

ANEXO 3- DOCUMENTO TÉCNICO

ALCALDIA DE RIOHACHA

**IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN
TURISTICA FASE TRES EN EL DISTRITO DE
RIOHACHA**

RIOHACHA CAMBIA LA HISTORIA

2022, OCTUBRE



TABLA DE CONTENIDO

1.	DATOS BASICOS DEL PROYECTO.....	4
	Tabla N°1: Síntesis del Proyecto	4
2.	MARCO LEGAL	4
	Tabla N°2: Marco Legal	4
3.	ARTICULACIÓN CON LA POLÍTICA PÚBLICA.....	6
	Tabla N°3. Articulación con Planes de Desarrollo.....	6
4.	ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA y SITUACIÓN EXISTENTE	7
	Ilustración N° 1: Árbol de Problemas.....	9
5.	OBJETIVOS.....	8
	Ilustración N° 2: Árbol de Objetivos.....	10
	5.1 Objetivo General.....	9
	5.2 Objetivos Específicos.....	9
6.	ANÁLISIS DE PARTICIPANTES.....	10
	Tabla N° 4. Análisis de Involucrados	11
7.	POBLACIÓN	11
8.	LOCALIZACIÓN	12
	RIOHACHA..... ¡Error! Marcador no definido.	
	Localización General.....	12
	Ilustración N° 3. Localización del municipio de Riohacha en el departamento de La Guajira...13	
	Localización Específica del Proyecto.....	13
9.	ESTUDIO DE NECESIDADES.....	13
	Tabla N° 5. Estimación del Déficit en la prestación de Servicios..... ¡Error! Marcador no definido.	
10.	ANÁLISIS DE RIESGOS	14
11.	CADENA DE VALOR.....	15
	Tabla N° 6. Cadena de valor del proyecto.....	15
12.	RESÚMEN DE LA ALTERNATIVA DE SELECCIÓN	16
13.	PLAZO DEL PROYECTO Y COSTOS.....	17



13.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	17
Tabla N° 7. Cronograma de actividades.....	18
13.2. PRESUPUESTO GENERAL.....	16
Tabla N° 8. Presupuesto.....	¡Error! Marcador no definido.
14. FUENTES DE FINANCIACIÓN	17
Tabla N°. 9. Esquema financiero del proyecto	19



1. DATOS BASICOS DEL PROYECTO

Tabla N°1: Síntesis del Proyecto

NOMBRE DEL PROYECTO:	IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA FASE TRES EN EL DISTRITO DE RIOHACHA
FECHA DE PRESENTACIÓN:	Octubre de 2022
VALOR DEL PROYECTO:	\$ 100.000.000
OBJETIVO:	Impulsar la actividad comercial y el posicionamiento turístico como destino vacacional a nivel nacional
FASE DEL PROYECTO:	Factibilidad
PLAZO DE EJECUCIÓN:	4 Meses

Fuente: Elaboración propia, 2022

2. MARCO LEGAL

Tabla N°2: Marco Legal

NORMA	CONTENIDO
Ley 300 de 1996	ARTICULO 1. El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social.
Ley 1450 de 2011	ARTÍCULO 40. Estableció el Fondo de Promoción Turística, como un instrumento para el manejo de los recursos provenientes de la contribución parafiscal para la promoción del turismo, el cual se ceñirá a los lineamientos de la política turística



	definidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
Ley 1558 de 2012	ARTÍCULO 1. OBJETO. La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.
LEY 1558 DE 2012	Artículo 21. Dispone que “los recursos señalados en el artículo 1 y 8 de la Ley 1101 de 2006, así como los asignados en el Presupuesto Nacional para la infraestructura turística, promoción y la competitividad Turística, y el recaudo del Impuesto al Turismo, formarán parte de los recursos del Fondo de Promoción Turística que en adelante llevará el nombre de Fondo Nacional del Turismo – FONTUR”
Resolución °0792 del 17 de julio de 2015	Por medio de la cual se actualiza normativamente el Manual de Contratación de la Alcaldía Mayor de Riohacha.
Ley 2068 de 2020	Tiene como objetivo fomentar la sostenibilidad e implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos, así como fortalecer la formalización y la competitividad del sector y promover la recuperación de la industria turística...
Acuerdo 005 de 2021	ARTÍCULO 21. Turismo Comunitario Rural. La Secretaria de Turismo y Desarrollo Económico, a través de la Dirección de Turismo impulsará el turismo comunitario rural, mediante acciones que



	<p>permitan fortalecer la participación de las comunidades organizadas, el acceso a incentivos, su oferta de servicios turísticos, su vinculación a la cadena de actores del ámbito económico, social, cultural ecológico del sector turismo.</p>
--	---

Fuente: Elaboración propia, 2022

3. ARTICULACIÓN CON LA POLÍTICA PÚBLICA

A continuación, se presenta la contribución del proyecto al cumplimiento de la política pública nacional, departamental y municipal establecida en los planes de desarrollo y su gestión institucional:

Tabla Nº3. Articulación con Planes de Desarrollo

PLAN DE DESARROLLO NACIONAL	
NOMBRE:	PACTO POR COLOMBIA PACTO POR LA EQUIDAD 2018-2022
ESTRATEGIA TRANSVERSAL:	Pacto por el emprendimiento, la formalización y la productividad: una economía dinámica, incluyente y sostenible que potencie todos nuestros talentos
OBJETIVO ESTRATÉGICO:	Entorno para crecer; formalización, emprendimiento y dinamización empresarial
PRODUCTOS ASOCIADOS	Productividad y competitividad de las empresas colombianas
PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL	
NOMBRE:	UNIDOS POR EL CAMBIO 2020-2023
EJE:	HACIA UNA NUEVA ECONOMÍA DIVERSA Y SOSTENIBLE
PROGRAMAS:	HACIA UNA NUEVA ECONOMÍA DESDE EL TURISMO
SUBPROGRAMA	PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS
OBJETIVO:	Lograr en el departamento de La Guajira de un turismo Sostenible y Competitividad
PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL	
NOMBRE:	RIOHACHA CAMBIA LA HISTORIA 2020 - 2023
EJE:	Riohacha Líder en desarrollo Económico
PROGRAMAS:	Productividad y competitividad de las empresas colombianas
META RESULTADO:	Puntaje índice de competitividad
META PRODUCTO:	Servicio de Promoción Turística



OBJETIVO: Mejorar los niveles de productividad y competitividad de las empresas de Riohacha.

Fuente: Plan de Desarrollo Nacional, Plan de Desarrollo Departamental y Plan de Desarrollo Municipal.
Elaboración Propia, 2022.

4. ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA y SITUACIÓN EXISTENTE

La vocación turística de Riohacha parte por el centro de llegada, prestación de servicios y base operativa para recorridos por el territorio turístico desde la Sierra Nevada de Santa Marta, hasta el extremo oriental de la península de La Guajira, algunos de cuyos recursos, aun estando en territorios rurales, forman parte de los atractivos turísticos de Riohacha, como es el caso del Santuario de Fauna y Flora los Flamencos Rosados a tan solo 15 minutos de la ciudad.

Es de vital relevancia facilitar el desarrollo turístico descentralizado en la ciudad, de manera tal que se potencialice el efecto multiplicador que la actividad turística puede generar a través de la distribución de la riqueza en diferentes lugares de la ciudad que no han sido tradicionalmente focos de atracción turística, redistribuyendo los flujos de turistas en otras zonas, fortaleciendo y mejorando la actividad en aquellas que tienen una vocación ya consolidada y especialmente, propagando la derrama económica de la actividad a través de la vivencia de los turistas en nuevas experiencias, que en últimas tendrán repercusión en los niveles de erradicación de pobreza de los sectores de la ciudad y que por causa de las medidas sanitarias tomadas para enfrentar el COVID19 deben haber disminuido sus ingresos.

Actualmente el Distrito cuenta con la mayor concentración de servicios de alojamiento, restaurantes y agentes de viajes y receptivos del Departamento. Adicional de tener un aeropuerto internacional en proceso de mejora de sus instalaciones y capacidad, y rutas de transporte terrestre que conectan la ciudad con el interior del país y sus principales ciudades.

Ante el aumento de visitantes en los últimos años, el gobierno local con apoyo del gobierno departamental y nacional han iniciado inversiones significativas en la mejora del servicio de agua y otros servicios públicos. Estas y otras iniciativas asegurarán que Riohacha sea capaz de satisfacer las necesidades de una población turística. De lo que lleva el 2022 el aeropuerto Almirante Padilla se movilizaron mas de 300mil pasajeros, durante la temporada de Semana Santa la ciudad recibió más de 50mil visitantes y registro una ocupación hotelera del 95%, cifras que demuestran la importancia del turismo para la reactivación económica del Distrito.

Riohacha es considera actualmente como una de las ciudades de mayor crecimiento en el tráfico aéreo del país. La recuperación postpandemia en los viajes aéreos ha sido del 88%, convirtiéndola



en uno de los destinos más apetecidos para viajar. Dentro los esfuerzos que realiza día a día la Administración Distrital es el de creación de Rutas Aéreas, y gracias estos a finales del 2021 se comenzó a operar la Ruta Riohacha – Medellín, ruta ha ayudado al aumento de turistas en el destino. De igual manera inicia en el mes de noviembre del 2022 el vuelo Cali-Riohacha, y aprobado el Bucaramanga, que ayudaran a mejorar la conectividad del Ciudad con el país.

El Plan de Desarrollo “Riohacha Cambia la Historia 2020-2023” identifica una serie de necesidades particulares e identifica una serie de potencialidades que se alinean con las tendencias globales en turismo. En particular, el turismo de cultural, de naturaleza, el ecoturismo, etnoturismo y turismo comunitario, así como ofertas estratégicas como avistamiento de aves, deportes náuticos y aventura y actividades de bienestar representan oportunidades importantes para el desarrollo del turismo en el distrito, la generación de empleo y mejora en las condiciones de vida de su población.

A su vez, hay potenciales importantes en la organización, creación de productos y promoción de su gastronomía, música, danza, artesanías, sabiduría ancestral, y fiestas, entre otros. Lo anterior, por ejemplo, ha sido destacado en la más reciente guía de turismo cultural de ProColombia.

La oferta turística de Riohacha, apalancada en la oferta departamental, representa una ventaja comparativa frente a otros destinos y una oportunidad para promover un turismo sostenible y atraer turistas, con un enfoque cualitativo sobre el cuantitativo.

Estrategias como “Redescubriendo Riohacha” permitieron visibilizar ofertas y servicios turísticos del Distrito a la población local, generando un tráfico interno en el proceso de reactivación del sector turístico. De igual manera procesos con FamTrips, PressTrips y pautas en medios de comunicación han permitido empezar a visibilizar la oferta turística del Distrito.

Con el acuerdo 005 de 2021 se crea la política Pública de Turismo, la cual es convida como el conjunto de lineamientos estratégicos que orientan la gestión del turismo en el Distrito de Riohacha. Uno de los lineamientos claves de la política es el Mercadeo y Promoción, el cual tiene como objetivo posicionar al Distrito de Riohacha a nivel nacional e internacional.

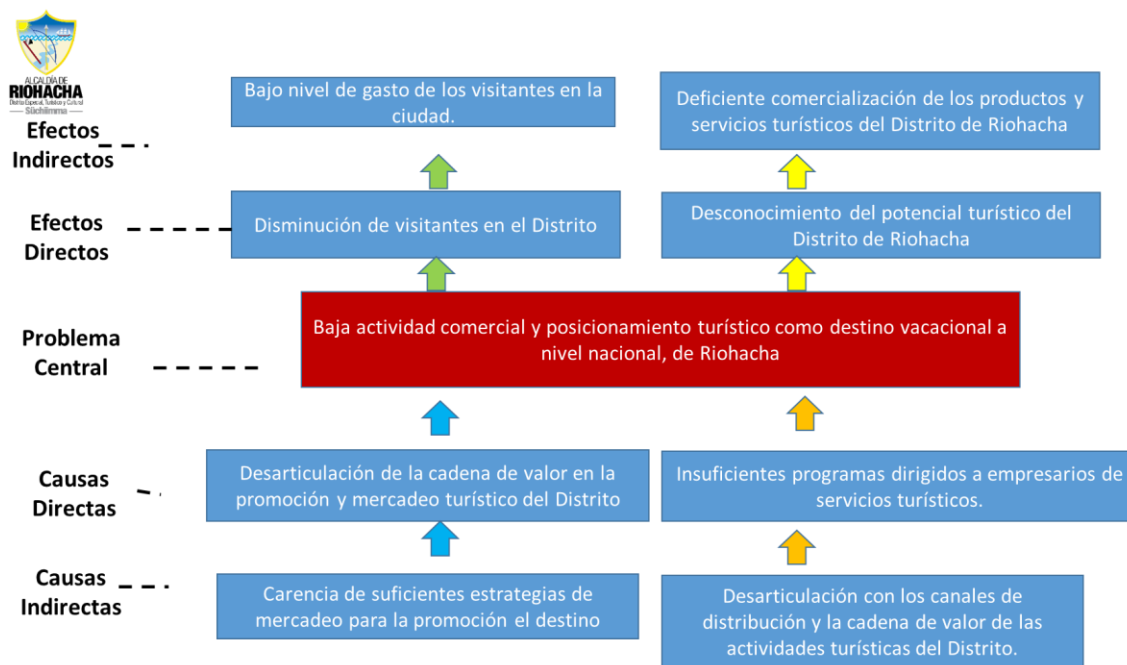
Con esta política se realiza el lanzamiento de la marca ciudad “Riohacha: Ancestral y Cultural” la cual ha servido como base para el diseño e implementación de promoción diferenciado y especializado del Destino. El diseño de esta marca busca fortalecer la esencia como cultura y resaltar la historia, leyendas y riqueza con que cuenta la ciudad.

De acuerdo con esta vocación, la Dirección de Turismo Distrital ha radicado y ejecutado de la mano del Gobierno Nacional, junto a Fontur, dos estrategias de Promoción turística. Y es por esto se radica ante esta entidad una fase 3 para el fortalecimiento del sector del Distrito.



Con la ejecución de este proyecto se plantean la dinamización del sector turístico con acciones concretas orientadas a una estrategia de promoción y comunicaciones de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la post pandemia y, un programa de promoción y mercadeo para el turismo en Riohacha, de la mano de los empresarios del sector como las agencias de viajes, hoteleros, indígenas wayuu, artesanos y promotores de la gastronomía local. Ya que los diferentes programas que se encuentran en este proyecto ayudaran a que estos empresarios generen conexión con empresarios de otras ciudades, lo que permitirá la generación alianzas comerciales y por ende el aumento de visitantes al Distrito, a lo cual se estima que para el año 2023 supere los 500 mil visitantes al año, Así las cosas, la Dirección de Turismo Distrital de Riohacha considera viable la ejecución del proyecto teniendo en cuenta las oportunidades y el impacto positivo sobre el desarrollo económico que será mayor y sostenible, solo si se genera una estrategia de gestión, fortalecimiento y promoción alrededor del sector turístico, que permita consolidar a Riohacha como destino de turismo competitivo y sostenible.

Ilustración N° 1: Árbol de Problemas



Fuente: Elaboración Propia, Marco Lógico, 2023

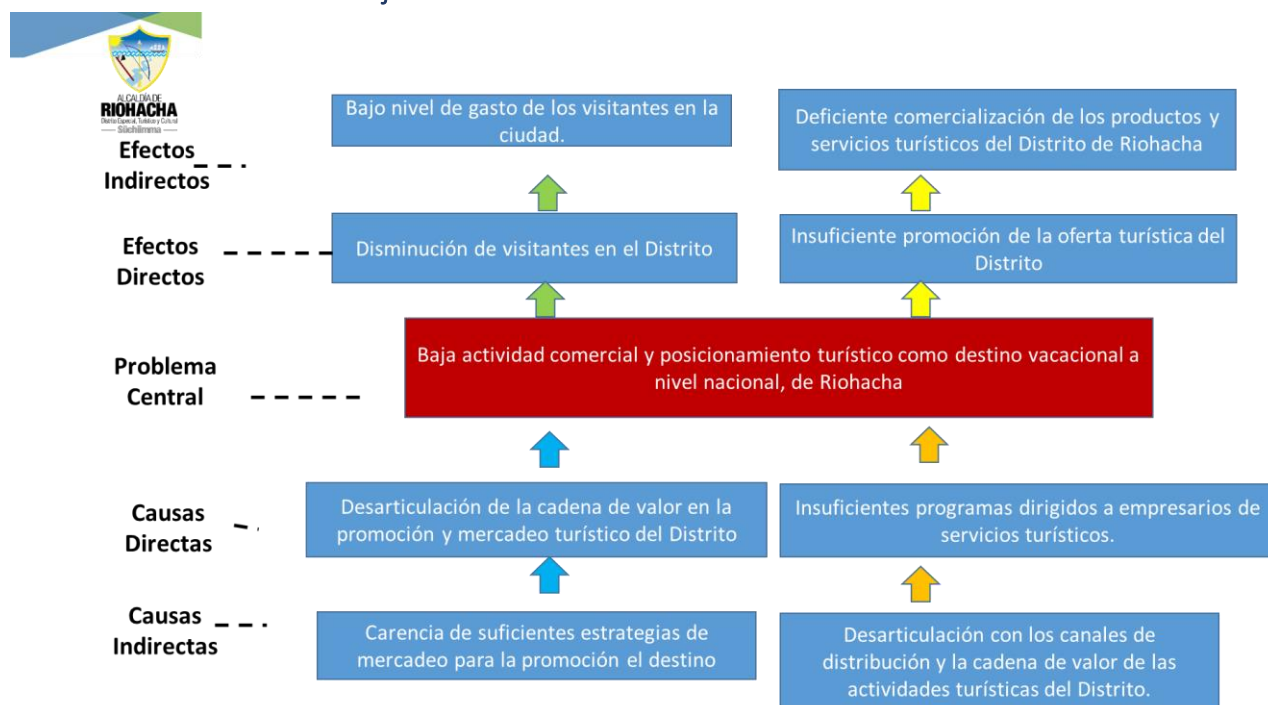
Magnitud actual del problema

Puntaje Índice de competitividad turística 4.38, Centro de pensamiento turístico 2022



8. OBJETIVO

Ilustración N° 2: Árbol de Objetivos



Fuente: Elaboración Propia, Marco Lógico, 2022

5.1 Objetivo General

Aumentar la participación del sector turístico del Distrito de Riohacha en espacios de promoción turística y la implementación de estrategias de marketing a nivel regional, nacional e internacional.

5.2 Objetivos Específicos

- Generar la articulación de la cadena de valor del turismo y de las campañas de promoción y mercadeo, que permitan informar a los posibles turistas de la oferta turística de la ciudad.
- Conocimiento de la oferta turística del Distrito de Riohacha en espacios Nacionales e Internacionales
- Aumento de la oferta de impacto a los potenciales turistas.
- Recursos de inversión para fomentar la creación de iniciativas de negocios turísticos

En síntesis, la relación de las “Causas”, hace evidente que el objetivo general “Fortalecimiento al desarrollo del turismo en el Distrito de Riohacha” se alcanzará SI y solo SI, se da cumplimiento a los



2 objetivos específicos planteados.

9. ANÁLISIS DE PARTICIPANTES

Este proyecto fue socializado a diversos beneficiarios y cooperantes buscando consolidar las expectativas y los beneficios que contiene la iniciativa a los actores que comprenden la cadena de valor.

La articulación de acciones con entidades como Procolombia, FONTUR, gremios, prestadores de servicios turísticos entre otros permite la implementación de estrategias efectivas para la promoción turística del Distrito de Riohacha y la dinamización del sector.

Las acciones mencionadas anteriormente, requieren el desarrollo de una estrategia de promoción y mercadeo que permita fortalecer a Riohacha como destino turístico vacacional, y de negocios.

Tabla N° 4. Análisis de Involucrados

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS			
ACTOR	INTERESES O EXPECTATIVAS	POSICIÓN	TIPO DE CONTRIBUCIÓN
MUNICIPAL	Aumentar y fortalecer el turismo competitivo y sostenible en el Distrito de Riohacha.	COOPERANTE	Formulación y estructuración del proyecto para la identificación y fortalecimiento de los recursos y atractivos turísticos.
PRESTADORES DE SERVICIOS TURISMO	Articulación y promoción de su oferta turística (étnica, cultural, gastronómica, natural y náutica) y la generación de ingresos aportando a la reactivación del sector	BENEFICIARIO	Participación en el proyecto y veeduría ciudadana
FONTUR	Apoyar y generar alianza para el fortalecimiento del turismo competitivo de la región	COOPERANTE	Ejecución, cofinanciación, y seguimiento del proyecto.

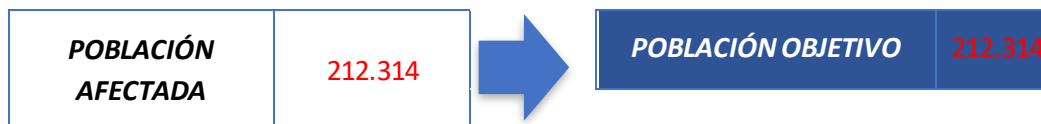
Fuente: Elaboración propia, Marco Lógico, 2022

10. POBLACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO		
GRUPO ETÁREO	0- 14 años	68.175
	15 - 19 años	19.021
	20 - 59 años	108.231
	Mayor 60 años	16.887
TOTAL POBLACIÓN OBJETIVO		212.314
GÉNERO	Mujeres	109.776



	Hombres	102.776
TOTAL DE POBLACIÓN AFECTADA		212.314



11. LOCALIZACIÓN

Riohacha, Zona Rural

Localización General

El Municipio de Riohacha está ubicado en el centro del Departamento de la Guajira; sus límites son: por el norte, el mar Caribe; por el oriente, con el municipio de Albania y el río Ranchería que lo separa del Municipio de Maicao y del Municipio de Manaure; al sur, los Municipios de Hatonuevo, Barrancas, Fonseca, Distracción, San Juan del Cesar; y al occidente el Municipio de Dibulla.

La configuración de los límites del municipio de Riohacha, recuerda a la geometría de un trapecio recto en el que la base menor es su costa y el lado perpendicular es el tramo final del Río Ranchería. Su altitud sobre el nivel del mar varía desde el nivel del mar, hasta 3.800 m en el nacimiento del río Ranchería, en la Sierra Nevada de Santa Marta.

Las coordenadas de los puntos extremos del municipio se presentan en la tabla N° 2

Tabla N° 5. LOCALIZACION GEOGRAFICA Y CARTOGRAFICA

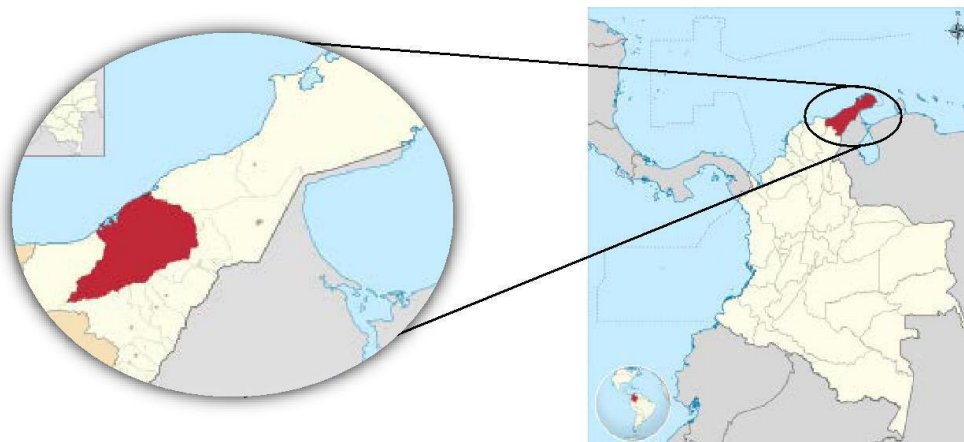
UBICACIÓN	COORDENADAS GEOGRÁFICAS		COORDENADAS CARTOGRAFICAS	
	Latitud	Longitud	X	Y
Extremo Norte: Desembocadura del río Ranchería	11°30'	72°54'	1'771.000	1'120.000
Extremo Sur: Cerro Oquí, cerca al nacimiento del río Ranchería	10°55'	73°22'	1'699.000	1'076.000
Extremo Este: Punto NP-7-CET-84.487	11°12'	72°32'	1'730.000	841.500
Extremo Oeste: Boca de La Enea, desembocadura del río Tapias	11°20'	73°13'	1'745.000	1'094.000

El mapa de la Ilustración N° 3 permite apreciar la ubicación descrita.

La superficie total del municipio de Riohacha es de aproximadamente 3.084,45 Km², de los cuales, el área urbana de la cabecera municipal ocupa 24,64 Km², lo cual representa apenas alrededor del 0.08% del área total del municipio.



Ilustración N° 3. Localización del municipio de Riohacha en el departamento de La Guajira



Fuente: (Wikipedia, 2019)

Localización Específica del Proyecto

Zona Rural del Distrito De Riohacha

12. ESTUDIO DE NECESIDADES

BIEN O SERVICIO		UNIDAD DE MEDIDA DEL BIEN O SERVICIO	Número
Desarrollo de una estrategia de promoción y mercadeo para el turismo en Riohacha orientado a la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística de la ciudad		DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD DE MEDIDA	La oferta corresponde a los eventos de promoción turística realizadas por la entidad territorial, y la demanda es la cantidad de eventos que requiere el sector para aumentar su competitividad.
AÑO	OFERTA	DEMANDA	DÉFICIT
2020	2	2	0
2021	0	2	-2
2022	2	2	0



2023	2	2	0
------	---	---	---

13. ANÁLISIS DE RIESGOS

Los riesgos son eventos inciertos que pueden llegar a suceder en el futuro, dentro del horizonte de ejecución del proyecto y representaran efectos de diferente magnitud en uno o más de sus objetivos. En la siguiente tabla se presentan eventos o situaciones inciertas identificadas como riesgos que, en caso de presentarse, pueden tener un impacto negativo en uno o alguno de los objetivos planteados en las diferentes fases del proyecto; por tal motivo se realiza.

	Tipo de riesgo	Descripción del riesgo	Probabilidad e impacto	Efectos	Medidas de mitigación
1-Propósito (Objetivo general)	Administrativos	No generar el impacto esperado en la promoción y comercialización de los servicios y productos turísticos	Probabilidad: 4. Probable Impacto: 3. Moderado	Perdida de competitividad del Destino	Creación de una estrategia de comercialización teniendo en cuenta la segmentación del mercado.
2- Componentes	De costos	Incremento en los precios de los bienes y servicios a proveer	Probabilidad: 4. Moderado Impacto: 3. Moderado	Deficientes servicios	Mejorar los estándares de calidad de los proyectos presentados por la unidad ejecutora que aprueba y viabiliza el proyecto
2-Actividad	Operacionales	Cancelación de empresas participantes	Probabilidad: 4. Moderado Impacto: 3. Moderado	Incumplimiento de objetivos	Coordinación con gremios de turismo para la convocatoria



14. CADENA DE VALOR

La cadena de valor es la relación secuencial y lógica entre insumos, actividades, productos y resultados en la que se añade valor a lo largo del proceso de transformación total, como se muestra a continuación:

Tabla N° 6. Cadena de valor del proyecto

CADENA DE VALOR							
Programa	Objetivo General	Objetivo Específico	PRODUCTOS				Actividades
			Producto	Indicador	Unidad Medida	Meta	
IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA FASE TRES EN EL DISTRITO DE RIOHACHA	Aumentar la participación del sector turístico del Distrito de Riohacha en espacios de promoción turística y la implementación de estrategias de marketing a nivel regional, nacional e internacional.	Generar la articulación de la cadena de valor del turismo y de las campañas de promoción y mercadeo, que permitan informar a los posibles turistas de la oferta turística de la ciudad.	Servicios de promoción turística	Número de campañas	Número	1	Realizar Misión Comercial en la ciudad de Bucaramanga con 15 empresarios de la ciudad
							Coordinar procesos para la implementación de estrategias de internacionalización y ejecutar acciones para la puesta en marcha eventos de cooperación internacional
							Realizar jornadas de formalización de los operadores y/o Prestadores de servicios turísticos en el Distrito.
							Implementar jornadas de capacitación y creación campañas sobre el ESCNNA, Servicios turísticos a Colegios amigos del turismo
							Coordinar, diseñar e implementar estrategias para la creación de rutas turísticas del Distrito de Riohacha



						<div>Coordinar jornadas de formación y educación al talento humano del sector turismo del Distrito de Riohacha</div> <div>Promoción de las actividades turísticas y sitios de interés turísticos en el Punto de Información turística de Camarones</div>
--	--	--	--	--	--	--

15. RESÚMEN DE LA ALTERNATIVA DE SELECCIÓN

Contempla aumentar la participación en los espacios existentes del nivel nacional e internacional para la promoción de la oferta turística del Distrito, de igual manera incentivar la posibilidad de oportunidades para el desarrollo de nuevas iniciativas de negocios turísticas, posicionar a Riohacha como destino turístico atractivo por sus potencialidades culturales, ambientales, gastronómicas, musicales y étnicas, en la que confluye un entorno diverso de mar, río, y sabana.

Se realizará una misión comercial con 15 empresarios del Distrito en la ciudad de Bucaramanga, en el cual se realizara finalizando con una rueda de negocios con empresarios locales que lograra dinamizar el sector, y se realizara un recorrido de renacimiento en la ciudad.

Promoción turística, cuyo objetivo es el posicionamiento del Distrito como un atractivo turístico.

Para esto se necesitan fortalecer las siguientes estrategias:

✓ Generación de campañas y eventos de promoción turística, para comercializar y visualizar la oferta y servicios turísticos en el Distrito de Riohacha, como lo son el aviturismo, etnoturismo, deportes náuticos y gastronomía.

✓ Creación de rutas turísticas en el Distrito de Riohacha.

Formalización del sector turismo del Distrito de Riohacha, a través de alianzas con la Cámara de Comercio y Viceministerio de Turismo, estas jornadas contarán con capacitaciones, visitas a empresas y procesos de formalización y obtención del RNT. Así como también el control junto a la Policía de turismo para la aplicación de sanciones a prestadores en operación sin RNT. Formación, talleres enfocados al reconocimiento de la oferta turística del Distrito, así como también un trabajo articulado con los Colegios amigos del turismo.

✓ Acompañamiento y coordinación de talleres enfocados en mejorar la competitividad de los operadores turísticos.



Lucha contra la ESCNNA, cuyo objetivo es crear estrategias para la lucha para la erradicación de la ESCNNA en el Distrito de Riohacha.

- ✓ Capacitaciones a operados turísticos, hoteles, restaurantes.
- ✓ Jornadas de control a empresas y zonas turísticas
- ✓ Campañas en colegios
- ✓ Jornadas de sensibilización en comunidades indígenas, urbanas y rurales

16. PLAZO DEL PROYECTO Y COSTOS

13.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

El plazo de ejecución del proyecto es de nueve meses de los cuales, A continuación, se presenta el cronograma de ejecución física y financiera.



Tabla N° 7. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES FÍSICO Y FINANCIERO					
ACTIVIDADES	M1	M2	M3	M4	TOTAL
Realizar Misión Comercial en la ciudad de Bucaramanga con 15 empresarios de la ciudad					
Programación de flujos	\$ -	\$ 32.800.000,00	\$ -	\$ -	\$ 32.800.000,00
Coordinar procesos para la implementación de estrategias de internacionalización y ejecutar acciones para la puesta en marcha eventos de cooperación internacional					
Programación de flujos	\$ 3.200.000,00	\$ 3.200.000,00	\$ 3.200.000,00	\$ 3.200.000,00	\$ 12.800.000,00
Realizar jornadas de formalización de los operadores y/o Prestadores de servicios turísticos en el Distrito.					
Programación de flujos	\$ 3.200.000,00	\$ 3.200.000,00	\$ 3.200.000,00	\$ 3.200.000,00	\$ 12.800.000,00
creación campañas sobre el ESCNNA, Servicios turísticos a Colegios amigos del turismo					
Programación de flujos	\$ 3.200.000,00	\$ 3.200.000,00	\$ 3.200.000,00	\$ 3.200.000,00	\$ 12.800.000,00
Coordinar, diseñar e implementar estrategias para la creación de rutas turísticas del Distrito de Riohacha					
Programación de flujos	\$ 3.200.000,00	\$ 3.200.000,00	\$ 3.200.000,00	\$ 3.200.000,00	\$ 12.800.000,00
Coordinar jornadas de formación y educación al talento humano del sector turismo del Distrito de Riohacha					
Programación de flujos	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00	\$ 10.000.000,00
sitios de interés turísticos en el Punto de Información turística de Camarones					
Programación de flujos	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 6.000.000,00
TOTAL					\$ 100.000.000,00

Fuente: Elaboración propia, 2022

13.2. PRESUPUESTO GENERAL

La siguiente tabla muestra el valor de la inversión:

CADENA DE VALOR						
PRESUPUESTO						
Actividades	Insumos	Cant.	Cant. Mes	Un. Medida	Valor Unitario	Valor Total
Realizar Misión Comercial en la ciudad de Bucaramanga con 15 empresarios de la ciudad	Transporte aéreo ida y vuelta (Riohacha-Bucaramanga-Riohacha)	15	1	Unidades	\$ 1.000.000	\$ 15.000.000
	Alojamiento, plan americano, dos noches	15	1	Unidades	\$ 920.000	\$ 13.800.000
	Alquiler salón para 50 personas, full equipado.	1	1	Unidades	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
	Refrigerio	100	1	Unidades	\$ 30.000	\$ 3.000.000



Coordinar procesos para la implementación de estrategias de internacionalización y ejecutar acciones para la puesta en marcha eventos de cooperación internacional	Profesional Universitario	1	4	persona/meses	\$ 3.200.000	\$ 12.800.000
Realizar jornadas de formalización de los operadores y/o Prestadores de servicios turísticos en el Distrito.	Profesional Universitario	1	4	persona/meses	\$ 3.200.000	\$ 12.800.000
Implementar jornadas de capacitación y creación campañas sobre el ESCNNA, Servicios turísticos a Colegios amigos del turismo	Profesional Universitario	1	4	persona/meses	\$ 3.200.000	\$ 12.800.000
Coordinar, diseñar e implementar estrategias para la creación de rutas turísticas del Distrito de Riohacha	Profesional Universitario	1	4	persona/meses	\$ 3.200.000	\$ 12.800.000
Coordinar jornadas de formación y educación al talento humano del sector turismo del Distrito de Riohacha	Profesional Universitario	1	4	persona/meses	\$ 2.500.000	\$ 10.000.000
Promoción de las actividades turísticas y sitios de interés turísticos en el Punto de Información turística de Camarones	técnico	1	4	persona/meses	\$ 1.500.000	\$ 6.000.000
SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS						\$ 100.000.000
<i>Interventoría (En caso de que aplique)</i>						
<i>Administración - 6%</i>						
SUBTOTAL COSTOS INDIRECTOS						-
VALOR TOTAL DEL PROYECTO						\$ 100.000.000

17. EVALUACIÓN ECONÓMICA

Tabla N° 15. Resultados de la Evaluación Económica

EVALUACIÓN ECONÓMICA		
Valor Presente Neto Económico	Tasa Interna de Retorno	Relación Costo- Beneficio
\$ 3.912.748,09	11,82 %	\$1,04

Fuente: Elaboración propia de resultados obtenidos en la MGA, 2019

18. FUENTES DE FINANCIACIÓN

A continuación, se relacionan las fuentes de financiación que se plantean para la financiación del proyecto:

Tabla N°. 8. Esquema financiero del proyecto

ESQUEMA FINANCIERO



Entidad	Etapas	Periodo (meses)	Fuente	Valor
Municipio de Riohacha	Inversión	Cinco meses	IpF Ingresos Propios	\$ 100.000.000
TOTAL APORTES (PESOS)				\$ 100.000.000

Fuente: Elaboración propia de acuerdo estructura de MGA, 2022.

19. INDICADORES

El uso y aplicación de los siguientes indicadores se relacionan estrechamente con los procesos de planificación del proyecto. A partir de estas variables se generará información periódica que permitirá cuantificar y cualificar los avances o retrocesos de los logros de los objetivos específicos.

a. INDICADORES DE PRODUCTO

Los indicadores de producto que se relacionan a continuación reflejan los bienes y servicios cuantificables producidos y/o aprovisionados directamente por el proyecto.

Tabla N 17. Indicadores de Producto del proyecto

CADENA DE VALOR					
Objetivo General	Objetivo Específico	PRODUCTOS			
		Bien y/o Servicio	Indicador	Unidad Medida	Meta
Aumentar la participación del sector turístico del Distrito de Riohacha en espacios de promoción turística y la implementación de estrategias de marketing a nivel regional, nacional e internacional.	<u>Objetivo específico 1:</u> Generar la articulación de la cadena de valor del turismo y de las campañas de promoción y mercadeo, que permitan informar a los posibles turistas de la	<u>Producto 1:</u> Servicios de promoción turística	Número de campañas	Número	1



	oferta turística de la ciudad.				
--	-----------------------------------	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia de acuerdo estructura de MGA, 2022

Medios de verificación: Registros fotográficos, informes de avance de contrato, visitas de seguimiento, informes de supervisión, listados de asistencia, actas de entrega, entre otros.

ANDRÉS FELIPE ROMERO MADERO
Director de Turismo Distrital

