Impreso el 30/07/2026 4:01:54 p. m.

Datos básicos

01 - Datos básicos del proyecto

Nombre

Apoyo A LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO Y SUS ATRACTIVOS DURANTE LAS TEMPORADAS DE VACACIONES EN EL MUNICIPIO DE Uribia

Tipología

A - PIIP - Bienes y Servicios

Código BPIN

202600000017226

Sector

Comercio, industria y turismo

Es Proyecto Tipo: No

Fecha creación: 29/10/2025 22:11:08

Identificador: 1616133

Formulador Ciudadano: JOSE GERARDO GONZALEZ

Formulador Oficial : ANGIE CAROLINA GUERRA ROMERO

Impreso el 30/07/2026 4:01:54 p. m.

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

Plan de Desarrollo Departamental 2024-2027 CUMPLIENDO LA PALABRA

Estrategia del Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

Línea Estratégica 1. Desarrollo y Justicia Social

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

Plan de Desarrollo Municipal 2024-2027 YANAMA PARA EL PROGRESO DE NUESTRO TERRITORIO

Estrategia del Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

LINEA 4. YANAMA POR LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y LA RESILIENCIA

Programa del Plan desarrollo Distrital o Municipal

Productividad y competitividad de las empresas colombianas

04 - Instrumentos de planeación de grupos étnicos

Tipo de entidad

Instrumentos de planeación de grupos étnicos

05 - Otros Instrumentos de Planeación

Plan de Desarrollo

Estrategia

Programa

Identificación y descripción del problema

Problema central

Baja promoción del municipio de Uribia como destino turístico en los mercados regionales y nacionales.

Descripción de la situación existente con respecto al problema

El turismo en el municipio de Uribia, conocido como la capital indígena de Colombia, enfrenta retos significativos que limitan su desarrollo como un destino competitivo. Actualmente, la promoción de sus atractivos culturales, naturales y tradicionales es insuficiente en los medios nacionales e internacionales, lo que afecta su posicionamiento en el mercado turístico. Los recursos y esfuerzos destinados a estrategias de promoción son limitados, y no existen planes estructurados que permitan resaltar de manera integral la riqueza cultural Wayuu y las características únicas del territorio.
En este contexto, Uribia enfrenta un doble desafío: por un lado, la necesidad de implementar estrategias efectivas de promoción que posicionen al municipio como un destino turístico atractivo; y por otro, la creación de espacios de articulación comercial que permitan a los actores locales integrarse en el mercado turístico nacional e internacional. Estas limitaciones afectan tanto el crecimiento económico de la región como la conservación y valorización de la cultura Wayuu como un pilar fundamental del turismo en el territorio.

Magnitud actual del problema – indicadores de referencia

Según datos del Centro de Información Turística de Colombia (CITUR) del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT), el departamento de La Guajira ha experimentado un crecimiento significativo en la llegada de visitantes extranjeros, pasando de 8.310 en 2016 a 67.320 en 2025. Uribia, a pesar de ser la puerta de entrada a destinos turísticos clave como el Cabo de la Vela y el Parque Nacional Natural Macuira, representa menos del 10% de los ingresos por turismo en el departamento de La Guajira, debido a su limitada infraestructura turística y la ausencia de estrategias efectivas de promoción y articulación comercial.

Impreso el 30/07/2026 4:01:54 p. m.

01 - Causas que generan el problema

Causas directas	Causas indirectas
1. Falta de estrategias integrales de promoción turística estructuradas y sostenibles	**1.1** Limitada capacidad institucional para planificar, financiar y ejecutar programas de promoción turística

02 - Efectos generados por el problema

Efectos directos	Efectos indirectos
1. Limitado crecimiento en la afluencia de turistas a Uribia en temporadas de vacaciones	**1.1** Pérdida de oportunidades de desarrollo sostenible para la comunidad local

Impreso el 30/07/2026 4:01:54 p. m.

Identificación y análisis de participantes

01 - Identificación de los participantes

Participante	Contribución o Gestión
Actor: Municipal **Entidad:** URIBIA - LA GUAJIRA **Posición:** Cooperante **Intereses o Expectativas:** Incrementar la visibilidad de Uribia como destino turístico y fortalecer la economía local a través del turismo	Financiera y visión estratégica.
Actor: Otro **Entidad:** ESAL **Posición:** Cooperante **Intereses o Expectativas:** Apoyar el fortalecimiento de las capacidades de los emprendedores Wayuu y la articulación comercial	Técnica y de gestión
Actor: Otro **Entidad:** COMUNIDAD **Posición:** Beneficiario **Intereses o Expectativas:** Participar activamente en las actividades de promoción turística y en la rueda de negocios como protagonistas culturales	Disposición para atención y participación

02 - Análisis de los participantes

El análisis de los participantes en el proyecto revela una diversidad de actores clave cuyo involucramiento es esencial para su éxito. La Alcaldía de Uribia desempeña un rol estratégico como cooperante principal, aportando financiamiento y una visión alineada con el desarrollo económico y cultural del municipio. Las entidades sin ánimo de lucro (ESAL) se presentan como aliados técnicos y de gestión, contribuyendo con su experiencia en proyectos comunitarios y fortalecimiento cultural. La comunidad local, como beneficiaria principal, aporta su disposición para participar activamente en las actividades programadas, lo que garantiza la apropiación cultural y el éxito de las iniciativas propuestas. Por su parte, los operadores turísticos locales y los emprendedores Wayuu son actores fundamentales, ya que no solo ofrecen servicios y productos turísticos, sino que también buscan ampliar sus redes comerciales y mejorar sus competencias en promoción y negociación. Esta interacción colaborativa entre los diferentes actores asegura que el proyecto sea inclusivo y sostenible.

Población afectada y objetivo

01 - Población afectada por el problema

Tipo de población

Personas

Número

4.000

Fuente de la información

SECRETARIA DE TURISMO, CULTURA Y DEPORTE

Localización

Ubicación general	Localización específica/Otro tipo de entidad étnica
Región: Caribe **Departamento:** La Guajira **Municipio:** Uribia **Tipo de Agrupación:** **Agrupación:**	

02 - Población objetivo de la intervención

Tipo de población

Personas

Número

500

Fuente de la información

SECRETARIA DE TURISMO, CULTURA Y DEPORTE

Localización

Ubicación general	Localización específica/Otro tipo de entidad étnica	Nombre del consejo comunitario
Región: Caribe **Departamento:** La Guajira **Municipio:** Uribia **Tipo de Agrupación:** **Agrupación:**		

Objetivos específicos

01 - Objetivo general e indicadores de seguimiento

Problema central

Baja promoción del municipio de Uribia como destino turístico en los mercados regionales y nacionales.

Objetivo general – Propósito

Fortalecer la promoción del destino turístico de Uribia y sus atractivos principales durante las temporadas de vacaciones

Indicadores para medir el objetivo general

Indicador objetivo	Descripción	Fuente de verificación
Campañas promocionales ejecutadas durante las temporadas de vacaciones	**Medido a través de:** Número **Meta:** 1 **Tipo de fuente:** Informe	ACTA DE SUPERVISION

02 - Relaciones entre las causas y objetivos

Causa relacionada	Objetivos específicos
Causa directa 1 Falta de estrategias integrales de promoción turística estructuradas y sostenibles	Diseñar e implementar estrategias integrales de promoción turística estructuradas y sostenibles
Causa indirecta 1.1 Limitada capacidad institucional para planificar, financiar y ejecutar programas de promoción turística	Fortalecer la capacidad para planificar, financiar y ejecutar programas de promoción turística.

Alternativas de la solución

01 - Alternativas de la solución

Nombre de la alternativa	Se evaluará con esta herramienta	Estado
Apoyo A LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO Y SUS ATRACTIVOS DURANTE LAS TEMPORADAS DE VACACIONES EN EL MUNICIPIO DE Uribia	Si	Completo

Evaluaciones a realizar

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

Alternativa 1. Apoyo A LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO Y SUS ATRACTIVOS DURANTE LAS TEMPORADAS DE VACACIONES EN EL MUNICIPIO DE Uribia

Estudio de necesidades

01 - Bien o servicio

Bien o servicio

Oportunidad para la economía local y la integración cultural

Medido a través de

Número

Descripción

Mayores oportunidades económicas, visibilidad de su cultura, y una plataforma para conectarse con mercados nacionales e internacionales, mejorando su calidad de vida y consolidando su identidad cultural.

Descripción de la Demanda

Oportunidades para promocionar productos y servicios, mejorar la visibilidad

Descripción de la Oferta

Estrategias y herramientas diseñadas para promover el turismo cultural

Año	Oferta	Demanda	Déficit
2023	0,00	5,00	-5,00
2024	1,00	5,00	-4,00
2025	2,00	4,00	-2,00

Alternativa: Apoyo A LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO Y SUS ATRACTIVOS DURANTE LAS TEMPORADAS DE VACACIONES EN EL MUNICIPIO DE Uribia

Análisis técnico de la alternativa

01 - Análisis técnico de la alternativa

Análisis técnico de la alternativa

El análisis técnico de la propuesta identifica la viabilidad y pertinencia de las actividades programadas para alcanzar los objetivos del proyecto. La creación de una campaña integral de promoción turística permitirá destacar los atractivos culturales y naturales de Uribia, posicionando al municipio como un destino competitivo a nivel nacional e internacional. Esta actividad requiere una planeación detallada en cuanto a la producción de material audiovisual, la definición de canales de difusión, y la colaboración con actores clave en el sector turístico. El desarrollo de un programa de formación dirigido a emprendedores y operadores turísticos locales es fundamental para fortalecer las capacidades técnicas de los actores locales. Este componente incluirá talleres en promoción turística, negociación comercial y gestión empresarial, asegurando que los beneficiarios estén preparados para aprovechar las oportunidades que surjan en el marco del proyecto. En conjunto, estas actividades están diseñadas de manera técnica para abordar las necesidades identificadas, generar impacto en el desarrollo económico local y fortalecer la identidad cultural de Uribia como destino turístico.

Impreso el 30/07/2026 4:01:55 p. m.

Alternativa: Apoyo A LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO Y SUS ATRACTIVOS DURANTE LAS TEMPORADAS DE VACACIONES EN EL MUNICIPIO

Localización de la alternativa

01 - Localización de la alternativa

Ubicación general	Ubicación específica
Región: Caribe **Departamento:** La Guajira **Municipio:** Uribia **Tipo de Agrupación:** **Agrupación:** **Latitud:** **Longitud:**	

02 - Factores analizados

Aspectos administrativos y políticos,
Factores ambientales,
Otros

Alternativa: Apoyo A LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO Y SUS ATRACTIVOS DURANTE LAS TEMPORADAS DE VACACIONES EN EL MUNICIPIO DE Uribia

Cadena de valor de la alternativa

Costo total de la alternativa: $ 130.000.000,00

1 - Objetivo específico 1 **Costo:** $ 130.000.000,00

Diseñar e implementar estrategias integrales de promoción turística estructuradas y sostenibles

Producto	Actividad y/o Entregable
1.1 Servicio de promoción turística (Producto principal del proyecto) **Complemento:** **Medido a través de:** Número de campañas **Cantidad:** 1,0000 **Costo:** $ 130.000.000,00 **Etapa:** Inversión **Localización:** **Número de Personas:** 500 **Acumulativo o no:** No Acumulativo **Población Beneficiaria:** 500	**1.1.1** Desarrollo de campaña integral de promoción turística que resalte los atractivos culturales y naturales **Costo:** $ 72.155.222,58 **Etapa:** Inversión
	1.1.2 Implementacion de estrategia de formación dirigido a emprendedores y operadores turísticos locales **Costo:** $ 57.844.777,42 **Etapa:** Inversión

Actividad 1.1.1 Desarrollo de campaña integral de promoción turística que resalte los atractivos culturales y naturales

Periodo	Mano de obra calificada	Mano de obra no calificada	Materiales
0	$10.932.222,58	$4.000.000,00	$57.223.000,00
Total	**$10.932.222,58**	**$4.000.000,00**	**$57.223.000,00**

Periodo	Total
0	$72.155.222,58
Total	

Actividad 1.1.2 Implementacion de estrategia de formación dirigido a emprendedores y operadores turísticos locales

Periodo	Mano de obra calificada	Mano de obra no calificada	Servicios de alojamiento comidas y bebidas	Transporte
0	$21.760.000,00	$16.000.000,00	$3.700.000,00	$16.384.777,42
Total	**$21.760.000,00**	**$16.000.000,00**	**$3.700.000,00**	**$16.384.777,42**

Periodo	Total
0	$57.844.777,42
Total	

Impreso el 30/07/2026 4:01:55 p. m.

Alternativa: Apoyo A LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO Y SUS ATRACTIVOS DURANTE LAS TEMPORADAS DE VACACIONES EN EL MUNICIPIO

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)	Administrativos	Finalización o interrupción del proyecto por motivos de orden público.	**Probabilidad:** 3. Moderado **Impacto:** 4. Mayor	Imposibilidad de continuar con la ejecución del proyecto	Fomentar un clima social y político favorable para la continuidad del proyecto mediante diálogos con actores clave
2-Componente (Productos)	Operacionales	Insuficiente alcance de la campaña promocional debido a problemas de comunicación o presupuesto limitado.	**Probabilidad:** 4. Probable **Impacto:** 3. Moderado	Baja visibilidad de Uribia como destino turístico competitivo	Ajustar el plan de medios para priorizar los canales más efectivos y gestionar apoyo financiero adicional si es necesario
3-Actividad y/o Entregable	Operacionales	Actividad/Entregable: Implementacion de estrategia de formación dirigido a emprendedores y operadores turísticos locales Riesgo: Baja participación de operadores turísticos y emprendedores locales en el evento	**Probabilidad:** 4. Probable **Impacto:** 3. Moderado	Dificultad para establecer alianzas comerciales y generar impacto en el sector turístico	Realizar una convocatoria anticipada, acompañada de incentivos para la participación y estrategias de comunicación directa con los actores clave

Alternativa: Apoyo A LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO Y SUS ATRACTIVOS DURANTE LAS TEMPORADAS DE VACACIONES EN EL MUNICIPIO

Ingresos y beneficios alternativa

01 - Ingresos y beneficios

Ingresos directos para los emprendedores Wayuu

Tipo: Beneficios

Medido a través de: Número

Bien producido: Otros

Razón Precio Cuenta (RPC): 0.80

Descripción Cantidad: Incremento proyectado de $300,000,000 COP anuales en ingresos directos para los emprendedores Wayuu, como resultado del aumento estimado del 20% en el flujo turístico hacia Uribia

Descripción Valor Unitario: El ingreso directo generado por cada turista adicional es de $150,000 COP, derivado de la compra de artesanías Wayuu, gastronomía tradicional y servicios turísticos ofrecidos

Periodo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
0	250,00	$300.000,00	$75.000.000,00
1	250,00	$350.000,00	$87.500.000,00

02 - Totales

Periodo	Total beneficios	Total
0	$75.000.000,00	$75.000.000,00
1	$87.500.000,00	$87.500.000,00

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	$60.000.000,0	$0,0	$0,0	$105.966.214,5	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0	$-45.966.214,5
1	$70.000.000,0	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0	$70.000.000,0

Impreso el 30/07/2026 4:01:55 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: Apoyo A LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO Y SUS ATRACTIVOS DURANTE LAS TEMPORADAS DE VACACIONES EN EL MUNICIPIO DE Uribia					
$18.253.968,97	52,29 %	$1,17	$211.932,43	$105.966.214,52	$10.376.813,65

Costo por capacidad

Producto	Costo unitario (valor presente)
Servicio de promoción turística (Producto principal del proyecto)	$105.966.214,52

03 - Decisión

Alternativa

Apoyo A LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO Y SUS ATRACTIVOS DURANTE LAS TEMPORADAS DE VACACIONES EN EL MUNICIPIO DE Uribia

04 - Alcance

Diseñar e implementar estrategias integrales de promoción turística estructuradas y sostenibles Servicio de promoción turística (Producto principal del proyecto) , Medido a través de: Número de campañas, Cantidad: 1 con el fin de Fortalecer la promoción del destino turístico de Uribia y sus atractivos principales durante las temporadas de vacaciones Campañas promocionales ejecutadas durante las temporadas de vacaciones, Número, 1 La Guajira, Uribia

Impreso el 30/07/2026 4:01:55 p. m.

Indicadores de producto

01 - Objetivo 1

1. Diseñar e implementar estrategias integrales de promoción turística estructuradas y sostenibles

Producto

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

Indicador

1.1.1 Campañas realizadas

Medido a través de: Número de campañas

Meta total: 1,0000

Fórmula:

Es acumulativo: No

Es Principal: Si

Tipo de Fuente: Informe

Fuente de Verificación: ACTA DE SUPERVISION

Programación de indicadores

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

Impreso el 30/07/2026 4:01:55 p. m.

Regionalización

Producto: Servicio de promoción turística (Producto principal del proyecto)

Región	Departamento	Municipio	Tipo de Agrupación	Agrupación	
Caribe	La Guajira	Uribia			
Periodo	**Costo Total**	**Costo Regionalizado**	**Meta Total**	**Meta Regionalizada**	**Beneficiarios**
0	130.000.000,00	130.000.000,00	1,0000	1,0000	500

Impreso el 30/07/2026 4:01:55 p. m.

Focalización

Política	Categoría	SubCategoría	Valor