

Datos básicos

01 - Datos básicos del proyecto

Nombre

Divulgación de la oferta turística del Valle del Cauca

Código BPIN

2021003760177

Sector

Comercio, industria y turismo

Es Proyecto Tipo: No

Fecha creación: 13/05/2021 13:57:38

Identificador: 404954

Formulador: RICARDO HUERFANO RIAÑO

Contribución a la política pública

01 - Contribución al Plan Nacional de Desarrollo

Plan

(2018-2022) Pacto por Colombia, pacto por la equidad

Estrategia Transversal

3002 - II. Pacto por el emprendimiento, la formalización y la productividad: una economía dinámica, incluyente y sostenible que potencie todos nuestros talentos

Línea

300201 - 1. Entorno para crecer: formalización, emprendimiento y dinamización empresarial

Programa

3502 - Productividad y competitividad de las empresas colombianas

02 - Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

Valle invencible 2020-2023

Estrategia del Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

LT1 Línea Estratégica Territorial: Turismo, Patrimonio Territorial e Identidad Vallecaucana

Programa del Plan Desarrollo Departamental o Sectorial

10203- Programa Valle para el mundo 1020302 Promoción y mercadeo para el turismo

03 - Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

Estrategia del Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

Programa del Plan desarrollo Distrital o Municipal

04 - Instrumentos de planeación de grupos étnicos

Tipo de entidad

Instrumentos de planeación de grupos étnicos



El futuro
es de todos

DNP
Departamento
Nacional de Planeación

Identificación / Plan de desarrollo

DIVULGACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL VALLE DEL CAUCA

Impreso el 9/08/2021 8:47:29 a.m.

Identificación y descripción del problema

Problema central

Limitada visibilidad de la oferta turística del Valle del Cauca a nivel nacional e internacional

Descripción de la situación existente con respecto al problema

El problema se centra en una limitada visibilidad de la oferta turística del Valle del Cauca a nivel nacional e internacional que afecta sensiblemente la reactivación del sector en medio de la problemática derivada de la pandemia del virus Covid-19 e incide directamente sobre la competitividad de la oferta turística del departamento. Esto se puede evidenciar mediante los datos arrojados por el índice de Competitividad Turística Regional, ICTR, en su edición de 2020, dentro del criterio titulado “Estrategia de Mercadeo”, donde se encuentra un decrecimiento de puntaje con respecto al 2019 pasando de 7,85 a 7,79; evidenciando que las estrategias que se están desarrollando son aún débiles para gestionar los mercados y promover los productos turísticos del Valle del Cauca. En el más reciente ranking, 2020, el Valle del Cauca ocupó el segundo lugar por debajo de Bogotá. El alcance de este problema tiene directa incidencia en aspectos como el diseño de productos turísticos, la relación entre la vocación turística del departamento y la promoción de productos turísticos, la producción de material promocional, la disponibilidad de paquetes turísticos en Agencias de viaje en línea, la promoción en medios virtuales y la participación en ferias nacionales e internacionales de turismo.

Magnitud actual del problema – indicadores de referencia

De acuerdo al índice de Competitividad Turística Regional, ICTR, en su edición de 2020, dentro del criterio de “Estrategia de Mercadeo”, se encuentran indicadores con puntajes bajos en una escala de uno hasta diez, y hubo un decrecimiento con respecto al 2019 pasando de 7,85 a 7,79. De igual manera el indicador basado en la participación en ferias nacionales e internacionales de turismo obtuvo un puntaje de 5,69 sobre 10 en 2019 y 2,92 sobre 10 en 2020.

01 - Causas que generan el problema

Causas directas	Causas indirectas
1. Baja participación en ferias y eventos nacionales e internacionales	1.1 Falta de apoyo y representación en eventos nacionales e internacionales
2. Insuficiente difusión de material promocional alusivo al turismo del Valle del Cauca.	2.1 Escasos recursos dedicados a la promoción del turismo del departamento
3. Debilidad de la campaña de promoción turística del departamento.	3.1 Insuficientes recursos técnicos y de servicios para la campaña de promoción

02 - Efectos generados por el problema

Efectos directos	Efectos indirectos
1. Invisibilización del potencial turístico del departamento	1.1 Insuficientes alianzas estratégicas para atraer turistas al departamento
2. Debilidades para incentivar el turismo por el Valle del Cauca	2.1 Dificultad para cautivar turistas y aliados
3. Desaprovechamiento de oportunidades e ingresos para el sector turismo del departamento.	3.1 Desconocimiento de la oferta turística del departamento por parte de mayoristas y otros actores

Identificación y análisis de participantes

01 - Identificación de los participantes

Participante	Contribución o Gestión
Actor: Departamental Entidad: Valle del Cauca Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Hacer visible la oferta turística del Valle del cauca a nivel nacional e internacional	Cooperación para el apoyo técnico y financiero.
Actor: Otro Entidad: Prestadores de servicios turísticos Posición: Beneficiario Intereses o Expectativas: Recobrar la afluencia de turistas hacia el Valle del Cauca	Participación y suministro de información necesaria y relevante para la exitosa visibilización de la oferta turística a nivel nacional e internacional

02 - Análisis de los participantes

Para el presente proyecto se distinguen dos tipos de participantes: Cooperantes y Beneficiarios. Los cooperantes se encuentran representados por la secretaría de turismo del Valle del Cauca aportando recursos para la materialización del proyecto, junto con la participación de aliados estratégicos que aportan recursos y por último están la población beneficiaria conformada por los prestadores de servicios turísticos quienes se verán beneficiados al recobrar la afluencia de turistas al departamento gracias a la visibilización de la oferta turística a nivel nacional e internacional.

Derivado de lo anterior, el número de prestadores de servicios turísticos con Registro Nacional de Turismo, RNT inscrito en las cámaras de comercio del departamento, como requisito previo y obligatorio para iniciar la prestación de los servicios turísticos, registró 1724 en 2017, 1829 en 2018, 2025 en 2019 y 1916 en 2020. En el año 2019, el Valle del Cauca contaba con 2.025 PST, sin embargo, a partir del 2020 empezó a reducirse el número de PST, debido a la llegada de la pandemia. En el año 2020 se tuvieron 1.916 PST, por lo que se presentó una reducción del 5,4% en relación al año anterior, mientras, actualmente en el año 2021 se cuentan con 1.669 PST, es decir, se tuvo una reducción del 12,9% con respecto al año anterior.

Un descenso que se debe considerar si se tiene en cuenta que entre los principales prestadores de servicios turísticos que deben inscribirse en el RNT según el Decreto 229 de 2017 se encuentran las siguientes categorías: Establecimientos de alojamiento y hospedaje no permanente, Agencias de viajes, Guías de turismo, Arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional, Usuario operador e industrial en zonas francas turísticas, Empresas promotoras, comercializadoras, operadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad, Compañías de intercambio vacacional, Establecimientos de gastronomía y bares con ingresos operacionales netos superiores a 500 SMLMV, Empresas captadoras de ahorro para viajes y servicios turísticos prepago, Concesionarios de servicios turísticos en parque, Empresas de transporte terrestre automotor especial y Parques temáticos.

Población afectada y objetivo

01 - Población afectada por el problema

Tipo de población

Personas

Número

3.789.874

Fuente de la información

Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, Censo 2018

Localización

Ubicación general	Localización específica
Región: Occidente Departamento: Valle del Cauca Municipio: Centro poblado: Resguardo:	

02 - Población objetivo de la intervención

Tipo de población

Personas

Número

8.470

Fuente de la información

Sistema de información turística del Valle del Cauca SITUR 2020

Localización

Ubicación general	Localización específica	Nombre del consejo comunitario
Región: Occidente Departamento: Valle del Cauca Municipio: Centro poblado: Resguardo:		

03 - Características demográficas de la población objetivo

Características demográficas de la población objetivo

Clasificación	Detalle	Número de personas	Fuente de la información
Género	Masculino	4.258	Sistema de información turística del Valle del Cauca SITUR 2020
	Femenino	4.212	Sistema de información turística del Valle del Cauca SITUR 2020

5. Objetivos específicos

01 - Objetivo general e indicadores de seguimiento

Problema central

Limitada visibilidad de la oferta turística del Valle del Cauca a nivel nacional e internacional

Objetivo general – Propósito

Visibilizar la oferta turística del Valle del Cauca a nivel nacional e internacional

Indicadores para medir el objetivo general

Indicador objetivo	Descripción	Fuente de verificación
Oferta turística visibilizada	Medido a través de: Número Meta: 1 Tipo de fuente: Informe	Informe de ejecución de campaña de promoción turística del Valle del Cauca.

02 - Relaciones entre las causas y objetivos

Causa relacionada	Objetivos específicos
Causa directa 1 Baja participación en ferias y eventos nacionales e internacionales	Ampliar la participación en ferias y eventos nacionales e internacionales
Causa indirecta 1.1 Falta de apoyo y representación en eventos nacionales e internacionales	Apoyar y representar el departamento en eventos nacionales e internacionales
Causa directa 2 Insuficiente difusión de material promocional alusivo al turismo del Valle del Cauca.	Aumentar la producción de material promocional alusivo al turismo del Valle del Cauca.
Causa indirecta 2.1 Escasos recursos dedicados a la promoción del turismo del departamento	Dedicar recursos a la promoción del turismo del departamento.
Causa directa 3 Debilidad de la campaña de promoción turística del departamento.	Fortalecer la campaña de promoción turística del departamento
Causa indirecta 3.1 Insuficientes recursos técnicos y de servicios para la campaña de promoción	Suministrar recursos técnicos y de servicios para la campaña de promoción



Alternativas de la solución

01 - Alternativas de la solución

Nombre de la alternativa	Se evaluará con esta herramienta	Estado
Apoyo técnico al diseño de productos turísticos	No	Completo
Divulgación de la oferta turística del Valle del Cauca.	Si	Completo

Evaluaciones a realizar

Rentabilidad:	Si
Costo - Eficiencia y Costo mínimo:	Si
Evaluación multicriterio:	No

Alternativa 1. Divulgación de la oferta turística del Valle del Cauca.

Estudio de necesidades

01 - Bien o servicio

Bien o servicio

Servicio de promoción turística

Medido a través de

Número

Descripción

Servicios de promoción a través de campañas de comunicación, material promocional, participación en ferias y eventos promocionales y medios.

Año	Oferta	Demanda	Déficit
2021	1,00	3,00	-2,00
2022	1,00	2,00	-1,00
2023	1,00	1,00	0,00

Análisis técnico de la alternativa

01 - Análisis técnico de la alternativa

Análisis técnico de la alternativa

En el marco del desarrollo de estrategias de mercadeo y actividades de promoción de los productos turísticos del Valle del Cauca, se consideró la planeación y puesta en marcha de una estrategia regional para la reactivación del turismo. incentivando la demanda y la oferta regional a través de acciones que generen confianza, seguridad y pertenencia en los vallecaucanos. Se desarrollará el concepto y la narrativa de la campaña y se diseñarán piezas de difusión como videos inspiraciones, piezas gráficas y cápsulas informativas y motivadoras que se puedan transmitir por múltiples medios.

Esta campaña se orientará según los gustos e intereses del receptor a nivel nacional e internacional de manera que dinamice y articule las actividades de promoción y la venta de los productos turísticos, articulado a la producción de elementos promocionales de los destinos y los productos turísticos y a la dotación al personal de promoción turística de indumentaria para dicha promoción.

Con respecto a la participación en ferias y eventos nacionales e internacionales especializados en turismo, se desarrollará la identificación del calendario nacional e internacional de dichos eventos de importancia turística para hacer una planificación de esa participación. Apoyándose también en un subprograma de la línea de promoción del Fondo de Promoción Turística FONTUR, que posibilita apoyar la presencia del departamento en eventos internacionales de turismo.

Dicha participación en ferias y eventos conlleva un componente importante y es la implementación de actividades de servicios logísticos para la gestión turística que garantice la disponibilidad de Stand de exhibición, presencia de marca, merchandising y recursos necesarios para una participación exitosa del Valle del Cauca.

Alternativa: Divulgación de la oferta turística del Valle del Cauca.

Localización de la alternativa

01 - Localización de la alternativa

Ubicación general	Ubicación específica
Región: Occidente Departamento: Valle del Cauca Municipio: Centro poblado: Resguardo: Latitud: Longitud:	

02 - Factores analizados

Aspectos administrativos y políticos,
Comunicaciones,
Disponibilidad y costo de mano de obra,
Estructura impositiva y legal,
Impacto para la Equidad de Género,
Orden público

Alternativa: Divulgación de la oferta turística del Valle del Cauca.

Cadena de valor de la alternativa

Costo total de la alternativa: \$ 17.134.492.304,00

1 - Objetivo específico 1 Costo: \$ 1.333.235.800

Ampliar la participación en ferias y eventos nacionales e internacionales

Producto	Actividad
1.1 Servicio de apoyo financiero para la promoción turística nacional e internacional Medido a través de: Número de proyectos Cantidad: 40,0000 Costo: \$ 1.333.235.800	1.1.1 Ejecutar los servicios logísticos para la participación en ferias y eventos Costo: \$ 394.339.800 Etapas: Inversión Ruta crítica: No
	1.1.2 Participar en ferias y eventos nacionales e internacionales Costo: \$ 938.896.000 Etapas: Inversión Ruta crítica: Si

2 - Objetivo específico 2 Costo: \$ 721.447.347

Aumentar la producción de material promocional alusivo al turismo del Valle del Cauca.

Producto	Actividad
2.1 Documentos de lineamientos técnicos Medido a través de: Número de documentos Cantidad: 43,0000 Costo: \$ 721.447.347	2.1.1 Diseñar y producir material multimedia alusivo al turismo del departamento Costo: \$ 190.000.000 Etapas: Inversión Ruta crítica: No
	2.1.2 Diseñar y producir elementos de material promocional alusivo al turismo del departamento Costo: \$ 531.447.347 Etapas: Inversión Ruta crítica: Si

3 - Objetivo específico 3 Costo: \$ 15.079.809.157

Fortalecer la campaña de promoción turística del departamento



Impreso el 9/08/2021 8:47:32 a.m.

Producto	Actividad
3.1 Servicio de promoción turística (Producto principal del proyecto) Medido a través de: Número de campañas Cantidad: 1,0000 Costo: \$ 15.079.809.157	3.1.1 Realizar promoción del turismo en los municipios del departamento Costo: \$ 11.057.600.000 Etapas: Inversión Ruta crítica: No
	3.1.2 Ejecutar la campaña de promoción turística del departamento Costo: \$ 4.022.209.157 Etapas: Inversión Ruta crítica: Si

Actividad 1.1.1 Ejecutar los servicios logísticos para la participación en ferias y eventos

Periodo	Servicios prestados a las empresas y servicios de producción
0	\$104.339.800,00
1	\$150.000.000,00
2	\$140.000.000,00
Total	\$394.339.800,00

Periodo	Total
0	\$104.339.800,00
1	\$150.000.000,00
2	\$140.000.000,00
Total	

Actividad 1.1.2 Participar en ferias y eventos nacionales e internacionales

Periodo	Servicios prestados a las empresas y servicios de producción
0	\$30.000.000,00
1	\$420.000.000,00
2	\$488.896.000,00
Total	\$938.896.000,00

Periodo	Total
0	\$30.000.000,00
1	\$420.000.000,00
2	\$488.896.000,00
Total	

Actividad 2.1.1 Diseñar y producir material multimedia alusivo al turismo del departamento

Periodo	Servicios prestados a las empresas y servicios de producción
0	\$50.000.000,00
1	\$60.000.000,00
2	\$80.000.000,00
Total	\$190.000.000,00

Periodo	Total
0	\$50.000.000,00
1	\$60.000.000,00
2	\$80.000.000,00
Total	

Actividad 2.1.2 Diseñar y producir elementos de material promocional alusivo al turismo del departamento

Periodo	Servicios prestados a las empresas y servicios de producción
0	\$129.320.843,00
1	\$162.126.504,00
2	\$240.000.000,00
Total	\$531.447.347,00

Periodo	Total
0	\$129.320.843,00
1	\$162.126.504,00
2	\$240.000.000,00
Total	

Actividad 3.1.1 Realizar promoción del turismo en los municipios del departamento

Periodo	Servicios prestados a las empresas y servicios de producción
0	\$1.985.400.000,00
1	\$5.101.400.000,00
2	\$3.970.800.000,00
Total	\$11.057.600.000,00

Periodo	Total
0	\$1.985.400.000,00
1	\$5.101.400.000,00
2	\$3.970.800.000,00
Total	

Actividad 3.1.2 Ejecutar la campaña de promoción turística del departamento

Periodo	Servicios prestados a las empresas y servicios de producción
0	\$390.000.000,00
1	\$2.132.209.157,00
2	\$1.500.000.000,00
Total	\$4.022.209.157,00

Periodo	Total
0	\$390.000.000,00
1	\$2.132.209.157,00
2	\$1.500.000.000,00
Total	

Análisis de riesgos alternativa

01 - Análisis de riesgo

	Tipo de riesgo	Descripción del riesgo	Probabilidad e impacto	Efectos	Medidas de mitigación
1-Propósito (Objetivo general)	Asociados a fenómenos de origen biológico: plagas, epidemias	Disparidad entre la intención de viaje del turismo internacional a partir de la visibilidad de la oferta turística y las medidas de cuarentena u otras medidas decretadas por picos de la pandemia causada por el virus COVID-19.	Probabilidad: 4. Probable Impacto: 4. Mayor	Pérdidas económicas para los prestadores de servicios turísticos Del Valle del Cauca	Tener presente las medidas oficiales adoptadas por los gobiernos nacional, departamental y local.
2-Componente (Productos)	De mercado	Bajo impacto de los servicios de promoción en el mercado internacional	Probabilidad: 4. Probable Impacto: 4. Mayor	Baja afluencia de turistas extranjeros al Valle del Cauca	Segmentar el mercado objetivo y enfocar los servicios de promoción a gustos e intereses específicos
3-Actividad	De costos	Aumento de precios en el mercado	Probabilidad: 4. Probable Impacto: 3. Moderado	Disminución de la calidad y alcance del material promocional	Negociación con proveedores y contemplar dicho aumento en el presupuesto

Alternativa: Divulgación de la oferta turística del Valle del Cauca.

Ingresos y beneficios alternativa

01 - Ingresos y beneficios

Ahorro para los beneficiarios en costos de participación en ferias y eventos nacionales e internacionales (corresponde a cantidad de beneficiarios x gastos de participación)

Tipo: Beneficios

Medido a través de: Peso m/c

Bien producido: Otros

Razón Precio Cuenta (RPC): 0.80

Periodo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	15,00	\$30.000.000,00	\$450.000.000,00
2	25,00	\$30.000.000,00	\$750.000.000,00

Aumento de la cantidad de turistas nacionales y extranjeros que viajan al Valle del Cauca (corresponde a cantidad aumentada x gasto promedio por visita)

Tipo: Beneficios

Medido a través de: Peso m/c

Bien producido: Otros

Razón Precio Cuenta (RPC): 0.80

Periodo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	5.000,00	\$600.000,00	\$3.000.000.000,00
2	6.000,00	\$600.000,00	\$3.600.000.000,00

Beneficios económicos para los prestadores de servicios Del Valle del Cauca a partir de la campaña de promoción turística. (corresponde a 1 campaña anual x beneficios esperados)

Tipo: Beneficios

Medido a través de: Peso m/c

Bien producido: Otros

Razón Precio Cuenta (RPC): 0.80

Periodo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
0	1,00	\$0,00	\$0,00
1	1,00	\$5.300.000.000,00	\$5.300.000.000,00
2	1,00	\$6.300.000.000,00	\$6.300.000.000,00

02 - Totales



Impreso el 9/08/2021 8:47:33 a.m.

Periodo	Total beneficios	Total
0	\$0,00	\$0,00
1	\$8.750.000.000,00	\$8.750.000.000,00
2	\$10.650.000.000,00	\$10.650.000.000,00

Alternativa 1

Flujo Económico

01 - Flujo Económico

P	Beneficios e ingresos (+)	Créditos(+)	Costos de preinversión (-)	Costos de inversión (-)	Costos de operación (-)	Amortización (-)	Intereses de los créditos (-)	Valor de salvamento (+)	Flujo Neto
0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$2.151.248.514,4	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$-2.151.248.514,4
1	\$7.000.000.000,0	\$0,0	\$0,0	\$6.420.588.528,8	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$579.411.471,2
2	\$8.520.000.000,0	\$0,0	\$0,0	\$5.135.756.800,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$3.384.243.200,0

Indicadores y decisión

01 - Evaluación económica

Indicadores de rentabilidad			Indicadores de costo-eficiencia	Indicadores de costo mínimo	
Valor Presente Neto (VPN)	Tasa Interna de Retorno (TIR)	Relación Costo Beneficio (RCB)	Costo por beneficiario	Valor presente de los costos	Costo Anual Equivalente (CAE)
Alternativa: Divulgación de la oferta turística del Valle del Cauca.					
\$1.739.986.448,75	39,61 %	\$1,13	\$1.598.917,23	\$13.542.828.961,50	\$591.633.866,25

Costo por capacidad

Producto	Costo unitario (valor presente)
Servicio de apoyo financiero para la promoción turística nacional e internacional	\$23.732.095,22
Servicio de promoción turística (Producto principal del proyecto)	\$10.893.121.266,65
Documentos de lineamientos técnicos	\$12.138.497,20

03 - Decisión

Alternativa

Divulgación de la oferta turística del Valle del Cauca.

Indicadores de producto

01 - Objetivo 1

1. Ampliar la participación en ferias y eventos nacionales e internacionales

Producto

1.1. Servicio de apoyo financiero para la promoción turística nacional e internacional

Indicador

1.1.1 Proyectos cofinanciados para promover el mercadeo y promoción turística a nivel nacional e internacional

Medido a través de: Número de proyectos

Meta total: 40,0000

Fórmula:

Es acumulativo: Si

Es Principal: Si

Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Meta por periodo
0	6,0000	1	25,0000
2	9,0000	Total:	40,0000

02 - Objetivo 2

2. Aumentar la producción de material promocional alusivo al turismo del Valle del Cauca.

Producto

2.1. Documentos de lineamientos técnicos

Indicador

2.1.1 Documentos de lineamientos técnicos elaborados

Medido a través de: Número de documentos

Meta total: 43,0000

Fórmula:

Es acumulativo: Si

Es Principal: Si

Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Meta por periodo
0	16,0000	1	10,0000
2	17,0000	Total:	43,0000

03 - Objetivo 3

3. Fortalecer la campaña de promoción turística del departamento

Producto

3.1. Servicio de promoción turística (Producto principal del proyecto)

Indicador

3.1.1 Campañas realizadas

Medido a través de: Número de campañas

Meta total: 1,0000

Fórmula:

Es acumulativo: No

Es Principal: Si

Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Meta por periodo
0	1,0000	1	1,0000
2	1,0000		

Indicadores de gestión

01 - Indicador por proyecto

Indicador

Campañas realizadas a nivel nacional

Medido a través de: Número

Código: 0100G050

Fórmula:

Tipo de Fuente: Informe

Fuente de Verificación: Informe de campaña de divulgación y/o promoción

Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Valor
0	1	1	1
2	1	Total:	3

Esquema financiero

01 - Clasificación presupuestal

Programa presupuestal

3502 - Productividad y competitividad de las empresas colombianas

Subprograma presupuestal

0200 INTERSUBSECTORIAL INDUSTRIA Y COMERCIO



02 - Resumen fuentes de financiación

Etapas	Entidad	Tipo Entidad	Tipo de Recurso	Periodo	Valor
Inversión	Recursos de gestión	Privadas	Propios	0	\$2.164.720.843,00
				1	\$5.985.809.157,00
				2	\$5.870.800.000,00
				Total	\$14.021.330.000,00
	Valle del Cauca	Departamentos	Propios	0	\$524.339.800,00
				1	\$2.039.926.504,00
				2	\$548.896.000,00
				Total	\$3.113.162.304,00
	Total Inversión				\$17.134.492.304,00
Total					\$17.134.492.304,00

Resumen del proyecto

Resumen del proyecto

Resumen narrativo	Descripción	Indicadores	Fuente	Supuestos
Objetivo General	Visibilizar la oferta turística del Valle del Cauca a nivel nacional e internacional	Oferta turística visibilizada	Tipo de fuente: Informe Fuente: Informe de ejecución de campaña de promoción turística del Valle del Cauca.	Continuación de las afectaciones causadas por la pandemia del virus COVID-19 e insuficiente tasa de vacunaciones
Componentes (Productos)	1.1 Servicio de apoyo financiero para la promoción turística nacional e internacional	Proyectos cofinanciados para promover el mercadeo y promoción turística a nivel nacional e internacional	Tipo de fuente: Informe Fuente: Informe de participación en ferias de promoción turística	
	2.1 Documentos de lineamientos técnicos	Documentos de lineamientos técnicos elaborados	Tipo de fuente: Informe Fuente: Documentos y/o verificables de diseño y/o producción de material promocional	
	3.1 Servicio de promoción turística (Producto principal del proyecto)	Campañas realizadas	Tipo de fuente: Informe Fuente: Informe de campaña de divulgación y/o promoción	Los turistas extranjeros visualizan material de promoción y publicidad en medios digitales y otros medios
Actividades	1.1.1 - Ejecutar los servicios logísticos para la participación en ferias y eventos 1.1.2 - Participar en ferias y eventos nacionales e internacionales(*)	Nombre: Campañas realizadas a nivel nacional Unidad de Medida: Número Meta: 3.0000	Tipo de fuente: Fuente:	
	2.1.1 - Diseñar y producir material multimedia alusivo al turismo del departamento 2.1.2 - Diseñar y producir elementos de material promocional alusivo al turismo del departamento (*)		Tipo de fuente: Fuente:	Se tiene en cuenta variaciones de precios en el mercado
	3.1.1 - Realizar promoción del turismo en los municipios del departamento 3.1.2 - Ejecutar la campaña de promoción turística del departamento(*)		Tipo de fuente: Fuente:	

(*) Actividades con ruta crítica