FORTALECIMIENTO DE LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD TURISTICA PARA LA PROMOCIÓN DEL MUNICIPIO DE MANAURE LA GUAJIRA.

DIRECCION DE PLANEACIÓN Y OBRAS PÚBLICAS

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/04/2026

MANAURE – GUAJIRA

MANAURE CON VISIÓN EMPRESARIAL Y PROPÓSITO SOCIAL

I. INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

PROPONENTE: Dirección de Planeación y Obras Públicas

RESPONSABLE: ELIANY ÁLVAREZ ORTEGA

CARGO: directora de Planeación y Obras Públicas

II. SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO	FORTALECIMIENTO DE LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD TURISTICA PARA LA PROMOCIÓN DEL MUNICIPIO DE MANAURE LA GUAJIRA.
FECHA DE PRESENTACIÓN:	20/04/2025
VALOR DEL PROYECTO:	CIENTO VEINTE MILLONES DE PESOS ($120.000.000) M/L
OBJETIVO:	Incrementar el número de visitantes turísticos en el municipio de Manaure, La Guajira.
FASE DEL PROYECTO:	Fase 3: Factibilidad
PLAZO DE EJECUCIÓN:	15 días

III. CONTRIBUCIÓN A LA POLÍTICA PÚBLICA

Contribución al Plan Nacional de Desarrollo

Plan

- (2022-2026) Colombia Potencia Mundial de la Vida

Programa

- 3502 - Productividad y competitividad de las empresas colombianas

Plan de desarrollo Departamental

- Cumpliendo la palabra

Estrategia del Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

- Prosperidad económica y gestión de conocimiento

Programa del Plan Desarrollo Departamental o Sectorial

- Productividad y competitividad de las empresas colombianas

Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

- Manaure con visión empresarial y propósito social.

Estrategia del Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

- Manaure con visión empresarial.

Programa del Plan desarrollo Distrital o Municipal

- Productividad y competitividad de las empresas colombianas.

IV. MARCO LEGAL

1. Marco Constitucional

La Constitución Política de Colombia es la base de cualquier intervención territorial:

- Artículos 311 y 313: Definen la autonomía de los municipios para la prestación de servicios públicos, el ordenamiento de su territorio y la promoción del desarrollo económico.
- Artículo 333: Reconoce la actividad económica y la iniciativa privada como libres, dentro de los límites del bien común, lo cual ampara el fortalecimiento de la productividad local.

2. Normatividad Turística Nacional

- Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo): Define al turismo como una industria esencial para el desarrollo del país y establece los mecanismos de promoción y fomento.
- Ley 1101 de 2006: Regula la contribución parafiscal para la promoción del turismo y crea el Fondo Nacional de Turismo (FONTUR), clave para la financiación de proyectos de competitividad.
- Ley 2068 de 2020 (Ley de Turismo): Esta es la norma más reciente y relevante. Fomenta la sostenibilidad, la formalización de los prestadores de servicios turísticos y establece beneficios tributarios para municipios con alto potencial turístico como Manaure.

3. Marco de Productividad y Competitividad

- Ley 1753 de 2015: Establece las bases del Plan Nacional de Desarrollo y prioriza la competitividad regional.
- Política Nacional de Competitividad e Innovación: Alineada con las agendas departamentales para diversificar la economía más allá de la minería y las salinas.

4. Normatividad Especial y Étnica

Dado que Manaure se encuentra en territorio ancestral, este marco es obligatorio:

- Convenio 169 de la OIT: Regula la Consulta Previa con comunidades étnicas (Wayuu) cuando el proyecto pueda afectar su territorio o integridad cultural.
- Ley 21 de 1991: Por la cual se aprueba el Convenio 169 en Colombia.

5. Marco Legal Local (Manaure)

- Plan de Desarrollo Municipal: Debe alinearse con las metas actuales de la alcaldía de Manaure para el sector económico y social.
- Plan de Ordenamiento Territorial (POT) o EOT: Define los usos del suelo permitidos para infraestructura turística y comercial en zonas como las Salinas o la zona costera.
- Acuerdos Municipales: Normas expedidas por el Concejo Municipal que reglamentan incentivos para el comercio local y la protección de sitios de interés turístico.

6. Normas Ambientales

- Ley 99 de 1993: Crea el Ministerio del Medio Ambiente y organiza el Sistema Nacional Ambiental (SINA). Cualquier proyecto turístico en La Guajira debe cumplir con las directrices de Corpoguajira para asegurar que la promoción turística no degrade los ecosistemas de manglar o zonas áridas.

V. ANTECEDENTES

1. Antecedentes Económicos: El Monocultivo de la Sal

Históricamente, la economía de Manaure ha orbitado casi exclusivamente alrededor de la explotación de las Salinas de Manaure. Durante décadas, esta actividad fue el motor principal, pero la crisis administrativa y financiera de las empresas operadoras en años pasados evidenció la vulnerabilidad de depender de un solo sector.

- El Giro a la Diversificación: Ante la fluctuación de los precios de la sal y los conflictos de gobernanza, surge la necesidad de buscar "clústeres" económicos alternativos, donde el turismo se identifica como el sector con mayor potencial de crecimiento inmediato.

2. Antecedentes Normativos y de Planificación

A nivel regional, el departamento de La Guajira ha incluido en sus últimos tres Planes de Desarrollo la meta de convertir al departamento en un "Destino Turístico de Talla Mundial".

- Agendas de Competitividad: En las agendas de competitividad departamental, Manaure ha sido priorizado dentro del corredor turístico del norte, junto con Riohacha y Uribia (Cabo de la Vela), buscando conectar la oferta de sol y playa con el etnoturismo.

3. Antecedentes Socio-Culturales (Pueblo Wayuu)

El fortalecimiento de la productividad en Manaure no puede entenderse sin el antecedente de la economía del cuidado y la artesanía.

- El Tejido como Baluarte: La producción de mochilas, chinchorros y artesanías Wayuu ha funcionado como una economía de subsistencia. El antecedente aquí es la falta de canales de comercialización directa, lo que ha llevado a que el productor local reciba un porcentaje mínimo de la ganancia final. El proyecto actual busca corregir este rezago histórico.

4. Antecedentes de Infraestructura y Servicios

- Carencias Estructurales: Un antecedente crítico es el déficit histórico en servicios públicos (agua potable y saneamiento básico) y conectividad vial. A pesar de tener un atractivo visual único (las charcas de sal rosadas), la falta de infraestructura turística formal (hotelería,

señalización, guianza certificada) ha mantenido al municipio como un lugar de "paso" y no de "pernoctación".

- Esfuerzos Previos: Se han realizado intentos aislados de promoción, como festivales de la sal y ferias artesanales, que sirven de base para entender qué dinámicas de convocatoria funcionan en la región.

5. Antecedentes de Potencial Turístico

Investigaciones académicas y diagnósticos de entidades como FONTUR han señalado a Manaure como un punto estratégico para el:

- Turismo Industrial: Observación del proceso de la sal.
- Turismo de Naturaleza: Avistamiento de flamencos rosados y ecosistemas de zona árida.
- Etnoturismo: Inmersión en la cultura Wayuu.

VI ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN Y LA PROBLEMÁTICA ACTUAL

1. Dependencia Económica y Fragilidad del Sector Salinero

Históricamente, la economía local ha gravitado en torno a las charcas de sal. Sin embargo, la inestabilidad administrativa de Salinas de Manaure y la falta de tecnificación han generado:

- **Desempleo Estructural:** Cuando la industria salinera flaquea, no existe un sector secundario o terciario (como el turismo o la transformación industrial) lo suficientemente fuerte para absorber la mano de obra.
- **Informalidad:** Gran parte de la población sobrevive del comercio informal en las zonas de explotación, sin garantías de seguridad social ni estabilidad.

2. Deficiencia en Infraestructura y Servicios Básicos

El potencial turístico se ve frenado por barreras logísticas críticas:

- **Servicios Públicos:** La intermitencia en el suministro de agua potable y las deficiencias en el sistema de alcantarillado limitan la capacidad de atraer inversión hotelera de alta gama.
- **Conectividad y Señalización:** A pesar de estar cerca de Riohacha, Manaure carece de una infraestructura de recepción al visitante (puntos

de información, muelles turísticos adecuados o señalización bilingüe/intercultural).

3. Escasa Competitividad y Formalización Empresarial

La mayoría de las unidades productivas locales (artesanos, guías, pequeños restaurantes) operan bajo una lógica de subsistencia:

- **Falta de Registro Nacional de Turismo (RNT):** Muchos prestadores de servicios no están formalizados, lo que les impide acceder a beneficios de ley y a plataformas de promoción nacional e internacional.
- **Debilidad en el Marketing Territorial:** Manaure no tiene una "marca ciudad" consolidada. El turista suele visitar las charcas de sal por unas horas y retirarse hacia Uribía o Riohacha sin generar gasto significativo en el municipio (turismo de paso vs. turismo de pernoctación).

4. Brecha en la Cadena de Valor Artesanal

Aunque la artesanía Wayuu es reconocida globalmente, el productor local en Manaure enfrenta:

- **Intermediación Excesiva:** El artesano vende su producto a precios bajos a intermediarios que obtienen el mayor margen de ganancia en ciudades principales.
- **Falta de Innovación:** Existe una desconexión entre las técnicas tradicionales y las demandas del mercado contemporáneo que buscan sostenibilidad detrás de cada pieza.

5. Conflictos de Gobernanza y Tenencia de Tierra

La superposición de intereses entre la propiedad privada, los títulos mineros de las salinas y el territorio ancestral indígena genera:

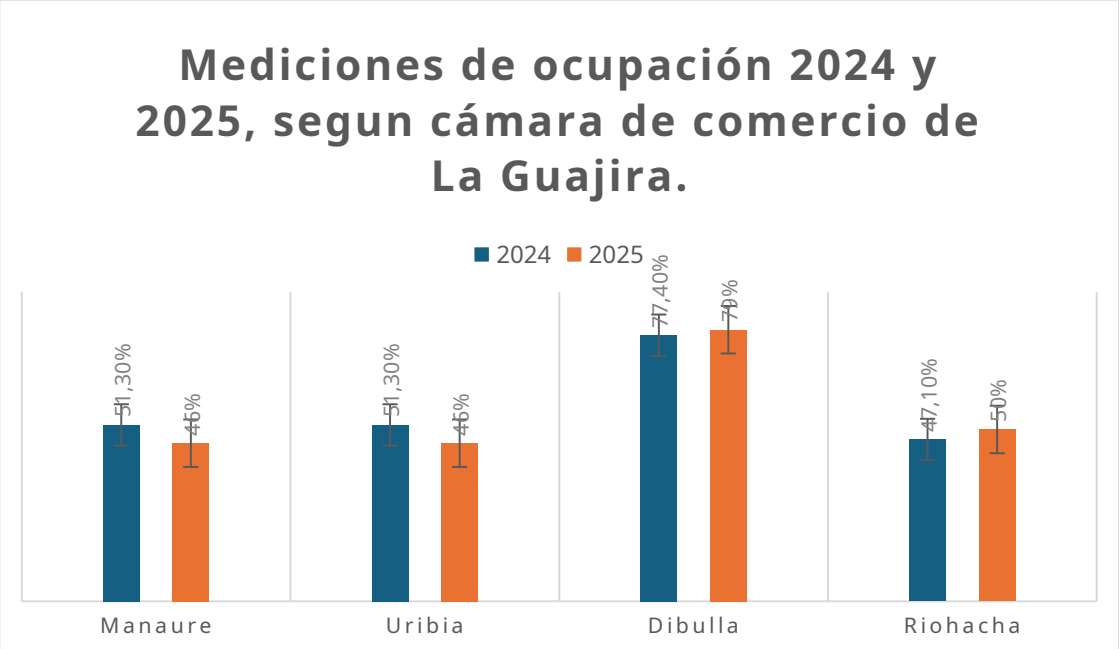
- **Inseguridad Jurídica:** Esta situación dificulta el desarrollo de proyectos de infraestructura turística a largo plazo que requieran concesiones o permisos ambientales específicos.
- **Resistencia al Cambio:** En ocasiones, la falta de procesos de socialización efectivos genera desconfianza en las comunidades sobre el impacto real del turismo en su cultura.

VII. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN EXISTENTE

El municipio de Manaure La Guajira cuenta con diversos paisajes naturales que lo convierten en un atractivo para propios y visitantes, sin embargo, el sector turismo del municipio presenta un decrecimiento debido a los aspectos relacionados a continuación:

- **Bajo flujo de visitantes:** (comparado con otros destinos del departamento) y débil dinamización económica local asociada al turismo (ventas y empleo del sector)

Grafica No1



Fuente: Cámara de comercio de La Guajira

Para 2024, la cámara de comercio de La Guajira, reporta que la ocupación promedio en Manaure y Uribía fue 51,3%, mientras que en Dibulla llegó a 77,4% y en Riohacha fue 47,1%. Además, el 68% de empresarios indicó disminución de ventas frente al año anterior y se identificaron factores que incidieron en la reducción del flujo: inseguridad (33%), bloqueos viales (29%) y costos de tiquetes aéreos (20%). Todo esto apunta a una demanda volátil y sensible a fricciones de acceso y percepción de riesgo, más que a un destino con demanda "inercial".

En 2025, el reporte de Semana Santa vuelve a mostrar señales consistentes con una demanda frágil: ocupación promedio departamental 44%, y para Alta Guajira (Manaure y Uribía) 46% (con caída frente al año anterior); en paralelo, 67% de empresarios reportó disminución de ventas y 77% no contrató personal adicional. Un hallazgo crucial para Manaure (porque atraviesa su problema de sostenibilidad): 42% de empresarios reportó pernoctación de una noche y 36% de dos noches, lo que sugiere un patrón de visita corta (más excursionismo o turismo de paso, que estadías prolongadas).

- **Estacionalidad fuerte:** Poca llegada en temporadas medias y bajas, y/o temporadas altas que no fluyen suficientes turistas para sostener ingresos estables.

Según el boletín de datos y cifras turísticas de Riohacha, en la temporada del 1 de diciembre de 2024 a 6 de enero de 2025, se reportaron 71.927 personas movilizadas vía aérea en el aeropuerto Almirante Padilla, 22% más que la temporada anterior, y una estimación de 120.474 visitantes ingresando al departamento por vía terrestre durante la temporada a partir de 40.158 vehículos, promedio 3 personas por vehículos. A pesar que las cifras no corresponden al municipio de Manaure ayudan a dimensionar que los picos de movilidad existen, pero no garantizan un flujo homogéneo de turista a todos los municipios y mucho menos en temporadas medias y bajas.

Así las cosas, si el municipio de Manaure La Guajira depende en gran medida de flujos que “entran” por Riohacha y se distribuyen hacia diferentes puntos, entonces (i) la conectividad y (ii) la propuesta de valor integrada (rutas, paquetes, información y seguridad) se vuelven determinantes para capturar parte de ese flujo en temporadas medias/bajas. Las caídas de ocupación y ventas reportadas por la Cámara de Comercio durante Semana Santa 2024–2025 muestran que no basta con “existir como atractivo”; la demanda está mediada por fricciones (seguridad, vías, costos) y por la capacidad de convertir visitas en pernoctación y consumo local.

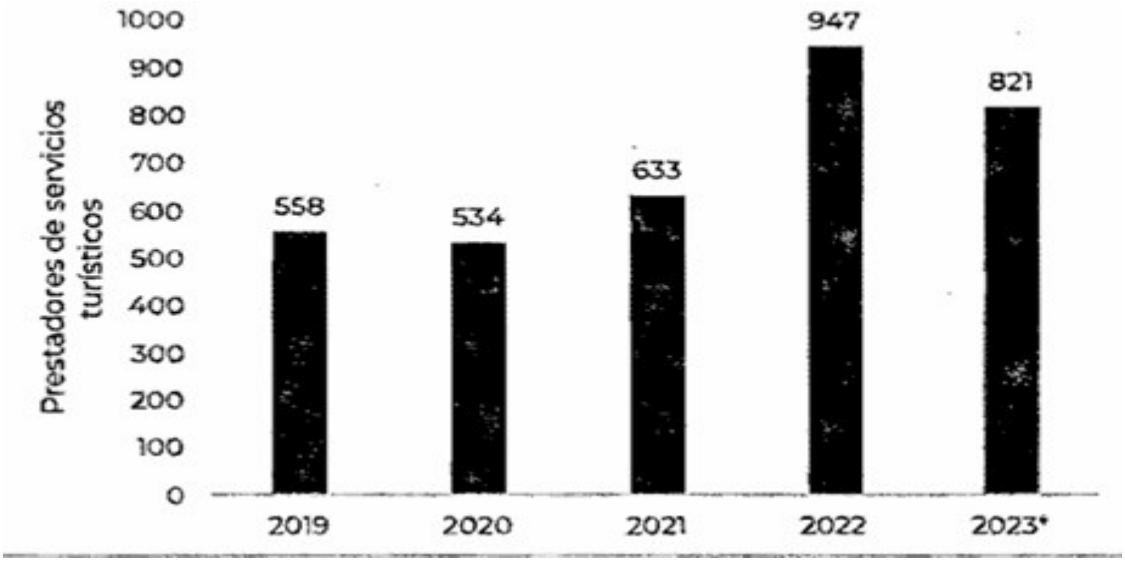
- **Formalización, estructura empresarial y oferta disponible**

Baja formalización de prestadores (interpretada operativamente como: baja presencia en el RNT, baja renovación/actividad, y concentración de prestadores en otros municipios).

La formalización, en turismo colombiano, se operacionaliza de manera directa en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo mediante el Registro Nacional de Turismo (RNT): es un registro público al que deben inscribirse los prestadores, con renovación anual obligatoria en el primer trimestre del año.

A nivel departamental, Decreto 1267 del 31 de julio de 2023, "por el cual se adoptan medidas temporales para la reactivación del turismo en el departamento de La Guajira, en el marco del Estado de Emergencia, Social y Ecológica".

Gráfica No 2. Prestadores de Servicios Turísticos –(PST) - inscritos en el RNT en La Guajira 2019-2023.

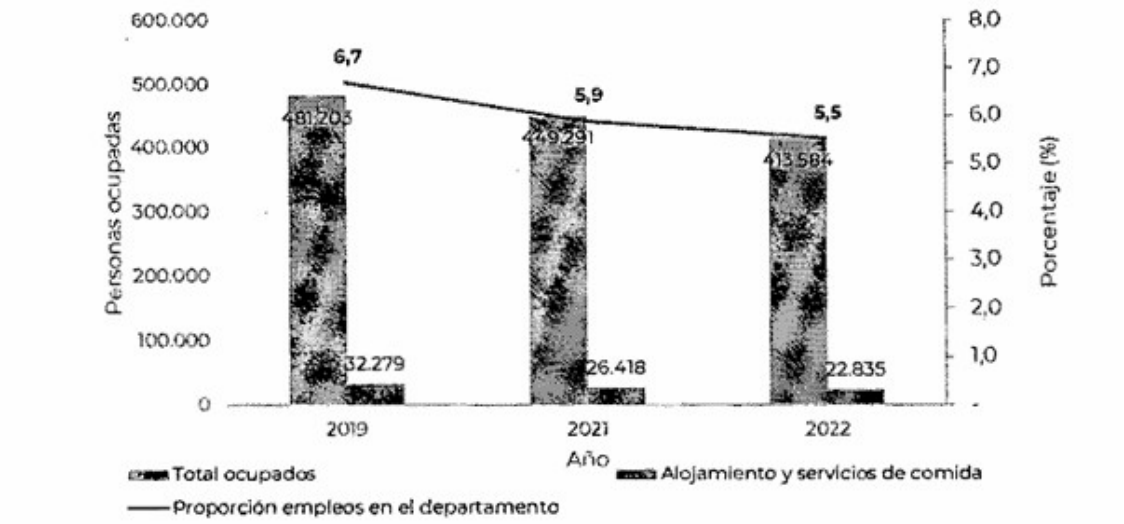


Fuente: Registro Nacional de Turismo. Información con corte a mayo 31 de 2023

con corte al 31 de mayo de 2023, La Guajira tenía 821 prestadores de servicios turísticos (PST) inscritos en el RNT, equivalentes al 1,00% del total nacional, y además se observa una disminución del 13,3% frente a 2022 (947 PST). En la misma fuente se detalla la composición por categoría: 397 establecimientos de alojamiento turístico, 187 viviendas turísticas, 163 agencias de viajes, 36 guías de turismo y 17 empresas de transporte terrestre automotor; asimismo,

Riohacha concentra 359 PST, es decir, 44% del total departamental. Esta concentración consiste en que los municipios distintos de la capital compiten por formalización, por oferta instalada y por visibilidad.

Grafica No 3. Total, ocupados, rama alojamiento y servicios de comida, y proporción sobre el total en el departamento de La Guajira. Año 2019, 2021 Y 2022



Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares - GEIH. Cálculos de la Dirección de Análisis Sectorial y Promoción

La estructura empresarial típica de la Guajira en el turismo también explica por qué la formalización puede ser baja o frágil: alta proporción de microempresas y negocios familiares, con alta sensibilidad a costos de cumplimiento, baja liquidez y mayor estacionalidad del ingreso. Según la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) muestra que en 2021 la rama “alojamiento y servicios de comida” aportaba 26.418 ocupados (5,9% del total departamental), y que hubo disminuciones relevantes de empleo en la actividad al comparar 2022 vs 2021 y 2022 vs 2019. Este contexto laboral tiende a reducir inversión en formalización y mejora de calidad cuando la demanda es incierta.

El municipio de Manaure La Guajira, tiene dos lecturas estratégicas que suelen pasarse por alto cuando se habla de baja formalización:

La primera: Los prestadores de servicios turísticos están concentrados en Riohacha (44% del total departamental), y el destino Manaure depende en gran parte de flujos que se originan o intermedian desde la capital, entonces la

formalización en Manaure no es solo un trámite, también es una condición de acceso a canales: operadores, agencias, paquetes, y plataformas que exigen legalidad (RNT) para contratar.

La segunda: una caída de 13,3% de PST entre 2022 y 2023, reportada por el decreto, explica una inactivación del tejido formal, coherente con ingresos variables y con barreras estructurales (acceso, estacionalidad). Por tal razón es indispensable pensar en una iniciativa que incentive la activación de nuevos prestadores y las estrategias para que permanezcan vigentes en el sector.

- **Visibilidad, comercialización y canales de promoción**

Limitada visibilidad en canales de promoción (nacional/internacional) y comercialización: baja intermediación profesional, baja presencia en ecosistemas digitales y/o baja recordación como destino.

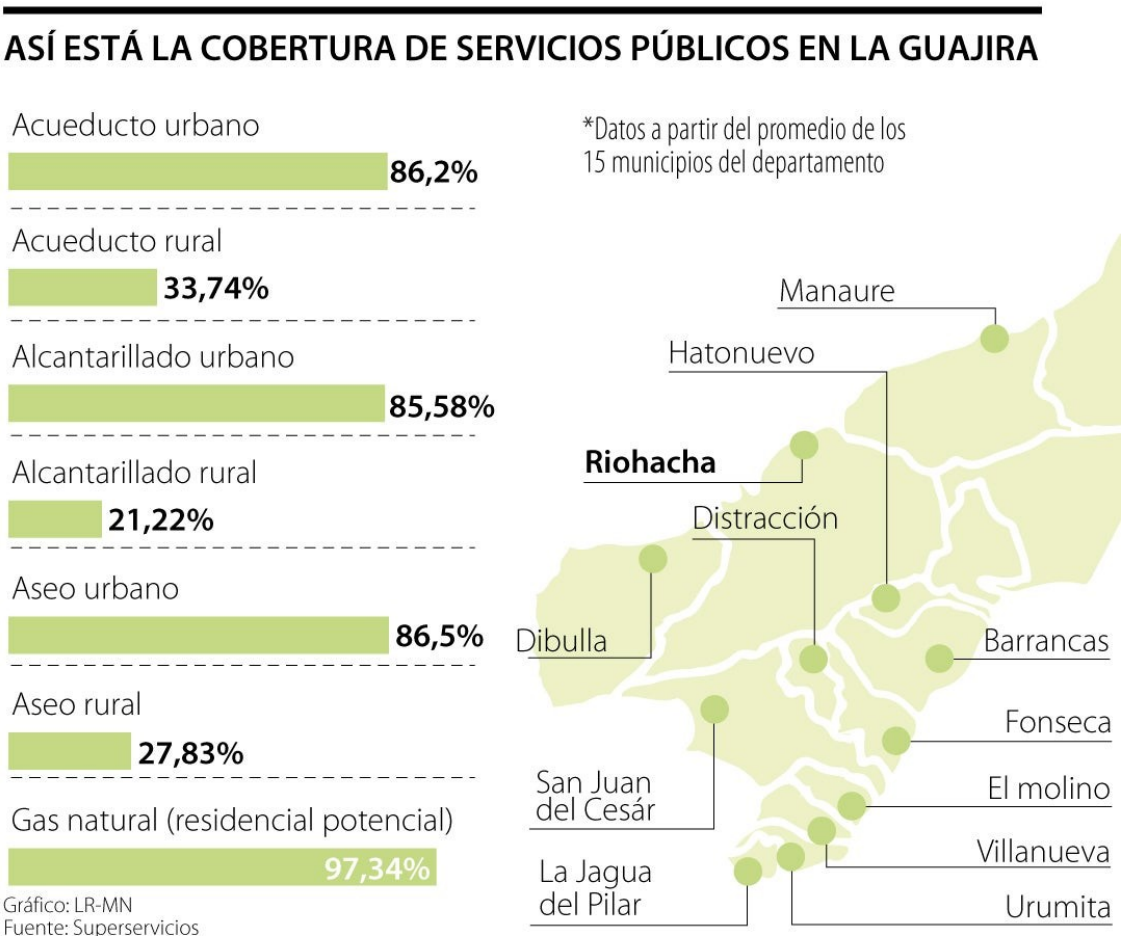
En la práctica, esa visibilidad depende de dos capas: la del departamento (marca y campañas) y la del municipio (capacidad de “aparecer” dentro de la marca y convertir esa exposición en ventas para sus prestadores).

La evidencia reciente muestra que el departamento ha avanzado en la primera capa. En 2025 se reporta el lanzamiento y posicionamiento de la marca turística “Descubre La Guajira”, con énfasis en ecosistema digital, publicaciones guía y participación en ferias como la vitrina de ANATO, y articulación con ProColombia. Esto es relevante porque confirma que existe una infraestructura departamental de promoción en construcción; sin embargo, también abre una pregunta crítica para Manaure: ¿qué tanto captura el municipio de esa estrategia y con qué productos “vendibles”?

En el plano de comercialización, el boletín turístico de Riohacha aporta una señal útil sobre canales: durante la temporada turística 2024–2025, los canales de reserva más utilizados fueron ventas directas (45%), motores de reserva (19%) y operadoras turísticas (15%). Este mix es coherente con destinos donde la intermediación profesional existe, pero sigue siendo limitada respecto a mercados internacionales (que exigen más distribución, reputación y estandarización).

Para Manaure, que suele operar con mayor informalidad y dispersión territorial, la brecha puede ser más alta: si no hay RNT, estandarización de servicio y oferta empaquetable, la promoción “llega” pero no se convierte en reservas.

A esto se suma una barrera de base que impacta visibilidad y ventas: conectividad e infraestructura. La infografía de ACOTUR reporta, como contexto departamental, coberturas bajas de acueducto urbano (86.2%), acueducto rural (33.74%), alcantarillado urbano (85.58%), alcantarillado rural (21.22%), aseo urbano (86.5%), aseo rural (27.83%) y energía eléctrica (60,7%), aunque este último servicio presenta altas fluctuaciones y desmejora notablemente la prestación. además de "cobertura 4G en cabeceras municipales y baja conectividad en zonas rurales". Esta combinación afecta la experiencia del visitante (servicios básicos) y la capacidad empresarial de sostener canales digitales de venta (pagos, reservas, reputación online).



La consecuencia operativa de "visibilidad limitada" no es solo marketing: es una cadena. Si se promueve el destino sin producto integrado, sin formalización y sin logística (agua, energía, conectividad), se incrementan expectativas del visitante, pero no se consolidan retornos. Ese desajuste es una fuente

recurrente de reseñas negativas, visitas cortas y baja repetición, que a su vez retroalimenta la necesidad de mayor promoción

- **Oferta no articulada: atractivos existentes, pero con experiencia fragmentada (rutas, señalización, relato, calidad homogénea, encadenamientos y paquetes). Esta fragmentación reduce pernoctación, gasto y repetición.**

  La oferta turística "no se encuentra articulada como producto integrado". La mejor manera de demostrar esto con datos es conectar tres tipos de evidencia:

  (i) inventario de atractivos.
  (ii) recomendaciones técnicas previas sobre ordenamiento/infraestructura.
  (iii) señales de comportamiento del visitante (pernoctación corta, consumo bajo, dispersión de flujos).

En inventario y potencial, la infografía de ACOTUR enumera atractivos y recursos turísticos donde Manaure aparece explícitamente con Salinas de Manaure y Mayapo, junto con polos de tránsito como Cabo de la Vela y Punta Gallinas. El reto típico del producto integrado es convertir este inventario en "rutas" (de 1, 2, 3 noches), con transporte, señalización, guianza, puntos de información, estándares mínimos, y encadenamientos (artesanías, gastronomía, experiencias culturales).

En recomendaciones técnicas, el "Informe sector turismo" de 2019 de la Cámara de Comercio (basado en CITUR/MINCIT) plantea como imperativo concertar con comunidades un "Plan de Ordenamiento Turístico" para atractivos como Cabo de la Vela, Punta Gallinas, Mayapo y Palomino, además de infraestructura (vías, senderos, miradores, señalización, puntos de información, zonas de parqueo). Este tipo de recomendación suele aparecer cuando el destino tiene potencial, pero la experiencia depende de condiciones informales, dispersas o no estandarizadas, y cuando la capacidad de carga/ordenamiento se vuelve un cuello de botella.

En comportamiento del visitante, el patrón de pernoctación corta (una a dos noches para la mayoría de casos) reportado por la Cámara de Comercio en Semana Santa 2025 es consistente con destinos que se visitan como parte de un circuito, pero sin oferta suficientemente integrada para "retener" más noches y gasto. En otras palabras: hay flujo, pero se "desliza" hacia otros municipios o

se concentra en puntos específicos, dejando a Manaure (y su tejido productivo) con consumo insuficiente fuera de picos específicos.

Un dato adicional del mismo 2025 refuerza la lectura de competitividad: aunque la participación de turistas extranjeros aumentó a 22% en Semana Santa, Dibulla aparece como destino con mayor participación de extranjeros (39%) y el Cabo de la Vela (20%) supera a Riohacha (11%). Esto sugiere una competencia interna intensa por captar segmentos internacionales, y que la ventaja relativa no depende de "ser La Guajira" sino de cómo cada producto está empaquetado y comercializado.

- **Capital humano insuficiente en servicio, bilingüismo y comercialización: brechas de calidad (competencias) y de retención (rotación laboral).**

La atención al cliente, bilingüismo y comercialización, son líneas marcadas que impiden el fortalecimiento del turismo en Manaure La Guajira. Para sustentar esto con evidencia, es útil triangular:

(i) diagnóstico nacional sectorial.

(ii) datos sobre condiciones laborales/retención.

(iii) esfuerzos formativos locales.

El estudio del Ministerio de Educación Nacional sobre brechas de capital humano en turismo incorpora evidencia de varias brechas críticas aplicables a destinos como Manaure: exige manejo de un segundo idioma (preferiblemente inglés) para atender al cliente extranjero y dar valor agregado; sin embargo, reporta que algunos programas académicos ofrecen un inglés "muy básico" que no llega a niveles como B2, y carecen de inglés técnico hotelero/turístico. Además, expone brechas en cargos de servicio (por ejemplo, jefes de servicio al huésped) donde bilingüismo y conocimiento de cultura/geografía turística inciden directamente en el desempeño.

El mismo documento presenta una dimensión que conecta capital humano con sostenibilidad: **alta rotación** por condiciones laborales (bajos sueldos, rotación de horarios, carga laboral, contratos de corto plazo), lo cual hace que las inversiones en capacitación se pierdan cuando el trabajador se retira. Este patrón ayuda a explicar por qué, aun con capacitaciones puntuales, la calidad no se consolida si no hay mecanismos de retención, carrera y formalización laboral.

Hay además evidencia cuantitativa sobre retornos laborales del sector turismo: el estudio del MEN reporta que la tasa promedio de cotizantes del turismo es

inferior al promedio nacional (71,84% vs 83,78%) y que el ingreso base de cotización (IBC) estimado para 2016 en turismo ($1.551.611) está por debajo del promedio nacional ($2.528.133). Aunque es un dato nacional y no municipal, resulta importante porque conecta con su problemática de "ingresos variables": un sector con remuneraciones más bajas y menor formalidad laboral atrae/retiene menos talento calificado, afectando calidad del servicio y competitividad.

En el territorio, se observan iniciativas de cierre de brechas. Por ejemplo, Universidad de La Guajira, promueve un "Taller de Inglés Técnico para Turismo" (2025), orientado a fortalecer habilidades comunicativas en inglés de actores del sector turístico regional. Este tipo de intervención es coherente con la brecha diagnosticada por el MEN y con la necesidad específica mencionada en su documento técnico.

- **Alta variabilidad y baja sostenibilidad de ingresos para emprendimientos locales, observable en percepciones empresariales (satisfacción, ventas, contratación temporal) y en la estructura empresarial (microempresas predominantes y salidas/entradas).**

En términos de dinámica empresarial, la Cámara de Comercio (Semana Santa 2024) reportó que 68% de empresarios tuvo disminución de ventas frente al año anterior y que solo 18,27% contrató personal adicional. En 2025, la situación se repite: 67% reportó disminución de ventas y 77% no contrató personal adicional. Esta combinación (ventas a la baja + poca contratación) es un indicador clásico de temporada "débil" y de baja capacidad de reinversión.

En la misma línea, el boletín turístico de Riohacha estima 63% de ocupación hotelera en temporada 2024–2025 y una tarifa promedio; aunque son datos del distrito, ayudan a entender que incluso en capital y temporada alta la ocupación no necesariamente se traduce en márgenes altos para todos, y que el modelo de ingresos depende fuertemente de tarificación, ocupación y canal de venta. Trasladado a Manaure (con más fricciones de servicios básicos y conectividad), el riesgo de baja rentabilidad y alta variabilidad suele ser mayor.

A nivel macro departamental, el Decreto Legislativo 1267 de 2023 expone caídas y comparaciones relevantes: disminución del 13,3% en PST del RNT entre 2022 y 2023 y disminución de empleo en la rama al comparar 2022 vs 2021 y 2022 vs 2019. Estos movimientos son consistentes con un sector que no logra consolidar crecimiento sostenido; y, para Manaure, implican que aumentar visitantes necesita ir acompañado de medidas que estabilicen demanda

(eventos, rutas, temporada media) y reduzcan shocks (acceso, seguridad percibida).

VIII. DELIMITACION DEL PROBLEMA

1. Delimitación Espacial (Geográfica)

El proyecto se circunscribe exclusivamente al municipio de Manaure, La Guajira. Sin embargo, para efectos de impacto productivo, se priorizan los siguientes focos estratégicos:

- **Zona Costera y de Playas:** Áreas con potencial de recreación y sol.
- **Área de Explotación Salinera:** El polígono industrial y las charcas de evaporación, donde se concentra el atractivo de turismo industrial.
- **Corregimientos y Asentamientos Rurales:** Específicamente aquellos donde la producción artesanal Wayuu es la principal fuente de ingresos y requiere canales de comercialización.

2. Delimitación Temporal

La fase de intervención y fortalecimiento se proyecta para un periodo de 15 días. Este tiempo comprende:

- Fase de Diagnóstico y Caracterización: Identificación de prestadores actuales.
- Fase de Implementación: Capacitaciones, creación de marca y adecuaciones menores.
- Fase de Promoción y Lanzamiento: Campañas de marketing y posicionamiento en ferias turísticas.

3. Delimitación Poblacional (Actores Clave)

El problema afecta a la población de Manaure en general, pero la delimitación del proyecto se enfoca en:

- **Beneficiarios Directos:** Asociaciones de artesanos y tejedores.

- Operadores turísticos y guías locales (formales e informales).
- Pequeños y medianos comerciantes de la cadena de valor (hoteles, restaurantes y transportistas).
- Comunidades indígenas Wayuu vinculadas a los nodos de interés turístico.

- **Beneficiarios Indirectos:** El sector transporte regional y los visitantes nacionales e internacionales que buscan experiencias de turismo ético y sostenible.

4. Delimitación Conceptual (Temática)

El proyecto no pretende resolver todos los problemas sociales de Manaure, sino que se limita estrictamente a la intersección entre Productividad, Competitividad y Promoción:

- **Productividad:** Mejora de los procesos internos de los emprendedores locales para generar más valor con sus recursos.

- **Competitividad:** Reducción de brechas de calidad (estándares de servicio, bilingüismo básico, normatividad técnica).

- **Promoción:** Uso de herramientas de comunicación y marketing para insertar a Manaure en la ruta turística nacional (plataformas digitales)

IX. Problema central:

" Bajo número de visitantes turísticos en el municipio de Manaure La Guajira”

➢ **Causas directas:**
- Baja visibilidad del destino turístico Manaure en mercados nacionales e internacionales.
- Desarticulación de la oferta turística local.

➢ **Causas indirectas:**
- Limitada implementación de estrategias de promoción turística.
- Débil posicionamiento de identidad territorial en el municipio de Manaure La Guajira.

- Bajo nivel de formación de prestadores de servicios turísticos.
- Limitadas capacidades en gestión empresarial y atención al cliente

➢ **Efectos directos**

- Disminución de ingresos en los prestadores del servicio turístico.
- Fragmentación de la oferta turística en los visitantes del municipio de Manaure La Guajira.

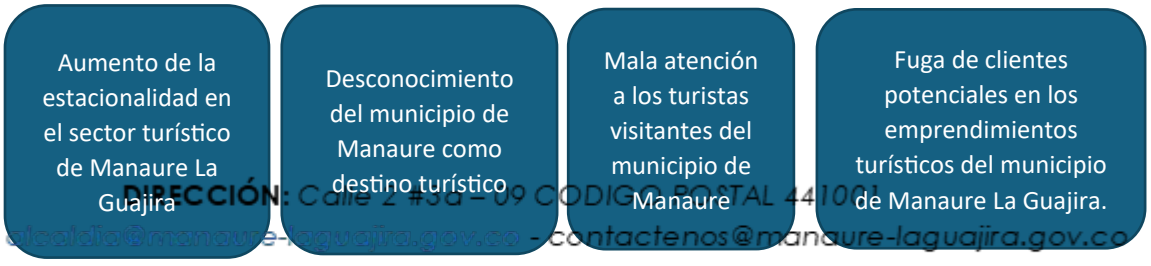
➢ **Efectos indirectos**

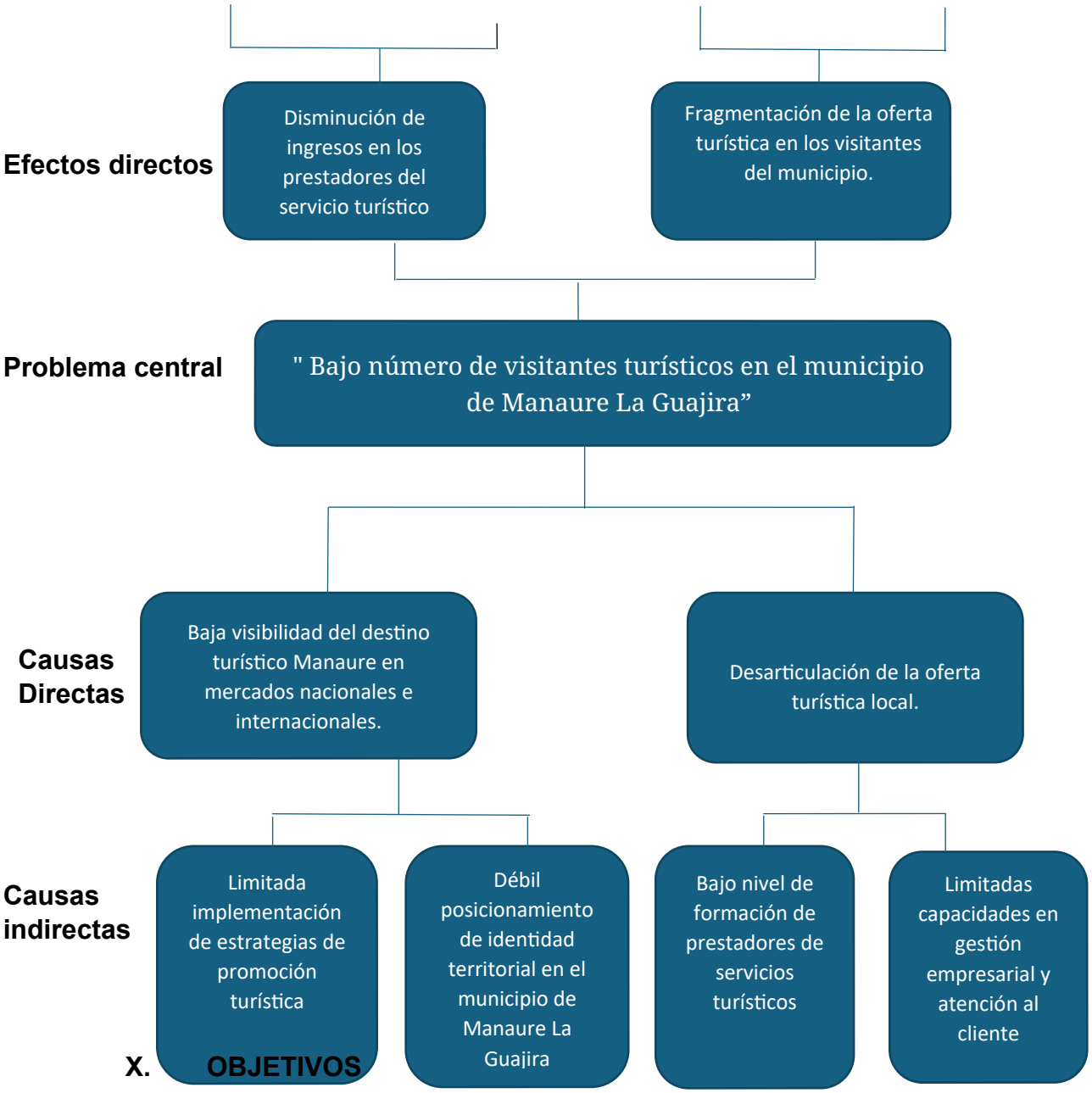
- Aumento de la estacionalidad en el sector turístico de Manaure La Guajira.
- Desconocimiento del municipio de Manaure como destino turístico.
- Mala atención a los turistas visitantes del municipio de Manaure La Guajira.
- Fuga de clientes potenciales en los emprendimientos turísticos del municipio de Manaure La Guajira.

Magnitud actual del problema:

Promedio anual de visitantes al municipio de Manaure La Guajira: 1100.

Imagen No 1. Árbol de problemas.





X. OBJETIVOS

Partiendo de la problemática enunciada en la anterior sección se presentan los objetivos del proyecto.

Objetivo General

Incrementar el número de visitantes turísticos en el municipio de Manaure, La Guajira

Indicadores de cumplimiento del objetivo general

Indicador objetivo	Medido a través de	Meta	Tipo de fuente	Fuente de verificación
Número de visitantes turísticos incrementados.	Numero	300	Informe	Registros, oficina de turismo local del municipio de Manaure La Guajira

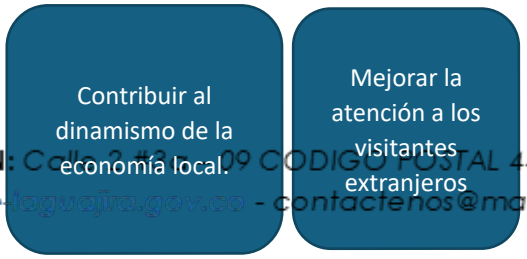
Objetivos específicos:

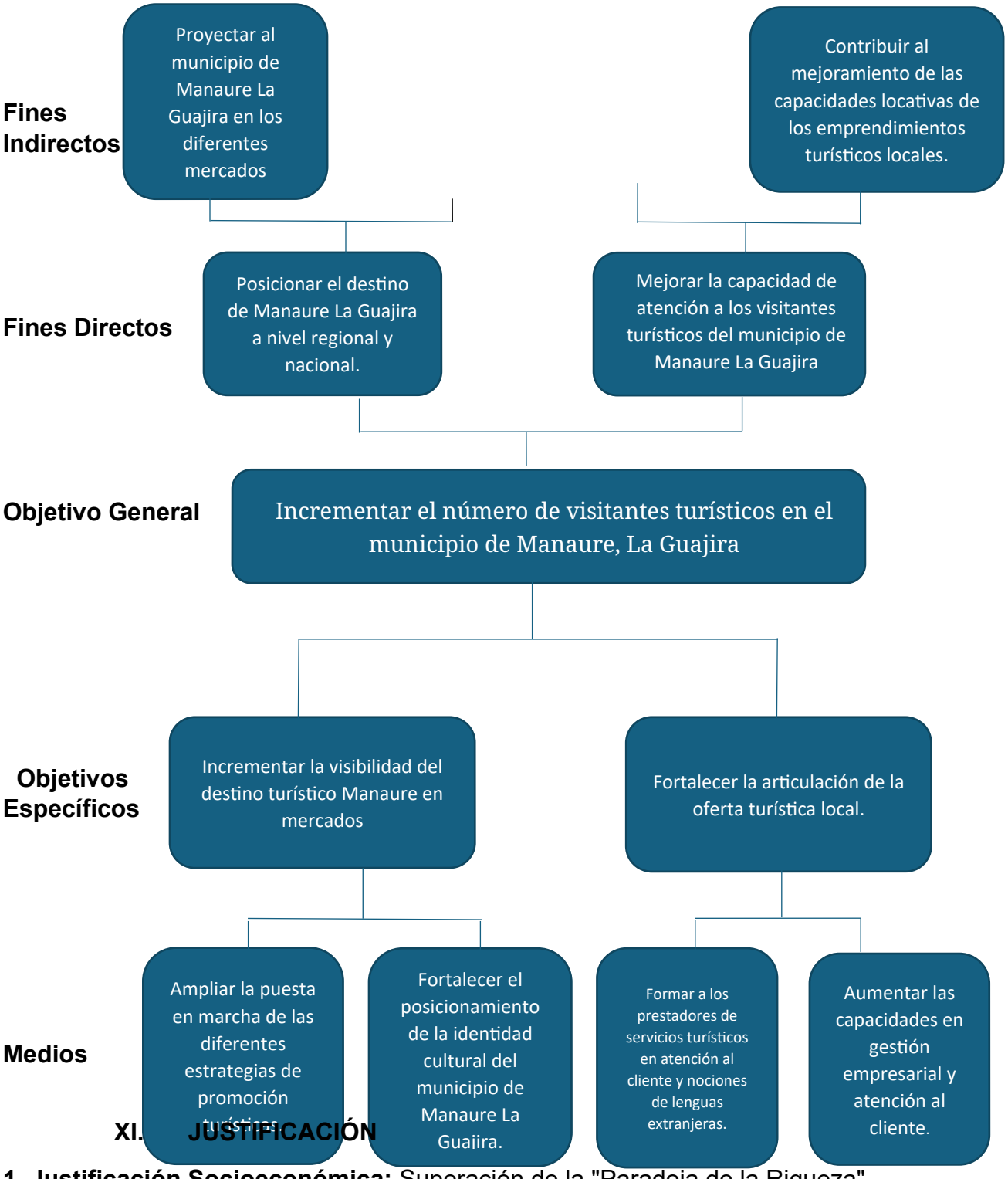
- Incrementar la visibilidad del destino turístico Manaure en mercados
- Fortalecer la articulación de la oferta turística local

Medios

- Ejecutar un plan integral de marketing turístico en el municipio de Manaure La Guajira.
- Fortalecer el posicionamiento de la identidad cultural del municipio de Manaure La Guajira
- Formar a los prestadores de servicios turísticos en atención al cliente y nociones de lenguas extranjeras.
- Aumentar las capacidades en gestión empresarial y atención al cliente.

Imagen 2 Árbol de objetivos





XI. JUSTIFICACIÓN

1. Justificación Socioeconómica: Superación de la "Paradoja de la Riqueza"

Manaure es un municipio con activos invaluables (las salinas marinas más grandes del país y una cultura ancestral viva), pero presenta indicadores de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) superiores al promedio nacional.

- **Diversificación del Ingreso:** La dependencia histórica de la sal ha creado una economía frágil. El turismo actúa como un motor de diversificación que permite a las familias wayuu y a los residentes locales generar ingresos alternativos, reduciendo la vulnerabilidad ante las crisis de la industria minero-salinera.
- **Generación de Empleo:** Al fortalecer la cadena de valor turística, se crean empleos directos e indirectos en sectores como gastronomía, transporte, guianza y hotelería, especialmente para jóvenes y mujeres cabezas de familia.

2. Justificación Cultural: Salvaguarda y Valorización del Patrimonio

Este proyecto no solo busca vender un destino, sino proteger la identidad del pueblo Wayuu.

- **Artesanía como Pilar:** Al mejorar la productividad y eliminar intermediarios, se dignifica el trabajo de las tejedoras. Esto asegura que el conocimiento ancestral se mantenga vivo al ser una actividad económicamente viable para las nuevas generaciones.
- **Interculturalidad:** El turismo bien planificado fomenta un diálogo de respeto entre el visitante y la comunidad, donde la cultura no se "exhibe", sino que se valora y se preserva.

3. Justificación Técnica y de Competitividad: Inserción en el Mercado Global

En el contexto actual, la visibilidad es sinónimo de existencia comercial.

- **Cierre de Brechas:** Manaure compite con destinos consolidados en el Caribe. Sin una estrategia de promoción profesional y un fortalecimiento de los estándares de calidad, el municipio seguirá siendo un lugar de paso.
- **Formalización:** Justificar la inversión en este rubro permite que los prestadores locales entren en la legalidad (RNT), lo que les abre puertas a créditos, capacitaciones del SENA y recursos de FONTUR que antes les eran inaccesibles.

XII. Identificación de los participantes

- **Identificación**

En el siguiente cuadro de análisis de involucrados se identifica el tipo de participación y reacciones que pueden provocar los actores en el desarrollo del proyecto y la intervención de los diferentes niveles del gobierno:

Participantes	Gestión o contribución
Actor: Municipal **Entidad:** MANAURE - LA GUAJIRA **Posición:** Cooperante **Intereses o Expectativas:** Mejorar las condiciones económicas de los actores del sector turístico en el municipio de Manaure La Guajira.	Gestión y presentación del proyecto de inversión. Gestión de recursos para la financiación del proceso.
Actor: Otro **Entidad:** Beneficiario **Posición:** Beneficiario **Intereses o Expectativas:** Mejorar la calidad del servicio prestado a los usuarios de los servicios turísticos.	Participación activa y asistencia puntual en el desarrollo de las capacitaciones ofrecidas en el proceso.
Actor: Otro **Entidad:** Turistas o visitantes **Posición:** Beneficiario **Intereses o Expectativas:** Visitar los atractivos turísticos ofrecidos por el municipio de Manaure La Guajira.	Aportar con sus servicios demandados ingresos a nuestros emprendedores turísticos

a. Análisis de los participantes

El municipio de Manaure La Guajira, plasmó en su plan de desarrollo 2024-2027 la articulación entre los diferentes actores productivos, en este caso el turismo como eje principal de la presente iniciativa, se busca beneficiar a los operadores turísticos con la finalidad de fortalecer la productividad y competitividad de la economía local, desarrollando iniciativas de formación a través de talleres, creación de marca turística, y divulgación a través del plan de medios.

En ocasión al presente proceso los actores como los son: alcaldía de Manaure, emprendedores locales, y representante de los usuarios, que participaran en él se armonizaran de la siguiente manera:

-Realizar mesas de trabajo conjuntas entre ellos con el fin de socializar las acciones a llevar a cabo en el desarrollo del proyecto, en ese sentido se debe tener en cuenta las recomendaciones de los visitantes, y de los emprendedores para direccionar el apoyo con acciones que apunten al mejoramiento continuo de sector turismo.

Por último, los beneficiarios deben hacer seguimiento de las acciones a que se deriven de la ejecución del proyecto con el fin de realizar un control efectivo ciudadano al desarrollo del proceso.

Con las acciones mencionadas anteriormente, se beneficiarán todos los emprendedores turísticos, incrementando considerablemente sus ingresos al mejorar el flujo turístico en el municipio, que según el registro de la oficina de turismo municipal ascienden a 1.100 turistas en promedio anual.

X. Datos de la población.

Tipo de población: personas

La población corresponde a 250 personas que hacen del sector turístico local de Manaure La Guajira.

Características demográficas de la población

Clasificación	Detalles	Número de personas	Fuente de información
Etapa del ciclo de vida	Juventud 14-26 años	100	Registro de la oficina de turismo municipal de Manaure La Guajira.
Etapa del ciclo de vida	Adultez 27-59 años	120	Registro de la oficina de turismo municipal de Manaure La Guajira.
Etapa del ciclo de vida	Vejez 60 años y más	30	Registro de la oficina de turismo municipal de Manaure La Guajira.

XIII. LOCALIZACIÓN

Ubicación General	Ubicación Especifica
Región: Caribe **Departamento:** La Guajira **Municipio:** Manaure **Tipo de Agrupación:** **Agrupación:**	**Manaure La Guajira**

XIV. ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN PROPUESTA

Nombre de la alternativa: FORTALECIMIENTO DE LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LA ECONOMÍA LOCAL A TRAVÉS PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE MANAURE LA GUAJIRA

Bien o servicio:

Servicio de promoción y posicionamiento de la oferta turística municipal

Medido a través de

Número

Descripción

Este proyecto, fortalecerá la actividad turística del municipio de Manaure La Guajira, diseñando una estrategia publicitaria a través de una marca, así como capacitar a nuestros emprendedores turísticos.

Descripción de la Demanda

Servicio de promoción requerido.

Descripción de la Oferta

Servicio de promoción ofrecido

Año	Oferta	Demanda	Déficit
2025	0,00	1.00	-1,00
2026	1,00	1,00	0.00

XV. ANÁLISIS TÉCNICO DE LA ALTERNATIVA

La alternativa se desarrollará mediante las siguientes actividades:

En la presente alternativa el municipio de Manaure pretende fortalecer la productividad y competitividad de la economía del municipio de Manaure La Guajira. lo anterior se realizará teniendo en cuenta las siguientes acciones.

1. **Implementación de campañas promocionales del municipio de Manaure La Guajira.**

Al promocionar el municipio de Manaure como destino turístico se implementarán las siguientes acciones:

- **Producción de contenido:**

Se realizarán piezas audiovisuales de alta calidad (videos con drones, fotografías profesionales) para campañas en redes sociales y ferias nacionales.

- **Inventario de atractivos y productos turísticos**

Se levantará un inventario de todos los atractivos y productos turísticos a través de una documentación técnica, con el fin de realizar folletos que puedan entregarse a cada visitante, para la multiplicación de la información a través del voz a voz.

- **Socialización con comunidades**

Siendo el municipio de Manaure un territorio con amplio espectro rural, se debe socializar con las comunidades donde existan atractivos turísticos, con el fin de dar a conocer los impactos del proyecto.

2. **Estrategias de posicionamiento a través de la identidad cultural**

- **Creación y lanzamiento de la ruta del oro blanco.**

A través de la socialización con los emprendedores turísticos, se formalizará la creación de una ruta turística que incluye: las diferentes dinámicas de explotación del mineral de la sal, avistamiento de aves exóticas, oferta de productos como lo son; artesanías, masajes a base de barros salinos, mascarillas de sal entre otros. Una vez se realice la socialización se establecerán mesas de trabajos con el fin de promocionar la nueva ruta y crear alianzas con los operadores turísticos de la capital, para que direccionen a los visitantes a que hagan parte activa de la ruta turística.

3. **Formación a los prestadores de servicios turísticos en competencias de atención al cliente, nociones de lenguas extranjeras, y gestión empresarial.**

Las formaciones en las diferentes competencias se realizarán de acuerdo a los siguientes diseños curriculares:

A. Capacitación en Atención al Cliente y Hospitalidad

Eje Temático: Calidad y Servicio.

Módulo	Contenidos Clave	Horas
I. Cultura del Servicio	Conceptos de anfitrión, empatía y ética profesional en el turismo.	8h
II. Comunicación	Manejo de lenguaje verbal y no verbal, protocolos de bienvenida y despedida.	8h
III. Resolución de Conflictos	Manejo de quejas, resiliencia y planes de contingencia ante incidentes.	8h
IV. Sostenibilidad	Aplicación de normas técnicas de calidad y buenas prácticas ambientales.	6h
Total		30 horas

Perfil 1: Instructor para Atención al Cliente y Hospitalidad

Este perfil debe centrarse en la calidez humana y la estandarización de procesos de servicio.

- **Formación Académica:** Profesional en Administración Turística y Hotelera, Hotelería, Relaciones Públicas o áreas afines a las Ciencias Sociales.
- **Experiencia:** Mínimo 2 años en cargos de gestión de servicios, atención al público o como capacitador de personal en cadenas hoteleras o entidades de turismo.

- **Competencias Específicas:**

➢ Conocimiento de Normas Técnicas Sectoriales de Calidad Turística.

- Habilidades en comunicación asertiva y resolución de conflictos.
- Capacidad pedagógica para el manejo de grupos de prestadores locales.

2. Nociones de Lengua Extranjera (Inglés Turístico)

Eje Temático: Comunicación Internacional.

Modulo	Contenidos Clave	Horas
I. Primer Contacto	Saludos, presentaciones y expresiones de cortesía en inglés.	10h
II. Información Turística	Vocabulario de atractivos locales, direcciones y medios de transporte.	10h
III.Servicios Gastronómicos	Nombres de platos típicos, ingredientes, toma de pedidos y cobro.	10h
IV. Emergencias	Frases clave para brindar asistencia médica o de seguridad al extranjero.	10h
Total		**40 horas**

Perfil 2: Instructor para Lengua Extranjera (Inglés Técnico)

Este perfil no solo requiere el dominio del idioma, sino la capacidad de enseñarlo de forma aplicada al contexto del territorio.

- **Formación Académica:** Licenciado en Lenguas Modernas (inglés), Profesional en Idiomas o Profesional en Turismo con certificación de nivel de inglés B2 o C1.
- **Experiencia:** Mínimo 2 años de experiencia docente o como guía de turismo bilingüe con experiencia comprobada en la atención de grupos extranjeros.
- **Competencias Específicas:**
  - Dominio de vocabulario técnico de hotelería, gastronomía y guianza.
  - Capacidad para diseñar material didáctico práctico (fichas de bolsillo, audios).

- Enfoque en la enseñanza de adultos (andrología) para facilitar el aprendizaje rápido de frases clave.

Capacitación 3: Gestión Empresarial y Administrativa para Negocios Turísticos

Objetivo: Profesionalizar la administración de los emprendimientos para asegurar su rentabilidad y cumplimiento normativo

Componente	Contenido Temático	Metodología
Módulo I: Marco Legal y Formalización	RNT, normas de sostenibilidad, trámites ante Cámara de Comercio y DIAN.	Asesoría técnica grupal.
Módulo II: Costos y Precios	Estructura de costos, punto de equilibrio y diseño de paquetes turísticos.	Taller de presupuesto en Excel/Físico.
Módulo III: Marketing y Digitalización	Manejo de redes sociales, Google Business y canales de venta digital.	Laboratorio digital práctico.
Módulo IV: Alianzas y Competitividad	Encadenamiento productivo local y gestión de microcréditos.	Mesa de concertación comercial.
Intensidad Horaria		**40 Horas**

Perfil 3: Instructor para Gestión Empresarial y Administrativa

Este perfil debe ser técnico y analítico para ayudar a los emprendedores a organizar sus finanzas.

- **Formación Académica:** Profesional en Administración de Empresas, Economía, Contaduría Pública o Ingeniería Industrial. Preferiblemente con especialización en Gerencia de Proyectos o Mercadeo.
- **Experiencia:** Mínimo 2 años en asesoría empresarial, creación de planes de negocio, fortalecimiento de microempresas o gestión administrativa en el sector turismo.

- **Competencias Específicas:**

- Dominio de herramientas financieras (estructuras de costos, presupuestos).
- Conocimiento profundo de la normatividad legal vigente (RNT, Ley de Turismo).
- Experiencia en marketing digital y canales de comercialización turística.

Perfiles requeridos para la organización y ejecución del proyecto

Perfil general del talento humano requerido para la organización y ejecución del proyecto			
Cargo	***Perfil profesional***	***Dedicación***	***Funciones mínimas***
Coordinador del proyecto	Profesional universitario: en administración de empresas, ingeniería industrial y carreras afines.	100%	• Planificar y organizar toda la logística del proceso, optimizando los recursos y realizar las actividades en los tiempos establecidos. • Realizar control y seguimiento de las tareas, y realizar comparaciones del progreso real, frente a lo planificado. • Canalizar información a la gerencia, respecto a los avances del proceso en tiempo real.
Facilitadores para acciones logísticas y mantenimiento	Bachiller: Personal graduado mínimo de bachiller.	100%	• Adecuar los espacios locativos en la ejecución de las actividades • Asegurar que los equipos a utilizar estén disponibles y listos. • Organizar y coordinar la hidratación del personal en las capacitaciones

			• Velar por el suministro y entrega de los alimentos en las capacitaciones

XVI. ANALISIS DE RIESGOS

Tipo de riesgo	Descripción del riesgo	Probabilidad e impacto	Efecto	Medidas de mitigación
Asociados a fenómenos de origen biológico: plagas, epidemias	Restricciones de visitantes debido a emergencia sanitaria.	Probabilidad: 2. Improbable Impacto: 3. Moderado	Disminución del flujo de turistas.	Implementar medidas de bioseguridad
Financieros	No disponer de los recursos para la implementación de las acciones.	Probabilidad: 2. Improbable Impacto: 2. Menor	Demoras en la implementación de las acciones del proyecto	Gestionar con anticipación los recursos requeridos para la ejecución del proceso.
Administrativo	No disponer del personal requerido para orientar las capacitaciones.	Probabilidad: 3. Moderado Impacto: 3. Moderado	Deficiente organización del evento.	Realizar convocatoria para la selección del personal que oriente la capacitación.

XVII. RESUMEN DE ACTIVIDADES

objetivo general	Incrementar el número de visitantes turísticos en el municipio de Manaure, La Guajira					
Objetivo	**Producto**	**Actividades**	**fuente de verificación**	**Indicador**	**Meta**	**Plazo**
Incrementar el número de visitantes turísticos en el municipio de Manaure, La Guajira	**Servicio de promoción turística.**	Preliminares: Presentación de pólizas de cumplimiento.	Actas de aprobación de pólizas	Actas aprobadas	1	3 días
		Implementación de campañas promocionales del municipio de Manaure La Guajira	Informe de Actividades, Informes de Supervisión	Campañas promocionales implementadas	3	10 días
		Formación a los prestadores de servicios turísticos en competencias de atención al cliente, nociones de lenguas extranjeras, y gestión empresarial.	Informe de Actividades, Informes de Supervisión	Capacitaciones implementadas	3	9 días
		Estrategias de posicionamiento a través de la identidad cultural	Informe de Actividades, Informes de Supervisión	Estrategias implementadas	1	5 días

XVIII. ANÁLISIS DE IMPACTOS

A continuación, se presentan los impactos esperados divididos por dimensiones:

1. Impacto Económico: Dinamización y Cierre de Brechas

Este es el eje principal para la productividad del municipio.

- **Incremento del Gasto Promedio por Turista:** Al pasar de un "turismo de paso" a uno de experiencia, el visitante consume más servicios locales (alimentación, guianza, talleres de tejido), aumentando el flujo de caja en el comercio minorista.
- **Reducción de la Intermediación:** El fortalecimiento de la comercialización directa de artesanías permite que un mayor porcentaje del valor final de la pieza quede en manos de las tejedoras Wayuu.
- **Formalización Empresarial:** El aumento de prestadores de servicios con Registro Nacional de Turismo (RNT) facilita el acceso a créditos bancarios y fondos de fomento nacional.

2. Impacto Social: Empoderamiento y Cohesión

- **Generación de Empleo Inclusivo:** El turismo es una industria intensiva en mano de obra que beneficia directamente a mujeres (artesanía y gastronomía) y jóvenes (guianza y tecnología), sectores históricamente vulnerables en La Guajira.
- **Sentido de Pertenencia y Orgullo Local:** La promoción de Manaure como destino de talla mundial eleva la autoestima

colectiva de sus habitantes, al ver valorados sus paisajes y sus costumbres por visitantes externos.

- **Mejora en la Calidad del Servicio:** La capacitación técnica eleva los estándares de hospitalidad, higiene y atención, lo cual beneficia también a la población local que hace uso de estos establecimientos.

3. Impacto Cultural: Salvaguarda del Patrimonio Wayuu

- **Revalorización del Saber Ancestral:** El interés del turista por la cosmogonía y las técnicas de tejido incentiva a las nuevas generaciones a mantener vivas las tradiciones para asegurar su sustento económico.
- **Intercambio Cultural Respetuoso:** El proyecto fomenta un modelo de turismo etnográfico donde la comunidad indígena es la anfitriona y protectora de su relato, evitando la folclorización o explotación de su imagen.

4. Impacto Ambiental: Hacia un Turismo Sostenible

- **Conciencia de Conservación:** Al convertir las charcas de sal, los manglares y las zonas de flamencos en activos económicos, la comunidad se convierte en la primera línea de defensa para su protección ambiental.
- **Ordenamiento del Flujo de Visitantes:** La promoción turística planificada permite establecer capacidades de carga en áreas sensibles, evitando la degradación del ecosistema por turismo masivo descontrolado.

5. Impacto Institucional y Territorial

- **Posicionamiento de la "Marca Manaure":** El municipio deja de ser percibido únicamente como una zona de extracción de sal para consolidarse como un destino turístico integral en el mapa del Caribe colombiano.

- **Fortalecimiento de la Gobernanza:** La creación de comités de turismo o asociaciones de prestadores mejora la capacidad de diálogo entre la administración municipal y el sector privado.

XIX. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

DIA/ACTIVIDAD	DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4	DIA 5	DIA 6	DIA 7	DIA 8	DIA 9	DIA 10	DIA 11	DIA 12	DIA 13	DIA 14	DIA 15
Preliminares: Presentación de pólizas de cumplimiento.															
Implementación de campañas promocionales del municipio de Manaure La Guajira															
Formación a los prestadores de servicios turísticos en competencias de atención al cliente, nociones de lenguas extranjeras, y gestión empresarial.															
Estrategias de posicionamiento a través de la identidad cultural															

XX. **PRESUPUESTO**

ITEMS	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	TIEMPO (DIAS)	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1. Talento humano						
1.1	Profesional universitario: en administración de empresas, ingeniería industrial y carreras afines, encargado de la coordinación de y ejecución de las acciones derivadas del proyecto.	Personas	1	15	$ 201.830,70	$ 3.027.460,50
1.2	Facilitadores para acciones logísticas y mantenimiento	Personas	6	15	$ 172.823,42	$ 15.554.107,80
1.3	Profesional en Administración Turística y Hotelera, Hotelería, Relaciones Públicas o áreas afines a las Ciencias Sociales, para orientar las capacitaciones de atención al cliente.	Personas	1	3	$ 178.698,96	$ 536.096,88
1.4	Licenciado en Lenguas Modernas (inglés), Profesional en Idiomas o Profesional en Turismo con certificación de nivel de inglés B2 o C1, para orientar las capacitaciones de nociones de lenguas extranjeras.	Personas	1	3	$ 178.698,96	$ 536.096,88
1.5	Profesional en Administración de Empresas, Economía, Contaduría Pública o Ingeniería Industrial. Preferiblemente con especialización en	Personas	1	3	$ 178.698,96	$ 536.096,88

	Gerencia de Proyectos o Mercadeo, para orientar las capacitaciones de gestión empresarial y administrative para negocios turísticos.					
Sub total talento humano						$ 19.653.762,06
2.0 Logística						
2.1	Ambientación para el desarrollo de las capacitaciones en Formación a los prestadores de servicios turísticos en competencias de atención al cliente, nociones de lenguas extranjeras, y gestión empresarial	General	1	1	$ 8.000.000	$ 8.000.000
Sub total logística						$ 8.000.000
3.0 Insumos						
3.1	Gorra bordada en dril liviano de excelente calidad (Para el personal del proyecto)	Unidades	7	N/A	$ 60.000	$ 420.000
3.2	Visera de 6 costuras, botón forrado, frente fusionado, encintado interior, tafilete absorbente en poliéster algodón, cierre velcro	Unidades	7	N/A	$ 60.000	$ 420.000
3.3	Camisetas tipo Polo Estampadas (Para el personal del proyecto)	Unidades	7	N/A	$ 62.000	$ 434.000
3.4	Carnet de identificación en pvc para el grupo operativo impresión full color en alta definición con protección uv de 86x54 mm, incluye fotografía digital.	Unidades	7	N/A	$ 20.000	$ 140.000
3.5	Carnets: en PVC, Con la identificación, fotos, los logos y diferentes distintivos de los programas y la administración municipal; incluye porta carnets, (Para los beneficiarios del proyecto)	Unidades	250	N/A	$ 21.600	$ 5.400.000
3.6	Souvenir para los participantes beneficiarios del proyecto (incluye; gorra bordada en dril liviana de excelente calidad, visera de 6 costuras botón forrado frente fusionado, encintado, interior, tafilete, absorbente en poliéster algodón cierre velcro.	Unidades	250	N/A	$ 60.000	$ 15.000.000
3.7	Alquiler de un equipo de amplificación de sonido portátil semiprofesional de 1500 w, consola de 4 canales y 2 micrófonos por hora (3 días de actividades *6 horas c/u)	Horas	6	3	$ 137.400	$ 2.473.200
3.8	Almuerzos: incluye una proteína, una sopa, una harina o cereal, una ensalada y una bebida de 200ml, (3	Unidades	250	3	$ 51.750	$ 38.812.500

	capacitaciones, para 45 Prestadores de servicios turísticos PST)					
3.9	Refrigerios: Pastelitos horneados de carne / jamón y queso y/o pollo con jamón y queso, gaseosa o jugo en envase tetra pack en 250 ml, (3 capacitaciones, para 250 Prestadores de servicios turísticos)	Unidades	250	3	$ 17.250	$ 12.937.500
3.10	Diseño, socialización, publicación y promoción de una ruta turística denominada oro blanco en el municipio de Manaure La Guajira incluye (Producción de Contenido Audiovisual, toma de videos y fotos con drones) para la realización de material videográfico y escrito para la promoción del desino turístico.	General	1	1	$ 10.000.000	$ 11.359.038
Sub total logística						$ 87.396.238
4.0 Transporte						
4.1	Camioneta 4x4, doble cabina, cilindraje mínimo de 2.389 cc, modelo 2015 en adelante, seguro obligatorio y tecno mecánica vigente, incluye gastos de combustibles y conductor (desplazamiento urbano de los talleristas y personal de acompañamiento a las empresas)	Unidades	1	15	$ 330.000	$ 4.950.000
Sub total transporte						$ 4.950.000
Total						$ 120.000.000,00

ELIANY ÁLVAREZ ORTEGA
Directora de Planeación y Obras Públicas