| República de Colombia<br>Gobernación de Santander | HOJA DE CONTROL | CÓDIGO | AP-AI-RG-121 |
|---|---|---|---|
| | | VERSIÓN | 4 |
| | | FECHA APROBACIÓN | 26/08/2024 |
| | | PÁGINA | 1 de 1 |

| CONTROL DE DILIGENCIAMIENTO | |
|---|---|
| Hoja n.° | De |
| | |

| IDENTIFICACIÓN | |
|---|---|
| Código y nombre de la unidad administrativa | 105000 – SECRETARÍA DE PLANEACIÓN |
| Código y nombre de la oficina productora | 105210 – GRUPO DE PROYECTOS E INVERSIÓN PÚBLICA |
| Código y nombre de la serie documental | 105210._____ - PROYECTOS |
| Código y nombre de la subserie documental | 105210._____ - PROYECTOS INVERSIÓN DEPARTAMENTAL |
| Nombre del expediente | BPIN: N/A |
| FORTALECIMIENTO DE LAS EMPRESAS Y UNIDADES PRODUCTIVAS DEL SECTOR TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER | |

**CONTENIDO**

| Ítem | Fecha de incorporación al expediente (AAA-MM-DD) | Fecha del documento (AAA-MM-DD) | Tipo Documental (descripción) | Folios | Funcionario que ingresa el documento (nombres y apellidos) | Observaciones |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2026-09-04 | 2026-09-04 | Portada del proyecto | | Jesus Alberto Mateus | |
| 2 | 2026-09-04 | 2026-09-04 | Sobre con medio magnético | | Jesus Alberto Mateus | |
| 3 | 2026-09-04 | 2026-09-04 | Carta de radicación de proyectos | | Jesus Alberto Mateus | |
| 4 | 2026-09-04 | 2026-09-04 | Guía ejecutiva proyectos de inversión departamental | | Jesus Alberto Mateus | |
| 5 | 2026-09-04 | 2026-09-04 | Certificación PDD | | Jesus Alberto Mateus | |
| 6 | 2026-09-04 | 2026-09-04 | Intención de Cofinanciación | | Jesus Alberto Mateus | |
| 7 | 2026-09-04 | 2026-09-04 | Cotizaciones | | Jesus Alberto Mateus | |
| 8 | 2026-09-04 | 2026-09-04 | Análisis de Precios de mercado | | Jesus Alberto Mateus | |
| 9 | 2026-09-04 | 2026-09-04 | Presupuesto | | Jesus Alberto Mateus | |
| 10 | 2026-09-04 | 2026-09-04 | Certificación de precios de mercado | | Jesus Alberto Mateus | |
| 11 | 2026-09-04 | 2026-09-04 | Cronograma de actividades | | Jesus Alberto Mateus | |
| 12 | 2026-09-04 | 2026-09-04 | Perfiles Profesionales | | Jesús Alberto Mateus | |
| 13 | 2026-09-04 | 2026-09-04 | Localización | | Jesús Alberto Mateus | |
| 14 | 2026-09-04 | 2026-09-04 | Especificaciones técnicas | | Jesús Alberto Mateus | |
| 15 | 2026-09-04 | 2026-09-04 | MGA | | Jesús Alberto Mateus | |
| 16 | 2026-09-04 | 2026-09-04 | Concepto de viabilidad sectorial | | Jesús Alberto Mateus | |

**RESPONSABLES**

| Elaborado por | | Responsable del área u oficina productora | |
|---|---|---|---|
| Nombres y apellidos: | Jesús Alberto Mateus | Nombres y apellidos: | Lucía Cristina Abaunza Peña |
| Cargo: | Profesional - cps | Cargo: | Secretaria de Cultura y Turismo |
| Firma: | | Firma: | |
| Fecha de cierre del expediente (AAAA-MM-DD): | | | |

Powered by CamScanner

## NOMBRE DEL PROYECTO

# FORTALECIMIENTO DE LAS EMPRESAS Y UNIDADES PRODUCTIVAS DEL SECTOR TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER.

## REGISTRO DE PROYECTO 2026

IMÁGENES DE REFERENCIA DEL PROYECTO



**PRESUPUESTO 2.026**
$214.350.000,00

**PRESUPUESTO TOTAL**
$350.000.000,00

**H**orizonte del proyecto
**2026 - 2027**

## SECRETARÍA DE CULTURA Y TURISMO

| República de Colombia<br>Gobernación de Santander | CARTA RADICACION DE PROYECTOS | CÓDIGO | ES-PE-RG-63 |
|---|---|---|---|
| | | VERSIÓN | 2 |
| | | FECHA DE APROBACIÓN | 13/02/2024 |
| | | PÁGINA | 1 de 1 |

**Bucaramanga,**

Ingeniero
**DIEGO ARTURO TAMAYO SALCEDO**
Secretario de Planeación
Secretaria de Planeación Departamental

**REF: RADICACIÓN DE PROYECTO PARA SU *REGISTRO* EN EL GRUPO DE PROYECTOS E INVERSIÓN PÚBLICA**

De manera atenta, estamos remitiendo el **ORIGINAL** con sus medios magnéticos del proyecto que se relaciona a continuación para su respectiva actualización

| | |
|---|---|
| **NOMBRE DEL PROYECTO** (REGISTRADO EN LA MGA – DNP) | **FORTALECIMIENTO DE LAS EMPRESAS Y UNIDADES PRODUCTIVAS DEL SECTOR TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER.** |
| **NO. ID DE LA MGA** | **1805364** |
| **VALOR TOTAL DEL PROYECTO** | **$350.000.000,00** |
| **VALOR DE LA VIGENCIA ACTUAL** | **$214.350.000,00** |
| **VIABILIZADO POR** | **Nombre:** Daniela Vélez Franco<br>Profesional Universitario |
| **RESPONSABLE DE SEGUIMIENTO** | **Jesús Alberto Mateus**<br>**Cédula 3168221929**<br>**e-mail mateusjesusalberto@gmail.com**<br>**Celular 3168221929** |

**Información adicional del proyecto presentado para ACTUALIZACIÓN:**

| | |
|---|---|
| **BPIN** | No aplica |
| **SSEPI** | No aplica |
| **JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUALIZACIÓN** | No aplica |

Este proyecto se radica con los ajustes solicitados en la revisión anterior - *(Aplica si el proyecto se devolvió para correcciones)*

Se certifica que los CDs contienen la información integra de este proyecto tanto editables como los documentos y/o planos con sus respectivas firmas en pdf.

El proyecto ha sido revisado técnica, financiera y documentalmente dando cumplimiento al Decreto 303 de 2005, por lo que se adjunta concepto de viabilidad sectorial **FAVORABLE** por esta secretaria.

Atentamente,

**LUCIA CRISTINA ABAUNZA PEÑA**
**Secretaria de Cultura y Turismo**

**Proyecto:** Jesús Alberto Mateus

**El SUSCRITO SECRETARIO DE TURISMO Y CULTURA DEL DEPARTAMENTO DE SANTANDER**

**HACE CONSTAR:**

Que el proyecto denominado "**FORTALECIMIENTO DE LAS EMPRESAS Y UNIDADES PRODUCTIVAS DEL SECTOR TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER.",** se encuentra enmarcado de acuerdo al Plan de Desarrollo Departamental, descrito a continuación:

| |
|---|
| **1. Plan de Desarrollo Departamental:** *Nombre del plan de desarrollo departamental y vigencia*<br>ES TIEMPO DE SANTANDER 2024-2027 |
| **1.1. Eje Estratégico Plan de Desarrollo Departamental:**<br>EJE PROSPERIDAD |
| **1.2. Sector y Código Plan de Desarrollo Departamental:**<br>ES TIEMPO DEL COMERCIO, LA INDUSTRIA Y EL TURISMO (35) |
| **1.3. Meta de Resultado:**<br>Lograr el 5 puesto a nivel nacional de Santander como destino turístico |
| **1.3.1. Nombre del Indicador de Resultado:**<br>Puesto a nivel nacional de Santander como destino turístico |
| **1.4. Nombre del Programa y código del Plan de Desarrollo Departamental:**<br>Productividad y competitividad de las empresas colombianas (3502) |
| **1.5. Meta de Producto del Plan de Desarrollo Departamental:**<br>Servicio de promoción turística nacional e internacional para el fortalecimiento de la competitividad turística en el Departamento de Santander. |
| **1.5.1. Producto y Código de producto (Catálogo de Productos del DNP en la MGA SUIFP):**<br>Servicio de promoción turística (3502046) |
| **1.6. Indicador de Producto del Plan de Desarrollo Departamental:**<br>Numero de eventos de promoción realizados **(350204602)** |
| **1.6.1. Indicador de producto y Código Indicador de producto (Catálogo de Productos del DNP en la MGA SUIFP):**<br>Eventos de promoción realizados (350204602) |

Se expide a los 4 días del mes de septiembre del año 2026.

Atentamente,

**LUCÍA CRISTINA ABAUNZA PEÑA**

Secretaria de Cultura y Turismo

Proyecto: Jesús Alberto Mateus

## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 2026 - 2027

### PROYECTO: FORTALECIMIENTO DE LAS EMPRESAS Y UNIDADES PRODUCTIVAS DEL SECTOR TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER

| CRONOGRAMA 2026 | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ITEM | ACTIVIDAD | | MES 1 | | | | MES 2 | | | | MES 3 | | | | valor a ejecutar por actividad |
| | SEMANAS | | Sem_1 | Sem_2 | Sem_3 | Sem_4 | Sem_5 | Sem_6 | Sem_7 | Sem_8 | Sem_9 | Sem_10 | Sem_11 | Sem_12 | |
| 1.1 | ACTIVIDAD 1 Selección, caracterización y fortalecimiento unidades productivas del sector turístico mediante procesos de formación participativa. | Alistamiento, Mapeo y Selección de Participantes | 24,5 | | - | - | | | | | | | | | $24.545.000 |
| 1.2 | | Caracterización inicial y diagnóstico consolidado | - | 45,7 | | | | | | - | - | - | | | $45.650.000 |
| 1.3 | | Desarrollo de talleres de co-creación participativa | - | - | | 11,6 | 11,6 | 11,6 | | - | - | | | | $34.665.000 |
| 2.1 | ACTIVIDAD 2 Diseño e implementación de una estrategia para la promoción de unidades productivas del sector gastronómico | Diseño de la ruta, narrativas y apropiación individual | - | - | | - | - | 24,7 | | | - | | | | $24.700.000 |
| 2.2 | | Elaboración un guion general y 25 narrativas | - | - | | | 21,7 | | | - | - | | | | $21.740.000 |
| 2.3 | | Realización de 25 visitas de apropiación individual | - | - | | - | - | 24,5 | | | | | | | $24.510.000 |
| 2.4 | | Diseño del Manual de marca de la Ruta | - | - | | - | | | 11,2 | | - | | | | $11.160.000 |
| 2.5 | | Diseño y diagramación del brochure digital | - | - | | - | | | | 4,6 | | | | | $4.600.000 |
| 2.6 | | Levantamiento fotográfico, audiovisual y digital | - | - | | - | | | | 18,5 | | | | | $18.500.000 |
| 2.7 | | Socializacion y cierre | - | - | | - | - | - | - | - | - | 4,3 | | | $4.280.000 |
| VALOR TOTAL DE EJECUCION FINANCIERA POR MES | | | $81.750.000 | | | | $128.320.000 | | | | $4.280.000 | | | | $214.350.000 |

## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 2026 - 2027

### PROYECTO: FORTALECIMIENTO DE LAS EMPRESAS Y UNIDADES PRODUCTIVAS DEL SECTOR TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER

| CRONOGRAMA 2026 | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ITEM | ACTIVIDAD | | MES 1 | | | | MES 2 | | | | MES 3 | | | | valor a ejecutar por actividad |
| | SEMANAS | | Sem_1 | Sem_2 | Sem_3 | Sem_4 | Sem_5 | Sem_6 | Sem_7 | Sem_8 | Sem_9 | Sem_10 | Sem_11 | Sem_12 | |
| 1.1 | ACTIVIDAD 1 Selección, caracterización y fortalecimiento unidades productivas del sector turístico mediante procesos de formación participativa. | Alistamiento, Mapeo y Selección de Participantes | | | - | - | | | | | | | | | - |
| 1.2 | | Caracterización inicial y diagnóstico consolidado | - | | | | | | | - | - | - | | | - |
| 1.3 | | Desarrollo de talleres de co-creación participativa | 11,4 | 11,4 | 11,4 | | - | - | | | | | | | $34.340.000 |
| 2.1 | ACTIVIDAD 2 Diseño e implementación de una estrategia para la promoción de unidades productivas del sector gastronómico | Diseño de la ruta, narrativas y apropiación individual | - | | 24,7 | | | - | | | | | | | $24.700.000 |
| 2.2 | | Elaboración un guion general y 25 narrativas | | 21,7 | | | - | - | | | | | | | $21.740.000 |
| 2.3 | | Realización de 25 visitas de apropiación individual | - | - | 24,5 | | | | | | | | | | $24.510.000 |
| 2.4 | | Diseño del Manual de marca de la Ruta | | | | 11,2 | | - | | | | | | | $11.160.000 |
| 2.5 | | Diseño y diagramación del brochure digital | | | | | | | | | | | | | - |
| 2.6 | | Levantamiento fotográfico, audiovisual y digital | | | | | | 19,2 | | | | | | | $19.200.000 |
| 2.7 | | Socializacion y cierre | - | - | - | - | - | - | - | - | - | | | | - |
| VALOR TOTAL DE EJECUCION FINANCIERA POR MES | | | $116.450.000 | | | | $19.200.000 | | | | - | | | | $135.650.000 |

**FIRMA: Maria Alejandra Ducon Abril**
Profesional Universitario
Secretaria de Cultura y Turismo

**ANEXO – DOCUMENTO DE ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**

**PROYECTO: FORTALECIMIENTO DE LAS EMPRESAS Y UNIDADES PRODUCTIVAS DEL SECTOR TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER**

Para el desarrollo de proyecto se contemplan las siguientes especificaciones requeridas para su cumplimiento.

## ACTIVIDAD 1
## Selección, caracterización y fortalecimiento unidades productivas del sector turístico mediante procesos de formación participativa.

### Actividad 1.1 - Alistamiento, Mapeo y Selección de Participantes

Duración: 2 semanas

***Item 1.1: Entregable 1 - Alistamiento, Mapeo y Selección de Participantes***

**Descripción**

Comprende el alistamiento técnico y metodológico, la identificación y caracterización preliminar de la oferta gastronómica del Área Metropolitana de Bucaramanga y el desarrollo del proceso de preselección y selección de las 25 unidades gastronómicas que participarán en la estrategia denomina Ruta Turística Gastronómica.

**Objetivo**

Establecer las condiciones técnicas y metodológicas para la ejecución del proyecto, identificar el universo potencial de actores gastronómicos del Área Metropolitana de Bucaramanga y seleccionar, mediante criterios previamente definidos y verificables, las 25 unidades productivas participantes.

**Alcance**

La actividad se desarrollará en el Área Metropolitana de Bucaramanga, comprendiendo los municipios de Bucaramanga, Piedecuesta, Girón y Floridablanca. Involucra al equipo técnico del proyecto, actores estratégicos que participen en el comité técnico y unidades gastronómicas potencialmente interesadas en integrar la Ruta Turística Gastronómica.

La selección contempla una distribución territorial de 25 participantes, así:

Bucaramanga: 10
Piedecuesta: 5
Girón: 5
Floridablanca: 5

El proceso comprende el alistamiento técnico, revisión de antecedentes y fuentes secundarias, mapeo preliminar de la oferta gastronómica, validación metodológica, preselección de 60 unidades productivas gastronómicas, convocatoria focalizada, evaluación de postulaciones y selección definitiva de 25 participantes.

**Metodología y desarrollo**

La actividad se desarrollará mediante las siguientes etapas:

a. Alistamiento técnico y metodológico: presentación y organización del equipo de trabajo, revisión de documentos técnicos y antecedentes disponibles, definición de la metodología, elaboración del cronograma, diseño y ajuste de instrumentos y formatos y organización de las evidencias requeridas.

b. Mapeo preliminar: revisión y análisis de fuentes secundarias y antecedentes existentes para identificar el universo potencial de actores y construir un mapa preliminar de la oferta gastronómica del Área Metropolitana de Bucaramanga.

c. Validación y preselección: mediante un comité técnico con actores estratégicos se validarán la metodología y los criterios de selección, y se realizará la preselección de 60 unidades gastronómicas potenciales, procurando representación territorial, diversidad e identidad gastronómica.

d. Convocatoria y evaluación: se desarrollará una convocatoria focalizada para las unidades preseleccionadas. Los interesados diligenciarán el formulario establecido y presentarán la documentación requerida. Las postulaciones serán evaluadas mediante los criterios definidos y la correspondiente matriz de evaluación.

e. Selección y aprobación: con base en los resultados de la evaluación se conformará el listado de 25 unidades productivas seleccionadas, el cual será presentado a la supervisión para su aprobación definitiva, junto con el listado de suplentes cuando corresponda.

**Resultados esperados**

- Metodología, plan de trabajo y cronograma establecidos y aprobados.
- Universo potencial de actores gastronómicos identificado mediante la revisión de fuentes y antecedentes.
- Mapa preliminar de la oferta gastronómica del Área Metropolitana de Bucaramanga elaborado.
- 60 unidades gastronómicas preseleccionadas conforme a los criterios definidos.
- Proceso de convocatoria, evaluación y selección desarrollado con soportes verificables.
- 25 unidades gastronómicas seleccionadas para participar en la Ruta Turística Gastronómica, con distribución territorial definida.
- Cartas de aceptación y compromiso formalizadas por los participantes seleccionados.

**Productos a entregar**

- Documento metodológico, plan de trabajo y cronograma aprobado.
- Mapeo de revisión, análisis de antecedentes y fuentes existentes.
- Formulario diseñado para la selección de los beneficiarios.
- 25 cartas de aceptación y compromiso de los participantes seleccionados.
- Mapa preliminar de la oferta gastronómica, con relación de las fuentes consultadas.
- Proceso de evaluación y selección de beneficiarios, incluyendo revisión de requisitos, matriz de evaluación y listado final de los 25 seleccionados

**Personal requerido**

| Perfil | Cantidad | Rol en la fase |
|---|---|---|
| Director del proyecto | 1 | Dirigir el alistamiento metodológico, articular el proceso con la supervisión y los actores estratégicos, orientar el comité técnico y coordinar la validación del universo y la selección de participantes. |
| Experto en turismo | 1 | Diseñar los instrumentos, revisar las fuentes secundarias, construir el mapa preliminar de oferta, apoyar la definición de criterios y desarrollar la evaluación del potencial turístico de los participantes. |
| Gastrónomo | 1 | Incorporar criterios de identidad gastronómica, diversidad de la oferta, productos protagonistas, saberes y complementariedad territorial dentro del proceso de mapeo y selección. |
| Guionista y corrector editorial | 1 | Apoyar la estructuración de instrumentos y criterios relacionados con identidad, relato y potencial narrativo de las experiencias gastronómicas. |
| Apoyo administrativo | 1 | brindar soporte en el manejo de bases de datos y registros de participantes, la recepción, organización y verificación documental de las postulaciones, preparación de los soportes requeridos para el proceso de evaluación y selección, apoyo en el diligenciamiento de formularios, proceso de convocatoria de los participantes |

| | | |
|---|---|---|
| Apoyo Audio visual y diseño | 1 | Brinda apoyo de producción y adecuación de piezas audiovisuales o gráficas requeridas para apoyar la convocatoria y divulgación del proceso, así como a la consolidación de las evidencias audiovisuales que acompañen los productos e informes presentados a la supervisión |

**Actividad 1.2 - Caracterización inicial y diagnóstico consolidado**

Duración: 2 semanas

***Ítem 1.2: Entregable 2 - Caracterización inicial y diagnóstico consolidado***

**Descripción**

Comprende el diseño y aplicación de una ficha de caracterización a las 25 unidades productivas seleccionadas, con el propósito de recopilar información homogénea sobre su oferta gastronómica, capacidades, identidad territorial y potencial de articulación con la Ruta Turística Gastronómica. La información recopilada será sistematizada y analizada para consolidar un diagnóstico de la oferta y establecer sus principales fortalezas, brechas, oportunidades y potencialidades.

**Objetivo**

Caracterizar y diagnosticar las condiciones actuales de las 25 unidades productivas seleccionadas, mediante la recopilación, sistematización y análisis de información relevante para identificar elementos que contribuyan a la estructuración y consolidación de la Ruta Turística Gastronómica.

**Alcance**

Comprende la caracterización de visitas individuales a las 25 unidades productivas seleccionadas, y la aplicación de un instrumento diseñado bajo criterios homogéneos.

La caracterización abordará aspectos relacionados con:

- Oferta gastronómica y productos protagonistas.
- Técnicas e ingredientes utilizados.
- Capacidad y condiciones de atención.
- Identidad territorial.
- Articulación con atractivos.
- Potencial narrativo.
- Fortalezas, brechas y oportunidades de fortalecimiento**.**

**Metodología y desarrollo**

**La actividad se desarrollará en tres etapas principales:**

**a. Diseño del instrumento:** el equipo técnico elaborará la ficha de caracterización, definiendo las variables e información necesarias para realizar el análisis de las 25 unidades productivas.

**b. Visitas de caracterización:** se realizará una visita a cada una de las 25 unidades productivas, durante la cual se aplicará la ficha diseñada y se recopilará la información correspondiente a las variables establecidas.

Nota: Los costos asociados al desplazamiento y traslado del equipo de trabajo hacia las unidades productivas ubicadas en el área metropolitana se encuentran incluidos dentro de los costos del respectivo entregable. De igual manera, se consideran incluidos todos los gastos directos e indirectos, logísticos, operativos y demás costos inherentes que resulten necesarios para la adecuada ejecución y cumplimiento de las actividades y obligaciones contractuales asociadas al entregable.

**c. Sistematización y diagnóstico**: la información obtenida será consolidada en una matriz y analizada de manera integral, con el fin de identificar las características de la oferta gastronómica,

sus fortalezas, brechas, oportunidades y elementos con potencial para la estructuración y consolidación de la ruta.

**Resultados esperados**

- Ficha de caracterización diseñada y aplicada a las 25 unidades productivas.
- Información individual de las 25 unidades productivas recopilada y sistematizada.
- Matriz consolidada de caracterización de los participantes.
- Identificación de las principales características de la oferta gastronómica.
- Identificación de fortalezas, brechas y oportunidades de fortalecimiento.
- Identificación de elementos con potencial para la estructuración y consolidación de la Ruta Turística Gastronómica.
- Diagnóstico consolidado de las 25 unidades productivas.

**Productos a entregar**

- Ficha de caracterización diseñada y aplicada a las 25 unidades productivas.
- Registros de asistencia y evidencia fotográfica de las visitas de caracterización.
- Documento de análisis y síntesis, que integre la matriz consolidada de caracterización de las 25 unidades productivas y los principales resultados del diagnóstico.

**Personal requerido:**

| Perfil | Cantidad | Rol en la fase |
|---|---|---|
| Director del proyecto | 1 | Orientar metodológicamente el proceso de caracterización y validar sus resultados. |
| Experto en turismo | 1 | Diseñar la ficha, coordinar su aplicación y consolidar y analizar la información obtenida. |
| Gastrónomo | 1 | Analizar la oferta, productos, técnicas, ingredientes e identidad gastronómica de los participantes. |
| Guionista y corrector editorial | 1 | Identificar insumos relacionados con el potencial narrativo y territorial para la construcción posterior de los contenidos de la ruta. |

**Actividad 1.3 – Desarrollo de talleres de co-creación participativa**

Duración: 3 semanas

**Item 2.3: Entregable 3 – Desarrollo de talleres de co-creación participativa**

**Descripción**

comprende el desarrollo de tres talleres presenciales de co-creación participativa, con una duración de cuatro horas cada uno, dirigidos a los 25 beneficiarios seleccionados. Los talleres constituirán el espacio de construcción, revisión y validación participativa de los componentes técnicos, experienciales, operativos y comerciales de la Ruta Turística Gastronómica del Área Metropolitana de Bucaramanga.

**Objetivo**

Construir y validar participativamente los componentes conceptuales, experienciales, operativos y comerciales de la Ruta Turística Gastronómica, mediante la articulación de los conocimientos y aportes de los 25 actores participantes con los insumos técnicos derivados del diagnóstico.

**Alcance**

Comprende el desarrollo de tres talleres presenciales, con una intensidad horaria de cuatro horas, que involucra a los 25 beneficiarios seleccionados, el equipo técnico del proyecto y los actores que participen en los espacios de co-creación

**Metodología y desarrollo**

La metodología combinará la presentación de insumos técnicos, orientaciones conceptuales, ejercicios de co-creación, mesas de trabajo, plenarias y validación de acuerdos. Los resultados de cada jornada serán sistematizados por el equipo técnico y utilizados como insumo para el desarrollo y validación del taller siguiente.

***Estructura talleres de Co-creación***

| **Taller** | Núcleos de trabajo | Información y productos que deben quedar definidos | Profesionales |
|---|---|---|---|
| 1. Conceptualización, demanda y experiencias (4 horas) | Validación del diagnóstico; definición de tres perfiles de cliente; concepto general; propuesta de valor; productos gastronómicos protagonistas; oferta complementaria; sistema de experiencias; atributos y personalidad de marca. | Perfiles de cliente priorizados; concepto y promesa de valor; atributos diferenciales; mapa de productos, actores y experiencias; lineamientos iniciales de nombre y marca. | Director del proyecto<br>Experto en turismo<br>Gastrónomo |
| 2. Itinerarios, operación y modelo de negocio (4 horas) | Estructuración de tres itinerarios; selección de paradas y experiencias; secuencia, tiempos, duración, desplazamientos y capacidades; roles de los actores; reservas y atención de grupos; costos, tarifas, precios, aliados y canales de comercialización. | Tres itinerarios preliminares; matriz de paradas y experiencias; esquema básico de operación y coordinación; estructura de costos y tarifas; alternativas de nombre y orientación de marca. | Director del proyecto<br>Experto en turismo<br>Gastrónomo |
| 3. Validación integral y acuerdos (4 horas) | Revisión del concepto, nombre y marca; validación de los itinerarios; costos y condiciones comerciales; protocolo básico de operación, reservas, calidad y coordinación; validación de la narrativa general del guion; compromisos de los actores. | Concepto general, nombre y orientación de marca validados; tres itinerarios ajustados; esquema de costos y comercialización; protocolo básico de operación; guion y narrativas validados; matriz final de acuerdos. | Director del proyecto<br>Experto en turismo<br>Gastrónomo<br>Guionista y corrector editorial<br>Apoyo audiovisual y diseño |

***Secuencia resumida de cada taller***

- **Taller 1.** Conceptualización, demanda y sistema de experiencias: validación del diagnóstico y del mapa de oferta; priorización de tres perfiles de cliente; necesidades, motivaciones y expectativas; definición de producto principal y oferta complementaria; propuesta de valor; atributos funcionales, simbólicos y vivenciales; temática e interpretación; mapa territorial de actores, recursos y experiencias; productos protagonistas; momentos de interacción; personalidad y territorio de marca; criterios para el nombre y brief inicial.

- **Taller 2**. Diseño de itinerarios, operación y modelo de negocio: revisión de alternativas de nombre y orientación de marca; estructuración de tres itinerarios para los perfiles priorizados; selección de paradas y experiencias; secuencia, tiempos, desplazamientos, duración, capacidad y requerimientos; roles de los actores; reservas, coordinación y atención de grupos; recursos y actividades clave; aliados y canales; identificación de costos por experiencia y variables para el tarifario, precio y margen de comercialización.

- **Taller 3.** Validación integral y acuerdos de implementación: revisión del concepto general y de la coherencia entre oferta y demanda; validación de nombre, marca e identidad verbal y visual; cierre de recorridos, tiempos, capacidades y fichas de los tres itinerarios; validación de costos, tarifario, precios y condiciones comerciales; protocolo básico de operación, reservas, calidad, contingencias y coordinación; validación del guion general y de las 25 narrativas; compromisos de los actores y matriz final de decisiones

**Resultados esperados**

- Tres perfiles de cliente priorizados y caracterizados.
- Concepto general y propuesta de valor de la ruta definidos.
- Sistema de productos, oferta complementaria y experiencias estructurado.
- Estructura de costos, tarifas, precios y condiciones de comercialización definida.
- Lineamientos iniciales de nombre, marca e identidad establecidos y validados.
- Guion general y 25 narrativas validados.
- Compromisos de los actores participantes formalizados mediante una matriz final de acuerdos.

**Productos a entregar**

- Registros de asistencia y evidencia fotográfica de los talleres
- **Documento síntesis de conceptualización y diseño de la ruta**, que integre la validación del diagnóstico, perfiles de cliente, propuesta de valor, sistema de producto, oferta complementaria, experiencias y participación de los 25 actores.
- **Documento preliminar de estructuración técnica y comercial**, que contenga las tres fichas de itinerario, el modelo básico de operación y la estructura de costos, tarifas, precios, márgenes, canales y condiciones de comercialización.
- **Documento de validación integral**, que consolide las decisiones sobre concepto, itinerarios, operación y comercialización, así como el brief y lineamientos de marca, los avances narrativos y los compromisos establecidos.

**Personal requerido**

| Perfil | Cantidad | Rol en la fase |
|---|---|---|
| Director del proyecto | 1 | Dirigir la metodología, articular actores, moderar decisiones y validar resultados.<br>Brindar apoyo en la preparación y desarrollo de talleres 1, 2 y 3 |
| Experto en turismo | 1 | Preparar y facilitar perfiles, producto, experiencias, itinerarios, operación, costeo y comercialización.<br>Brindar apoyo en la preparación y desarrollo de talleres 1, 2 y 3 |
| Gastrónomo | 1 | Orientar identidad culinaria, productos protagonistas, secuencia gastronómica, porciones y coherencia de las experiencias.<br>Brindar apoyo en la preparación y desarrollo de talleres 1, 2 y 3 |
| Guionista y corrector editorial | 1 | Construir el hilo conductor, apoyar nombre y mensajes, y administrar la validación de guion y narrativas.<br>Brindar apoyo en la preparación y desarrollo de talleres 3 |
| Apoyo audiovisual y diseño | 1 | Preparar alternativas de identidad y presentar la propuesta visual para validación.<br>Brindar apoyo en la preparación y desarrollo de talleres 1, 2 y 3 |

## ACTIVIDAD 2
## Diseño e implementación de una estrategia para la promoción de unidades productivas del sector gastronómico

### Actividad 2.1 - Diseño de la ruta, narrativas y apropiación individual

Duración: 2 semanas

**Item 2.1 – Entregable 4 - Diseño de la ruta, narrativas y apropiación individual**

**Descripción**

Esta fase comprende la estructuración técnica de la Ruta Turística Gastronómica del Área Metropolitana de Bucaramanga, a partir de los insumos generados durante los talleres de co-creación participativa. Se consolidará el concepto general del producto y se desarrollarán tres itinerarios, correspondientes a los perfiles de cliente priorizados, incorporando sus respectivos recorridos, experiencias, narrativas, condiciones de operación, estructura económica y lineamientos de comercialización y sostenibilidad.

**Objetivo**

Diseñar y estructurar técnicamente la Ruta Turística Gastronómica del Área Metropolitana de Bucaramanga, mediante la consolidación de su concepto general, narrativas e itinerarios diferenciados, garantizando la articulación de los 25 actores participantes y su correspondencia con los perfiles de cliente priorizados.

**Alcance**

La fase comprende la estructuración del producto turístico gastronómico en el ámbito de Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta, articulando la participación de las 25 unidades productivas caracterizadas y los resultados obtenidos durante los talleres de co-creación.

**Metodología y desarrollo**

La fase partirá de la sistematización y consolidación de los resultados obtenidos en los tres talleres de co-creación. Con base en estos insumos, el equipo técnico desarrollará el documento de estructuración de la ruta y las fichas integrales de los tres itinerarios.

***Contenido del concepto general***

| Componente | Contenido |
|---|---|
| Identidad | Nombre, concepto, tema articulador, promesa y atributos diferenciales. |
| Territorio | Relación con Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta; productos, saberes y oferta complementaria. |
| Mercado | Tres perfiles de cliente con motivaciones, expectativas y nivel de gasto de referencia. |
| Experiencia y narrativa | Sistema de experiencias, productos protagonistas, momentos diferenciales, hilo conductor y articulación de las 25 narrativas. |
| Gestión | Condiciones básicas de operación, comercialización y sostenibilidad. |

***Contenido de cada itinerario***

| Componente | Definición |
|---|---|
| Cliente y promesa | Cliente objetivo y promesa específica. |
| Recorrido | Paradas, secuencia, tiempos, duración, inicio, cierre y movilidad. |
| Experiencia | Producto protagonista, actividad, narrativa, interacción y momento diferencial. |
| Operación | Cupos, horarios, servicios incluidos y no incluidos, reservas, roles y contingencias. |
| Economía | Costos, tamaño de grupo, margen o comisión de referencia y precio estimado. |
| Comercialización | Canales, mensajes y condiciones de venta acordes con el perfil de cliente. |

**Resultados esperados**

- Concepto general de la Ruta Turística Gastronómica estructurado y consolidado.
- Tres perfiles de cliente incorporados al diseño del producto.
- Sistema de experiencias y 25 narrativas articulados al concepto general.
- Tres itinerarios diseñados y diferenciados según los perfiles de cliente priorizados.
- Costos y precios estimados establecidos para los tres itinerarios.
- Lineamientos de comercialización y sostenibilidad formulados.
- Participación de las 25 unidades productivas articulada dentro del producto turístico.

**Productos**

- Documento síntesis de conceptualización de la ruta, que integre la ficha del concepto general, los tres perfiles de cliente priorizados y el sistema de experiencias y participación de los 25 actores.
- Tres fichas integrales de itinerario, que incluyan recorridos y trazados esquemáticos, paradas, experiencias, condiciones de operación, reservas y coordinación, así como el costeo y precio estimado de cada itinerario.
- Lineamientos de comercialización y sostenibilidad, con recomendaciones para la promoción, comercialización, articulación de actores y continuidad de la ruta.
- Registros de asistencia y evidencia fotográfica.

**Personal Requerido**

| Perfil | Cantidad | Rol en la fase |
|---|---|---|
| Director del proyecto | 1 | Dirigir y aprobar la estructuración técnica y su coherencia con los acuerdos de co-creación. |
| Experto en turismo | 1 | Diseñar el concepto, los tres itinerarios, la operación, los costos y la comercialización. |
| Gastrónomo | 1 | Verificar el concepto culinario, la secuencia y pertinencia de productos y experiencias. |
| Guionista y corrector editorial | 1 | Articular el hilo conductor, los mensajes y las narrativas con cada itinerario. |

## Actividad 2.2 - Elaboración un guion general y 25 narrativas

Duración: 3 semanas

### Ítem 2.2: Entregable 5 - Elaboración un guion general y 25 narrativas

**Descripción**

Esta fase comprende el diseño y aplicación de un guion de entrevista semiestructurada para recopilar de manera homogénea la información narrativa de los 25 participantes y su posterior sistematización. A partir de la información obtenida se elaborarán 25 narrativas breves, articuladas mediante un hilo conductor común, y se estructurará el guion general de la Ruta Turística Gastronómica.

**Objetivo**

Recopilar, sistematizar y estructurar los elementos narrativos de los 25 participantes para construir un guion general coherente que articule territorio, identidad gastronómica, participantes, experiencias e itinerarios de la Ruta Turística Gastronómica.

**Alcance**

La actividad comprende la aplicación de entrevistas semiestructuradas a los 25 participantes, de manera presencial o virtual, con una duración aproximada de 30 a 45 minutos cada una.

La recolección de información abordará los siguientes núcleos temáticos:

- Relación con el territorio.
- Producto protagonista.
- Saberes e ingredientes.
- Historia para contar.
- Experiencia del visitante.
- Mensaje central.

El alcance incluye el diseño del instrumento, aplicación y registro de las entrevistas, sistematización de la información, elaboración de 25 narrativas breves y estructuración del guion general de la ruta.

**Metodología y desarrollo**

*a. Diseño del instrumento*

Se diseñará un guion de entrevista semiestructurada que establezca la estructura, preguntas orientadoras y metodología para la recolección homogénea de información narrativa de los participantes.

*b. Aplicación de entrevistas*

Se realizarán 25 entrevistas, de manera presencial o virtual, con una duración aproximada de 30 a 45 minutos. Cada entrevista contará con los respectivos registros de asistencia y registro fotográfico.

*c. Sistematización y análisis*

La información recopilada será sistematizada para identificar elementos narrativos comunes y diferenciales de los participantes, considerando su relación con el territorio y con los itinerarios previamente diseñados.

*d. Construcción de narrativas*

Con base en la información sistematizada se elaborarán 25 narrativas breves, una por participante, articuladas mediante un hilo conductor común.

*e. Estructuración del guion general*

Finalmente, se consolidará el Guion General de la Ruta Turística Gastronómica, integrando territorio, identidad gastronómica, participantes, experiencias e itinerarios en una narrativa coherente para la interpretación y comunicación de la ruta.

**Resultados esperados**

- Instrumento de entrevista semiestructurada diseñado y estructurado.
- 25 entrevistas realizadas y debidamente registradas.
- Información narrativa de los participantes sistematizada.
- Elementos narrativos comunes y diferenciales identificados.
- 25 narrativas breves elaboradas, una por participante.
- Hilo conductor común definido para las narrativas.
- Guion general de la Ruta Turística Gastronómica estructurado y articulado con los itinerarios.

**Productos a entregar**

- Guion de entrevista semiestructurada, con estructura, preguntas orientadoras y metodología de aplicación.
- Registro de las 25 entrevistas realizadas, con sus respectivos registros de asistencia y registro fotográfico.
- Documento de Guion General de la Ruta Turística Gastronómica, que integre el hilo conductor de la ruta, las 25 narrativas breves de experiencia y su articulación con los itinerarios.

**Personal requerido**

| Perfil | Cantidad | Rol en la fase |
|---|---|---|
| Director del proyecto | 1 | Definir orientación interpretativa y aprobar productos. |

| | | |
|---|---|---|
| Guionista y corrector editorial | 1 | Realizar entrevistas, elaborar el guion y editar las 25 narrativas. |
| Experto en turismo | 1 | Relacionar narrativas con la experiencia y los itinerarios. |
| Gastrónomo | 1 | Revisar pertinencia culinaria y productos protagonistas. |

## Actividad 2.3 - Realización de 25 visitas de apropiación individual

Duración: 2 semanas

## Ítem 2.3 – Entregable 6 - Realización de 25 visitas de apropiación individual

**Descripción**

Esta fase comprende la realización de una segunda visita presencial a cada uno de los 25 participantes, orientada a fortalecer la apropiación individual de la narrativa y la experiencia diseñada para la Ruta Turística Gastronómica.

Durante las visitas se desarrollarán ejercicios prácticos relacionados con la presentación del establecimiento, el producto protagonista, el relato asociado, la bienvenida al visitante y los principales momentos de la experiencia.

**Objetivo**

Fortalecer la apropiación por parte de los 25 participantes de las narrativas y experiencias diseñadas para la Ruta Turística Gastronómica, mediante ejercicios prácticos de presentación, interpretación y puesta en escena de los elementos definidos para cada establecimiento.

**Alcance**

La actividad comprende una segunda visita presencial a cada uno de los 25 participantes, en la cual se trabajarán los principales elementos asociados a la experiencia turística diseñada.

**Metodología y desarrollo**

La actividad se desarrollará mediante visitas individuales a cada uno de los 25 participantes, utilizando un enfoque práctico y orientado a la apropiación de los elementos narrativos y experienciales previamente diseñados.

Durante cada visita se realizará un ejercicio de presentación y aplicación de la experiencia, que podrá incluir ensayo de bienvenida, presentación del producto protagonista, puesta en escena, aplicación de la narrativa, retroalimentación y formulación de recomendaciones de mejora.

Las principales orientaciones y recomendaciones resultantes de las visitas serán consolidadas para facilitar su seguimiento y aplicación por parte de los participantes.

**Resultados esperados**

- 25 participantes acompañados mediante una segunda visita presencial.
- Narrativas y experiencias previamente diseñadas reforzadas mediante ejercicios prácticos.
- Elementos de presentación, bienvenida, producto protagonista y relato aplicados en cada establecimiento.
- Recomendaciones de mejora formuladas para fortalecer la experiencia turística.
- Principales orientaciones a los participantes sistematizadas y consolidadas.

**Productos**

- Registro consolidado de 25 visitas de apropiación y fortalecimiento, que incluya registros de asistencia y evidencias fotográficas.

- Documento síntesis de recomendaciones, que consolide las principales orientaciones formuladas a los 25 participantes para fortalecer la narrativa, presentación y experiencia turística.

**Personal Requerido**

| Perfil | Cantidad | Rol en la fase |
|---|---|---|
| Experto en turismo | 1 | Realizar o coordinar el entrenamiento en experiencia, servicio, operación y apropiación. |
| Guionista y corrector editorial | 1 | Realizar la entrevista, orientar la apropiación narrativa y levantar los insumos de texto durante la visita. |
| Gastrónomo | 1 | Orientar la presentación y coherencia gastronómica cuando corresponda. |
| Director del proyecto | 1 | Supervisar el enfoque, la articulación de equipos y el consolidado de resultados. |
| Apoyo audiovisual y diseño | 1 | Realizar durante las visitas el registro fotográfico, audiovisual y sonoro requerido para los productos finales. |

## Actividad 2.4 - Diseño del Manual de marca de la Ruta

Duración: 2 semanas

**Ítem 2.4: Entregable 7 - Diseño del Manual de marca de la Ruta**

**Descripción breve**

Esta fase comprende el desarrollo de la identidad visual de la Ruta Turística Gastronómica, a partir de los conceptos, atributos y orientaciones construidos y validados durante los talleres de co-creación. Incluye el desarrollo y ajuste del nombre, marca e identidad visual, así como la definición de los lineamientos para su aplicación coherente en los productos de comunicación de la ruta.

**Objetivo**

Desarrollar y consolidar la identidad visual de la Ruta Turística Gastronómica y establecer los lineamientos técnicos para su aplicación coherente en los diferentes productos de comunicación de la ruta.

**Alcance**

La actividad comprende el desarrollo y ajuste del nombre, marca e identidad visual de la Ruta Turística Gastronómica, así como la definición de los elementos y criterios necesarios para su correcta utilización.

El manual contemplará:

- Marca principal y versiones autorizadas: logotipo/isotipo o composición de la marca y sus variantes permitidas (principal, horizontal, vertical, monocromática, negativa, según corresponda).
- Paleta cromática: colores corporativos principales y complementarios, con sus códigos de reproducción.
- Tipografías: familias tipográficas definidas para la identidad y criterios básicos de jerarquía y utilización.
- Área de reserva o protección: espacio mínimo que debe conservarse alrededor de la marca.
- Tamaños mínimos de reproducción: dimensiones mínimas para garantizar legibilidad en aplicaciones impresas y digitales.
- Usos correctos e incorrectos: reglas para conservar la integridad de la marca y ejemplos de alteraciones que no deben realizarse.

- Aplicaciones básicas de la identidad: ejemplos de utilización de la marca y sus elementos gráficos en piezas representativas de comunicación

**Metodología y desarrollo**

El desarrollo de la identidad visual partirá de los conceptos, atributos y orientaciones previamente construidos y validados durante los talleres de co-creación.

A partir de estos insumos se realizará el desarrollo y ajuste del nombre, la marca y los elementos de identidad visual. Posteriormente, se establecerán los lineamientos técnicos para su aplicación, definiendo las versiones autorizadas, criterios de uso, características cromáticas y tipográficas, dimensiones mínimas, área de reserva, usos correctos e incorrectos y aplicaciones esenciales.

Finalmente, estos elementos serán consolidados en el Manual de Marca y acompañados de los archivos finales y editables correspondientes.

**Resultados esperados**

- Identidad visual de la Ruta Turística Gastronómica desarrollada.
- Nombre y marca ajustados de acuerdo con los conceptos y atributos previamente validados.
- Lineamientos técnicos para el uso coherente de la identidad visual establecidos.
- Versiones y variaciones autorizadas de la marca definidas.

**Producto a entregar**

- **Manual de marca de la Ruta Turística Gastronómica**, que integre la marca principal y sus versiones esenciales, paleta cromática, tipografías, lineamientos de uso y aplicaciones básicas, acompañado de los archivos finales y editables de la identidad visual.

**Personal requerido**

| Perfil | Cantidad | Rol en la fase |
|---|---|---|
| Director del proyecto | 1 | Validar coherencia conceptual e institucional. |
| Experto en turismo | 1 | Aportar propuesta de valor y atributos. |
| Guionista y corrector editorial | 1 | Revisar nombre, promesa y mensajes. |

**Actividad 2.5 - Diseño y diagramación del brochure digital**

Duración: 2 semanas

**Ítem 2.5: Entregable 8 - Diseño y diagramación del brochure digital**

**Descripción**

Diseño y diagramación de un brochure digital de 12 páginas, destinado a presentar de manera organizada y visual los principales elementos de la Ruta Turística Gastronómica, incorporando su identidad visual, descripción, itinerarios y experiencias.

**Objetivo**

Diseñar y diagramar una pieza digital que consolide y comunique de manera clara y coherente la información de la Ruta Turística Gastronómica, facilitando su presentación y difusión mediante un formato digital.

**Alcance**

El brochure tendrá una extensión de 12 páginas, con un formato cerrado de referencia de 21 × 21 cm, e incorporará:

Identidad visual de la ruta.
Textos aprobados.
Fotografías disponibles.
Descripción de la ruta.
Itinerarios.
Experiencias.
Demás elementos de la ruta turística diseñada.

El producto será desarrollado para su utilización en formato digital y contará con una versión en PDF y los archivos editables correspondientes.

**Metodología y desarrollo**

El desarrollo se realizará a partir de los contenidos e insumos disponibles de la Ruta Turística Gastronómica. Inicialmente se organizarán los textos aprobados, fotografías disponibles y demás elementos de la ruta.

Posteriormente, se realizará la diagramación de los contenidos en un documento de 12 páginas, aplicando la identidad visual definida para la ruta y organizando la información correspondiente a su descripción, itinerarios y experiencias.

Finalmente, se generará el PDF digital optimizado y se consolidarán los archivos editables y artes finales digitales para su entrega.

**Resultados esperados**

- Brochure digital de 12 páginas diseñado y diagramado.
- Información de la Ruta Turística Gastronómica organizada y presentada de manera coherente.
- Identidad visual aplicada de manera consistente.
- Descripción, itinerarios y experiencias de la ruta integrados en la pieza digital.
- Archivos finales disponibles en formato PDF digital, editable y artes finales digitales.

**Productos a entregar**

- Brochure en PDF digital optimizado, de 12 páginas y formato cerrado de referencia de 21 × 21 cm.
- Brochure en archivo editable y artes finales digitales, correspondiente a la pieza gráfica desarrollada.

**Personal requerido**

| Perfil | Cantidad | Rol en la fase |
|---|---|---|
| Director del proyecto | 1 | Validar coherencia institucional y técnica. |
| Experto en turismo | 1 | Revisar ruta, itinerarios y datos operativos. |
| Guionista y corrector editorial | 1 | Editar textos, titulares y mensajes. |
| Gastrónomo | 1 | Revisar denominaciones y atributos culinarios. |
| Apoyo audiovisual y diseño | 1 | Diagramar y preparar archivos finales y editables. |

**Actividad 2.6 - Levantamiento fotográfico, audiovisual y digital**

Duración: 3 semanas

**Ítem 2.6: Entregable 9 - levantamiento fotográfico, audiovisual y digital**

**Descripción**

Comprende el levantamiento de material fotográfico y videográfico mediante visitas a los 25 establecimientos de los beneficiarios, con el propósito de generar los contenidos necesarios para el diseño de los productos de comunicación de la Ruta Turística Gastronómica.

El material recopilado será organizado y editado para consolidar un paquete definitivo de contenidos fotográficos y audiovisuales de la ruta.

**Objetivo**

Generar y consolidar el material fotográfico y audiovisual requerido para la comunicación de la Ruta Turística Gastronómica, mediante el registro de los 25 establecimientos participantes y la producción de contenidos finales para su presentación y difusión.

**Alcance**

Comprende visitas a los 25 establecimientos de los beneficiarios para el levantamiento del material fotográfico y videográfico. El paquete definitivo estará compuesto por:

- 50 fotografías profesionales, correspondientes a dos fotografías por establecimiento.
- Un video maestro de presentación de la ruta, con una duración de hasta dos minutos.
- Diez cápsulas digitales de video, de hasta 30 segundos de duración

El material será organizado y editado, disponiendo de los archivos finales y editables.

**Metodología y desarrollo**

Se realizarán visitas a los 25 establecimientos de los beneficiarios para efectuar el levantamiento del material fotográfico y videográfico requerido.

Posteriormente, el equipo organizará y editará el material recopilado, seleccionando y consolidando las fotografías y contenidos audiovisuales que conformarán el paquete definitivo de comunicación.

A partir del material levantado se producirá un video maestro de presentación de la ruta y diez cápsulas digitales de video de hasta 30 segundos.

Finalmente, se organizarán los archivos finales y editables para su entrega.

**Resultados esperados**

- Material fotográfico profesional levantado en los 25 establecimientos.
- 50 fotografías finales, correspondientes a dos por beneficiario.
- Video maestro de presentación de la Ruta Turística Gastronómica producido.
- Diez cápsulas digitales de video producidas.

**Productos**

- 50 fotografías finales en alta resolución, correspondientes a dos fotografías por beneficiario.
- Un video maestro de hasta dos minutos de duración, para la presentación de la Ruta Turística Gastronómica.
- Diez cápsulas digitales de video de hasta 30 segundos de duración.

**Personal requerido**

| Perfil | Cantidad | Rol en la fase |
|---|---|---|
| Director del proyecto | 1 | Aprobar enfoque y coherencia de contenidos. |
| Experto en turismo | 1 | Verificar comunicación de la experiencia y datos operativos. |
| Guionista y corrector editorial | 1 | Preparar y corregir textos y estructura narrativa. |
| Gastrónomo | 1 | Revisar fidelidad de los contenidos culinarios. |
| Apoyo audiovisual y diseño | 1 | Realizar fotografía, video, edición y adaptaciones. |

**JESÚS ALBERTO MATEUS**
Profesional de Apoyo - CPS
Secretaría de Cultura y Turismo

Impreso el 6/09/2026 9:29:04 p. m.

# Datos básicos

## 01 - Datos básicos del proyecto

**Nombre**

Fortalecimiento de las empresas y unidades productivas del sector turismo en el departamento de Santander

**Tipología**

A - PIIP - Bienes y Servicios

**Código BPIN**

**Sector**

Comercio, industria y turismo

**Es Proyecto Tipo:** No

**Fecha creación:** 31/08/2026 20:38:46

**Identificador:** 1805364

**Formulador Ciudadano:** JESUS ALBERTO MATEUS MATEUS

**Formulador Oficial :**

# Contribución a la política pública

## 01 - Contribución al Plan Nacional de Desarrollo

### Plan

(2022-2026) Colombia Potencia Mundial de la Vida

### Programa

3502 - Productividad y competitividad de las empresas colombianas

| Transformación | Pilar | Catalizador | Componente |
|---|---|---|---|
| 4. Transformación productiva, internacionalización y acción climática | 04. Economía productiva a través de la reindustrialización y la bioeconomía | 01. De una economía extractivista a una sostenible y productiva: Política de Reindustrialización, hacia una economía del conocimiento, incluyente y sostenible | a. Reindustrialización para la sostenibilidad, el desarrollo económico y social |

## 02 - Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

### Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

ES TIEMPO DE SANTANDER 2024-2027

### Estrategia del Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

EJE PROSPERIDAD

### Programa del Plan Desarrollo Departamental o Sectorial

Productividad y competitividad de las empresas colombianas

## 03 - Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

### Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

### Estrategia del Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

### Programa del Plan desarrollo Distrital o Municipal

## 04 - Instrumentos de planeación de grupos étnicos

### Tipo de entidad

### Instrumentos de planeación de grupos étnicos

## 05 - Otros Instrumentos de Planeación

Impreso el 6/09/2026 9:29:04 p. m.

### Plan de Desarrollo

### Estrategia

### Programa

# Identificación y descripción del problema

### Problema central

Escasas iniciativas para mejorar los procesos del tejido empresarial del sector turístico.

### Descripción de la situación existente con respecto al problema

Según el plan sectorial de turismo 2022 – 2026, Colombia y la mayoría de sus regiones presenta debilidad en la generación de capacidades para consolidar el desarrollo sostenible y responsable del país, que permita la innovación de las prácticas gubernamentales, de las empresas, comunidades y de los territorios, disminuyendo las oportunidades para la creación de valor social y económico en la oferta turística, en la recuperación de la demanda de viajeros, así como en la competitividad y posicionamiento turístico del país, por la insuficiente oferta turística y falta de explotación de las potencialidades
Por lo anterior, dentro de las acciones realizadas en la construcción del plan de desarrollo para el departamento de Santander, denominado “Es tiempo de Santander 2024-2027”, se realizó un ejercicio participativo en las siete provincias: Comunera, García Rovira, Guanentá, Metropolitana, Yariguies, Soto Norte y Vélez, para escuchar a la población en cuanto a sus problemáticas y/o necesidades, en la cual se analizaron puntualmente las oportunidades y fortalezas de cada uno de los sectores. Encontrando que el sector turismo enfrenta el desafío por el bajo nivel de competitividad en su oferta turística, debido al bajo desarrollo de productos turísticos, la alta informalidad en la prestación de servicios, la estacionalidad del turismo, la inseguridad en atractivos, la falta de promoción y la deficiente conectividad.
Los esfuerzos de promoción turística en el departamento, tanto a nivel nacional como internacional, son insuficientes, la baja oferta de servicios turísticos robustas y sostenidas limita la visibilidad de los destinos turísticos, donde la inversión tanto nacional como internacional es escaza y reduce su capacidad para competir en el mercado global, factor crucial para atraer a un mayor número de visitantes y posicionar los destinos en el mapa turístico mundial. Por otro lado las deficiencias en la conectividad terrestre hacia los atractivos turísticos.

### Magnitud actual del problema – indicadores de referencia

Algunos indicadores clave reflejan esta situación: según el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC) 2025, Santander obtuvo un puntaje de 5,13 sobre 10 y se ubicó en el décimo quinto lugar entre los departamentos evaluados, descendiendo cinco posiciones frente a la medición anterior, en la cual había ocupado el décimo lugar con 5,31 puntos. El resultado evidencia la necesidad de fortalecer diferentes componentes relacionados con la competitividad turística del departamento.
Por otro lado, los pilares más rezagados en esta medición son el empresarial, que tuvo una variación negativa de 1,39 puntos entre 2023 y 2024, ubicándose en 3,18; el pilar social, con un puntaje de 4,66; y el ambiental, con 4,80
Estos resultados evidencian la necesidad de fortalecer las capacidades del tejido empresarial turístico, especialmente en productividad, gestión empresarial, calidad, sostenibilidad, innovación, comercialización y desarrollo de productos turísticos.

## 01 - Causas que generan el problema

| Causas directas | Causas indirectas |
|---|---|
| **1.** Bajo nivel de productividad y competitividad de las empresas | **1.1** Baja oferta de servicios de asistencia técnica |

## 02 - Efectos generados por el problema

| Efectos directos | Efectos indirectos |
|---|---|
| **1.** Baja generación de ingresos y ventas en las empresas. | **1.1** Disminución de la inversión en el Departamento. |
| **2.** Baja probabilidad de que la empresas permanezcan en los mercados. | **2.2** Incremento de los niveles de pobreza en Santander |

# Identificación y análisis de participantes

## 01 - Identificación de los participantes

| Participante | Contribución o Gestión |
|---|---|
| **Actor:** Departamental<br><br>**Entidad:** Santander<br><br>**Posición:** Cooperante<br><br>**Intereses o Expectativas:** Incrementar la productividad y competitividad del tejido empresarial turístico y fortalecer el turismo como sector estratégico para el desarrollo económico y social del departamento. | Liderazgo, financiación y seguimiento del proyecto; articulación institucional; coordinación de las acciones de asistencia técnica y fortalecimiento empresarial; seguimiento a resultados e indicadores. |
| **Actor:** Otro<br><br>**Entidad:** unidades productivas del sector del turismo<br><br>**Posición:** Beneficiario<br><br>**Intereses o Expectativas:** Fortalecer sus capacidades empresariales, mejorar la productividad y competitividad, incrementar ventas e ingresos, acceder a asistencia técnica y ampliar sus oportunidades de mercado. | Participación activa en las actividades de asistencia técnica, formación, fortalecimiento empresarial, relacionamiento comercial y promoción. Aplicación de los conocimientos adquiridos y suministro de información requerida para el seguimiento del proyecto. |
| **Actor:** Otro<br><br>**Entidad:** Entidad Aliada<br><br>**Posición:** Cooperante<br><br>**Intereses o Expectativas:** Contribuir al fortalecimiento, formalización, productividad, competitividad y sostenibilidad de las empresas del departamento, especialmente aquellas vinculadas a sectores estratégicos como el turismo | Participación como entidad aliada, mediante aportes técnicos, administrativos, financieros y/o en especie; articulación con el tejido empresarial; apoyo en procesos de capacitación, asistencia técnica, fortalecimiento empresarial, acceso a mercados y generación de espacios de relacionamiento empresarial. |

## 02 - Análisis de los participantes

Partiendo del Plan de Desarrollo Departamental 2024–2027, se han diseñado diversas estrategias orientadas a fortalecer y potenciar la competitividad turística del departamento. En este sentido, se busca aunar esfuerzos para consolidar a Santander como un destino turístico destacado, mediante una articulación financiera, técnica, operativa y logística que permita lograr un mayor impacto en los resultados esperados.
La participación de los diferentes actores se plantea bajo un esquema de articulación público-privada, en el cual la Gobernación de Santander lidera y orienta las acciones del proyecto, mientras que el tejido empresarial constituye la población beneficiaria y participa activamente en las actividades de fortalecimiento. La vinculación de una entidades aliadas permitirá complementar las capacidades institucionales, favoreciendo la concurrencia de recursos, conocimientos, capacidades técnicas y experiencia en desarrollo empresarial.
Este esquema permitirá atender de manera más integral la causa identificada en el árbol de problemas, relacionada con la baja oferta de servicios de asistencia técnica, contribuyendo al mejoramiento de la productividad y competitividad empresarial y, consecuentemente, al incremento de las ventas e ingresos y a una mayor permanencia de las empresas turísticas en el mercado.

Impreso el 6/09/2026 9:29:04 p. m.

# Población afectada y objetivo

## 01 - Población afectada por el problema

### Tipo de población

Personas

### Número

85.500

### Fuente de la información

88550 personas, vinculadas directa e indirectamente a las 9500 empresas del sector turismo en Santander . La estimación se basa en un promedio de 3 empleados por unidad productiva (0 - 5 años de creación), según información de la Cámara de Comercio (2025), y considera el impacto indirecto sobre sus núcleos familiares, estimados en 3 personas por familia, de acuerdo con referentes del DANE.

### Localización

| Ubicación general | Localización específica/Otro tipo de entidad étnica |
|---|---|
| **Región:** Andina<br>**Departamento:** Santander<br>**Municipio:**<br>**Tipo de Agrupación:**<br>**Agrupación:** | |

## 02 - Población objetivo de la intervención

### Tipo de población

Personas

### Número

135

### Fuente de la información

135 personas, vinculadas directa e indirectamente a las 15 empresas del sector turismo. La estimación se basa en un promedio de 3 empleados por unidad productiva, según información de la Cámara de Comercio (2025), y considera el impacto indirecto sobre sus núcleos familiares, estimados en 3 personas por familia, de acuerdo con referentes del DANE.

### Localización

| Ubicación general | Localización específica/Otro tipo de entidad étnica | Nombre del consejo comunitario |
|---|---|---|
| **Región:** Andina<br>**Departamento:** Santander<br>**Municipio:**<br>**Tipo de Agrupación:**<br>**Agrupación:** | | |

## Objetivos específicos

## 01 - Objetivo general e indicadores de seguimiento

### Problema central

Escasas iniciativas para mejorar los procesos del tejido empresarial del sector turístico.

### Objetivo general – Propósito

Fortalecer iniciativas para mejorar los procesos del tejido empresarial del sector turístico de Santander

### Indicadores para medir el objetivo general

| Indicador objetivo | Descripción | Fuente de verificación |
|---|---|---|
| empresas asistidas tecnicamente | **Medido a través de:** Número<br>**Meta:** 15<br>**Tipo de fuente:** Informe | Seguimiento Plan de Desarrollo Departamental 2024 - 2027 Es Tiempo de Santander |

## 02 - Relaciones entre las causas y objetivos

| Causa relacionada | Objetivos específicos |
|---|---|
| **Causa directa 1**<br>Bajo nivel de productividad y competitividad de las empresas | aumentar nivel de productividad y competitividad de las empresas del sector turístico |
| **Causa indirecta 1.1**<br>Baja oferta de servicios de asistencia técnica | Fomentar oferta de servicios de asistencia técnica |

Impreso el 6/09/2026 9:29:04 p. m.

# Alternativas de la solución

## 01 - Alternativas de la solución

| Nombre de la alternativa | Se evaluará con esta herramienta | Estado |
|---|---|---|
| Brindar servicios de asistencia para empresarios y actores del sector turístico. | No | Completo |
| Contribución al fortalecimiento de una iniciativa que permita la consolidación del tejido empresarial en el Departamento de Santander. | Si | Completo |

### Evaluaciones a realizar

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

# Alternativa 1. Contribución al fortalecimiento de una iniciativa que permita la consolidación del tejido empresarial en el Departamento de Santander.

## Estudio de necesidades

### 01 - Bien o servicio

**Bien o servicio**

Asistencia técnica a empresas y unidades productivas del sector turismo

**Medido a través de**

Número

**Descripción**

Implementar iniciativas estratégicas que permitan consolidar programas y modelos empresariales orientados al fortalecimiento y mejoramiento continuo de las empresas y unidades productivas del sector turístico

**Descripción de la Demanda**

9.500 empresas del sector turismo presentan dificultades relacionadas con productividad, competitividad, gestión empresarial e innovación, así como limitaciones en el acceso a herramientas para su fortalecimiento

**Descripción de la Oferta**

Fortalecimiento de 15 empresas y unidades productivas hasta 5 años de creación, del sector turismo, mediante acompañamiento técnico, transferencia de conocimiento y apropiación de herramientas para mejorar la productividad.

| Año | Oferta | Demanda | Déficit |
|---|---|---|---|
| 2024 | 0,00 | 9.500,00 | -9.500,00 |
| 2025 | 30,00 | 9.470,00 | -9.440,00 |
| 2026 | 15,00 | 9.455,00 | -9.440,00 |
| 2027 | 9.455,00 | 9.455,00 | 0,00 |

**Alternativa**: Contribución al fortalecimiento de una iniciativa que permita la consolidación del tejido empresarial en el Departamento de Santander.

# Análisis técnico de la alternativa

## 01 - Análisis técnico de la alternativa

### Análisis técnico de la alternativa

El fortalecimiento empresarial es un factor importante para el desarrollo de las economías locales; Santander definido como eje logístico para la competitividad y sostenibilidad de acuerdo a los pactos regionales contemplados en el plan de desarrollo nacional, debe apuntar a mejorar sus niveles de productividad y competitividad a través de la implementación de estrategias que permitan un desarrollo económico significativo en las empresas que se vea reflejado en el aporte que el Departamento de Santander hace en la participación del PIB nacional, a mejorar las cifras de desempleo, el índice de competitividad, las exportaciones y en el mejoramiento de las condiciones de vida de los Santandereanos,

Teniendo como base lo anterior, la implementación de una iniciativa para la consolidación del tejido empresarial del sector turístico con iniciativas el incremento de la productividad y la innovación, permitirá que dichas empresas se potencialicen, aumenten el uso de herramientas tecnológicas para mejorar los procesos y aportar al aumento de la productividad y competitividad, mejorar los procesos de producción de un producto o servicio traducido en reducir tiempos y costos, incorporar prácticas sostenibles en sus procesos productivos, que les permita visibilizar sus negocios y potencializar sus clientes, contribuyendo con la dinamización de la economía, la reactivación económica y el mejoramiento de la calidad de vida de los Santandereanos.

**Alternativa**: Contribución al fortalecimiento de una iniciativa que permita la consolidación del tejido empresarial en el Departamento de Santander.

# Localización de la alternativa

## 01 - Localización de la alternativa

| Ubicación general | Ubicación específica |
|---|---|
| **Región:** Andina<br>**Departamento:** Santander<br>**Municipio:**<br>**Tipo de Agrupación:**<br>**Agrupación:**<br>**Latitud:**<br>**Longitud:** | |

## 02 - Factores analizados

Aspectos administrativos y políticos,
Cercanía a la población objetivo,
Cercanía de fuentes de abastecimiento,
Comunicaciones,
Disponibilidad de servicios públicos domiciliarios (Agua, energía y otros),
Disponibilidad y costo de mano de obra,
Factores ambientales,
Impacto para la Equidad de Género,
Medios y costos de transporte,
Orden público,
Otros

**Alternativa**: Contribución al fortalecimiento de una iniciativa que permita la consolidación del tejido empresarial en el Departamento de Santander.

# Cadena de valor de la alternativa

**Costo total de la alternativa:** $ 350.000.000,00

## 1 - Objetivo específico 1 **Costo:** $ 350.000.000,00

aumentar nivel de productividad y competitividad de las empresas del sector turístico

| Producto | Actividad y/o Entregable |
|---|---|
| **1.1** Servicio de asistencia técnica para emprendedores y/o empresas en edad temprana (Producto principal del proyecto)<br><br>**Complemento:**<br><br>**Medido a través de:** Número de empresas<br><br>**Cantidad:** 15,0000<br><br>**Costo:** $ 350.000.000,00<br><br>**Etapa:** Inversión<br><br>**Localización:**<br><br>**Número de Personas:** 135<br><br>**Acumulativo o no:** Acumulativo<br><br>**Población Beneficiaria:** 135 | **1.1.1** Selección, caracterización y fortalecimiento unidades productivas del sector turístico mediante procesos de formación participativa.<br><br>**Costo:** $ 139.200.000,00<br><br>**Etapa:** Inversión |
| | **1.1.2** Diseño e implementación de una estrategia para la promoción de unidades productivas del sector gastronómico<br><br>**Costo:** $ 210.800.000,00<br><br>**Etapa:** Inversión |

**Alternativa**: Contribución al fortalecimiento de una iniciativa que permita la consolidación del tejido empresarial en el Departamento de Santander.

## Actividad 1.1.1 Selección, caracterización y fortalecimiento unidades productivas del sector turístico mediante procesos de formación participativa.

| Periodo | Servicios prestados a las empresas y servicios de producción |
|---|---|
| 0 | $104.860.000,00 |
| 1 | $34.340.000,00 |
| **Total** | **$139.200.000,00** |

| Periodo | Total |
|---|---|
| 0 | $104.860.000,00 |
| 1 | $34.340.000,00 |
| **Total** | |

## Actividad 1.1.2 Diseño e implementación de una estrategia para la promoción de unidades productivas del sector gastronómico

| Periodo | Servicios prestados a las empresas y servicios de producción |
|---|---|
| 0 | $109.490.000,00 |
| 1 | $101.310.000,00 |
| **Total** | **$210.800.000,00** |

| Periodo | Total |
|---|---|
| 0 | $109.490.000,00 |
| 1 | $101.310.000,00 |
| **Total** | |

**Alternativa**: Contribución al fortalecimiento de una iniciativa que permita la consolidación del tejido empresarial en el Departamento de Santander.

# Análisis de riesgos alternativa

## 01 - Análisis de riesgo

| | Tipo de riesgo | Descripción del riesgo | Probabilidad e impacto | Efectos | Medidas de mitigación |
|---|---|---|---|---|---|
| 1-Propósito (Objetivo general) | Financieros | no contar con recursos para la ejecución del proyecto | **Probabilidad:** 3. Moderado<br><br>**Impacto:** 4. Mayor | Dificultad financiera para ejecutar el proyecto | garantizar los recursos mediante La programación en el POAI en la vigencia actual |
| 2-Componente (Productos) | Operacionales | No contar con las empresas para el desarrollo del proyecto | **Probabilidad:** 3. Moderado<br><br>**Impacto:** 4. Mayor | la iniciativas no cuente con beneficiarios para el desarrollo del proyecto | Realizar convocatoria focalizada para las empresas del sector turístico |
| 3-Actividad y/o Entregable | De calendario | Actividad/Entregable: Selección, caracterización y fortalecimiento unidades productivas del sector turístico mediante procesos de formación participativa.<br><br>Riesgo: No iniciar las actividades con tiempo | **Probabilidad:** 3. Moderado<br><br>**Impacto:** 4. Mayor | incumplimiento del alcance del proyecto por falta de ejecución de actividades | realizar un plan de acción para las actividades propuestas |

**Alternativa**: Contribución al fortalecimiento de una iniciativa que permita la consolidación del tejido empresarial en el Departamento de Santander.

# Ingresos y beneficios alternativa

## 01 - Ingresos y beneficios

Mejoramiento de la competitividad y productividad del sector turístico del departamento

**Tipo:** Beneficios

**Medido a través de:** Pesos

**Bien producido:** Otros

**Razón Precio Cuenta (RPC):** 0.80

**Descripción Cantidad:** Incremento estimado de los ingresos de las unidades productivas beneficiarias

**Descripción Valor Unitario:** Valor promedio de los ingresos adicionales generados por las unidades productivas beneficiarias

| Periodo | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|---|---|---|---|
| 0 | 15,00 | $4.000.000,00 | $60.000.000,00 |
| 1 | 15,00 | $14.000.000,00 | $210.000.000,00 |
| 2 | 15,00 | $7.000.000,00 | $105.000.000,00 |

## 02 - Totales

| Periodo | Total beneficios | Total |
|---|---|---|
| 0 | $60.000.000,00 | $60.000.000,00 |
| 1 | $210.000.000,00 | $210.000.000,00 |
| 2 | $105.000.000,00 | $105.000.000,00 |

## Alternativa 1

# Flujo

## 01 - Flujo Económico

| P | Beneficios e ingresos (+) | Créditos(+) | Costos de preinversión (-) | Costos de inversión (-) | Costos de operación (-) | Amortización (-) | Intereses de los créditos (-) | Valor de salvamento (+) | Flujo Neto |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0 | $48.000.000,0 | $0,0 | $0,0 | $171.480.000,0 | $0,0 | $0,0 | $0,0 | $0,0 | $-123.480.000,0 |
| 1 | $168.000.000,0 | $0,0 | $0,0 | $108.520.000,0 | $0,0 | $0,0 | $0,0 | $0,0 | $59.480.000,0 |
| 2 | $84.000.000,0 | $0,0 | $0,0 | $0,0 | $0,0 | $0,0 | $0,0 | $0,0 | $84.000.000,0 |

Impreso el 6/09/2026 9:29:05 p. m.

# Indicadores y decisión

## 01 - Evaluación económica

| Indicadores de rentabilidad | | | Indicadores de costo-eficiencia | Indicadores de costo mínimo | |
|---|---|---|---|---|---|
| Valor Presente Neto (VPN) | Tasa Interna de Retorno (TIR) | Relación Costo Beneficio (RCB) | Costo por beneficiario | Valor presente de los costos | Costo Anual Equivalente (CAE) |
| **Alternativa:** Contribución al fortalecimiento de una iniciativa que permita la consolidación del tejido empresarial en el Departamento de Santander. | | | | | |
| $1.789.926,77 | 10,01 % | $1,01 | $2.007.700,99 | $271.039.633,03 | $707.119,09 |

### Costo por capacidad

| Producto | Costo unitario (valor presente) |
|---|---|
| Servicio de asistencia técnica para emprendedores y/o empresas en edad temprana (Producto principal del proyecto) | $18.069.308,87 |

## 03 - Decisión

### Alternativa

Contribución al fortalecimiento de una iniciativa que permita la consolidación del tejido empresarial en el Departamento de Santander.

## 04 - Alcance

El proyecto busca aumentar la productividad y competitividad de 15 empresas del sector turístico del departamento de Santander, mediante la prestación del servicio de asistencia técnica a emprendedores y/o empresas en edad temprana, orientado al fortalecimiento de sus procesos empresariales, la identificación de oportunidades de mejora y la implementación de acciones que contribuyan a mejorar su desempeño y capacidad competitiva

Impreso el 6/09/2026 9:29:05 p. m.

# Indicadores de producto

## 01 - Objetivo 1

**1.** aumentar nivel de productividad y competitividad de las empresas del sector turístico

### Producto

**1.1.** Servicio de asistencia técnica para emprendedores y/o empresas en edad temprana (Producto principal del proyecto)

### Indicador

**1.1.1** Empresas asistidas técnicamente

**Medido a través de:** Número de empresas

**Meta total:** 15,0000

**Fórmula:**

**Es acumulativo:** Si

**Es Principal:** Si

**Tipo de Fuente:** Informe

**Fuente de Verificación:** Seguimiento plan de desarrollo departamental 2024 - 2027

### Programación de indicadores

| Periodo | Meta por periodo | Periodo | Meta por periodo |
|---|---|---|---|
| 0 | 10,0000 | 1 | 5,0000 |
| | | **Total:** | 15,0000 |

Impreso el 6/09/2026 9:29:05 p. m.

# Regionalización

**Producto**: Servicio de asistencia técnica para emprendedores y/o empresas en edad temprana (Producto principal del proyecto)

| Región | Departamento | Municipio | Tipo de Agrupación | Agrupación | |
|---|---|---|---|---|---|
| Andina | Santander | | | | |
| **Periodo** | **Costo Total** | **Costo Regionalizado** | **Meta Total** | **Meta Regionalizada** | **Beneficiarios** |
| 0 | 214.350.000,00 | 214.350.000,00 | 10,0000 | 10,0000 | 90 |
| 1 | 135.650.000,00 | 135.650.000,00 | 5,0000 | 5,0000 | 45 |

Impreso el 6/09/2026 9:29:05 p. m.

# Focalización

| Política | Categoría | SubCategoría | Valor |
|---|---|---|---|