



Datos básicos

01 - Datos básicos del proyecto

Nombre

Fortalecimiento del desarrollo turístico a través de la planeación sectorial y la promoción del turismo en el departamento de Magdalena

Código BPIN

Sector

Comercio, industria y turismo

Es Proyecto Tipo: No

Fecha creación: 02/11/2022 16:36:24

Identificador: 545390

Formulador:

Contribución a la política pública

01 - Contribución al Plan Nacional de Desarrollo

Plan

(2018-2022) Pacto por Colombia, pacto por la equidad

Estrategia Transversal

II. Pacto por el emprendimiento, la formalización y la productividad: una economía dinámica, incluyente y sostenible que potencie todos nuestros talentos

Linea

1. Entorno para crecer: formalización, emprendimiento y dinamización empresarial

Programa

3502 - Productividad y competitividad de las empresas colombianas

02 - Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

Magdalena Renace 2020 - 2023

Estrategia del Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

Revolución del empleo y la productividad

Programa del Plan Desarrollo Departamental o Sectorial

Renace el empleo y el turismo

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

Identificación y descripción del problema

Problema central

Insuficientes acciones para el fortalecimiento del desarrollo turístico regional en el departamento de Magdalena

Descripción de la situación existente con respecto al problema

El sector del turismo ha sido uno de los más afectados por la pandemia mundial provocada por el COVID-19 obligando a los países a limitar los viajes y el contacto social para evitar la propagación y las complicaciones de salud pública. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), la caída en los viajes internacionales presentó pérdidas de aproximadamente 1.3 billones de dólares, una cifra bastante alta. La pandemia puso en riesgo entre 100 a 120 millones de empleos turísticos, en su mayoría de pequeñas y medianas empresas. El turismo mundial en el 2020 registró su peor caída de llegadas internacionales del 73%. En Colombia el sector del turismo es un importante motor de crecimiento económico, desarrollo empresarial y creación de empleo, el cual no fue ajeno a la realidad global y evidenció un decrecimiento del -47.9% para los restaurantes y hoteles, un -58% para transporte y un -19.8% para recreación y cultura (DANE, 2020). Además, las cifras de turistas bajaron significativamente, llegando a tasas de caída de 69.1% en el 2020 con respecto al año 2019. (MinComercio, 2020) Esta situación ha puesto en riesgo a los prestadores de servicios turísticos ya que presentan pérdidas económicas aumentando la tasa de desempleo e informalidad en los departamentos. Según el Registro Nacional de Turismo, hasta el año 2019 el sector creció anualmente a un promedio del 18.9% y en el año 2020 decreció en un 4.4%, lo que indica que la pandemia ocasionó una contracción en la creación de empresas turísticas y la formalización.

Magnitud actual del problema – indicadores de referencia

A pesar de los diferentes atractivos turísticos que tiene el Departamento del Magdalena, gran parte de su demanda turística se focaliza en un turismo de playa y mar, que está evidenciando las limitaciones con el potencial de oferta turística del departamento. En este sentido, se ha generado unos bajos niveles de calidad en la prestación de servicios y guía turística, alta informalidad, limitada organización y coordinación de los operadores turísticos con herramientas tecnológicas, que permitan acercar al turista nacional e internacional con toda la oferta integral que posee este departamento. En línea con lo anterior, según la información del Centro de Pensamiento Turístico de Colombia, el departamento de Magdalena tiene un 11,6% de participación del PIB, existen 3.198 prestadores de servicios turísticos activos, y tiene un 11,16% de participación del turismo en el empleo (Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia - Departamentos 2020).

01 - Causas que generan el problema

Causas directas	Causas indirectas
1. Débil articulación en los instrumentos de política pública sectorial para el desarrollo del turismo	1.1 Bajos niveles de inversión para consolidar la oferta turística
2. Limitadas estrategias para la promoción y posicionamiento del potencial turístico del departamento	2.2 Insuficiente innovación tecnológica y marketing para posicionar los atractivos turísticos e identidad regional

02 - Efectos generados por el problema

Efectos directos	Efectos indirectos
1. Desarticulación de la oferta de prestadores de servicios turísticos locales	1.1 Baja oferta de servicios turísticos del departamento
2. Pérdidas económicas para los prestadores de servicios turísticos	2.2 Baja oferta de servicios turísticos del departamento Aumento del desempleo e informalidad

Identificación y análisis de participantes

01 - Identificación de los participantes

Participante	Contribución o Gestión
<p>Actor: Nacional</p> <p>Entidad: Ministerio De Comercio Industria Y Turismo - Gestión General</p> <p>Posición: Cooperante</p> <p>Intereses o Expectativas: Establecer los lineamientos de política pública con el apoyo del Viceministerio de Turismo</p>	Entidad nacional responsable de la viabilización del proyecto
<p>Actor: Departamental</p> <p>Entidad: Magdalena</p> <p>Posición: Cooperante</p> <p>Intereses o Expectativas: Apoyar con la gestión y ejecución de recursos para mejorar la infraestructura turística, con acciones de promoción y posicionamiento</p>	Apoyo en la formulación y gestión de recursos del proyecto
<p>Actor: Municipal</p> <p>Entidad: Santa Marta - Magdalena</p> <p>Posición: Cooperante</p> <p>Intereses o Expectativas: Apoyar con la implementación del proyecto</p>	Los empresarios del sector turismo de todo el departamento, se verán beneficiados de las acciones y actividades del proyecto
<p>Actor: Otro</p> <p>Entidad: Operadores turísticos</p> <p>Posición: Beneficiario</p> <p>Intereses o Expectativas: Apoyar la estrategia con la adquisición de conocimientos para la promoción, difusión y posicionamiento de los atractivos turísticos</p>	Se capacitarán y apoyarán técnicamente para mejorar sus productos y servicios, y puedan de manera complementaria, acceder a créditos para fortalecimiento de las actividades comerciales.

02 - Análisis de los participantes

En la formulación del proyecto se realizaron encuentros de participación para la identificación de necesidades y requerimientos priorizados para darle solución desde el proyecto, en este espacio las representaciones de diferentes organizaciones, asociaciones y directivos de la entidad territorial expusieron sus puntos, se llegó a consensos y se definieron alternativas para el trabajo en pro del desarrollo económico, turístico y social de la región.

Población afectada y objetivo

01 - Población afectada por el problema

Tipo de población

Personas

Número

52.690

Fuente de la información

Camara de Comercio de Santa Marta. En términos de individuos, hablamos de un total de 52.690 personas, teniendo como referencia la cantidad mínima de empleados por tamaño de empresa: Micro: 1 empleado; Pequeña: 11 empleados; Mediana: 51 de empleados; Grande: 201 empleados, de acuerdo con la clasificación de las empresas por su tamaño, descritos en el artículo 2 de la Ley 905 de 2004.

Localización

Ubicación general	Localización específica
Región: Caribe Departamento: Magdalena Municipio: Centro poblado: Resguardo:	

02 - Población objetivo de la intervención

Tipo de población

Personas

Número

5.269

Fuente de la información

Camara de Comercio de Santa Marta. Estimado de personas que laboran en las 479 empresas del sector turismo. De acuerdo con lo anterior, la población objetivo en personas serán 5.269 personas que corresponde el número máximo de empleados de una pequeña empresa, según el artículo 2 de la Ley 905 de 2004.

Localización

Ubicación general	Localización específica	Nombre del consejo comunitario
Región: Caribe Departamento: Magdalena Municipio: Centro poblado: Resguardo:		

5. Objetivos específicos

01 - Objetivo general e indicadores de seguimiento

Problema central

Insuficientes acciones para el fortalecimiento del desarrollo turístico regional en el departamento de Magdalena

Objetivo general – Propósito

Implementar acciones para el fortalecimiento del desarrollo turístico regional y local en el departamento de Magdalena.

Indicadores para medir el objetivo general

Indicador objetivo	Descripción	Fuente de verificación
Prestadores turísticos beneficiados en la reactivación del desarrollo turístico de la región	Medido a través de: Número Meta: 100 Tipo de fuente: Informe	Informe final de supervisión del proyecto

02 - Relaciones entre las causas y objetivos

Causa relacionada	Objetivos específicos
Causa directa 1 Débil articulación en los instrumentos de política pública sectorial para el desarrollo del turismo	Articular los instrumentos de política pública sectorial para el desarrollo del turismo
Causa indirecta 1.1 Bajos niveles de inversión para consolidar la oferta turística	Establecer la oferta y demanda turística del departamento
Causa directa 2 Limitadas estrategias para la promoción y posicionamiento del potencial turístico del departamento	Desarrollar estrategias para la promoción y posicionamiento del potencial turístico
Causa indirecta 2.1 Insuficiente innovación tecnológica y marketing para posicionar los atractivos turísticos e identidad regional	Efectuar el desarrollo de herramientas tecnológicas y estrategias de promoción de marketing digital



Alternativas de la solución

01 - Alternativas de la solución

Nombre de la alternativa	Se evaluará con esta herramienta	Estado
Implementación de un programa de señalización turística a partir de los atractivos	No	Completo
Implementar acciones para el fortalecimiento del desarrollo turístico regional	Si	Completo

Evaluaciones a realizar

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

Alternativa 1. Implementar acciones para el fortalecimiento del desarrollo turístico regional

Estudio de necesidades

01 - Bien o servicio

Bien o servicio

Implementación de estrategias que permitan consolidar a Magdalena como un destino Turístico

Medido a través de

Número

Descripción

La demanda hace referencia a las estrategias que son requeridas en el departamento de Magdalena y la oferta corresponde a las estrategias que han sido implementadas en el departamento de Magdalena.

Año	Oferta	Demanda	Déficit
2019	1,00	1,00	0,00
2020	1,00	1,00	0,00
2021	1,00	1,00	0,00
2022	1,00	1,00	0,00
2023	1,00	3,00	-2,00



Alternativa: Implementar acciones para el fortalecimiento del desarrollo turístico regional

Análisis técnico de la alternativa

01 - Análisis técnico de la alternativa

Análisis técnico de la alternativa

El proyecto pretende la implementar acciones que conlleven a fortalecer el desarrollo turístico regional y local de cada uno de los territorios con potencial del departamento, realizando un proceso de identificación de las condiciones de infraestructura que se cuenta para el desarrollo de la actividad turística, así como identificando la oferta y demanda de servicios del sector, para poder sistematizar el potencial turístico e implementar estrategias que permitan, la vinculación de tecnologías de la información y las comunicaciones en el sector, para que contribuyan y faciliten la promoción y posicionamiento de los destinos y atractivos que tiene el departamento, y se genere un desarrollo local a partir del fortalecimiento integral de la actividad turística que genera empleo y desarrollo sostenible.

Alternativa: Implementar acciones para el fortalecimiento del desarrollo turístico regional

Localización de la alternativa

01 - Localización de la alternativa

Ubicación general	Ubicación específica
Región: Caribe Departamento: Magdalena Municipio: Centro poblado: Resguardo: Latitud: Longitud:	

02 - Factores analizados

Aspectos administrativos y políticos,
Cercanía de fuentes de abastecimiento,
Disponibilidad de servicios públicos domiciliarios (Agua, energía y otros),
Disponibilidad y costo de mano de obra,
Factores ambientales,
Medios y costos de transporte,
Topografía

Alternativa: Implementar acciones para el fortalecimiento del desarrollo turístico regional

Cadena de valor de la alternativa

Costo total de la alternativa: \$ 2.330.132.199,00

1 - Objetivo específico 1 Costo: \$ 817.692.119

Articular los instrumentos de política pública sectorial para el desarrollo del turismo

Producto	Actividad
1.1 Documentos de planeación Medido a través de: Número de documentos Cantidad: 1,0000 Costo: \$ 817.692.119	1.1.1 Identificar las condiciones de infraestructura para el desarrollo turístico Costo: \$ 189.901.019 Etapas: Inversión Ruta crítica: No
	1.1.2 Establecer la oferta y demanda turística del departamento Costo: \$ 378.125.276 Etapas: Inversión Ruta crítica: No
	1.1.3 Consolidar y sistematizar el potencial turístico del departamento Costo: \$ 124.832.912 Etapas: Inversión Ruta crítica: Si
	1.1.4 Diseñar y/o actualizar las estrategias de intervención para adoptar la política sectorial turística Costo: \$ 124.832.912 Etapas: Inversión Ruta crítica: Si

2 - Objetivo específico 2 Costo: \$ 1.512.440.080

Desarrollar estrategias para la promoción y posicionamiento del potencial turístico



Producto	Actividad
<p>2.1 Servicio de promoción turística (Producto principal del proyecto)</p> <p>Medido a través de: Número de campañas</p> <p>Cantidad: 1,0000</p> <p>Costo: \$ 1.512.440.080</p>	<p>2.1.1 Diseñar herramientas tecnológicas para la articulación entre oferta y demanda de los destinos turísticos</p> <p>Costo: \$ 816.725.353</p> <p>Etapas: Inversión</p> <p>Ruta crítica: Si</p>
	<p>2.1.2 Implementar estrategia de articulación, relacionamiento y adecuada gestión de clientes por medio de las TICs a prestadores de servicios turísticos</p> <p>Costo: \$ 244.009.331</p> <p>Etapas: Inversión</p> <p>Ruta crítica: No</p>
	<p>2.1.3 Efectuar el desarrollo de la estrategia de promoción de marketing digital en torno a los destinos turísticos y la identidad regional</p> <p>Costo: \$ 245.664.696</p> <p>Etapas: Inversión</p> <p>Ruta crítica: Si</p>
	<p>2.1.4 Realizar administración</p> <p>Costo: \$ 62.040.700</p> <p>Etapas: Inversión</p> <p>Ruta crítica: No</p>
	<p>2.1.5 Realizar apoyo de supervisión</p> <p>Costo: \$ 144.000.000</p> <p>Etapas: Inversión</p> <p>Ruta crítica: No</p>

Alternativa: Implementar acciones para el fortalecimiento del desarrollo turístico regional

Actividad 1.1.1 Identificar las condiciones de infraestructura para el desarrollo turístico

Periodo	Mano de obra calificada	Materiales	Transporte
0	\$151.589.175,00	\$1.023.227,00	\$37.288.617,00
Total	\$151.589.175,00	\$1.023.227,00	\$37.288.617,00

Periodo	Total
0	\$189.901.019,00
Total	

Actividad 1.1.2 Establecer la oferta y demanda turística del departamento

Periodo	Mano de obra calificada	Materiales	Transporte
0	\$359.637.584,00	\$348.036,00	\$18.139.656,00
Total	\$359.637.584,00	\$348.036,00	\$18.139.656,00

Periodo	Total
0	\$378.125.276,00
Total	

Actividad 1.1.3 Consolidar y sistematizar el potencial turístico del departamento

Periodo	Mano de obra calificada	Transporte
0	\$106.731.154,00	\$18.101.758,00
Total	\$106.731.154,00	\$18.101.758,00

Periodo	Total
0	\$124.832.912,00
Total	

Actividad 1.1.4 Diseñar y/o actualizar las estrategias de intervención para adoptar la política sectorial turística

Periodo	Mano de obra calificada	Transporte
0	\$106.731.154,00	\$18.101.758,00
Total	\$106.731.154,00	\$18.101.758,00

Periodo	Total
0	\$124.832.912,00
Total	

Actividad 2.1.1 Diseñar herramientas tecnológicas para la articulación entre oferta y demanda de los destinos turísticos

Periodo	Servicios prestados a las empresas y servicios de producción
1	\$816.725.353,00
Total	\$816.725.353,00

Periodo	Total
1	\$816.725.353,00
Total	



Actividad 2.1.2 Implementar estrategia de articulación, relacionamiento y adecuada gestión de clientes por medio de las TICs a prestadores de servicios turísticos

Periodo	Materiales	Servicios prestados a las empresas y servicios de producción
1	\$696.073,00	\$243.313.258,00
Total	\$696.073,00	\$243.313.258,00

Periodo	Total
1	\$244.009.331,00
Total	

Actividad 2.1.3 Efectuar el desarrollo de la estrategia de promoción de marketing digital en torno a los destinos turísticos y la identidad regional

Periodo	Mano de obra calificada	Servicios prestados a las empresas y servicios de producción
1	\$177.885.257,00	\$67.779.439,00
Total	\$177.885.257,00	\$67.779.439,00

Periodo	Total
1	\$245.664.696,00
Total	



Actividad 2.1.4 Realizar administración

Periodo	Mano de obra calificada	Transporte
0	\$38.572.467,00	\$2.788.000,00
1	\$19.286.233,00	\$1.394.000,00
Total	\$57.858.700,00	\$4.182.000,00

Periodo	Total
0	\$41.360.467,00
1	\$20.680.233,00
Total	

Actividad 2.1.5 Realizar apoyo de supervisión

Periodo	Mano de obra calificada
0	\$96.000.000,00
1	\$48.000.000,00
Total	\$144.000.000,00

Periodo	Total
0	\$96.000.000,00
1	\$48.000.000,00
Total	

Alternativa: Implementar acciones para el fortalecimiento del desarrollo turístico regional

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)	De mercado	Baja oferta de proveedores que realicen APPs para el sector turístico	Probabilidad: 3. Moderado Impacto: 4. Mayor	Baja pluralidad de proveedores para contratar	Realizar invitaciones amplias y con suficiente antelación a proveedores nacionales para que presenten propuesta de servicios
2-Componente (Productos)	Financieros	Baja ejecución de recursos	Probabilidad: 4. Probable Impacto: 4. Mayor	Atraso en cronograma de entrega del proyecto	Establecer seguimiento mensual de recursos financieros pagados y desembolsados de acuerdo con programación mensual
	Sanitarios	Restricciones para la realización de talleres de carácter presencial o limiten su aforo	Probabilidad: 4. Probable Impacto: 3. Moderado	Modificación del número de talleres, que conlleve al aumento del presupuesto	Ampliar el número de talleres con reducción de participantes / realizar de forma virtual algunos talleres
3-Actividad	Operacionales	Problemas en la contratación de los servicios para la ejecución de las actividades	Probabilidad: 3. Moderado Impacto: 3. Moderado	Modificación en los cronogramas de trabajo	Realizar la planeación con tiempo para los procesos de contratación

Alternativa: Implementar acciones para el fortalecimiento del desarrollo turístico regional

Ingresos y beneficios alternativa

01 - Ingresos y beneficios

Aumento de ingresos de las familias que trabajan en el sector turismo con la implementación de estrategias de posicionamiento de los destinos turístico

Tipo: Beneficios

Medido a través de: Pesos

Bien producido: Otros

Razón Precio Cuenta (RPC): 0.80

Periodo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	6.323,00	\$20.000,00	\$126.460.000,00
2	6.955,00	\$21.200,00	\$147.446.000,00

Costo de pernoctación por turista en algún destino del departamento. La cantidad es el numero de turistas estimado que visitan un destino, y el valor unitario se estima con base en los costos de pernoctación por persona cada día.

Tipo: Ingresos

Medido a través de: Pesos

Bien producido: Otros

Razón Precio Cuenta (RPC): 0.80

Periodo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	15.620,00	\$60.000,00	\$937.200.000,00
2	15.620,00	\$63.600,00	\$993.432.000,00
3	15.620,00	\$67.416,00	\$1.053.037.920,00

02 - Totales

Periodo	Total beneficios	Total ingresos	Total
1	\$126.460.000,00	\$937.200.000,00	\$1.063.660.000,00
2	\$147.446.000,00	\$993.432.000,00	\$1.140.878.000,00
3		\$1.053.037.920,00	\$1.053.037.920,00



Alternativa 1

Flujo Económico

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	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$935.880.663,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$-935.880.663,0
1	\$850.928.000,0	\$0,0	\$0,0	\$1.149.091.027,7	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$-298.163.027,7
2	\$912.702.400,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$912.702.400,0
3	\$842.430.336,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$842.430.336,0

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: Implementar acciones para el fortalecimiento del desarrollo turístico regional					
\$209.289.413,40	17,09 %	\$1,11	\$377.698,35	\$1.990.092.614,96	\$64.601.083,22

Costo por capacidad

Producto	Costo unitario (valor presente)
Documentos de planeación	\$799.077.795,97
Servicio de promoción turística (Producto principal del proyecto)	\$1.191.014.818,99

03 - Decisión

Alternativa

Implementar acciones para el fortalecimiento del desarrollo turístico regional

Indicadores de producto

01 - Objetivo 1

1. Articular los instrumentos de política pública sectorial para el desarrollo del turismo

Producto

1.1. Documentos de planeación

Indicador

1.1.1 Documentos de planeación elaborados

Medido a través de: Número de documentos

Meta total: 1,0000

Fórmula:

Es acumulativo: No

Es Principal: Si

Programación de indicadores

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

02 - Objetivo 2

2. Desarrollar estrategias para la promoción y posicionamiento del potencial turístico



Producto

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

Indicador

2.1.1 Campañas realizadas

Medido a través de: Número de campañas

Meta total: 1,0000

Fórmula:

Es acumulativo: Si

Es Principal: Si

Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Meta por periodo
2	1,0000	Total:	1,0000



Indicador

2.1.2 Eventos de promoción realizados

Medido a través de: Número

Meta total: 1,0000

Fórmula:

Es acumulativo: Si

Es Principal: No

Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Meta por periodo
2	1,0000	Total:	1,0000



Indicadores de gestión

01 - Indicador por proyecto

Indicador

Campañas de promoción diseñadas

Medido a través de: Número

Código: 0200G059

Fórmula: Sumatoria de campañas diseñadas

Tipo de Fuente: Informe

Fuente de Verificación: Documento

Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Valor
1	1	Total:	1



Esquema financiero

01 - Clasificación presupuestal

Programa presupuestal

3502 - Productividad y competitividad de las empresas colombianas

Subprograma presupuestal

0200 INTERSUBSECTORIAL INDUSTRIA Y COMERCIO



02 - Resumen fuentes de financiación

Etapa	Entidad	Tipo Entidad	Tipo de Recurso	Período	Valor
Inversión	Región Caribe	Esquema asociativo territorial que presenta proyectos al SGR	SGR - Asignación para la inversión regional 40%	0	\$955.052.586,00
				1	\$1.375.079.613,00
				Total	\$2.330.132.199,00
	Total Inversión				\$2.330.132.199,00
Total					\$2.330.132.199,00

Resumen del proyecto

Resumen del proyecto

Resumen narrativo	Descripción	Indicadores	Fuente	Supuestos
Objetivo General	Implementar acciones para el fortalecimiento del desarrollo turístico regional y local en el departamento de Magdalena.	Prestadores turísticos beneficiados en la reactivación del desarrollo turístico de la región	Tipo de fuente: Informe Fuente: Informe final de supervisión del proyecto	Análisis de la demanda y oferta de las actividades de destino para identificar las necesidades y expectativas
Componentes (Productos)	1.1 Documentos de planeación	Documentos de planeación elaborados	Tipo de fuente: Informe Fuente: Informe de supervisión	Elaborar plan de acción del proyecto de acuerdo con las actividades de la cadena de valor.
	2.1 Servicio de promoción turística (Producto principal del proyecto)	Campañas realizadas	Tipo de fuente: Informe Fuente: informe de supervisión	Establecer Plan Operativo con métricas de medición física y financiera.
Actividades	1.1.1 - Identificar las condiciones de infraestructura para el desarrollo turístico 1.1.2 - Establecer la oferta y demanda turística del departamento 1.1.3 - Consolidar y sistematizar el potencial turístico del departamento(*) 1.1.4 - Diseñar y/o actualizar las estrategias de intervención para adoptar la política sectorial turística(*)	Nombre: Campañas de promoción diseñadas Unidad de Medida: Número Meta: 1.0000	Tipo de fuente: Fuente:	
	2.1.1 - Diseñar herramientas tecnológicas para la articulación entre oferta y demanda de los destinos turísticos(*) 2.1.2 - Implementar estrategia de articulación, relacionamiento y adecuada gestión de clientes por medio de las TICs a prestadores de servicios turísticos 2.1.3 - Efectuar el desarrollo de la estrategia de promoción de marketing digital en torno a los destinos turísticos y la identidad regional(*) 2.1.4 - Realizar administración 2.1.5 - Realizar apoyo de supervisión		Tipo de fuente: Fuente:	Diseñar plan de contratación con antelación para completar la totalidad del equipo.

(*) Actividades con ruta crítica