Santa Rosa de Cabal, Noviembre de 2024

Doctor
**Álvaro Arias Vélez**
**Secretario de Desarrollo Económico y Competitividad**
Gobernación de Risaralda
Pereira

Cordial saludo,

Por medio de la presente me permito presentarle la propuesta de la Cámara de Comercio de Santa Rosa de Cabal con el objeto de aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para el fortalecimiento empresarial y comercial de los emprendedores y empresarios de los municipios y la promoción turística del Departamento.

Teniendo en cuenta el Plan de Desarrollo “Risaralda Equitativo e Incluyente” y su enfoque por generar dinámicas de transformación en el sector productivo. La propuesta se enmarca dentro del Artículo 11 Dimensión 2 Económico y Rural. Programa presupuestal asociado al sector comercio, industria y turismo, Objetivos 1 y 2.

Por la atención que le merezca a la presente, anticipo los agradecimientos.

Atentamente,

CRISTIAN MARCEL LONDOÑO JARAMILLO

**Presidente Ejecutivo**

**PROPUESTA:**
**AUNAR ESFUERZOS TÉCNICOS, ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS PARA EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL Y COMERCIAL DE LOS EMPRENDEDORES Y EMPRESARIOS DE LOS MUNICIPIOS Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DEPARTAMENTO.**

**Presentado por:**
CÁMARA DE COMERCIO DE SANTA ROSA DE CABAL DEPARTAMENTO DE PROYECTOS Y DESARROLLO EMPRESARIAL

**Presentado a:**
**GOBERNACIÓN DE RISARALDA**
**2024**

## INTRODUCCIÓN

La Cámara de Comercio de Santa Rosa de Cabal es una entidad privada sin ánimo de lucro que desempeña funciones públicas delegadas por el Estado desde su creación el 14 de junio de 1957, bajo el Decreto No. 1220. Su misión principal es representar institucionalmente a los empresarios y ser un articulador del desarrollo local mediante la formulación y ejecución de proyectos e investigaciones relacionados con los distintos sectores económicos del municipio. Destaca especialmente su apoyo a la industria turística, considerada un pilar esencial en el ámbito local. La Cámara busca la excelencia institucional y trabaja bajo estándares de calidad para fomentar el mejoramiento continuo. Con la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001, se enfoca en lograr la satisfacción permanente de los usuarios y el posicionamiento de la entidad y de la ciudad a nivel regional y nacional como ejemplo de calidad y confianza. Para cumplir con estos objetivos, cuenta con el respaldo permanente de su Junta Directiva, un recurso humano calificado y las herramientas tecnológicas necesarias.

La Cámara ha desarrollado una serie de programas en pro del desarrollo empresarial del municipio, entre los que se destacan:

Programas de formalización empresarial “Cámara en su Empresa”
Centro de Conciliación y Arbitraje
Centro de Atención Empresarial

Aporte a la certificación en Sostenibilidad turística del
Municipio Programas especiales de Turismo y Gastronomía
El 5 de marzo de 2011, la entidad, con el apoyo de la Gobernación de Risaralda y un grupo selecto de empresarios, logró batir el Guinness Word Récord del chorizo más largo del mundo con 1,917 metros de sabor santarrosano. Este hito resalta la capacidad de la Cámara para liderar iniciativas de gran impacto que promueven la cultura y la economía local.

La propuesta se centra en la reactivación económica del municipio, garantizando un impacto positivo y sostenible en la comunidad empresarial.

Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: Este proyecto responde a las prioridades del Plan Nacional de Desarrollo, que enfatiza la reactivación económica inclusiva y el fortalecimiento del tejido empresarial. Las actividades propuestas están alineadas con los objetivos de desarrollo productivo y sostenibilidad, claves en el marco de la política nacional.

Plan de Desarrollo Departamental de Risaralda 2024-2027: El proyecto se alinea con las metas del Plan Departamental, que subraya la importancia de potenciar la competitividad regional y apoyar a sectores productivos locales. Con un enfoque en la innovación y el crecimiento económico, este proyecto contribuye a

los objetivos de desarrollo del departamento, especialmente en lo referente a la promoción del turismo, la gastronomía y el comercio.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): El proyecto también está alineado con varios ODS, garantizando que las acciones implementadas contribuyan al desarrollo sostenible. Los ODS clave incluyen:

ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico, promoviendo el crecimiento económico sostenido e inclusivo, la productividad y la formalización.

ODS 9: Industria, innovación e infraestructura, al fomentar la industrialización inclusiva y la innovación en los sectores empresariales.

ODS 12: Producción y consumo responsables, promoviendo prácticas sostenibles en la producción de alimentos y en el comercio.

## JUSTIFICACIÓN

El departamento de Risaralda, ubicado en el corazón de la región cafetera de Colombia, es un destino turístico con un potencial significativo que merece ser explorado y promocionado. Esta propuesta tiene como objetivo identificar y analizar los atractivos y puntos de interés turísticos que ofrece la región, destacando su rica biodiversidad, su cultura cafetera y su variada oferta de actividades al aire libre.

La creciente tendencia del ecoturismo y el turismo cultural y sostenible en Colombia ha llevado a un aumento en la demanda de destinos auténticos que ofrezcan experiencias únicas. Risaralda, con su impresionante paisaje montañoso, sus parques naturales y su patrimonio cultural, se posiciona como un lugar ideal para satisfacer estas necesidades.

Aquí, se tiene como finalidad desarrollar un mapa con rutas turísticas y una guía de lugares extraordinarios para visitar, con entrega de kits impresos y virtuales que faciliten la promoción del turismo en la región, tanto para visitantes nacionales como internacionales. Esto no solo contribuirá al crecimiento económico y competitivo del departamento, sino que también fomentará la preservación del medio ambiente y la cultura local, al involucrar a los 14 municipios del departamento en el desarrollo turístico.

En 2024, Santa Rosa de Cabal cuenta con 3,044 establecimientos de comercio registrados formalmente ante la Cámara de Comercio, de los cuales 857 pertenecen a la cadena de valor del turismo, generando un total de 2,127 empleos. Estos datos reflejan la importancia de promover sectores como el turismo, la gastronomía, y los productos artesanales, los cuales son fundamentales para el desarrollo económico del municipio.

El municipio tiene un ecosistema empresarial diverso, con un tejido empresarial consolidado en 32 tipos de establecimientos, donde destacan tiendas y misceláneas, gastronomía, moda, alojamiento, cosméticos y belleza. Estos sectores son también los principales generadores de empleo en el municipio, aportando significativamente al bienestar económico y social de la comunidad.

El informe sobre el tejido empresarial de la Cámara de Comercio de Santa Rosa de Cabal 2024 destaca la relevancia del sector turístico, con 662 Registros Nacionales de Turismo (RNT), donde el 89.6% están concentrados en alojamientos. Sin embargo, solo el 13.3% de estos alojamientos se encuentran formalizados ante la Cámara de Comercio, evidenciando una alta participación

de plataformas como Airbnb y otras viviendas turísticas. Este fenómeno resalta la necesidad de implementar estrategias que fomenten la formalización y la competitividad en este sector, contribuyendo así al desarrollo sostenible del municipio.

La propuesta busca apoyar a los sectores económicos del municipio tales como, embutidos cárnicos, gastronomía, emprendimiento, servicios y el sector turístico, con el fin de fomentar la gestión comercial a través de eventos multisectoriales. Estas acciones están alineadas con las políticas de desarrollo del Departamento, las cuales buscan fortalecer el tejido empresarial a través de la innovación y el relacionamiento comercial.

El turismo alternativo y de bienestar ha ganado relevancia como una de las principales apuestas para el desarrollo económico sostenible de Santa Rosa de Cabal. Sin embargo, para consolidar esta oferta, es fundamental que los empresarios del Clúster cuenten con herramientas y conocimientos actualizados sobre las mejores prácticas y tendencias internacionales. La misión de aprendizaje se justifica en la necesidad de exponer a los empresarios a una "oferta espejo," permitiéndoles analizar y comprender cómo destinos exitosos han logrado integrar sus productos y servicios en un contexto turístico competitivo. Los destinos seleccionados en Antioquía, como Medellín, se destacan por su capacidad para atraer a turistas nacionales e internacionales mediante la oferta de experiencias relacionadas con el café, la naturaleza, la cultura y el bienestar, similares a las que Santa Rosa de Cabal busca posicionar. Basándonos en la información recabada en misiones anteriores, como la realizada el año pasado a Costa Rica, sabemos que estas experiencias no solo amplían el horizonte de los empresarios, sino que también los motivan a adoptar y adaptar modelos de éxito a sus propios contextos.

Esta propuesta no solo servirá como herramienta de fortalecimiento para los empresarios del Clúster, embutidos cárnicos, sector de restaurantes, emprendedores de Santa Rosa de Cabal, sino como instrumento informativo para los turistas, a través de la estrategia de promoción del departamento de Risaralda, permitiendo identificar oportunidades de mejora y desarrollo dentro de la industria.

## MARCO LEGAL

La propuesta se enmarca en la Ley No. 2069 de 2020, que impulsa el emprendimiento en Colombia y establece un marco regulatorio que promueve el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. Esta ley subraya la importancia de fortalecer la formación y el acompañamiento al emprendimiento social y rural, contribuyendo al fortalecimiento de programas desarrollados por entidades sin ánimo de lucro dedicadas a la promoción del emprendimiento.

Además, la Ley 1014 de 2006, en su Artículo 12, establece objetivos específicos para la formación en emprendimiento, como el desarrollo de habilidades para la identificación y evaluación del impacto del emprendimiento social y rural en Colombia. Asimismo, se consideran los lineamientos de la Ordenanza 022 de 2007, que creó la Red Departamental de Emprendimiento bajo el enfoque “Risaralda Emprende”.

Para atender a las empresas de alimentos del municipio, la propuesta también se apoya en la Resolución 2674 de 2013, que establece los requisitos sanitarios para la fabricación, procesamiento y distribución de alimentos, así como los requisitos para obtener la notificación, permiso o registro sanitario del INVIMA.

Con estos fundamentos legales, la Cámara de Comercio de Santa Rosa de Cabal busca consolidar su rol como catalizador del desarrollo económico y social, promoviendo un entorno propicio para el crecimiento empresarial y la innovación en el municipio.

El marco legal del proyecto está fundamentado en normativas nacionales, departamentales y municipales que promueven el desarrollo empresarial, la competitividad y la sostenibilidad.

Legislación Nacional:

Ley 1955 de 2019: Enfocada en promover el emprendimiento y la formalización de las pequeñas y medianas empresas como motores de desarrollo económico.

Ley 2069 de 2020 (Ley de Emprendimiento): Fortalece el ecosistema emprendedor en Colombia, impulsando la creación y formalización de empresas.

Normas Departamentales y Municipales:

Decreto Departamental de Risaralda sobre Competitividad y Desarrollo Empresarial: Fomenta la creación de políticas de apoyo a sectores productivos locales, en línea con los objetivos del proyecto.

Normas Municipales de Santa Rosa de Cabal: Regulan la promoción del turismo, la cultura y el desarrollo económico sostenible, aspectos claves que el proyecto pretende fortalecer.

## OBJETIVO GENERAL

Aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para el fortalecimiento empresarial y comercial de los emprendedores y empresarios de los municipios y la promoción turística del Departamento.

## ACTIVIDADES A REALIZAR

Considerando la importancia de Implementar una estrategia de promoción turística de Risaralda y fortalecer el tejido empresarial de Santa Rosa de Cabal, la Cámara de Comercio, en alianza con la Gobernación de Risaralda, se enfoca en el desarrollo de estrategias que impulsen el crecimiento económico y la competitividad del municipio. Las actividades propuestas buscan incrementar los niveles de calidad y competitividad, apoyando el desarrollo económico y comercial de sectores clave como turismo, embutidos cárnicos, gastronomía, emprendimiento y servicios.

La propuesta incluye los siguientes componentes para la implementación de estrategias de comercialización y fomento al emprendimiento y formalización empresarial.

## BENEFICIARIOS

| Componente | Sector | Beneficiarios |
|---|---|---|
| 1. EL SABOR DE MI PUEBLO | Gastronómico | 25 |
| 2. KILÓMETRO 0 | Gastronómico | 20 |
| | Emprendedores | 40 |
| 3. FORTALECIMIENTO Y GESTIÓN COMERCIAL PARA PRODUCTORES DE EMBUTIDOS CÁRNICOS | Embutidos Cárnicos | 15 |
| 4. CLUSTER DE TURISMO ALTERNATIVO | Cadena de valor del sector Turístico de Santa Rosa de Cabal | 25 jornada académica -15 misión empresarial |

| | | |
|---|---|---|
| 5. PROMOCIÓN TURÍSTICA DE RISARALDA | Turístico del departamento | Sector turístico de Risaralda |
| **TOTAL** | | **125** |

Descripción:

- 25 empresarios y/o emprendedores del sector gastronómico del municipio de Santa Rosa de Cabal participarán en el evento el Sabor de mi Pueblo
- 20 empresarios y/o emprendedores del sector gastronómico y 40 emprendedores participarán en el evento Kilómetro 0 2024.
- 15 productores de embutidos cárnicos del municipio de Santa Rosa de Cabal tendrán fortalecimiento y gestión comercial para sus marcas.
- 25 empresas que pertenecen al Clúster de Turismo Alternativo y de Bienestar de Santa Rosa de Cabal, participarán en el programa de empaquetamiento y gestión comercial del Clúster y 15 empresas participarán en la Misión exploratoria nacional
- Promoción turística del departamento de Risaralda
  **Total 125 beneficiarios**

**COMPONENTE 1: EL SABOR DE MI PUEBLO:**

**BENEFICIARIOS:** 25 restaurantes del Municipio de Santa Rosa de Cabal

Realizar fortalecimiento empresarial y comercial a 25 restaurantes del sector gastronómico del municipio de Santa Rosa de Cabal, a través del evento “El Sabor de mi Pueblo” mediante el cual se busca activar y posicionar la marca e incrementar las ventas, de la siguiente manera:

**DESCRIPCIÓN DEL EVENTO:**

El evento se desarrolla durante 7 días, en el mismo restaurante de cada participante, cada restaurante debe proponer un plato de valor, con su propia especialidad, con el cual van a participar, este plato es denominado Plato “El Sabor de mi Pueblo” y lo deben tener a disposición de la demanda durante los 7 días que dura el evento en cada uno de sus establecimientos. Este plato tendrá el mismo valor en los 25 restaurantes vinculados. Por parte de la organización del Sabor de Mi Pueblo, se realizará el diseño y fotografías de cada plato para conformar el catálogo digital con los 25 platos y la información de todos los restaurantes, éste será promocionado a través de un importante plan de medios el cual será difundido en medios locales y regionales.

**Actividad 1. Selección de Participantes - convocatoria Pública**

Realizar una convocatoria abierta en redes sociales de la Cámara de Comercio de Santa Rosa para seleccionar a los 25 empresarios y/o emprendedores

**Actividad 2.** Preparación para el evento a través de Capacitación para 25 restaurantes seleccionados, en Google Business: 6 horas grupales y 25 horas de asistencia técnica personalizada, una (1) hora por empresario.

**La Asistencia técnica grupal especializada para El sector restaurantes en Google Business – Posicionamiento en buscador se realizará en 6 horas, divididas en 2 sesiones, cada una de 3 horas.**
Con la implementación de esta herramienta de fortalecimiento en Google Business se busca que los empresarios y/o emprendedores puedan crear y gestionar perfiles efectivos para promocionar su plato insignia de manera más visible y atractiva en el entorno digital, con el fin de potenciar el crecimiento de sus negocios y su capacidad para atraer y fidelizar a clientes locales y turistas.

**Nota:** La sesión incluye: auditorio, refrigerios y ayudas audiovisuales.

**Actividad 3:** Fortalecimiento de los niveles de gestión comercial digital para 25 restaurantes, a través del TALLER: INSTA-MARKETING, TIKTOK Y ESTRATEGIAS PARA INCREMENTAR VENTAS Y POSICIONAR La MARCA EN REDES SOCIALES
Brindar herramientas para el uso estratégico de Instagram, TikTok y otras plataformas digitales, con el fin de que los empresarios y/o emprendedores puedan aprender cómo aumentar sus ventas y fortalecer el posicionamiento de su marca. Durante la sesión, se abordarán tácticas efectivas para crear contenido atractivo, conectar con el público objetivo, aprovechar las tendencias y herramientas publicitarias de cada red social, y construir una presencia sólida y coherente en el entorno digital.

**Duración:** 4 horas presencial en un mismo bloque para un público de 25 restaurantes

**Modalidad:** presencial

Esta sesión se enfocará en los siguientes temas:

- Paso a paso de un cliente en redes sociales
- Actualidad de algoritmos al momento de la capacitación
- Estrategia de contenido e historias
- Por qué entrar en Tik Tok
- Posicionamiento de palabras claves
- Estrategia de video: REELS Y TIK TOK

- Storytelling

**Entregables para los participantes**

- Se les entregará a los participantes una carpeta DIGITAL de entregables que incluirá: Plantilla de planeación de contenido, listado de referentes, lista de hooks para inicio de los vídeos, biblia de contenidos, plantilla de Storyboard, prompts para CHAT GPT

**Nota:** La sesión incluye: auditorio, refrigerios y ayudas audiovisuales.

**COMPONENTE 2: Promover el consumo local mediante la estrategia de proximidad de oferta y demanda a través del evento "KILÓMETRO 0"**

Se realizará un evento denominado "Kilómetro 0" donde se reunirán en un mismo lugar a 20 restaurantes en calidad de compradores y al menos 40 emprendedores y/o empresarios de Santa Rosa de Cabal y/o Risaralda, que pertenecen al sector primario, como productores del campo o emprendedores o empresarios que ofrecen productos y servicios que abastecen el sector de la de gastronomía, con el fin de promover la estrategia de proximidad de la oferta y la demanda, y de esta manera apoyar los pequeños productores y emprendedores - empresarios, a entrar y conectar con los grandes compradores o restaurantes de Santa Rosa de Cabal y/o del departamento de Risaralda.
Los Emprendedores y/o empresarios invitados a participar en calidad de oferentes podrán ser: productores del campo, emprendedores o empresarios que ofrezcan alimentos, bebidas, insumos, dotación, publicidad, asesorías, entre otros, necesarios para la operación de los restaurantes. El objetivo del evento es propiciarles a ellos un espacio, donde a través de un pitch individual, podrán presentar su oferta a los 20 restaurantes presentes, con el fin de buscar conectar con ellos y que puedan convertirse en sus proveedores, y de esta manera logramos acortar distancias, entre el punto de producción u origen y el punto de consumo final, buscando promover el consumo de alimentos saludables, basada en el ecologismo, el desarrollo sostenible, la defensa de la biodiversidad, el comercio justo y el compromiso de carácter ético con los productores o servicios locales.
Para llegar a este objetivo, los 40 empresarios deberán pasar por una etapa de preparación previa al evento, buscando que su participación sea efectiva y con mente innovadora, la cual incluye las siguientes actividades:

**ACTIVIDAD 1: CONVOCATORIA PÚBLICA Y SELECCIÓN**
Este proceso se llevará a cabo mediante 2 videos promocionales, y formularios de inscripción, donde se realizará la invitación, para que los empresarios y/o emprendedores se vinculen y se beneficien de este gran evento. Tanto los videos, como las piezas promocionales, contarán con los logos institucionales y serán pautados en redes sociales.

**ACTIVIDAD 2: PREPARACIÓN:** Realizar una formación previa al evento mediante asistencia técnica para la el desarrollo de estrategias de comercialización a través de una mentalidad innovadora y presentación de un Pitch a 40 emprendedores, empresarios de Santa Rosa de Cabal y/o Risaralda en los siguientes temas:

**A. ASISTENCIA TÉCNICA PARA EL DESARROLLO DE UNA MENTALIDAD INNOVADORA EMPRESARIAL. 14 HORAS:**

El proceso de mentalidad innovadora busca acercar a los participantes a un pensamiento creativo y disruptivo, alentando a los empresarios y/o emprendedores a cuestionar el statu quo, explorar nuevas ideas, y experimentar con soluciones no convencionales. A través de la capacitación, mentoría, y la exposición a tendencias emergentes, los empresarios y/o emprendedores aprenden a identificar oportunidades ocultas, a adaptarse rápidamente a los cambios, y a liderar con una visión de futuro que impulsa la innovación y el crecimiento sostenible en sus organizaciones mediante los siguientes temas:

- Estrategias para estimular la creatividad y el pensamiento divergente.
- Herramientas y técnicas para identificar oportunidades de innovación.
- Estrategias para superar barreras y resistencias internas.
- Métodos para la generación sistemática de ideas innovadoras
- Casos prácticos de empresas que han implementado con éxito prototipos.

**B. PLANTEAMIENTO Y GESTIÓN DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN PARA 40 EMPRENDEDORES Y/O EMPRESARIOS**

4 SESIONES DE 3 HORAS C/U PARA UN TOTAL DE 12 HORAS:

El proceso de formación y mentoría en formulación y Gestión de Proyectos de Innovación está diseñado para capacitar a emprendedores en la creación, planificación, y ejecución de proyectos innovadores que impulsen el crecimiento y la competitividad empresarial. Este proceso abarca desde la identificación de oportunidades de innovación, pasando por la elaboración de propuestas viables y alineadas con los objetivos estratégicos de la organización, hasta la implementación y gestión eficiente de los recursos. A lo largo de la formación, se desarrollan habilidades clave en metodologías de innovación, análisis de riesgos, financiamiento de proyectos, y evaluación de impacto, asegurando que los participantes estén equipados para enfrentarse a nuevos mercados, liderar iniciativas que transformen y fortalezcan sus empresas a través de los siguientes temas:

- Habilidades humanas para el pensamiento innovador.
- Herramientas y metodologías para el diseño de proyectos innovadores

- Desarrollo de objetivos, alcance y resultados esperados.
- Creación de estructuras de trabajo y cronogramas.
- Presupuesto y gestión financiera en proyectos de innovación.
- Estrategias para comunicar efectivamente la propuesta de proyecto.
- Preparación de presentaciones persuasivas.

**C. ASISTENCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA PARA LA PREPARACIÓN DE UN PITCH PARA 40 EMPRENDEDORES Y/O EMPRESARIOS CON UNA DURACIÓN DE 8 HORAS, 2 SESIONES**

Previo al evento, los participantes u oferentes participarán en un taller preparatoria para el PITCH, donde se tratarán temas tales como:

-Que es un pitch,

-mercado objetivo,

- Claves de éxito para una buena presentación,

- Identificación de las curvas de atención del público,

- Tendencias, ejercicios prácticos.

**NOTA:** Cada una de las sesiones de las actividades contemplan los auditorios, refrigerios y las ayudas audiovisuales.

**ACTIVIDAD 3: REALIZACIÓN DEL EVENTO KILÓMETRO CERO Y CONEXIÓN DE TALENTOS.**

**ACTIVIDADES LOGÍSTICAS:** Para la realización del evento "Evento Kilómetro 0", los 20 restaurantes (Demanda) recibirán material impreso informativo de cada empresario (oferta), disfrutarán de refrigerios y tendrán acceso a equipos audiovisuales, paneles de discusión y talleres prácticos sobre estrategias para el éxito empresarial. Además, se dispondrá de estaciones de café para el networking entre los asistentes, adicionalmente se buscará promover permanentemente el relacionamiento comercial entre los participantes, con potenciales aliados, para la posible implementación de los proyectos de innovación y al final del día, se entregarán souvenirs relacionados con el tema del evento como un recuerdo de la experiencia. Este evento incluye: Auditorio, ayudas audiovisuales, estación de café, souvenir para participantes, servicio de restaurante para almuerzo y refrigerios.

## COMPONENTE 3. FORTALECIMIENTO Y GESTIÓN COMERCIAL PARA 15 PRODUCTORES DE EMBUTIDOS CÁRNICOS DE SANTA ROSA DE CABAL

Fortalecer las capacidades comerciales y de mercadeo de los 15 productores de chorizo santarrosano, mejorando su posicionamiento de marca, sus habilidades de venta y su incursión en nuevos mercados regionales, a través de un acompañamiento especializado y personalizado.
El chorizo santarrosano es un producto emblemático de Santa Rosa de Cabal, Risaralda, debido a su rica tradición gastronómica y su relevancia cultural tanto a nivel local como nacional. Con 14 versiones consecutivas del Festival del Chorizo Santarrosano y el Guinness Récord del chorizo más largo del mundo (1.917 metros y 80 cm), este sector cuenta con una sólida base de reconocimiento y prestigio. Sin embargo, aún existen oportunidades para mejorar su comercialización y expansión hacia nuevos mercados, ellos cada día deben enfrentar desafíos para competir en un mercado nacional cada vez más dinámico y exigente.

En un contexto donde las grandes marcas de embutidos dominan los principales canales de distribución, es esencial que estos productores cuenten con estrategias efectivas para fortalecer su marca, aumentar sus ventas y diversificar sus mercados. A pesar de la alta calidad y características únicas del chorizo santarrosano, los productores enfrentan barreras como el acceso limitado a redes de distribución fuera de su región, una presencia digital incipiente y la ausencia de estrategias comerciales claras que comuniquen eficazmente el valor de su producto.

Este proyecto tiene como objetivo transformar el modelo de negocio de los 15 productores de chorizo santarrosano, impulsándolos de pequeñas empresas locales a competidores regionales y nacionales. El fortalecimiento de marca es fundamental para que estos productores puedan destacar en un mercado saturado, donde los consumidores tienden a preferir marcas más conocidas o con mayor presencia en canales de distribución masivos. Este proceso se desarrollará con el cumplimiento de las siguientes actividades:

### ACTIVIDAD 1. Selección de Participantes - convocatoria Pública

Realizar una convocatoria abierta en redes sociales de la Cámara de Comercio de Santa Rosa para seleccionar a los 15 productores de chorizo santarrosano.

### ACTIVIDAD 2: FORTALECIMIENTO Y DISEÑO DE PORTAFOLIO PARA 15 PRODUCTORES DE CHORIZO SANTARROSANO:

**A. Construcción del Punto de Partida:**

- Valoración de la situación actual de cada productor mediante una matriz de fortalezas y oportunidades.
- Entrevistas a líderes comerciales para entender sus retos y oportunidades.
- Análisis de la competencia directa e indirecta.
- Revisión y mejora de la presencia digital de cada empresa.

**Metodología:** Acompañamiento personalizado.
**Horas por empresa:** 6 horas
**Total horas:** 90 horas

**B. Diseño de Portafolio y Pitch Comercial:**

- Creación de un portafolio que refleje la propuesta de valor de cada empresa.
- Capacitación grupal para desarrollar un pitch comercial efectivo.
- Refinamiento del pitch según las particularidades de cada productor.

**Metodología:** Acompañamiento personalizado y grupal.
**Horas por empresa:** 9 horas
**Total horas:** 135 horas

**C. Fortalecimiento de la Gestión Comercial:**

- Capacitación grupal sobre estrategias de venta.
- Optimización de estrategias digitales para aumentar los prospectos de venta.

**Metodología:** Acompañamiento personalizado y grupal.
**Horas por empresa:** 3 horas
**Total horas:** 45 horas

**ACTIVIDAD 3: ASISTENCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA EN FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL PARA 15 PRODUCTORES DE CHORIZO SANTARROSANO**

Cada productor recibirá asistencia técnica en aspectos clave de su negocio en dos visitas de 3 horas cada una:

- **Gestión financiera y costos de producción:** Mejora de la planificación fiscal y acceso a financiamiento.
- **Optimización de procesos operativos:** Gestión eficiente de la cadena de suministro y control de calidad.
- **Eficiencia administrativa:** Optimización de inventarios, cumplimiento de normativas sanitarias, y reducción de costos operativos.

Este enfoque práctico y orientado a la acción permitirá a los productores fortalecer sus operaciones y mejorar su competitividad en el mercado.

## COMPONENTE 4: GESTIÓN ESTRATÉGICA Y COMERCIAL PARA EL CLUSTER DE TURISMO ALTERNATIVO Y DE BIENESTAR DE SANTA ROSA DE CABAL, A TRAVÉS DE UNA MISIÓN EXPLORATORIA NACIONAL

Realizar una misión exploratoria a un destino nacional, (Medellín Antioquia) Con el objetivo de cerrar las brechas de conocimiento que limitan la competitividad y el desarrollo de los empresarios del sector, la cual incluye un proceso previo de preparación, con el fin de brindar a los participantes una experiencia enriquecedora que les permita conocer de primera mano modelos exitosos en destinos turísticos de Antioquía, particularmente en Medellín, los cuales ofrecen servicios y actividades turísticas similares a las promovidas en el catálogo digital del Clúster de Santa Rosa de Cabal. En este orden de ideas, encontramos a Medellín un destino turístico espejo, que ofrece tanto en experiencia como en producto, aspectos importantes que aportan al aprendizaje de los empresarios y el fortalecimiento de nuestro Clúster, teniendo en cuenta la experiencia de Antioquia con más de 10 en gestión del Clúster del Turismo de Negocios

Teniendo en cuenta que el turismo alternativo y de bienestar ha ganado relevancia como una de las principales apuestas para el desarrollo económico sostenible de Santa Rosa de Cabal. Sin embargo, para consolidar esta oferta, es fundamental que los empresarios del Clúster cuenten con herramientas y conocimientos actualizados sobre las mejores prácticas y tendencias internacionales. La misión de aprendizaje se justifica en la necesidad de exponer a los empresarios a una "oferta espejo," permitiéndoles analizar y comprender cómo destinos exitosos han logrado integrar sus productos y servicios en un contexto turístico competitivo. Los destinos seleccionados en Antioquía, como Medellín, se destacan por su capacidad para atraer a turistas nacionales e internacionales mediante la oferta de experiencias relacionadas con el café, la naturaleza, la cultura y el bienestar, similares a las que Santa Rosa de Cabal busca posicionar. Basándonos en la información recabada en misiones anteriores, como la realizada el año pasado a Costa Rica, sabemos que estas experiencias no solo amplían el horizonte de los empresarios, sino que también los motivan a adoptar y adaptar modelos de éxito a sus propios contextos.

**OBJETIVOS:**

1. Fortalecer la gestión comercial de los empresarios del Clúster de Turismo Alternativo y de Bienestar.
2. Fomentar la articulación productiva entre los miembros del Clúster para maximizar las oportunidades de negocio.
3. Preparar a los empresarios para una misión exploratoria nacional, proporcionando las herramientas necesarias para su éxito.

4. Realizar una misión exploratoria en la ciudad de Medellín y sus alrededores, con el fin de identificar mejores prácticas y oportunidades de negocio.

**ACTIVIDAD 1: CONVOCATORIA PÚBLICA Y SELECCIÓN:** Este proceso se llevará a cabo mediante formularios de inscripción, donde se realizará la invitación, para que los empresarios se vinculen y se beneficien del Clúster.

**ACTIVIDAD 2:** PREPARACIÓN PARA LA MISIÓN EXPLORATORIA A MEDELLÍN:

**METODOLOGÍA:** proceso formativo integral presencial para el Clúster de Turismo Alternativo y de Bienestar de Santa Rosa de Cabal.

Esta propuesta propone un proceso formativo integral presencial para el Clúster de Turismo Alternativo y de Bienestar de Santa Rosa de Cabal.

La formación se desarrollará de la siguiente manera:

- Asistencia técnica especializada: 3 sesiones presenciales para un total de 13 horas.
- Misión exploratoria nacional a un destino espejo en turismo alternativo y de bienestar. Medellín

**A. Encadenamiento productivo como fuente de aprovechamiento del Clúster** • Duración: 3 horas (1 sesión)

**Descripción**: Sesión práctica enfocada en la construcción de relaciones productivas dentro del Clúster. Se buscará identificar oportunidades de colaboración y crear sinergias que permitan el aprovechamiento conjunto de recursos y capacidades.

**B**. **Preparación para asistir a una misión exploratoria nacional** • Duración: 4 horas (1 sesión)

**Descripción:** Preparación teórica y práctica para los empresarios, enfocada en maximizar los beneficios de la misión exploratoria. Se trabajará en la definición de objetivos, identificación de oportunidades y planificación estratégica de la misión.

**C: Gestión Comercial:** empaquetamiento turístico y estrategias de comercialización Duración: 6 horas (2 sesiones de 3 horas cada una)

**Descripción:** Se abordarán las tendencias internacionales en turismo alternativo y de bienestar, perfiles de turistas nacionales y extranjeros, y la utilización de herramientas como catálogos para la promoción y venta de paquetes turísticos.

BENEFICIARIOS:

- 30 empresarios del Clúster de turismo alternativo y de bienestar, recibirán asistencia técnica especializada en 3 sesiones presenciales.
- 15 empresarios del Clúster de turismo alternativo y de bienestar participaran en la Misión exploratoria nacional a la ciudad de Medellín

**NOTA:** Cada una de las sesiones de la actividad 2 contempla los auditorios, refrigerios y las ayudas audiovisuales.

**Actividad 3: Misión exploratoria a Medellín**

Esta misión de aprendizaje es una inversión estratégica para cerrar las brechas de conocimiento en el Clúster de Turismo Alternativo y de Bienestar de Santa Rosa de Cabal. A través de la observación y el aprendizaje en destinos casos exitosos de Antioquía, los empresarios participantes estarán mejor preparados para enfrentar los desafíos del mercado turístico actual, implementando innovaciones que fortalezcan su competitividad y contribuyan al desarrollo sostenible de la región.

A través de esta propuesta se busca beneficiar a quince (15) empresarios del clúster de turismo alternativo y de bienestar, haciendo una misión de referenciación a un destino nacional, donde también asistirán dos representantes de la Cámara de Comercio con el fin de brindar acompañamiento institucional y un profesional técnico.

El valor unitario por participante será $1.600.000, Se anexan las cotizaciones que sirvieron de base para establecer los precios del mercado.

• Duración: 2 días y 1 noche • Descripción: La misión incluirá visita, donde los empresarios podrán referenciar buenas prácticas del turismo alternativo y de bienestar, mediante una agenda que garantice el aprendizaje de los participantes.

**El plan incluye:**

- Transporte terrestre Santa Rosa de Cabal - Medellín - Santa Rosa de Cabal.

- 1 noche de alojamiento, con desayuno e impuestos en el hotel seleccionado.

- Visitas especializada 1 con guía acompañante, a sitios de interés para la misión

- Asistencia médica.

**Actividad 4: Promoción en pantallas turísticas**

Se implementará una campaña de promoción del Clúster de Turismo Alternativo y de Bienestar mediante la proyección de videos en pantallas estratégicamente ubicadas en zonas de alta afluencia turística. Estos videos destacarán las experiencias y servicios ofrecidos por el Clúster, captando la atención de turistas interesados en las actividades de bienestar y naturaleza que Santa Rosa de Cabal promueve.

**COMPONENTE 5: DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA PROMOCIONAL PARA EL DEPARTAMENTO DE RISARALDA CON INFORMACIÓN FÍSICA Y DIGITAL DE LOS 14 MUNICIPIOS.**

**Actividad 1:** Captura y producción del material de fotografía y video de los 14 municipios.

- Fotografía: Captura de 30 fotografías por cada uno de los 14 municipios para su uso en la promoción turística.
- Videos Promocionales: Producción de 14 videos de 1 minuto cada uno, en formato Full HD (1920px x 1080px), para la promoción de cada municipio.

**Actividad 2:** Elaboración de prototipos y diagramación digital de las guías turísticas, una que se va a imprimir y otra digital interactiva estos deben ir de acuerdo al manual de marca de destino, que contenga información de los 14 municipios, sus experiencias, atractivos y atributos turísticos, oferta y rutas turísticas, con textos en inglés y español, y la respectiva creación del código QR.

- Diseño digital de la Guía Turística interactiva.
- Diseño de la Guía Turística; para impresión.
- Creación del código QR.

**Actividad 3:** Impresión del material publicitario y promocional de acuerdo a los diseños y artes previstas en el alcance anterior y según las cantidades requeridas así:

- Guías Informativas: Impresión de 5,000 guías turísticas sobre Risaralda en formato A4 (297 x 420 mm), en papel propalcote de 150 gramos.
- Mapa Turístico: Diseño de un mapa digital de Risaralda con información turística. Impresión de 10,000 unidades en formato A4 (297 x 420 mm), en papel propalcote de 150 gramos.
- Diseño e impresión de 2 Roll Up de Risaralda un destino lleno de vida para la participación en eventos de promoción del destino.
- Diseño e impresión de 14 Roll up para cada uno de los municipios del departamento para la participación en eventos de promoción del destino.

- Diseño y desarrollo de 16 habladores tipo exhibidor de publicidad con código QR; 2 para el departamento de Risaralda un destino lleno de vida, y para cada uno de los 14 municipios del departamento para la participación en eventos de promoción del destino
- Tarjetas NFC: Diseño y desarrollo de 50 tarjetas de presentación con tecnología NFC.
- Lanyards: Desarrollo de 50 lanyards para las tarjetas de presentación NFC.

**Actividad 4:** Campaña de promoción a través de la proyección de videos en pantallas estratégicamente ubicadas en zonas de alta afluencia turística. Esta estrategia permitirá visibilizar los principales atractivos de Risaralda, captando la atención de los turistas mediante contenido visual dinámico y atractivo, que resalte las experiencias turísticas del departamento.

**PLAN DE MEDIOS:**

**Promoción de los Eventos “El Sabor de mi Pueblo” y “Kilómetro 0”**

A continuación, se describe el plan de medios diseñado para promover de manera efectiva los eventos "El Sabor de mi Pueblo" y "Kilómetro 0", con el objetivo de maximizar su alcance y visibilidad entre el público objetivo. Este plan abarca las siguientes acciones:

1. Diseño y concepto gráfico: Se desarrollará una identidad visual atractiva y coherente que represente la esencia de cada evento. Esto incluirá la creación de piezas gráficas para redes sociales, impresos, y materiales digitales, asegurando una imagen profesional y uniforme que potencie la percepción de los eventos.
2. Publicación en revista regional: Se realizará una campaña publicitaria en una revista de amplia circulación y reconocimiento regional, enfocada en destacar la importancia cultural y turística de los eventos, así como las actividades especiales que los componen.
3. Promoción individual para los participantes de "El Sabor de mi Pueblo": Además de la campaña general, se diseñará una estrategia gráfica específica para cada participante del evento "El Sabor de mi Pueblo", resaltando sus platos y productos únicos para que puedan atraer a más clientes y turistas; además se realizará diseño e impresión de distintivo para los empresarios participantes.
4. Campaña en pantallas de alta afluencia turística: Se implementará la proyección de videos promocionales en pantallas situadas en zonas estratégicas de alto tráfico turístico, lo que permitirá alcanzar a un público diverso y atraer la atención hacia los platos y productos destacados en ambos eventos.

Ejecución del plan de medios: El plan de medios se llevará a cabo de la siguiente manera:

**Previo al evento:**

- Difusión de piezas publicitarias en redes sociales como Facebook, Twitter y la página de la Cámara de Comercio para generar expectativa y captar la atención del público.
- Promoción mediante cuñas radiales de 30 segundos en medios locales y regionales, anunciando las fechas, actividades, y participantes de ambos eventos.
- Publicación de anuncios en la revista regional mencionada anteriormente, destacando los valores y atractivos turísticos de los eventos.

**Durante el evento:**

- Realización de un seguimiento en tiempo real, publicando pequeñas notas y actualizaciones en redes sociales sobre el desarrollo de los eventos, destacando los momentos clave, la participación del público y la oferta gastronómica.
- Proyección continua de videos promocionales en las pantallas turísticas, reforzando el impacto visual y atrayendo a más visitantes a los puntos de interés de cada evento.

Este plan busca asegurar una cobertura amplia y efectiva para promover "El Sabor de mi Pueblo" y "Kilómetro 0", resaltando su relevancia dentro del municipio y la región, y contribuyendo al fortalecimiento del turismo y la gastronomía local.

## PRESUPUESTO

| COMPONENTE | ACTIVIDAD | EVIDENCIAS | ENTREGABLES | RECURSOS GOBERNACIÓN | RECURSOS EFECTIVO CÁMARA | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|
| COMPONENTE 1: SABOR DE MI PUEBLO | 1. Realizar una convocatoria abierta para seleccionar a los 25 empresarios y/o emprendedores más capacitados y con propuestas culinarias innovadoras | Registro fotográfico de la convocatoria en las redes sociales. | Base de datos en excel de los 25 empresarios inscritos. | $ 0 | $ 0 | $ 0 |
| | 2. Asistencia técnica especializada para el sector restaurantes en Google Business – Posicionamiento en buscador 8 horas de acompañamiento grupal divididas en 2 sesiones y 25 horas de acompañamiento individual 1 hora por | Registro fotográfico y listado de asistencia. | 25 empresarios con conocimiento en el uso de Google Business – Posicionamiento en buscador | $ 8.213.000 | $ 0 | $ 8.213.000 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | participante (Este valor incluye: Auditorio, Refrigerios, Ayudas Audiovisuales) | | | | | |
| | 3. Fortalecimiento de los niveles de gestión comercial digital para 25 restaurantes, a travé del TALLER: INSTA-MARKETING, TIKTOK Y ESTRATEGIAS PARA INCREMENTAR VENTAS Y POSICIONAR La MARCA EN REDES SOCIALES (Este valor incluye: Auditorio, Refrigerios, Ayudas Audiovisuales) | Registro fotográfico y listado de asistencia. | 25 empresarios con conocimiento en el uso efectivo de redes sociales. | $ 5.557.000 | $ 0 | $ 5.557.000 |
| | 4. Coordinación | | | $ 5.000.000 | $ 0 | $ 5.000.000 |
| **TOTAL:** | | | | **$ 18.770.000** | **$ 0** | **$ 18.770.000** |

| **COMPONENTE** | **ACTIVIDAD** | **EVIDENCIAS** | **ENTREGABLES** | **PRESUPUESTO GOB R/DA** | **RECURSOS EFECTIVO CÁMARA** | **TOTAL** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **COMPONENTE 2: Promover el consumo local mediante la estrategia de proximidad de oferta y demanda a través del evento "KILÓMETRO 0"** | 1. Convocatoria Pública a través de las redes de la Cámara de Comercio de SRC y la realización de piezas tales como imágenes y videos. | Material gráfico de las piezas realizadas | Respuestas del formulario de inscripción. | $ 0 | $ 0 | $ 0 |
| | 2.A. 14 horas Asistencia técnica para el desarrollo de una mentalidad innovadora empresarial. Este valor incluye Auditorio, Refrigerios, Ayudas Audiovisual | Registro fotográfico y listado de asistencia. | Registro fotográfico y listado de asistencia. | $ 17.132.000 | $ 0 | $ 17.132.000 |
| | 2.B 12 horas de Formulación y gestión de proyectos de proyectos de innovación. (Este valor incluye: Auditorio, Refrigerios, Ayudas Audiovisuales) | | | | | |
| | 2.C 8 horas de Taller preparatorio pitch (Este valor incluye: Auditorio, | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Refrigerios, Ayudas Audiovisuales) | | | | | |
| | 3. Evento Kilómetro 0: Espacio donde se reúne oferta (40 empresarios y emprendedores) y demanda (20 restaurantes y empresarios en calidad de compradores) este evento incluye: Auditorio, ayudas audiovisuales, estación de café, souvenir para participantes, servicio de restaurante para almuerzo y refrigerios | Realización del evento, con la ayuda de auditorio, refrigerio, material informativo para cada participante, equipos audiovisuales, estación de café, entre otras ayudas para la realización del evento. | Registro fotográfico y listado de asistencia | $ 8.030.000 | $ 0 | $ 8.030.000 |
| | 4. Coordinación | | | $ 5.000.000 | $ 0 | $ 5.000.000 |
| **TOTAL:** | | | | **$ 30.162.000** | **$ 0** | **$ 30.162.000** |

| COMPONENTE | ACTIVIDAD | EVIDENCIAS | ENTREGABLES | PRESUPUESTO GOB R/DA | RECURSOS EFECTIVO CÁMARA | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **COMPONENTE 3. FORTALECIMIENTO Y GESTIÓN COMERCIAL PARA 15 PRODUCTORES DE EMBUTIDOS CÁRNICOS DE SANTA ROSA DE CABAL** | 1. Se realizará convocatoria pública a los diferentes empresarios del sector de embutidos cárnicos del municipio de Santa Rosa de Cabal a través de las redes sociales de la Cámara de Comercio de SRC y se asignan 15 cupos | Registro fotográfico de la convocatoria en las redes sociales. | Base de datos en excel de los 15 empresarios inscritos. | $ 0 | $ 0 | $ 0 |
| | 2. FORTALECIMIENTO Y DISEÑO DE PORTAFOLIO Construcción del Punto de Partida: Valoración de la situación actual de cada productor mediante una matriz de fortalezas y oportunidades. Entrevistas a líderes comerciales para entender sus retos y oportunidades. Análisis de la competencia directa e indirecta. Revisión y mejora de la presencia | Registro fotográfico y listado de asistencia. | 25 empresarios con conocimiento en el uso de Google Business – Posicionamiento en buscador | $ 35.800.000 | $ 0 | $ 35.800.000 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | digital de cada empresa.<br>Metodología: Acompañamiento personalizado.<br>Horas por empresa: 6 horas<br>Total horas: 90 horas<br>Diseño de Portafolio y Pitch Comercial: Creación de un portafolio que refleje la propuesta de valor de cada empresa.<br>Capacitación grupal para desarrollar un pitch comercial efectivo.<br>Refinamiento del pitch según las particularidades de cada productor.<br>Metodología: Acompañamiento personalizado y grupal.<br>Horas por empresa: 9 horas<br>Total horas: 135 horas<br>Fortalecimiento de la Gestión Comercial: Capacitación grupal sobre estrategias de venta.<br>Optimización de estrategias digitales para aumentar los prospectos de venta.<br>Metodología: Acompañamiento personalizado y grupal.<br>Horas por empresa: 3 horas<br>Total horas: 45 horas<br>(Este valor incluye: Auditorio, Refrigerios, Ayudas Audiovisuales) | | | | | |
| | 3. ASISTENCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA EN FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL PARA 15 MARCAS PRODUCTORAS DE CHORIZO | Fotografías de los stand de los cada uno de los productores | Registro fotográfico de los 15 stand y listado de asistencia | $ 6.000.000 | $ 0 | $ 6.000.000 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | SANTARROSANO. Cada productor recibirá asistencia técnica en aspectos clave de su negocio en dos visitas de 3 horas cada una: Gestión financiera y costos de producción: Mejora de la planificación fiscal y acceso a financiamiento. Optimización de procesos operativos: Gestión eficiente de la cadena de suministro y control de calidad. Eficiencia administrativa: Optimización de inventarios, cumplimiento de normativas sanitarias, y reducción de costos operativos. Este enfoque práctico y orientado a la acción permitirá a los productores fortalecer sus operaciones y mejorar su competitividad en el mercado. (Este valor incluye: Auditorio, Refrigerios, Ayudas Audiovisuales) | | | | | |
| | 4. Coordinación | | | $ 4.000.000 | $ 0 | $ 4.000.000 |
| **TOTAL:** | | | | **$ 45.800.000** | **$ 0** | **$ 45.800.000** |

| COMPONENTE | ACTIVIDAD | EVIDENCIAS | ENTREGABLES | PRESUPUESTO GOB R/DA | RECURSOS EFECTIVO CÁMARA | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **COMPONENTE 4: GESTIÓN ESTRATÉGICA Y COMERCIAL PARA EL CLUSTER DE TURISMO ALTERNATIVO Y DE BIENESTAR DE SANTA ROSA DE CABAL, A TRAVÉS DE UNA MISIÓN EXPLORATORIA NACIONAL** | 1.Convocatoria pública y selección: Este proceso se llevará a cabo mediante formularios de inscripción, donde se realizará la invitación, para que los empresarios se vinculen y se beneficien del Cluster. | Material gráfico de las piezas realizadas | Respuestas del formulario de inscripción. | $ 0 | $ 0 | $ 0 |
| | 2. PREPARACIÓN PARA LA MISIÓN | Listados de Asistencia, | Empresarios con | $ 4.284.000 | $ 0 | $ 4.284.000 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | EXPLORATORIA A MEDELLÍN Gestión estratégica y comercial asistencia técnica especializada en, empaquetamiento turístico y estrategias de comercialización, encadenamiento productivo como fuente de aprovechamiento del Clúster y preparación para asistir a una misión exploratoria nacional | Registro fotográfico. | conocimientos sobre el cluster y preparados para la misión exploratoria. | | | |
| | 3..Misión exploratoria a Medellín • Duración: 2 días y 1 noche • Descripción: La misión incluirá visita, donde los empresarios podrán referenciar buenas prácticas del turismo alternativo y de bienestar, mediante una agenda que garantice el aprendizaje de los participantes. | Registro fotográfico. | Empresarios con conocimientos sobre diferentes tipos de turismo alternativo. | $ 24.000.000 | $ 4.800.000 | $ 28.800.000 |
| | 4.Se implementará una campaña de promoción del Clúster de Turismo Alternativo y de Bienestar mediante la proyección de videos en pantallas estratégicamente ubicadas en zonas de alta afluencia turística. Estos videos destacarán las experiencias y servicios ofrecidos por el Clúster, captando la atención de turistas interesados en las actividades de bienestar y naturaleza que Santa Rosa de Cabal promueve. | Publicación revista, registro fotográfico | Publicación Revista, alcance pauta comercial Registro Fotográfico | $ 7.500.000 | $ 0 | $ 7.500.000 |
| **TOTAL:** | | | | **$ 35.784.000** | **$ 4.800.000** | **$ 40.584.000** |
| **COMPONENTE** | **ACTIVIDAD** | **EVIDENCIAS** | **ENTREGABLES** | **PRESUPUESTO GOB R/DA** | **RECURSOS** | **TOTAL** |

| | | | | | EFECTIVO CÁMARA | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **COMPONENTE 5: DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA PROMOCIONAL PARA EL DEPARTAMENTO DE RISARALDA CON INFORMACIÓN FÍSICA Y DIGITAL DE LOS 14 MUNICIPIOS** | 1. Captura y producción del material de fotografía y video de los 14 municipios – Esta actividad cuesta $ 4.200.000 por cada municipio. | Registro fotográfico, videos. | Captura de 30 fotografías por cada municipio y un video con duración de 1 minuto por cada municipio. | $ 58.800.000 | $ 0 | $ 58.800.000 |
| | 2. Elaboración de prototipos y diagramación digital de las guías turísticas, una que se va a imprimir y otra digital interactiva estos deben ir de acuerdo al manual de marca de destino, que contenga información de los 14 municipios, sus experiencias, atractivos y atributos turísticos, oferta y rutas turísticas, con textos en inglés y español, y la respectiva creación del código QR. | Diseños y fotografías | • Diseño digital de la Guía Turística interactiva.<br>• Diseño de la Guía Turística; para impresión.<br>• Creación del código QR. | $ 16.200.000 | $ 0 | $ 16.200.000 |
| | 3. Impresión del material publicitario y promocional de acuerdo a los diseños y artes previstas en el alcance anterior y según las cantidades requeridas. | Registro fotografico, muestras de los diseños | • Guías Informativas: Impresión de 5,000 guías turísticas sobre Risaralda en formato A4 (297 x 420 mm), en papel propalcote de 150 gramos: $5.000.000<br>• Mapa Turístico: Diseño de un mapa digital de Risaralda con información turística. Impresión de | $ 25.000.000 | $ 0 | $ 25.000.000 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 10,000 unidades en formato A4 (297 x 420 mm), en papel propalcote de 150 gramos: $10.000.000<br><br>• Diseño e impresión de 2 Roll Up de Risaralda un destino lleno de vida para la participación en eventos de promoción del destino: $ 356.250 cada uno.<br><br>• Diseño e impresión de 14 Roll up para cada uno de los municipios del departamento para la participación en eventos de promoción del destino: $ 356.250 cada uno.<br>• Diseño y desarrollo de 16 habladores tipo exhibidor de publicidad con código QR; 2 para el departamento de Risaralda un destino lleno de vida, y para cada uno de los 14 municipios del departamento para la participación en eventos de promoción del destino: $ 1.000.000.<br><br>• Tarjetas NFC: Diseño y desarrollo de 50 tarjetas de presentación con tecnología NFC: $ 3.000.000. | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | • Lanyards: Desarrollo de 50 lanyards para las tarjetas de presentación NFC: $ 300.000. | | | |
| | 4. Campaña de promoción a través de la proyección de videos en pantallas estratégicamente ubicadas en zonas de alta afluencia turística. Esta estrategia permitirá visibilizar los principales atractivos de Risaralda, captando la atención de los turistas mediante contenido visual dinámico y atractivo, que resalte las experiencias turísticas del departamento. | Registro fotográfico, publicación revista | Publicación Revista, alcance pauta comercial Registro Fotográfico | $ 7.500.000 | $ 0 | $ 7.500.000 |
| **TOTAL:** | | | | **$ 107.500.000** | **$ 0** | **$ 107.500.000** |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **PLAN DE MEDIOS** | plan de medios diseñado para promover de manera efectiva los eventos "El Sabor de mi Pueblo" y "Kilómetro 0", con el objetivo de maximizar su alcance y visibilidad entre el público objetivo. Este plan abarca las siguientes acciones: Diseño y concepto gráfico: Se desarrollará una identidad visual atractiva y coherente que represente la esencia de cada evento. Esto incluirá la creación de piezas gráficas para redes sociales, impresos, y materiales digitales, asegurando una imagen profesional y uniforme que potencie la percepción de los eventos. Publicación en revista regional: Se realizará una campaña publicitaria en una revista de amplia circulación y reconocimiento regional, enfocada en destacar la importancia cultural y turística de los eventos, así como las actividades especiales que los componen. Promoción individual para los participantes de "El Sabor de mi Pueblo": Además de la campaña general, se diseñará una estrategia gráfica específica para cada participante del evento "El Sabor de mi Pueblo", resaltando sus platos y productos únicos para que | Registro fotográfico Evidencia de las pautas promocionales además de la realización de los videos promocionales | Registro del alcance de las pautas promocionales Registro Fotográfico | **$ 37.184.000** | **$ 0** | **$ 37.184.000** |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | puedan atraer a más clientes y turistas; además se realizará diseño e impresión de distintivo para los empresarios participantes. Campaña en pantallas de alta afluencia turística: Se implementará la proyección de videos promocionales en pantallas situadas en zonas estratégicas de alto tráfico turístico, lo que permitirá alcanzar a un público diverso y atraer la atención hacia los platos y productos destacados en ambos eventos. Ejecución del plan de medios: El plan de medios se llevará a cabo de la siguiente manera: Previo al evento: Difusión de piezas publicitarias en redes sociales como Facebook, Twitter y la página de la Cámara de Comercio para generar expectativa y captar la atención del público. Promoción mediante cuñas radiales de 30 segundos en medios locales y regionales, anunciando las fechas, actividades, y participantes de ambos eventos. Publicación de anuncios en la revista regional mencionada anteriormente, destacando los valores y atractivos turísticos de los eventos. Durante el evento: Realización de un seguimiento en | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | tiempo real, publicando pequeñas notas y actualizaciones en redes sociales sobre el desarrollo de los eventos, destacando los momentos clave, la participación del público y la oferta gastronómica. Proyección continua de videos promocionales en las pantallas turísticas, reforzando el impacto visual y atrayendo a más visitantes a los puntos de interés de cada evento. Este plan busca asegurar una cobertura amplia y efectiva para promover "El Sabor de mi Pueblo" y "Kilómetro 0", resaltando su relevancia dentro del municipio y la región, y contribuyendo al fortalecimiento del turismo y la gastronomía local. | | | | | |
| **TOTAL PROPUESTA Y APORTES:** | | | | **$ 275.200.000** | **$ 4.800.000** | **$ 280.000.000** |

**Forma de pago:**

El valor total del presente convenio es de doscientos ochenta millones de pesos ($280.000.000). De este monto, EL DEPARTAMENTO aportará doscientos setenta y cinco millones doscientos mil pesos ($275.200.000), y la Cámara de Comercio de Santa Rosa de Cabal contribuirá con una contrapartida de cuatro millones ochocientos mil pesos ($4.800.000)

La Gobernación de Risaralda transferirá los recursos mediante 2 actas parciales:

1. El 50% a la presentación del primer informe el cual corresponde al 50% de las actividades a realizar.
2. El 50% a la finalización del convenio y entrega de informe final.

Todo pago que autorice la supervisión designada por el Departamento, debe darse previo cumplimiento de las obligaciones derivadas del objeto del contrato, para lo cual el asociado presentará el respectivo informe y la aceptación a entera satisfacción por parte de la supervisión.

**CAPACIDAD E IDONEIDAD ADMINISTRATIVA, TÉCNICA, JURÍDICA Y FINANCIERA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE SANTA ROSA DE CABAL**

La Cámara de Comercio contará con plena autonomía técnica y administrativa en la ejecución de los recursos económicos, y además aportará recursos físicos, humanos y técnicos necesarios para la correcta ejecución del convenio.