitar ajustes si la demanda de servicios turísticos varía debido a factores estacionales, económicos o sociales. Una revisión periódica permite realizar modificaciones en las estrategias de marketing, precios y ventas para maximizar los ingresos durante el ciclo del proyecto.

3. Identificación y análisis de desviaciones

Cuando se identifican desviaciones significativas entre el presupuesto original y la ejecución real, es necesario analizar sus causas. Las desviaciones pueden ser tanto positivas como negativas: si los costos son más bajos de lo esperado, podrían aprovecharse para reinvertir en el proyecto o mejorar la rentabilidad; si son más altos, se deben revisar los procesos operativos, optimizar recursos y buscar alternativas para reducir costos.

4. Ajustes de planificación y control

En función de los resultados obtenidos del monitoreo y la revisión, deben realizarse ajustes en la planificación financiera. Esto puede incluir la redistribución de recursos, la revisión de los plazos de pago, la actualización de las estimaciones de ingresos o la renegociación de costos con proveedores. Además, los ajustes deben ser documentados para mantener la transparencia y garantizar que todas las partes involucradas estén al tanto de las modificaciones.

5. Análisis de rentabilidad y viabilidad continua

Durante la ejecución del proyecto, es necesario evaluar de manera continua la rentabilidad y la viabilidad del mismo. Esto se puede hacer utilizando indicadores clave de rendimiento (KPIs), como la rentabilidad operativa, el flujo de caja, el punto de equilibrio y el retorno de inversión (ROI). Si los resultados no son los esperados, es crucial analizar si el proyecto es sostenible a largo plazo y tomar decisiones estratégicas para mejorar su rentabilidad.

6. Informe de seguimiento financiero

Un informe regular de seguimiento financiero proporciona una visión clara y actualizada de la situación económica del proyecto. Este informe debe incluir un análisis detallado de los ingresos, los costos, las desviaciones, los ajustes realizados y los próximos pasos. Los informes deben ser compartidos con todas las partes interesadas para asegurar la transparencia y el control adecuado del proyecto.

7. Retroalimentación y mejora continua

Los resultados de la evaluación del presupuesto deben servir como base para la mejora continua de futuros proyectos. Las lecciones aprendidas durante el ciclo de vida del proyecto pueden ayudar a afinar los procesos de planificación y gestión financiera, mejorando la precisión de las proyecciones y la efectividad de los controles financieros en el futuro.

Este apartado subraya la importancia de un enfoque dinámico en la gestión financiera del proyecto turístico, donde la flexibilidad y la capacidad de adaptación son claves para garantizar el éxito económico y la sostenibilidad del proyecto.

8.5 Herramientas adicionales para la elaboración y control del presupuesto

Para elaborar un presupuesto para un proyecto turístico, se emplean varias herramientas que ayudan a estimar los costos, administrar recursos y prever ingresos. Estas son algunas de las herramientas y técnicas clave.

Tabla 9. Herramientas para presupuestos

Herramienta	Descripción
Hojas de cálculo (Excel y Google Sheets).	Las hojas de cálculo siguen siendo una de las herramientas más utilizadas para la elaboración de presupuestos. Ofrecen flexibilidad para personalizar los modelos de presupuesto según las necesidades del proyecto, y permiten llevar un control detallado de los costos e ingresos. Además, su facilidad de uso y las funciones avanzadas, como las fórmulas, gráficos y

Herramienta	Descripción
	tablas dinámicas, hacen que las hojas de cálculo sean una opción accesible para proyectos de cualquier tamaño.
Software de gestión de proyectos (Trello, Asana y Monday.com)	Estos programas permiten no solo la planificación de tareas y actividades, sino también la asignación de recursos financieros a cada fase del proyecto. Son ideales para proyectos colaborativos, ya que permiten que el equipo de trabajo acceda en tiempo real a la información actualizada sobre el presupuesto y los avances del proyecto. Además, integran herramientas de seguimiento que ayudan a controlar los costos y plazos de manera más eficiente.
Plataformas de gestión financiera (QuickBooks, Xero y FreshBooks)	Las plataformas de gestión financiera están diseñadas para automatizar la contabilidad y el control de los presupuestos. Estas herramientas ofrecen funcionalidades como la conciliación bancaria, la generación de informes financieros, y la integración con cuentas bancarias y proveedores. Son útiles para proyectos turísticos de mayor envergadura, ya que proporcionan un control detallado de los flujos de caja,

Herramienta	Descripción
	la rentabilidad y los impuestos, y pueden integrarse con otras herramientas de gestión.
Software de planificación y análisis financiero (Microsoft Project, SAP y Oracle)	Estos sistemas son más sofisticados y se utilizan principalmente en proyectos grandes y complejos. Permiten realizar una planificación financiera más detallada, gestionar múltiples recursos y seguir el avance del presupuesto en tiempo real. También ofrecen capacidades avanzadas de análisis de datos, lo que permite identificar tendencias, prever necesidades de financiamiento y ajustar los costos según los resultados obtenidos.
Aplicaciones de contabilidad en la nube (Zoho Books y Wave)	Las aplicaciones de contabilidad en la nube permiten gestionar el presupuesto de manera remota y colaborar con diferentes miembros del equipo sin importar la ubicación. Estas aplicaciones son especialmente útiles para pequeñas y medianas empresas turísticas, ya que ofrecen funciones de facturación, seguimiento de gastos, y generación de informes financieros, todo en una plataforma accesible desde cualquier dispositivo.

Herramienta	Descripción
Sistemas de control de inventarios (TradeGecko y Stock&Buy)	En proyectos turísticos que involucren la gestión de productos o servicios tangibles, los sistemas de control de inventarios son esenciales para garantizar una correcta estimación de los costos de los recursos. Estas herramientas ayudan a mantener un registro detallado de los inventarios, el uso de materiales, y el costo de los productos, lo que facilita la planificación del presupuesto y permite un control adecuado de los costos operativos.
Herramientas de análisis de rentabilidad (ProfitCents y PlanGuru)	Estas herramientas están orientadas a evaluar la rentabilidad y viabilidad financiera de proyectos. A través de simulaciones y análisis de escenarios, permiten determinar el retorno de inversión (ROI) y otros indicadores clave de rendimiento. Son fundamentales para realizar una evaluación precisa del impacto financiero a largo plazo de un proyecto turístico y para ajustar las estrategias según los resultados obtenidos.
Software de control de riesgos (RiskWatch y Active Risk Manager)	La gestión de riesgos financieros es esencial para asegurar que el proyecto se mantenga dentro de los márgenes previstos. Las herramientas de control de

Herramienta	Descripción
	riesgos ayudan a identificar, evaluar y mitigar los riesgos financieros que puedan afectar el presupuesto. Permiten realizar un análisis detallado de los posibles imprevistos y elaborar estrategias de contingencia para minimizar su impacto.

Estas herramientas no solo facilitan la organización y seguimiento de los recursos financieros, sino que también ayudan a mejorar la eficiencia en la gestión del presupuesto, lo que aumenta las probabilidades de éxito del proyecto turístico.

9. Normas financieras para proyectos turísticos en Colombia

Los proyectos turísticos en Colombia deben seguir una serie de normativas y regulaciones para asegurar su viabilidad económica y cumplimiento legal. Entre las principales reglas se encuentran:

1. Registro Nacional de Turismo (RNT): obligatorio para acceder a beneficios fiscales y gubernamentales.
2. Plan de negocios y viabilidad financiera: incluye proyecciones de ingresos, gastos y retorno de la inversión.
3. Cumplimiento fiscal: obligaciones ante la DIAN, incluyendo impuestos sobre la renta y el IVA.
4. Cumplimiento ambiental: cumplimiento con las normativas de sostenibilidad y obtención de licencias ambientales.
5. Estructura de financiamiento: requiere una estructura de capital adecuada, con fuentes públicas y privadas.
6. Seguros y garantías: cobertura de responsabilidad civil y otros riesgos asociados.
7. Cumplimiento laboral y seguridad social: afiliación de trabajadores y cumplimiento con la SIC.
8. Responsabilidad social y sostenibilidad: prácticas de turismo responsable y sostenible.
9. Auditoría y reporte financiero: monitoreo de la gestión financiera y auditorías periódicas.

Cumplir con estas reglas y requisitos financieros permite que un proyecto turístico no solo sea viable, sino también legal y alineado con los objetivos de desarrollo turístico sostenible que promueve el Gobierno de Colombia.

9.1 Política financiera

La política financiera para proyectos turísticos busca fomentar el desarrollo sostenible del sector a través de incentivos fiscales, financiación y sostenibilidad. Los beneficios clave incluyen:

- **Incentivos fiscales**

Exenciones en impuestos y subsidios gubernamentales.

- **Regulación**

Leyes que promueven la integración de proyectos turísticos en el desarrollo local.

- **Desarrollo sostenible**

Fomento de prácticas sostenibles y obtención de certificaciones ambientales.

- **Formación y capacitación**

Programas para mejorar las competencias en gestión financiera y atención al cliente.

La política financiera para proyectos turísticos en Colombia se centra en crear un entorno favorable para la inversión y el desarrollo sostenible, promoviendo un turismo responsable que beneficie tanto a las comunidades locales como al país en su conjunto. La implementación efectiva de estas políticas es clave para fomentar el crecimiento del sector turístico en Colombia y garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

9.2 Financiación

Existen diversas fuentes de financiación disponibles para proyectos turísticos en Colombia:

- **Recursos públicos:** Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y gobiernos regionales.
- **Bancos y entidades financieras:** créditos y líneas de financiamiento específicas.
- **Fondo Nacional de Turismo (FONTUR):** financiamiento para proyectos turísticos.
- **Organismos internacionales:** BID, CAF, Banco Mundial, entre otros.
- **Inversión privada y crowdfunding:** inversores y plataformas de financiación colectiva.
- **Cooperativas y asociaciones:** apoyo de entidades sin ánimo de lucro.

Es recomendable investigar y contactar con las diferentes entidades para conocer las condiciones, requisitos y oportunidades específicas de financiación disponibles para cada tipo de proyecto turístico.

9.3 Informe de proyecto

Un informe de proyecto turístico es un documento esencial para la planificación, gestión y evaluación de iniciativas dentro del sector turístico. En Colombia, este informe no solo sirve para presentar de manera formal la idea y los objetivos del proyecto ante inversionistas o entidades gubernamentales, sino que también debe ser una herramienta estratégica que guíe el desarrollo de la iniciativa. Además, un informe bien estructurado ayuda a evaluar la viabilidad del proyecto, asegurando que los aspectos

financieros, operativos y de sostenibilidad estén alineados con las expectativas y requerimientos del sector.

El informe de proyecto debe incluir los siguientes elementos clave para su efectividad:

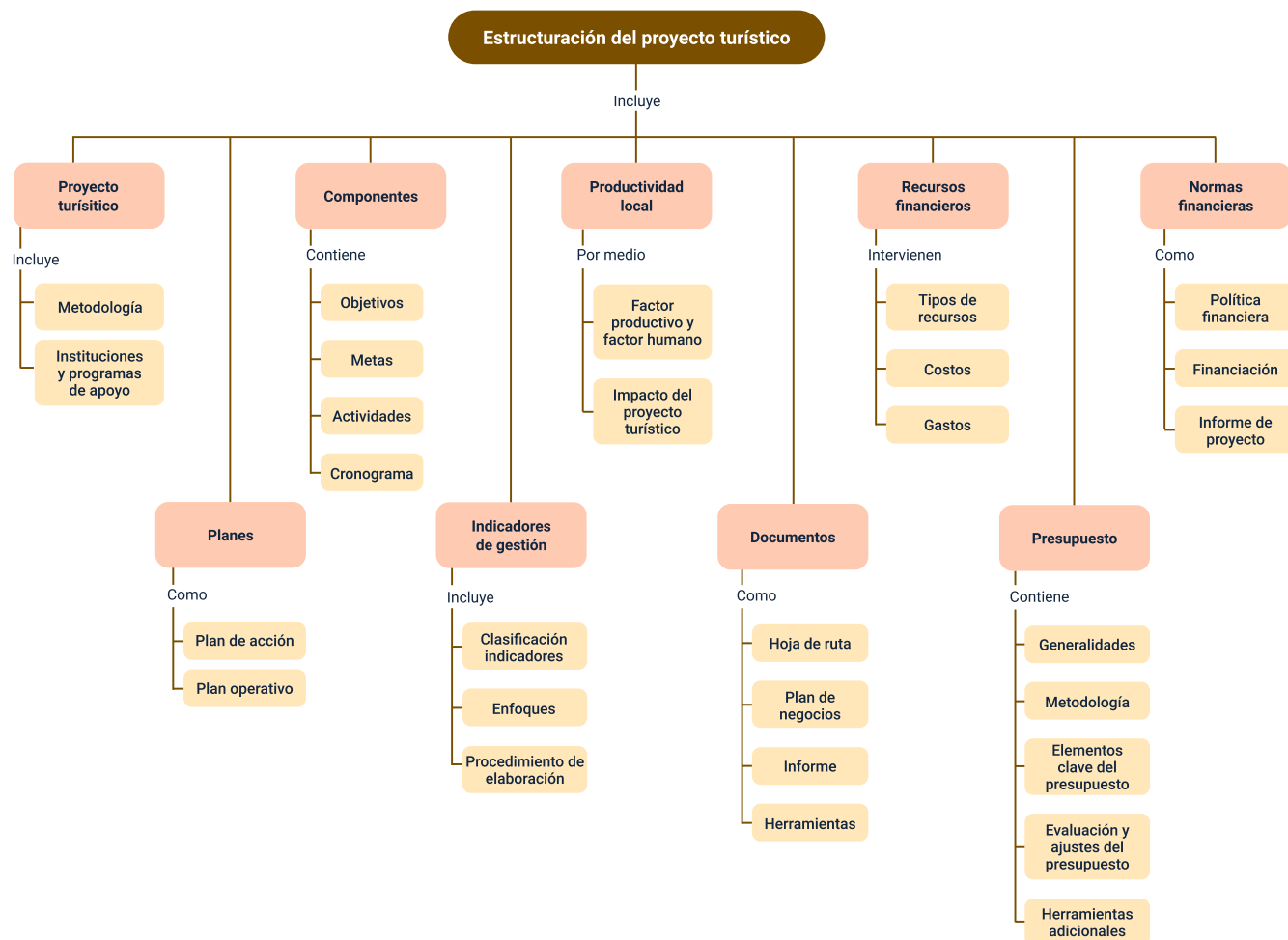
- **Resumen ejecutivo:** objetivos y resultados esperados.
- **Descripción del proyecto:** detalles del tipo de turismo y actividades previstas.
- **Análisis de mercado:** público objetivo y análisis competitivo.
- **Estudio de viabilidad:** evaluación de factibilidad económica y técnica.
- **Plan de marketing:** estrategias para promocionar el destino.
- **Impacto ambiental y social:** evaluación de impactos y estrategias de mitigación.
- **Financiación y presupuesto:** fuentes de financiamiento y desglose de costos.
- **Riesgos y estrategias de mitigación:** identificación de riesgos y medidas preventivas.
- **Cronograma de implementación:** planificación de las fases del proyecto.
- **Monitoreo y evaluación:** Indicadores de desempeño y evaluación continua.

El informe de proyecto turístico es una herramienta clave para asegurar la transparencia y efectividad en la ejecución de cualquier iniciativa dentro del sector turístico. No solo proporciona a los inversionistas, organismos gubernamentales y otros actores claves una visión clara y estructurada del proyecto, sino que también permite al

equipo encargado del proyecto gestionar y adaptar la iniciativa según el avance de las fases planificadas. Al incluir componentes detallados como el análisis de viabilidad, el impacto ambiental y la planificación de riesgos, el informe no solo contribuye a la toma de decisiones informada, sino también a la sostenibilidad y al éxito del proyecto a largo plazo.

Síntesis

A continuación, se describe un enfoque general del componente formativo Estructuración del proyecto turístico, el cual busca generar actividades sostenibles que impulsen el crecimiento económico y cultural de una región. Para ello, se desarrollan planes de acción y operativos que incluyen estrategias enfocadas en infraestructura, marketing y capacitación local. La implementación de estas estrategias se evalúa mediante indicadores de gestión que permiten medir el rendimiento y mejorar la productividad local. El proyecto se organiza a través de objetivos, metas, actividades y cronogramas, y se respalda con documentos clave como la hoja de ruta y el plan de negocios. La gestión financiera, esencial para la viabilidad del proyecto, se sustenta en recursos provenientes de fuentes públicas y privadas, y se maneja mediante un presupuesto detallado que cubre costos y gastos. Las normas financieras aseguran la transparencia y un uso adecuado de los fondos, promoviendo un impacto económico y social positivo en la comunidad.



Material complementario

Tema	Referencia	Tipo de material	Enlace del recurso
4. Indicadores de gestión	Ecosistema de Recursos Educativos SENA. (2022). <i>Interpretación de indicadores de gestión (KPI)</i> [Video]. YouTube.	Video	https://www.youtube.com/watch?v=nCUYv5oPwJY
8. Presupuesto	Ecosistema de Recursos Educativos SENA. (2022). <i>Presupuesto del servicio guiado</i> [Video]. YouTube.	Video	https://www.youtube.com/watch?v=JwhY34xdSml

Glosario

Actividades: son acciones o tareas realizadas por individuos o grupos para alcanzar objetivos específicos. Pueden ser recreativas, educativas, laborales o sociales y contribuyen al desarrollo personal, comunitario o profesional.

Costos: son los gastos asociados a la producción de bienes o servicios. Incluyen materiales, mano de obra, y otros gastos operativos, y son fundamentales para la contabilidad y la gestión financiera de una empresa.

Gasto: se define como la salida de dinero que una persona o empresa realiza para adquirir bienes o servicios. Es un desembolso voluntario que no se recupera y se clasifica en diferentes tipos según su naturaleza, como gastos fijos, flexibles o discrecionales.

Indicadores de gestión: son métricas utilizadas para medir y evaluar el desempeño de una organización en diferentes áreas, ayudando a tomar decisiones estratégicas y mejorar la eficiencia y efectividad de los procesos.

Objetivos SMART: son metas específicas, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo definido. Esta metodología ayuda a establecer objetivos claros y realistas, optimizando la planificación y el seguimiento de los progresos.

Plan de acción: es una estrategia organizada que detalla las tareas, recursos y responsables para alcanzar objetivos específicos en un tiempo determinado. Incluye mecanismos de seguimiento y control para asegurar su efectividad.

Plan de marketing y promoción: es un documento que define estrategias y acciones necesarias para alcanzar objetivos de *marketing*, considerando análisis de

mercado, entorno, competidores, producto y presupuesto, optimizando recursos para lograr posicionamiento y ventas.

Plan de negocios: es un documento que detalla los objetivos de una empresa, la estrategia para alcanzarlos y la viabilidad económica del proyecto. Es fundamental para atraer inversores y guiar el desarrollo del negocio.

Plan financiero: es un documento que describe los objetivos financieros y las estrategias para alcanzarlos, incluyendo análisis de ingresos, gastos, y proyecciones financieras.

Presupuesto: es un plan financiero que establece los ingresos y gastos previstos de una persona, empresa o entidad durante un periodo específico. Sirve para gestionar recursos, controlar costos y tomar decisiones informadas.

Productividad local: se refiere a la creación y manufactura de bienes y servicios dentro de una comunidad específica, utilizando recursos locales. Este enfoque fomenta el desarrollo económico sostenible, la generación de empleo y la preservación de la identidad cultural de la región.

Proyecto turístico: es un plan estratégico destinado a desarrollar y promover un destino turístico. Incluye fases como planificación, ejecución y gestión, con el objetivo de atraer visitantes y generar beneficios económicos, sociales y culturales, asegurando la sostenibilidad y calidad de los servicios.

Recursos financieros: son los fondos que una empresa utiliza para llevar a cabo sus operaciones y cumplir con sus objetivos. Incluyen capital propio, efectivo, créditos y otros instrumentos que permiten financiar inversiones y operaciones diarias.

Referencias bibliográficas

Acerenza, M. A. (2008). Gestión municipal del turismo (1a ed.). Editorial Trillas.

Hernández Díaz, E. A. (2012). Proyectos turísticos: Formulación y evaluación (2a ed.). Editorial Trillas.

Méndez, J. A. (2018). Manual para formulación y evaluación de proyectos turísticos: Herramientas técnicas para inversiones turísticas. Lima: Academia Global de Turismo.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2014). Proyectos de inversión en el sector turismo en Colombia. Bogotá: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. (2019). Lineamientos para el desarrollo de proyectos turísticos sostenibles.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. (2020). Estrategia de turismo para Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2022). Turismo en armonía con la vida: Plan sectorial de turismo 2022-2026. Bogotá, Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

<https://www.mincit.gov.co/participa/consulta-ciudadana/20-12-2022-plan-sectorial-de-turismo-vfpp.aspx>

Morales Mejía, D., Vallejo Terreros, E. V., & López Guerrero, M. E. (1987). Financiamiento turístico: Fuentes internas y externas. Trillas.

Ramírez, C. F. (2020). Estrategias para mejorar la productividad turística en regiones colombianas. Bogotá: Ediciones Turismo y Sociedad.

Welsch, G. A., Hilton, R. W., & Gordon, P. N. (2005). Presupuestos: Planificación y control de utilidades (6a ed.). Pearson Prentice Hall.

Créditos

Nombre	Cargo	Regional y Centro de Formación
Milady Tatiana Villamil Castellanos	Responsable Ecosistema de Recursos Educativos Digitales (RED)	Dirección General
Diana Rocio Possos Beltrán	Responsable de línea de producción	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Juan Carlos Camargo Solano	Experto temático	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos - Regional Distrito Capital
Viviana Esperanza Herrera	Evaluadora instruccional	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Oscar Iván Uribe Ortiz	Diseñador web	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Juan Daniel Polanco Muñoz	Diseñador web	Centro de Comercio y Servicios - Regional Tolima
Diego Fernando Velasco Güiza	Desarrollador full stack	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Gilberto Junior Rodríguez Rodríguez	Animador y productor audiovisual	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Ernesto Navarro Jaimes	Animador y productor audiovisual	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Norma Constanza Morales Cruz	Evaluadora de contenidos inclusivos y accesibles	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios

Nombre	Cargo	Regional y Centro de Formación
Jorge Bustos Gómez	Validador y vinculator de recursos educativos digitales	Centro de Comercio y Servicios - Regional Tolima
Javier Mauricio Oviedo	Validador y vinculator de recursos educativos digitales	Centro de Comercio y Servicios - Regional Tolima