CONVENIO DE ASOCIACIÓN NO. 4220 ENTRE LA ALCALDÍA DE PEREIRA Y LA CORPORACIÓN PROSPÉRITAS
SECRETARIA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD - DIRECCIÓN OPERATIVA DE COMPETITIVIDAD CTEI
PROYECTO INTERCLÚSTER DE TURISMO (OCTUBRE – DICIEMBRE 2025)

ENTREGABLE 10: INFORME CON LAS FICHAS BÁSICAS DE LOS PERFILES DE LOS PROYECTOS PRIORIZADOS DE LA INICIATIVA CLUSTER GASTROENTRETENIMIENTO Y TURISMO DE PEREIRA REGIÓN

#	Línea Estratégica	Título del Proyecto	Objetivo	Principales Actividades del Proyecto	Tiempo de Implementación Estimado (Meses)	Presupuesto Estimado (COP)	Indicadores de Impacto	Propuesta de Organizaciones Responsables (Líder)
1	I. Marketing y Posicionamiento de la Oferta Turística	Marca Territorial del Clúster "Pereira lo Tiene: Gastronomía y Entretenimiento"	Consolidar la identidad del clúster, representando su ADN gastronómico y de entretenimiento para mejorar la visibilidad del destino.	Diseño de narrativa, marca y manual de identidad del clúster. Activaciones en zonas gastronómicas, eventos y medios digitales. Integración de la marca con restaurantes, bares y operadores turísticos.	6 - 9	COP 90.000.000 - COP 180.000.000	Porcentaje de empresas que han integrado la marca territorial. Aumento en la visibilidad del destino en medios digitales y eventos.	ASOBARES Y COTELCO
2	I. Marketing y Posicionamiento de la Oferta Turística	Plataforma y Marketplace de Experiencias del Clúster	Desarrollar un canal digital indispensable para captar al turista digital, permitiendo la reserva de experiencias integradas como gastroshows, rutas de café y servicios de bienestar.	Desarrollo tecnológico del marketplace. Vinculación de empresarios con catálogo estandarizado. Campañas de posicionamiento digital en redes, OTAs y Google Travel.	12 - 18	COP 180.000.000 - COP 360.000.000	Número de experiencias integradas disponibles en la plataforma. Porcentaje de aumento en el gasto promedio del visitante.	ASOBARES Y ANATO
3	I. Marketing y Posicionamiento de la Oferta Turística	Campañas de Marketing Digital y Presencia en Mercados Objetivo	Aumentar la demanda mediante marketing segmentado para mercados clave (nacional, bleisure, LGBTIQ+, wellness, turismo cultural y gastronómico).	Producción de videos cortos y contenidos experienciales. Alianzas con influencers, aerolíneas y centrales de viajes. Participación en ferias nacionales e internacionales.	12 - 24	COP 180.000.000 - COP 480.000.000	Número de turistas impactados por las campañas. Aumento en la llegada de turistas de los mercados objetivo.	ASOBARES Y ANATO
4	II. Fortalecimiento Empresarial e Innovación de Experiencias	Laboratorio de Innovación de Experiencias (GastroLab)	Activar un espacio colaborativo para prototipar, validar y escalar productos y servicios innovadores, actuando como motor de diferenciación y sofisticación del destino.	Talleres de co-creación con chefs, mixólogos y expertos wellness. Pruebas piloto de productos en restaurantes, bares y termales. Acompañamiento para empaquetar y comercializar las experiencias.	12 - 18	COP 180.000.000 - COP 360.000.000	Número de nuevos productos/experiencias de alto valor desarrolladas y comercializadas. Porcentaje de empresas que participan en el GastroLab.	COTELCO Y ASOBARES
5	II. Fortalecimiento Empresarial e Innovación de Experiencias	Programa de Profesionalización y Talento del Clúster (Escuela de Hospitalidad y Servicio)	Fortalecer las capacidades del talento humano clave (meseros, baristas, managers de experiencias) para mejorar los estándares de calidad y servicio.	Establecimiento de alianzas con el SENA, universidades y escuelas gastronómicas. Creación de escuelas itinerantes de servicio, barismo, mixología y atención al turista. Impulso de certificaciones en estándares de calidad y hospitalidad internacional.	12 - 24	COP 180.000.000 - COP 480.000.000	Número de personas capacitadas en roles clave. Aumento en el nivel de satisfacción del turista con el servicio.	COTELCO Y ASOBARES
6	II. Fortalecimiento Empresarial e Innovación de Experiencias	Certificaciones de Calidad y Sostenibilidad	Elevar la competitividad reconociendo a las organizaciones que cumplen con altos estándares de calidad, sostenibilidad, innovación y coherencia con la identidad del territorio.	Diseño de criterios para la certificación y auditorías. Acompañamiento empresarial y promoción de compañías certificadas. Gestión del encadenamiento productivo con la estrategia local "Hecho en Pereira" mediante ruedas de negocio.	18 - 36	COP 270.000.000 - COP 720.000.000	Número de empresas con certificaciones de calidad y/o sostenibilidad. Porcentaje de productos locales incorporados en la oferta del clúster.	COTELCO Y ANATO
7	III. Estrategia y Gobernanza del Destino	Consolidación del Modelo de Gobernanza del Clúster	Estructurar un sistema de gobernanza sólido que articule actores (públicos, privados y comunitarios) para asegurar la planificación y sostenibilidad.	Instalación del Comité Directivo. Creación de mesas técnicas: producto, talento, marketing y sostenibilidad. Definición del plan anual de trabajo y modelo de seguimiento riguroso.	6 - 12	COP 90.000.000 - COP 240.000.000	Porcentaje de cumplimiento del plan anual de trabajo. Número de sesiones del Comité Directivo y Mesas Técnicas realizadas.	ANATO, ASOBARES Y COTELCO

CONVENIO DE ASOCIACIÓN NO. 4220 ENTRE LA ALCALDÍA DE PEREIRA Y LA CORPORACIÓN PROSPÉRITAS
SECRETARIA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD - DIRECCIÓN OPERATIVA DE COMPETITIVIDAD CTEI
PROYECTO INTERCLÚSTER DE TURISMO (OCTUBRE – DICIEMBRE 2025)

ENTREGABLE 10: INFORME CON LAS FICHAS BÁSICAS DE LOS PERFILES DE LOS PROYECTOS PRIORIZADOS DE LA INICIATIVA CLUSTER GASTROENTRETENIMIENTO Y TURISMO DE PEREIRA REGIÓN

8	III. Estrategia y Gobernanza del Destino	Observatorio del Clúster y Sistema de Inteligencia Turística	Desarrollar una unidad para recopilar, analizar y difundir información estratégica del sector, permitiendo la toma de decisiones basada en evidencia.	Diseño metodológico y plataforma de datos. Análisis de tendencias, afluencias, desempeño gastronómico y percepción. Publicación de boletines trimestrales y reportes del sector.	12 - 18	COP 180.000.000 - COP 360.000.000	Publicación de boletines y reportes trimestrales. Porcentaje de decisiones de marketing basadas en la información del Observatorio.	ANATO Y COTELCO
9	III. Estrategia y Gobernanza del Destino	Programa de Seguridad Turística y Noche Segura	Implementar intervenciones para mejorar la seguridad, movilidad, convivencia y operación nocturna del destino, asegurando una calidad integral de la experiencia.	Diseño de la Ruta Noche Segura (transporte, señalización, iluminación y vigilancia). Elaboración de un Manual de operación segura para establecimientos nocturnos. Articulación permanente con Policía de Turismo y Secretaría de Gobierno.	9 - 18	COP 135.000.000 - COP 360.000.000	Reducción del índice de incidentes de seguridad reportados por turistas. Implementación de la Ruta Noche Segura y Manual de Operación Segura.	ANATO Y ASOBARES