

TABLA DE CONTENIDO

Agradecimientos	13
Presentación	15
Introducción	19
CAPÍTULO 1	
El nuevo ordenamiento de la planificación en Colombia	23
1.1. La importancia de la planificación	23
1.2. El referente institucional para la planificación	25
1.3. Los enfoques de la Planeación en Colombia	28
1.4. Las normas y acciones recientes	29
Cuadro N° 1: Plan de Desarrollo	31
1.5. El Plan Nacional de Desarrollo	32
1.5.1. La parte general	32

La Planificación del Turismo en las Entidades Territoriales

1.5.2.	El plan de inversiones	32
1.5.3.	Procedimiento de elaboración, aprobación y ejecución del Plan Nacional de Desarrollo	33
1.5.4.	Planes sectoriales (planes de acción)	35
1.6.	Planes de desarrollo de las entidades territoriales	35
1.6.1.	Alcances y contenido de la planeación territorial	36
1.6.2.	Formulación del plan de desarrollo de la entidad territorial	37
1.6.3.	Autoridades e instancias de planeación en las entidades territoriales	38
1.6.4.	Formación y operación del consejo territorial de planeación	39
1.6.5.	Relación del plan de desarrollo departamental o municipal con el programa de gobierno	41
1.6.6.	Procedimiento para los planes territoriales	41
	Cuadro N° 2: Procedimientos de elaboración, aprobación y ejecución del Plan de Desarrollo departamental y municipal	42
1.6.7.	Articulación y ajuste de los planes	45
1.6.8.	Ejecución del plan de desarrollo de las entidades territoriales	46
1.6.9.	Instrumentos legales en los cuales se enmarca la planeación territorial	47

1.6.10. Instrumentos técnicos de apoyo a la planeación territorial	48
Cuadro N° 3: Componentes del Sistema Nacional de Planeación	50
CAPÍTULO 2	
El papel de las entidades territoriales en el desarrollo económico	51
Cuadro N° 4: Los Actores del Desarrollo Turístico	56
CAPÍTULO 3	
El sector turístico como factor de desarrollo territorial	59
Cuadro N° 5: Los Recursos y Beneficios del Turismo	60
3.1. Posibles impactos del turismo	61
3.1.1. Impactos económicos	61
3.1.2. Impactos socioculturales	62
3.1.3. Impactos ambientales	64
3.2. Los beneficios del turismo	66
3.2.1. Beneficios Económicos	66
3.2.2. Beneficios culturales	67
3.2.3. Beneficios ambientales	68
3.3. Potencialidades para el desarrollo del turismo	68
CAPÍTULO 4	
El plan de desarrollo turístico de las entidades territoriales	71

La Planificación del Turismo en las Entidades Territoriales

4.1. Aspectos generales	72
Cuadro N° 6: El Plan de Desarrollo Turístico	73
4.2. Contenido del plan	74
4.2.1. Parte general	74
4.2.1.1. Evaluación de limitantes y potencialidades	74
4.2.1.2. Construcción de escenarios	85
4.2.1.3. Clusters, problemas, imagen	87
4.2.1.4. Objetivos y metas	88
4.2.1.5. Políticas y estrategias	88
4.2.1.6. Programas	89
4.2.2. Plan plurianual de inversiones	95
4.3. Evaluación y seguimiento del plan turístico	95
4.4. Proceso de aprobación y coordinación del plan	95
4.5. Proceso de ejecución del plan	96
4.6. Otros aspectos del plan	96
4.6.1. Relación sector público-sector privado	96
4.6.2. Manejo institucional y financiero	99
4.6.3. Ordenamiento físico del territorio	100

4.6.4. Concertación del plan turístico con el sector privado y con la comunidad	100
4.7. Articulación del plan de desarrollo turístico al plan de desarrollo territorial	101
CAPÍTULO 5	
Sugerencias para la promoción turística de una entidad territorial	103
5.1. Promoción orientada a la atracción de inversión	103
5.1.1. Instrumentos normativos	104
5.1.2. Instrumentos políticos	104
5.1.3. Instrumentos técnicos	104
5.1.4. Instrumentos administrativos	105
5.1.5. Instrumentos para la difusión del plan	105
5.2. Promoción en función de la imagen turística regional	106
CAPÍTULO 6	
La importancia de una adecuada gestión	107
6.1. Una interesante reflexión	108
6.2. Mirada retrospectiva	115
6.3. Las perspectivas	121
Consideraciones finales	123

La Planificación del Turismo en las Entidades Territoriales

BIBLIOGRAFÍA	129
ANEXOS	
1. Esquema para el cálculo del impacto del gasto turístico sobre el ingreso regional (construcción del multiplicador)	133
2. Estimación de costos y beneficios para el desarrollo de un programa turístico	137
3. Estructura del inventario de recursos turísticos	141
4. Estructura del marketing turístico	147