



1. OBJETIVO

Posicionar al Departamento del Magdalena como destino turístico, competitivo, sostenible, Incluyente, diferenciado, innovador y productivo a nivel departamental, nacional e internacional.

2. ALCANCE

Inicia con la elaboración de un Plan estratégico de mercadeo territorial, promoción y divulgación turística, continúa con el diseño y elaboración de elementos publicitarios y generación de contenidos multimedia, y finaliza con el posicionamiento del Departamento a nivel Nacional e Internacional como destino turístico competitivo, sostenible e innovador.

3. NORMATIVIDAD

Ley 1530 de 2012.

Decreto 1075 de 2012

Decreto 1949 de 2012

Acuerdo 0017 de 2013 de la Comisión Rectora del Sistema General de Regalías

4. DEFINICIONES

- **INVENTARIOS TURISTICO:** El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional.
- **ATRACTIVO TURISTICO:** Un atractivo turístico es un sitio o un hecho que genera interés entre los viajeros. De este modo, puede tratarse de un motivo para que una persona tome la decisión de visitar una ciudad o un país
- **PRODUCTO TURISTICO:** Es todo aquello susceptible de ser ofrecido para satisfacer una necesidad o un deseo (Kotler). El producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos, turista.

**MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS****VERSION: 002****PROCESO: GESTIÓN CULTURA Y TURISMO
PROCEDIMIENTO: PROMOCION TURÍSTICA****FECHA:
NOVIEMBRE 2019****CODIGO:
GCT-TUR-PR-03**

OFICINA DE TURISMO

PÁGINA: 2 DE 4

- **RUTA TURISTICA:** Se conoce como ruta turística al camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. Estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia.
- **CADENA PRODUCTIVA:** Cadena productiva o proceso productivo es el conjunto de operaciones planificadas de transformación de unos determinados factores o insumos en bienes o servicios mediante la aplicación de un procedimiento tecnológico.
- **AUTORIDADES TURISTICAS:** Encargada de la planificación y promoción Turística de un Territorio.
- **PLAN DE MEDIOS:** El plan de medios se define como el proyecto de distribución de mensajes publicitarios en los medios de comunicación para un tiempo determinado. Su estructura consta de unos hechos previos que lo originan y condicionan o antecedentes; metas que se quieren conquistar u objetivos; caminos entre los cuales se ha optado para alcanzar esas metas o estrategia; de pasos concretos que se tienen que dar, con sus fechas y costos o tácticas y presupuesto; y finalmente, la explicación de por qué se eligió un proceso u otro o racional, y la verificación de su cumplimiento y resultados: los chequeos.
- **MEDIOS DIGITALES:** Hacen referencia al contenido de audio, video e imágenes que se ha comprimido digitalmente.
- **CONTENIDOS MULTIMEDIA:** Cuando utilizamos diversos medios como imágenes, gráficos, animaciones, videos, sonidos y textos para presentar o comunicar una información.

5. POLITICAS OPERACIONALES

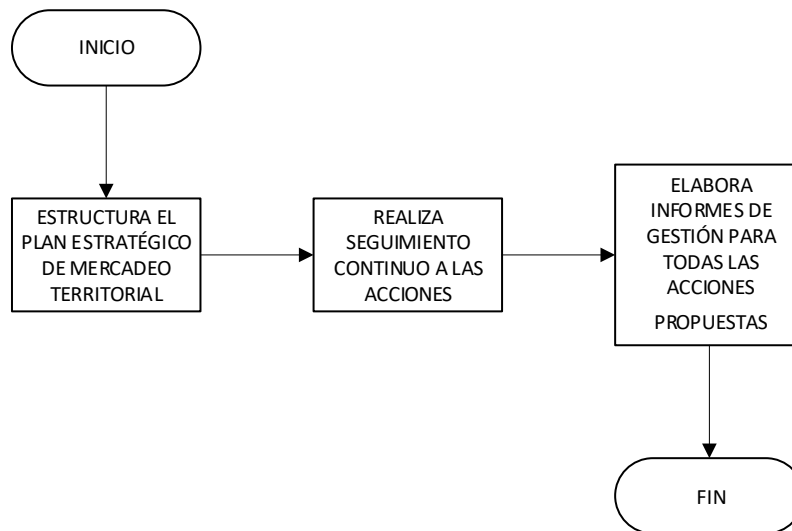
Se labora de acuerdo al lineamiento de la Ley General de Turismo 1558 de 2012

**6. DESARROLLO**

N.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO
1.	Estructura el plan estratégico de mercadeo territorial: teniendo como insumo los inventarios turísticos, las rutas y productos estructurados, se conformará un equipo de trabajo que estructurará la política y el plan de marketing territorial de promoción, difusión y posicionamiento turístico.	Jefe Oficina Turismo Profesional Universitario	1 mes
2.	Realiza seguimiento continuo a las acciones: realizar un seguimiento a todas las acciones propuestas y presentar un informe de los avances.	Jefe Oficina Turismo, Profesional Universitario	Mensual
3.	Elabora informes de gestión para todas las acciones propuestas porcentualmente para la medición de los indicadores respectivos.	Jefe Oficina Turismo, Profesional Universitario	Anual
4.	Gestiona y/o realizar proyecto y/o convenio para la ejecución del plan estratégico.	Jefe Oficina Turismo	1 mes



7. DIAGRAMA DE FLUJO



8. REGISTROS

Inventario Turístico.
Informes
Planes

9. HISTORIAL DE CAMBIOS

REVISIÓN	FECHA	MOTIVO DEL CAMBIO