



## Datos básicos

### 01 - Datos básicos del proyecto

#### Nombre

Apoyo y fortalecimiento a los prestadores de servicios y al producto turístico del municipio de Ibagué

#### Código BPIN

2020730010049

#### Sector

Comercio, industria y turismo

**Es Proyecto Tipo:** No

**Fecha creación:** 03/07/2020 15:08:45

**Identificador:** 282402

**Formulador:** LIBARDO CASTIBLANCO LOZADA

## Contribución a la política pública

### 01 - Contribución al Plan Nacional de Desarrollo

#### Plan

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

#### Estrategia Transversal

3002 - II. Pacto por el emprendimiento, la formalización y la productividad: una economía dinámica, incluyente y sostenible que potencie todos nuestros talentos

#### Línea

300201 - 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

El Tolima Nos Une 2020 -2023

#### Estrategia del Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

Pilar: Competitividad

Política: Tolima Tierra de oportunidades

#### Programa del Plan Desarrollo Departamental o Sectorial

Emprenderismo y fortalecimiento empresarial

### 03 - Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

#### Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

Ibagué Vibra 2020 - 2023

#### Estrategia del Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

Dimensión (2) Ibagué Económica y Productiva.

Sector (7) Turismo.

#### Programa del Plan desarrollo Distrital o Municipal

Productividad y Competitividad de las Empresas Colombianas.

Sub Programa (1) Viaja Conoce y Vibra.

Sub Programa (2) Fortalecimiento de Capital Humano y de Producto Turístico.

### 04 - Instrumentos de planeación de grupos étnicos

#### Tipo de entidad



El futuro  
es de todos

DNP  
Departamento  
Nacional de Planeación

### Instrumentos de planeación de grupos étnicos

## Identificación y descripción del problema

### Problema central

Bajo nivel de competitividad y sostenibilidad de los actores y productos turísticos del Municipio de Ibagué.

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

Los actores y productos turísticos del Municipio de Ibagué, presentan múltiples falencias debido a la carencia de herramientas; entre las cuales se destacan, la falta de formación y preparación en áreas de turismo y comercio, la falta de valor agregado en el producto turístico, la débil infraestructura turística, la falta de promoción de los destinos y productos turísticos, la falta de articulación entre la cadena de valor, la ausencia de sistemas de información turística, entre otros elementos; que impiden la generación de condiciones óptimas, para el adecuado desempeño de su labor en el sector, para lo cual es indispensable generar oportunidades que garanticen una mayor capacidad para la prestación de servicios turísticos, enmarcado en estándares de calidad; permitiendo a su vez, potencializar el ecosistema turístico y la competitividad, para la productividad y la empleabilidad.

### Magnitud actual del problema – indicadores de referencia

En el comparativo nacional por departamentos, el Tolima ocupa el puesto 14 entre 31, en el ranking del índice de competitividad turística, este indicador puede tomarse como referencia para Ibagué y marca un derrotero en las acciones que permitirán fortalecer este importante sector de la economía.



## 01 - Causas que generan el problema

Causas directas	Causas indirectas
1. Débil Posicionamiento del Municipio como destino turístico.	1.1 Poca participación en eventos y espacios de visibilización como ferias y festivales.
	1.2 Falta de estrategias de promoción y marketing digital.
2. Débil estructura turística.	2.1 Ausencia de sistemas de información turística.
	2.3 Débiles rutas turísticas.
	2.2 No conformidades pendientes por subsanar.
	2.5 Falta de formación y proyección empresarial de los actores del sector turismo.
	2.4 Ausencia de campañas de prevención en temas como el turismo sexual.

## 02 - Efectos generados por el problema

Efectos directos	Efectos indirectos
1. Poco atractivo turístico del municipio y disminución de turistas.	1.1 Desconocimiento del producto, la oferta y los atributos turísticos a nivel nacional e internacional.
	1.2 Disminución de oportunidades de comercialización y de promoción del producto y la oferta turística.
2. Desarticulación de la cadena de valor, y la falta de elementos de identidad como atractivo del producto y la oferta turística.	2.1 Desconocimiento del producto y la oferta turística.
	2.2 Desaprovechamiento de herramientas por la consolidación de destino turístico.
	2.3 Disminución de turistas e ingresos.
	2.4 Explotación sexual turística.
	2.5 Informalidad Deficiente prestación del servicio, y baja calidad del producto y la oferta turística.



## Identificación y análisis de participantes

### 01 - Identificación de los participantes

Participante	Contribución o Gestión
<p><b>Actor:</b> Departamental</p> <p><b>Entidad:</b> Tolima</p> <p><b>Posición:</b> Cooperante</p> <p><b>Intereses o Expectativas:</b> Cooperar en la realización de actividades conjuntas que permitan la consecución de los objetivos generales y específicos planteados en el proyecto.</p>	<p>Aportar en la realización del proyecto con recursos y capacidad humana, técnica, administrativa y financiera.</p>
<p><b>Actor:</b> Municipal</p> <p><b>Entidad:</b> Ibagué - Tolima</p> <p><b>Posición:</b> Cooperante</p> <p><b>Intereses o Expectativas:</b> Cooperar en la realización de actividades conjuntas que permitan la consecución de los objetivos planteados en el proyecto.</p>	<p>Aportar en la realización del proyecto con recursos y capacidad humana, técnica, administrativa y financiera.</p>
<p><b>Actor:</b> Otro</p> <p><b>Entidad:</b> Corporaciones y ESAL</p> <p><b>Posición:</b> Cooperante</p> <p><b>Intereses o Expectativas:</b> Aportar en la realización de actividades conjuntas que permitan la consecución de los objetivos planteados en el proyecto.</p>	<p>Aportar en la realización del proyecto con recursos y capacidad humana, técnica, administrativa y financiera.</p>
<p><b>Actor:</b> Nacional</p> <p><b>Entidad:</b> Ministerio De Comercio Industria Y Turismo - Gestión General</p> <p><b>Posición:</b> Cooperante</p> <p><b>Intereses o Expectativas:</b> Cooperar en la realización de actividades conjuntas que permitan la consecución de los objetivos planteados en el proyecto.</p>	<p>Aportar en la realización del proyecto con recursos y capacidad humana, técnica, administrativa y financiera.</p>
<p><b>Actor:</b> Otro</p> <p><b>Entidad:</b> Empresa Privada</p> <p><b>Posición:</b> Cooperante</p> <p><b>Intereses o Expectativas:</b> Participar activa y solidariamente en la realización de actividades bajo un enfoque de responsabilidad social empresarial.</p>	<p>Contribución con capacidad operativa, técnica, administrativa y financiera para la realización de acciones, estrategias que propendan por el desarrollo económico del municipio.</p>



<p><b>Actor:</b> Otro</p> <p><b>Entidad:</b> Proveedores de Bienes y Servicios</p> <p><b>Posición:</b> Cooperante</p> <p><b>Intereses o Expectativas:</b> Concurrir en los procesos que se adelanten en el marco del proyecto con la finalidad de aprovisionarse de los bienes y servicios que se requieran para la consecución de los objetivos planteados.</p>	<p>Contribución operativa para la comercialización de los bienes, insumos y servicios que se requieran en los diferentes procesos que se adelanten.</p>
<p><b>Actor:</b> Otro</p> <p><b>Entidad:</b> Universidades</p> <p><b>Posición:</b> Cooperante</p> <p><b>Intereses o Expectativas:</b> Cooperar en la realización de actividades conjuntas que permitan la consecución de los objetivos planteados en el proyecto.</p>	<p>Aportar en la realización del proyecto con recursos y capacidad humana, técnica, administrativa y financiera.</p>
<p><b>Actor:</b> Otro</p> <p><b>Entidad:</b> Prestadores de Servicios Turísticos</p> <p><b>Posición:</b> Beneficiario</p> <p><b>Intereses o Expectativas:</b> Contar con la oferta institucional necesaria para el fortalecimiento de sus competencias y del producto que ofertan en el mercado turístico.</p>	<p>Participar de manera activa, en los procesos, programas, estrategias y acciones, que se desarrollen en aras de fortalecer sus competencias y el producto que ofertan en el mercado turístico.</p>
<p><b>Actor:</b> Otro</p> <p><b>Entidad:</b> Ciudadanía</p> <p><b>Posición:</b> Beneficiario</p> <p><b>Intereses o Expectativas:</b> Contar con la oferta institucional necesaria para la garantizar el fortalecimiento de los prestadores de servicios y del producto turístico del municipio.</p>	<p>Apoyar con la participación activa, el uso y promoción de los prestadores de servicios y el producto turístico de la región.</p>

## 02 - Análisis de los participantes

Fortalecer los destinos turísticos locales, promover productos turísticos de alto valor, impulsar el turismo doméstico utilizando como estrategia envolvente el Turismo de Naturaleza, promocionar los destinos y productos turísticos, trabajar articuladamente con las respectivas entidades aliadas los temas de normatividad y seguridad asociados al turismo, la infraestructura y la conectividad, el talento humano, la inversión y financiamiento y el fortalecimiento institucional.

## Población afectada y objetivo

### 01 - Población afectada por el problema

#### Tipo de población

Personas

#### Número

1.696

#### Fuente de la información

Cámara de Comercio de Ibagué, Cotelco Tolima. 2020

#### Localización

Ubicación general	Localización específica
<b>Región:</b> Centro Oriente <b>Departamento:</b> Tolima <b>Municipio:</b> Ibagué <b>Centro poblado:</b> Urbano <b>Resguardo:</b>	Ibagué y los corregimientos y veredas que lo conforman.

### 02 - Población objetivo de la intervención

#### Tipo de población

Personas

#### Número

521

#### Fuente de la información

Cámara de Comercio de Ibagué, Cotelco Tolima. 2020 Plan de Desarrollo Municipal Ibagué Vibra 2020-2023.

#### Localización

Ubicación general	Localización específica	Nombre del consejo comunitario
<b>Región:</b> Centro Oriente <b>Departamento:</b> Tolima <b>Municipio:</b> Ibagué <b>Centro poblado:</b> Urbano <b>Resguardo:</b>	Ibagué y los corregimientos y veredas que lo conforman.	





### 03 - Características demográficas de la población objetivo

#### Características demográficas de la población objetivo

Clasificación	Detalle	Número de personas	Fuente de la información
Etaria (Edad)	20 a 59 años	521	Cámara de Comercio de Ibagué, Cotelco Tolima.



## 5. Objetivos específicos

### 01 - Objetivo general e indicadores de seguimiento

#### Problema central

Bajo nivel de competitividad y sostenibilidad de los actores y productos turísticos del Municipio de Ibagué.

#### Objetivo general – Propósito

Mejorar la Competitividad y Sostenibilidad de los actores y productos turísticos del municipio de Ibagué.

#### Indicadores para medir el objetivo general

Indicador objetivo	Descripción	Fuente de verificación
Prestadores de servicios y productos turísticos optimizados y fortalecidos.	<b>Medido a través de:</b> Número <b>Meta:</b> 521 <b>Tipo de fuente:</b> Informe	Informes de gestión, evaluación y seguimiento.

### 02 - Relaciones entre las causas y objetivos

Causa relacionada	Objetivos específicos
<b>Causa directa 1</b> Débil Posicionamiento del Municipio como destino turístico.	Posicionar a Ibagué como destino turístico.
<b>Causa indirecta 1.1</b> Poca participación en eventos y espacios de visibilización como ferias y festivales.	Estructurar y Participar de manera virtual y/o presencial en ferias y/o festivales locales, nacionales e internacionales.
<b>Causa indirecta 1.2</b> Falta de estrategias de promoción y marketing digital.	Implementar estrategias de promoción turística y marketing digital.
<b>Causa directa 2</b> Débil estructura turística.	Fortalecer el tejido empresarial y la infraestructura turística.
<b>Causa indirecta 2.1</b> Ausencia de sistemas de información turística.	Implementación del Sistema de Información turística de Ibagué.
<b>Causa indirecta 2.2</b> No conformidades pendientes por subsanar.	Recertificación de destino turístico.
<b>Causa indirecta 2.3</b> Débiles rutas turísticas.	Fortalecer rutas turísticas existentes.
<b>Causa indirecta 2.4</b> Ausencia de campañas de prevención en temas como el turismo sexual.	Realizar Campañas de turismo responsable que involucre prevención de explotación sexual, comercial en niños, niñas y adolescentes (ESCNNA).
<b>Causa indirecta 2.5</b> Falta de formación y proyección empresarial de los actores del sector turismo.	Capacitar actores del sector turismo.



## Alternativas de la solución

### 01 - Alternativas de la solución

Nombre de la alternativa	Se evaluará con esta herramienta	Estado
Promocionar a Ibagué como destino turístico, formando y preparando a los prestadores de servicios turísticos, en capacidades tecnológicas y de innovación con productos turísticos de alto valor, y con el fortalecimiento de la infraestructura turística	Si	Completo

#### Evaluaciones a realizar

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

**Alternativa 1. Promocionar a Ibagué como destino turístico, formando y preparando a los prestadores de servicios turísticos, en capacidades tecnológicas y de innovación con productos turísticos de alto valor, y con el fortalecimiento de la infraestructura turística**

**Estudio de necesidades**

**01 - Bien o servicio**

**Bien o servicio**

Apoyo y Fortalecimiento a los prestadores y el producto turístico.

**Medido a través de**

Número

**Descripción**

Promocionar a Ibagué como destino turístico, formando y preparando a los prestadores de servicios turísticos, en capacidades tecnológicas y de innovación con productos turísticos de alto valor.

Año	Oferta	Demanda	Déficit
2020	180,00	521,00	-341,00
2021	134,00	341,00	-207,00
2022	104,00	207,00	-103,00
2023	103,00	103,00	0,00



**Alternativa:** Promocionar a Ibagué como destino turístico, formando y preparando a los prestadores de servicios turísticos, en capacidades tecnológicas y de innovación con productos turísticos de alto valor, y con el fortalecimiento de la infraestructura turística.

## Análisis técnico de la alternativa

### 01 - Análisis técnico de la alternativa

#### Análisis técnico de la alternativa

Promocionar a Ibagué como destino turístico, formando y preparando a los prestadores de servicios turísticos, en capacidades tecnológicas y de innovación con productos turísticos de alto valor, y con el fortalecimiento de la infraestructura turística; en aras de aumentar la productividad, competitividad y sostenibilidad, de los actores y la oferta turística del municipio; a través de la implementación de acciones y estrategias que permitan fortalecer e impulsar este sector económico en el municipio; y los aspectos asociados a su potencialización, como estrategia de direccionamiento, partiendo de una estructura definida por servicios (viajes y reservas, transporte, alojamiento, bebidas y comida, artesanías y compras, activos turísticos, actividades de ocio y servicios de apoyo).

Aunado a lo anterior, se hace necesario fortalecer los destinos turísticos locales, promover productos turísticos de alto valor, impulsar el turismo doméstico utilizando como estrategia envolvente el Turismo de Naturaleza, promocionar los destinos y productos turísticos, trabajar articuladamente con las respectivas entidades aliadas, los temas de normatividad y seguridad asociados al turismo, la infraestructura y la conectividad, el talento humano, la inversión y financiamiento y el fortalecimiento institucional.

Es por ello que, se dispondrán diversas acciones como, la estructuración y participación de manera virtual y/o presencial en ferias y/o festivales locales, nacionales e internacionales; la implementación de una estrategia de promoción turística y marketing digital; el fortalecimiento de Capital Humano y del Producto Turístico; lo cual se centra en la dinámica de intervención de los actores del sector Turismo, con acciones que contribuyan a la generación de confianza, factor indispensable en el modelo turístico planteado. Es de vital importancia avanzar en proyectos de infraestructura, información turística, normatividad y formalización y demás ejes transversales.



**Alternativa:** Promocionar a Ibagué como destino turístico, formando y preparando a los prestadores de servicios turísticos, en capacidades tecnológicas y de innovación con

## Localización de la alternativa

### 01 - Localización de la alternativa

Ubicación general	Ubicación específica
<b>Región:</b> Centro Oriente <b>Departamento:</b> Tolima <b>Municipio:</b> Ibagué <b>Centro poblado:</b> Urbano <b>Resguardo:</b> <b>Latitud:</b> <b>Longitud:</b>	Municipio de Ibagué y los corregimientos y veredas que lo conforman.

### 02 - Factores analizados

Aspectos administrativos y políticos,  
Cercanía a la población objetivo,  
Factores ambientales,  
Medios y costos de transporte,  
Otros,  
Comunicaciones,  
Disponibilidad y costo de mano de obra

**Alternativa:** Promocionar a Ibagué como destino turístico, formando y preparando a los prestadores de servicios turísticos, en capacidades tecnológicas y de innovación con

## Cadena de valor de la alternativa

**Costo total de la alternativa:** \$ 2.227.993.086,00

### 1 - Objetivo específico 1 Costo: \$ 474.983.740

Posicionar a Ibagué como destino turístico.

Producto	Actividad
<b>1.1 Servicio de promoción turística</b>  <b>Medido a través de:</b> Número de campañas  <b>Cantidad:</b> 12,0000  <b>Costo:</b> \$ 224.983.740	<b>1.1.1 - Adquirir la logística, servicios, productos y otros relacionados, para la producción, coordinación, promoción y participación en ferias y festivales.</b>  <b>Costo:</b> \$ 175.000.000  <b>Etapas:</b> Inversión  <b>Ruta crítica:</b> Si
	<b>1.1.2 - Brindar asistencia técnica, capacitación y acompañamiento a participantes.</b>  <b>Costo:</b> \$ 49.983.740  <b>Etapas:</b> Inversión  <b>Ruta crítica:</b> No
<b>1.2 Servicio de asistencia técnica y acompañamiento productivo y empresarial</b>  <b>Medido a través de:</b> Número de personas  <b>Cantidad:</b> 1,0000  <b>Costo:</b> \$ 250.000.000	<b>1.2.1 - Adquirir el desarrollo, hosting, mantenimiento y otros relacionados, para plataformas y aplicaciones digitales.</b>  <b>Costo:</b> \$ 55.000.000  <b>Etapas:</b> Inversión  <b>Ruta crítica:</b> No
	<b>1.2.2 - Garantizar la asistencia técnica en comunicaciones, publicidad, promoción, marketing digital, community y social media manager.</b>  <b>Costo:</b> \$ 95.000.000  <b>Etapas:</b> Inversión  <b>Ruta crítica:</b> No
	<b>1.2.3 - Realizar la formulación, promoción y actualización de un portafolio de servicios y productos turísticos.</b>  <b>Costo:</b> \$ 50.000.000  <b>Etapas:</b> Inversión  <b>Ruta crítica:</b> No



Producto	Actividad
<p><b>1.2</b> Servicio de asistencia técnica y acompañamiento productivo y empresarial</p> <p><b>Medido a través de:</b> Número de personas</p> <p><b>Cantidad:</b> 1,0000</p> <p><b>Costo:</b> \$ 250.000.000</p>	<p><b>1.2.4</b> - Adquirir los servicios, productos y elementos que se requieran para la promoción y marketing del municipio.</p> <p><b>Costo:</b> \$ 50.000.000</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> Si</p>

**2 - Objetivo específico 2 Costo: \$ 1.753.009.346**

Fortalecer el tejido empresarial y la infraestructura turística.

Producto	Actividad
<p><b>2.1</b> Servicio de asistencia técnica para mejorar la competitividad de los sectores productivos</p> <p><b>Medido a través de:</b> Número de proyectos</p> <p><b>Cantidad:</b> 1,0000</p> <p><b>Costo:</b> \$ 197.999.999</p>	<p><b>2.1.1</b> - Implementar el sistema de información, seguimiento y posicionamiento, a través de los medios digitales y tecnológicos que se requieran.</p> <p><b>Costo:</b> \$ 66.000.000</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> Si</p>
	<p><b>2.1.2</b> - Garantizar estrategias y acciones para realizar seguimiento y actualización a la dinámica de la oferta, demanda y otros factores relevantes del mercado turístico; así como estadísticas, entre otros.</p> <p><b>Costo:</b> \$ 91.000.000</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> No</p>
	<p><b>2.1.3</b> Dotar y adecuar puntos de información turística, con equipos, elementos, materiales y otros relacionados.</p> <p><b>Costo:</b> \$ 40.999.999</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> No</p>
<p><b>2.2</b> Documentos de lineamientos técnicos</p> <p><b>Medido a través de:</b> Número de documentos</p> <p><b>Cantidad:</b> 1,0000</p> <p><b>Costo:</b> \$ 130.999.999</p>	<p><b>2.2.1</b> - Garantizar el servicio de auditoría y asistencia técnica en calidad y sostenibilidad.</p> <p><b>Costo:</b> \$ 40.333.333</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> Si</p>





Producto	Actividad
<p><b>2.2 Documentos de lineamientos técnicos</b></p> <p><b>Medido a través de:</b> Número de documentos</p> <p><b>Cantidad:</b> 1,0000</p> <p><b>Costo:</b> \$ 130.999.999</p>	<p><b>2.2.2 - Brindar asistencia técnica y capacitación en normas técnicas, a los actores turísticos.</b></p> <p><b>Costo:</b> \$ 30.333.333</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> No</p> <hr/> <p><b>2.2.3 - Generar e implementar planes de mejora, para el otorgamiento de certificaciones.</b></p> <p><b>Costo:</b> \$ 60.333.333</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> No</p>
<p><b>2.3 Servicio de circuito turístico</b></p> <p><b>Medido a través de:</b> Número de recorridos</p> <p><b>Cantidad:</b> 2,0000</p> <p><b>Costo:</b> \$ 685.699.185</p>	<p><b>2.3.1 - Realizar diagnóstico, adecuación, mejoramiento y mantenimiento a la infraestructura de rutas, corredores y lugares de interés turístico y otros relacionados.</b></p> <p><b>Costo:</b> \$ 237.139.837</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> Si</p> <hr/> <p><b>2.3.2 - Brindar asistencia técnica y capacitación a los actores de turismo.</b></p> <p><b>Costo:</b> \$ 77.139.837</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> No</p> <hr/> <p><b>2.3.3 - Diseñar y desarrollar estrategias de promoción y divulgación turística, para fomentar el posicionamiento de productos y destino turístico.</b></p> <p><b>Costo:</b> \$ 77.139.837</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> No</p> <hr/> <p><b>2.3.4 - Fortalecer actores del sector turismo con herramientas que permitan la optimización del servicio y el producto turístico y/o con capital semilla.</b></p> <p><b>Costo:</b> \$ 147.139.837</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> No</p>



Producto	Actividad
<p><b>2.3 Servicio de circuito turístico</b></p> <p><b>Medido a través de:</b> Número de recorridos</p> <p><b>Cantidad:</b> 2,0000</p> <p><b>Costo:</b> \$ 685.699.185</p>	<p><b>2.3.5 - Realizar apoyo a la supervisión, acompañamiento y seguimiento técnico, jurídico y financiero.</b></p> <p><b>Costo:</b> \$ 147.139.837</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> No</p>
<p><b>2.4 Servicio de educación informal</b></p> <p><b>Medido a través de:</b> Número de cursos</p> <p><b>Cantidad:</b> 4,0000</p> <p><b>Costo:</b> \$ 35.000.000</p>	<p><b>2.4.1 - Realizar procesos de sensibilización, divulgación y promoción de estrategias y campañas de prevención.</b></p> <p><b>Costo:</b> \$ 15.000.000</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> Si</p> <p><b>2.4.2 - Desarrollar campañas y planes de acción de responsabilidad social empresarial en contra de la explotación sexual infantil y otros con fines turísticos.</b></p> <p><b>Costo:</b> \$ 10.000.000</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> No</p> <p><b>2.4.3 - Gestionar la articulación interinstitucional con entidades competentes, para la generación de estrategias de prevención y rutas de atención.</b></p> <p><b>Costo:</b> \$ 10.000.000</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> No</p>
<p><b>2.5 Servicio de educación informal en asuntos turísticos</b></p> <p><b>Medido a través de:</b> Número de personas</p> <p><b>Cantidad:</b> 500,0000</p> <p><b>Costo:</b> \$ 703.310.163</p>	<p><b>2.5.1 - Brindar asistencia técnica y capacitación a los actores de la cadena de valor turística, para el fortalecimiento de los servicios y productos turísticos.</b></p> <p><b>Costo:</b> \$ 327.265.041</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> Si</p> <p><b>2.5.2 - Desarrollar estrategias de apropiación y empoderamiento de herramientas para el fortalecimiento del producto turístico.</b></p> <p><b>Costo:</b> \$ 225.915.041</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> No</p>



Producto	Actividad
<p><b>2.5</b> Servicio de educación informal en asuntos turísticos</p> <p><b>Medido a través de:</b> Número de personas</p> <p><b>Cantidad:</b> 500,0000</p> <p><b>Costo:</b> \$ 703.310.163</p>	<p><b>2.5.3</b> - Realizar ruedas de negocios, ferias y eventos comerciales, con el fin de dar a conocer y posicionar los servicios y productos turísticos.</p> <p><b>Costo:</b> \$ 62.565.041</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> No</p> <p><b>2.5.4</b> - Realizar Acompañamiento y seguimiento técnico, jurídico y financiero.</p> <p><b>Costo:</b> \$ 87.565.040</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta crítica:</b> No</p>



**Alternativa:** Promocionar a Ibagué como destino turístico, formando y preparando a los prestadores de servicios turísticos, en capacidades tecnológicas y de innovación con productos

### Actividad 1.1.1 - Adquirir la logística, servicios, productos y otros relacionados, para la producción, coordinación, promoción y participación en ferias y festivales.

Periodo	Mano de obra calificada	Servicios prestados a las empresas y servicios de producción
0	\$25.000.000,00	
1	\$40.000.000,00	\$10.000.000,00
2	\$30.000.000,00	\$20.000.000,00
3	\$30.000.000,00	\$20.000.000,00
<b>Total</b>	<b>\$125.000.000,00</b>	<b>\$50.000.000,00</b>

Periodo	Total
0	\$25.000.000,00
1	\$50.000.000,00
2	\$50.000.000,00
3	\$50.000.000,00
<b>Total</b>	

### Actividad 1.1.2 - Brindar asistencia técnica, capacitación y acompañamiento a participantes.

Periodo	Mano de obra calificada
1	\$10.000.000,00
2	\$17.479.675,00
3	\$22.504.065,00
<b>Total</b>	<b>\$49.983.740,00</b>

Periodo	Total
1	\$10.000.000,00
2	\$17.479.675,00
3	\$22.504.065,00
<b>Total</b>	



**Actividad 1.2.1 - Adquirir el desarrollo, hosting, mantenimiento y otros relacionados, para plataformas y aplicaciones digitales.**

Periodo	Mano de obra calificada
1	\$5.000.000,00
2	\$25.000.000,00
3	\$25.000.000,00
<b>Total</b>	<b>\$55.000.000,00</b>

Periodo	Total
1	\$5.000.000,00
2	\$25.000.000,00
3	\$25.000.000,00
<b>Total</b>	

**Actividad 1.2.2 - Garantizar la asistencia técnica en comunicaciones, publicidad, promoción, marketing digital, community y social media manager.**

Periodo	Mano de obra calificada
1	\$45.000.000,00
2	\$25.000.000,00
3	\$25.000.000,00
<b>Total</b>	<b>\$95.000.000,00</b>

Periodo	Total
1	\$45.000.000,00
2	\$25.000.000,00
3	\$25.000.000,00
<b>Total</b>	



### Actividad 1.2.3 - Realizar la formulación, promoción y actualización de un portafolio de servicios y productos turísticos.

Periodo	Mano de obra calificada
2	\$25.000.000,00
3	\$25.000.000,00
<b>Total</b>	<b>\$50.000.000,00</b>

Periodo	Total
2	\$25.000.000,00
3	\$25.000.000,00
<b>Total</b>	

### Actividad 1.2.4 - Adquirir los servicios, productos y elementos que se requieran para la promoción y marketing del municipio.

Periodo	Mano de obra calificada
2	\$25.000.000,00
3	\$25.000.000,00
<b>Total</b>	<b>\$50.000.000,00</b>

Periodo	Total
2	\$25.000.000,00
3	\$25.000.000,00
<b>Total</b>	



**Actividad 2.1.1 - Implementar el sistema de información, seguimiento y posicionamiento, a través de los medios digitales y tecnológicos que se requieran.**

Periodo	Mano de obra calificada
1	\$25.000.000,00
2	\$24.666.667,00
3	\$16.333.333,00
<b>Total</b>	<b>\$66.000.000,00</b>

Periodo	Total
1	\$25.000.000,00
2	\$24.666.667,00
3	\$16.333.333,00
<b>Total</b>	

**Actividad 2.1.2 - Garantizar estrategias y acciones para realizar seguimiento y actualización a la dinámica de la oferta, demanda y otros factores relevantes del mercado turístico; así como estadísticas, entre otros.**

Periodo	Mano de obra calificada
1	\$50.000.000,00
2	\$24.666.667,00
3	\$16.333.333,00
<b>Total</b>	<b>\$91.000.000,00</b>

Periodo	Total
1	\$50.000.000,00
2	\$24.666.667,00
3	\$16.333.333,00
<b>Total</b>	



**Actividad 2.1.3 Dotar y adecuar puntos de información turística, con equipos, elementos, materiales y otros relacionados.**

Periodo	Mano de obra calificada
2	\$24.666.666,00
3	\$16.333.333,00
<b>Total</b>	<b>\$40.999.999,00</b>

Periodo	Total
2	\$24.666.666,00
3	\$16.333.333,00
<b>Total</b>	

**Actividad 2.2.1 - Garantizar el servicio de auditoría y asistencia técnica en calidad y sostenibilidad.**

Periodo	Mano de obra calificada
1	\$20.000.000,00
2	\$16.333.333,00
3	\$4.000.000,00
<b>Total</b>	<b>\$40.333.333,00</b>

Periodo	Total
1	\$20.000.000,00
2	\$16.333.333,00
3	\$4.000.000,00
<b>Total</b>	





### Actividad 2.2.2 - Brindar asistencia técnica y capacitación en normas técnicas, a los actores turísticos.

Periodo	Mano de obra calificada
1	\$10.000.000,00
2	\$16.333.333,00
3	\$4.000.000,00
<b>Total</b>	<b>\$30.333.333,00</b>

Periodo	Total
1	\$10.000.000,00
2	\$16.333.333,00
3	\$4.000.000,00
<b>Total</b>	

### Actividad 2.2.3 - Generar e implementar planes de mejora, para el otorgamiento de certificaciones.

Periodo	Mano de obra calificada
1	\$40.000.000,00
2	\$16.333.333,00
3	\$4.000.000,00
<b>Total</b>	<b>\$60.333.333,00</b>

Periodo	Total
1	\$40.000.000,00
2	\$16.333.333,00
3	\$4.000.000,00
<b>Total</b>	



**Actividad 2.3.1 - Realizar diagnóstico, adecuación, mejoramiento y mantenimiento a la infraestructura de rutas, corredores y lugares de interés turístico y otros relacionados.**

Periodo	Mano de obra calificada
0	\$160.000.000,00
2	\$38.139.837,00
3	\$39.000.000,00
<b>Total</b>	<b>\$237.139.837,00</b>

Periodo	Total
0	\$160.000.000,00
2	\$38.139.837,00
3	\$39.000.000,00
<b>Total</b>	

**Actividad 2.3.2 - Brindar asistencia técnica y capacitación a los actores de turismo.**

Periodo	Mano de obra calificada
2	\$38.139.837,00
3	\$39.000.000,00
<b>Total</b>	<b>\$77.139.837,00</b>

Periodo	Total
2	\$38.139.837,00
3	\$39.000.000,00
<b>Total</b>	



**Actividad 2.3.3 - Diseñar y desarrollar estrategias de promoción y divulgación turística, para fomentar el posicionamiento de productos y destino turístico.**

Periodo	Mano de obra calificada
2	\$38.139.837,00
3	\$39.000.000,00
<b>Total</b>	<b>\$77.139.837,00</b>

Periodo	Total
2	\$38.139.837,00
3	\$39.000.000,00
<b>Total</b>	

**Actividad 2.3.4 - Fortalecer actores del sector turismo con herramientas que permitan la optimización del servicio y el producto turístico y/o con capital semilla.**

Periodo	Mano de obra calificada
1	\$70.000.000,00
2	\$38.139.837,00
3	\$39.000.000,00
<b>Total</b>	<b>\$147.139.837,00</b>

Periodo	Total
1	\$70.000.000,00
2	\$38.139.837,00
3	\$39.000.000,00
<b>Total</b>	



### Actividad 2.3.5 - Realizar apoyo a la supervisión, acompañamiento y seguimiento técnico, jurídico y financiero.

Periodo	Mano de obra calificada
1	\$70.000.000,00
2	\$38.139.837,00
3	\$39.000.000,00
<b>Total</b>	<b>\$147.139.837,00</b>

Periodo	Total
1	\$70.000.000,00
2	\$38.139.837,00
3	\$39.000.000,00
<b>Total</b>	

### Actividad 2.4.1 - Realizar procesos de sensibilización, divulgación y promoción de estrategias y campañas de prevención.

Periodo	Mano de obra calificada
1	\$5.000.000,00
2	\$5.000.000,00
3	\$5.000.000,00
<b>Total</b>	<b>\$15.000.000,00</b>

Periodo	Total
1	\$5.000.000,00
2	\$5.000.000,00
3	\$5.000.000,00
<b>Total</b>	



**Actividad 2.4.2 - Desarrollar campañas y planes de acción de responsabilidad social empresarial en contra de la explotación sexual infantil y otros con fines turísticos.**

Periodo	Mano de obra calificada
2	\$5.000.000,00
3	\$5.000.000,00
<b>Total</b>	<b>\$10.000.000,00</b>

Periodo	Total
2	\$5.000.000,00
3	\$5.000.000,00
<b>Total</b>	

**Actividad 2.4.3 - Gestionar la articulación interinstitucional con entidades competentes, para la generación de estrategias de prevención y rutas de atención.**

Periodo	Mano de obra calificada
2	\$5.000.000,00
3	\$5.000.000,00
<b>Total</b>	<b>\$10.000.000,00</b>

Periodo	Total
2	\$5.000.000,00
3	\$5.000.000,00
<b>Total</b>	



**Actividad 2.5.1 - Brindar asistencia técnica y capacitación a los actores de la cadena de valor turística, para el fortalecimiento de los servicios y productos turísticos.**

Periodo	Mano de obra calificada
0	\$164.700.000,00
1	\$100.000.000,00
2	\$22.500.000,00
3	\$40.065.041,00
<b>Total</b>	<b>\$327.265.041,00</b>

Periodo	Total
0	\$164.700.000,00
1	\$100.000.000,00
2	\$22.500.000,00
3	\$40.065.041,00
<b>Total</b>	

**Actividad 2.5.2 - Desarrollar estrategias de apropiación y empoderamiento de herramientas para el fortalecimiento del producto turístico.**

Periodo	Mano de obra calificada
0	\$163.350.000,00
2	\$22.500.000,00
3	\$40.065.041,00
<b>Total</b>	<b>\$225.915.041,00</b>

Periodo	Total
0	\$163.350.000,00
2	\$22.500.000,00
3	\$40.065.041,00
<b>Total</b>	



### Actividad 2.5.3 - Realizar ruedas de negocios, ferias y eventos comerciales, con el fin de dar a conocer y posicionar los servicios y productos turísticos.

Periodo	Mano de obra calificada
2	\$22.500.000,00
3	\$40.065.041,00
<b>Total</b>	<b>\$62.565.041,00</b>

Periodo	Total
2	\$22.500.000,00
3	\$40.065.041,00
<b>Total</b>	

### Actividad 2.5.4 - Realizar Acompañamiento y seguimiento técnico, jurídico y financiero.

Periodo	Mano de obra calificada
0	\$25.000.000,00
2	\$22.500.000,00
3	\$40.065.040,00
<b>Total</b>	<b>\$87.565.040,00</b>

Periodo	Total
0	\$25.000.000,00
2	\$22.500.000,00
3	\$40.065.040,00
<b>Total</b>	

**Alternativa:** Promocionar a Ibagué como destino turístico, formando y preparando a los prestadores de servicios turísticos, en capacidades tecnológicas y de innovación con productos

## 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)	Operacionales	No lograr la consecución del objetivo planteado	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado <b>Impacto:</b> 3. Moderado	Que los actores y productos turísticos del municipio de ibagué, continúen con un nivel de competitividad igual o inferior de que se tenía al inicio del proyecto.	Optimizar las actividades planteadas para alcanzar el objetivo y los fines propuestos en el proyecto.
2-Componente (Productos)	Legales	Imposibilidad para corregir y mejorar las no conformidades en la certificación del destino turístico.	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado <b>Impacto:</b> 4. Mayor	No lograr la recertificación del destino turístico.	Garantizar un plan de mejora, para la mejora y corrección de las no conformidades.
	De mercado	Aumento en los precios y costos; e Imposibilidad para lograr la adquisición de los servicios, productos y elementos requeridos.	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado <b>Impacto:</b> 3. Moderado	No implementación del sistema de información.	Realizar el adecuado análisis del sector.
	De mercado	Aumento en los precios y costos; e Imposibilidad para lograr la adquisición de los servicios, productos y elementos, entre otros.	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado <b>Impacto:</b> 3. Moderado	No implementación de la estrategia de promoción y marketing	Realizar el adecuado análisis del sector.
	De mercado	Aumento en los precios y costos; e Imposibilidad para lograr la adquisición de los servicios, elementos, productos y otros, que se requieran.	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado <b>Impacto:</b> 3. Moderado	No fortalecimiento de rutas y circuitos turísticos.	Realizar el adecuado analisis del sector.
	Administrativos	Imposibilidad para adelantar los proceso de sensibilización y prevención.	<b>Probabilidad:</b> 2. Improbable <b>Impacto:</b> 2. Menor	No realización de campañas de prevención contra la explotación sexual.	Articular con las entidades competente estrategias y acciones que permitan la realización de las campañas.
	Administrativos	Imposibilidad para llevar a cabo la asistencia técnica.	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado <b>Impacto:</b> 3. Moderado	No realización de los procesos de capacitación y asistencia técnica.	Analizar diversas opciones y modalidades presenciales y virtuales para realizar los procesos de capacitación y asistencia técnica.
	De mercado	Aumento en los precios y costos; e Imposibilidad para lograr la adquisición de la operación logística requerida, permisos, entre otros.	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado <b>Impacto:</b> 3. Moderado	No realización, ni participación en ferias y festivales.	Realizar el adecuado análisis del sector.
3-Actividad	De mercado	Aumento en los precios y costos; e Imposibilidad para lograr la adquisición de la operación logística requerida, permisos, entre otros.	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado <b>Impacto:</b> 3. Moderado	No realización, ni participación en ferias y festivales.	Realizar el adecuado análisis del sector.





De mercado	Aumento en los precios y costos; e Imposibilidad para lograr la adquisición de los servicios, productos y elementos, entre otros.	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado  <b>Impacto:</b> 3. Moderado	No implementación de la estrategia de promoción y marketing.	Realizar el adecuado análisis del sector.
De costos	Aumento en los precios y costos; e Imposibilidad para lograr la adquisición de los servicios, productos y elementos requeridos.	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado  <b>Impacto:</b> 3. Moderado	No implementación del sistema de información.	Realizar el adecuado análisis del sector.
Legales	Imposibilidad para corregir y mejorar las no conformidades en la certificación del destino turístico.	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado  <b>Impacto:</b> 3. Moderado	No lograr la recertificación del destino turístico.	Garantizar un plan de mejora, para la mejora y corrección de las no conformidades.
De mercado	Aumento en los precios y costos; e Imposibilidad para lograr la adquisición de los servicios, elementos, productos y otros, que se requieran.	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado  <b>Impacto:</b> 3. Moderado	No fortalecimiento de rutas y circuitos turísticos.	Realizar el adecuado análisis del sector.
Administrativos	Imposibilidad para adelantar los procesos de sensibilización y prevención.	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado  <b>Impacto:</b> 3. Moderado	No realización de campañas de prevención contra la explotación sexual.	Articular con las entidades competente estrategias y acciones que permitan la realización de las campañas.
Administrativos	Imposibilidad para llevar a cabo la asistencia técnica.	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado  <b>Impacto:</b> 3. Moderado	No realización de los procesos de capacitación y asistencia técnica.	Analizar diversas opciones y modalidades presenciales y virtuales para realizar los procesos de capacitación y asistencia técnica.

**Alternativa:** Promocionar a Ibagué como destino turístico, formando y preparando a los prestadores de servicios turísticos, en capacidades tecnológicas y de innovación con productos

## Ingresos y beneficios alternativa

### 01 - Ingresos y beneficios

**Tipo:** Beneficios

**Medido a través de:** Número

**Bien producido:** Otros

**Razón Precio Cuenta (RPC):** 0.80

Periodo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
0	180,00	\$2.989.166,67	\$538.050.000,60
1	134,00	\$3.731.343,28	\$499.999.999,52
2	104,00	\$5.636.335,19	\$586.178.859,76
3	103,00	\$5.861.788,62	\$603.764.227,86

### 02 - Totales

Periodo	Total beneficios	Total
0	\$538.050.000,60	\$538.050.000,60
1	\$499.999.999,52	\$499.999.999,52
2	\$586.178.859,76	\$586.178.859,76
3	\$603.764.227,86	\$603.764.227,86



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	\$430.440.000,5	\$0,0	\$0,0	\$538.050.000,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$-107.609.999,5
1	\$399.999.999,6	\$0,0	\$0,0	\$498.000.000,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$-98.000.000,4
2	\$468.943.087,8	\$0,0	\$0,0	\$582.178.859,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$-113.235.771,2
3	\$483.011.382,3	\$0,0	\$0,0	\$599.764.227,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$-116.752.844,7



## 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)
<b>Alternativa:</b> Promocionar a Ibagué como destino turístico, formando y preparando a los prestadores de servicios turísticos, en capacidades tecnológicas y de innovación con productos turísticos de alto valor, y con el fortalecimiento de la infraestructura turística					
\$-428.963.442,83	No aplica	\$0,80	\$4.191.846,82	\$2.183.952.192,26	\$-109.935.220,38

## Costo por capacidad

Producto	Costo unitario (valor presente)
Servicio de promoción turística	\$15.378.190,74
Servicio de asistencia técnica y acompañamiento productivo y empresarial	\$207.257.906,97
Servicio de asistencia técnica para mejorar la competitividad de los sectores productivos	\$168.928.648,70
Documentos de lineamientos técnicos	\$114.728.704,08
Servicio de circuito turístico	\$299.761.917,17
Servicio de educación informal	\$7.198.777,02
Servicio de educación informal en asuntos turísticos	\$1.288.589,14

## 02 - Evaluación multicriterio

Alternativa	Resultado calificación
Promocionar a Ibagué como destino turístico, formando y preparando a los prestadores de servicios turísticos, en capacidades tecnológicas y de innovación con productos turísticos de alto valor, y con el fortalecimiento de la infraestructura turística	8,00 %

## 03 - Decisión

## Alternativa

Promocionar a Ibagué como destino turístico, formando y preparando a los prestadores de servicios turísticos, en capacidades tecnológicas y de innovación con productos turísticos de alto valor, y con el fortalecimiento de la infraestructura turística



## Indicadores de producto

### 01 - Objetivo 1

1. Posicionar a Ibagué como destino turístico.

#### Producto

1.1. Servicio de promoción turística

#### Indicador

1.1.1 Campañas realizadas

**Medido a través de:** Número de campañas

**Meta total:** 12,0000

**Fórmula:**

**Es acumulativo:** Si

**Es Principal:** Si

#### Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Meta por periodo
0	2,0000	1	5,0000
2	3,0000	3	2,0000
<b>Total:</b>			12,0000

## Producto

### 1.2. Servicio de asistencia técnica y acompañamiento productivo y empresarial

#### Indicador

##### 1.2.1 Personas beneficiadas

**Medido a través de:** Número de personas

**Meta total:** 1,0000

**Fórmula:**

**Es acumulativo:** No

**Es Principal:** Si

#### Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Meta por periodo
0	1,0000	1	1,0000
2	1,0000	3	1,0000



### Indicador

**1.2.2 Instrumentos para el mejoramiento productivo implementados**

**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
0	1,0000	<b>Total:</b>	1,0000



## 02 - Objetivo 2

2. Fortalecer el tejido empresarial y la infraestructura turística.

### Producto

2.1. Servicio de asistencia técnica para mejorar la competitividad de los sectores productivos

### Indicador

2.1.1 Proyectos de alto impacto asistidos para el fortalecimiento de cadenas productivas

Medido a través de: Número de proyectos

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	2	1,0000
3	1,0000		



**Producto**

**2.2. Documentos de lineamientos técnicos**

**Indicador**

**2.2.1 Documentos de lineamientos técnicos 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	2	1,0000
3	1,0000		



### Producto

#### 2.3. Servicio de circuito turístico

### Indicador

#### 2.3.1 Recorridos realizados

**Medido a través de:** Número de recorridos

**Meta total:** 2,0000

**Fórmula:**

**Es acumulativo:** No

**Es Principal:** Si

### Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Meta por periodo
0	2,0000	1	2,0000
2	2,0000	3	2,0000

**Producto**

**2.4. Servicio de educación informal**

**Indicador**

**2.4.1 Cursos ofrecidos**

**Medido a través de:** Número de cursos

**Meta total:** 4,0000

**Fórmula:**

**Es acumulativo:** No

**Es Principal:** Si

**Programación de indicadores**

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Meta por periodo
1	2,0000	2	1,0000
3	1,0000		

**Producto**

**2.5. Servicio de educación informal en asuntos turísticos**

**Indicador**

**2.5.1 Personas capacitadas**

**Medido a través de:** Número de personas

**Meta total:** 500,0000

**Fórmula:**

**Es acumulativo:** No

**Es Principal:** Si

**Programación de indicadores**

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Meta por periodo
0	175,0000	1	125,0000
2	100,0000	3	100,0000



## Indicadores de gestión

### 01 - Indicador por proyecto

#### Indicador

Diseños De Infraestructura Turística Elaborados

**Medido a través de:** Número

**Código:** 1700G014

**Fórmula:**

**Tipo de Fuente:** Informe

**Fuente de Verificación:** informe

#### Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Valor
0	180	1	134
2	104	3	103
		<b>Total:</b>	<b>521</b>



## 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	IBAGUÉ	Municipios	Propios	0	\$538.050.000,00
				1	\$500.000.000,00
				2	\$586.178.859,00
				3	\$603.764.227,00
	Total	\$2.227.993.086,00			
	Total Inversión				\$2.227.993.086,00
Total					\$2.227.993.086,00



## Resumen del proyecto

### Resumen del proyecto

Resumen narrativo	Descripción	Indicadores	Fuente	Supuestos
<b>Objetivo General</b>	Mejorar la Competitividad y Sostenibilidad de los actores y productos turísticos del municipio de Ibagué.	<b>Prestadores de servicios y productos turísticos optimizados y fortalecidos.</b>	<b>Tipo de fuente:</b> Informe <b>Fuente:</b> Informes de gestión, evaluación y seguimiento.	<b>Consecución del objetivo general y específicos planteados</b>
<b>Componentes (Productos)</b>	1.1 Servicio de promoción turística	<b>Campañas realizadas</b>	<b>Tipo de fuente:</b> Informe <b>Fuente:</b> informe	Existen diversos espacios a nivel local, nacional e internacional así como herramientas que desde la virtualidad permiten el desarrollo y participación en eventos, ferias y festivales, para la promoción y posicionamiento.
	1.2 Servicio de asistencia técnica y acompañamiento productivo y empresarial	<b>Personas beneficiadas</b>	<b>Tipo de fuente:</b> Informe <b>Fuente:</b> informe	Se cuenta con la disponibilidad de mano de obra calificada en la ciudad.
	2.1 Servicio de asistencia técnica para mejorar la competitividad de los sectores productivos	<b>Proyectos de alto impacto asistidos para el fortalecimiento de cadenas productivas</b>	<b>Tipo de fuente:</b> Informe <b>Fuente:</b> informe	Existen sistemas de información y seguimiento en el país, así como empresas que se encargan de su operatividad.
	2.2 Documentos de lineamientos técnicos	<b>Documentos de lineamientos técnicos elaborados</b>	<b>Tipo de fuente:</b> Informe <b>Fuente:</b> informe	Se dispondrá de un plan de mejora que permita la recertificación del destino turístico.
	2.3 Servicio de circuito turístico	<b>Recorridos realizados</b>	<b>Tipo de fuente:</b> Informe <b>Fuente:</b> informe	Se cuenta con la disponibilidad de empresas y mano de obra calificada en la ciudad, para realizar las acciones pertinentes.
	2.4 Servicio de educación informal	<b>Cursos ofrecidos</b>	<b>Tipo de fuente:</b> Informe <b>Fuente:</b> informe	Hay entidades del orden público y privado, interesadas en desarrollar acciones para la prevención en temas como la explotación sexual.





Resumen narrativo	Descripción	Indicadores	Fuente	Supuestos
Componentes (Productos)	2.5 Servicio de educación informal en asuntos turísticos	<b>Personas capacitadas</b>	<b>Tipo de fuente:</b> Informe <b>Fuente:</b> informe	Los prestadores de servicios turísticos, tienen la disposición de acceder a programas de capacitación y asistencia técnica.
	<p>1.1.1 - - Adquirir la logística, servicios, productos y otros relacionados, para la producción, coordinación, promoción y participación en ferias y festivales.(*)</p> <p>1.1.2 - - Brindar asistencia técnica, capacitación y acompañamiento a participantes.</p>	<p><b>Nombre: Diseños De Infraestructura Turística Elaborados</b></p> <p><b>Unidad de Medida: Número</b></p> <p><b>Meta: 521.0000</b></p>	<b>Tipo de fuente:</b> <b>Fuente:</b>	Existen diversas empresas que pueden garantizar la logística, y demás elementos que se requieran para la estructuración y participación en espacios a nivel local, nacional e internacional.
<p>1.2.1 - - Adquirir el desarrollo, hosting, mantenimiento y otros relacionados, para plataformas y aplicaciones digitales.</p> <p>1.2.2 - - Garantizar la asistencia técnica en comunicaciones, publicidad, promoción, marketing digital, community y social media manager.</p> <p>1.2.3 - - Realizar la formulación, promoción y actualización de un portafolio de servicios y productos turísticos.</p> <p>1.2.4 - - Adquirir los servicios, productos y elementos que se requieran para la promoción y marketing del municipio.(*)</p>	<b>Tipo de fuente:</b> <b>Fuente:</b>		Se cuenta con la disponibilidad de mano de obra calificada en la ciudad, y de los elementos necesarios.	
<p>2.1.1 - - Implementar el sistema de información, seguimiento y posicionamiento, a través de los medios digitales y tecnológicos que se requieran.(*)</p> <p>2.1.2 - - Garantizar estrategias y acciones para realizar seguimiento y actualización a la dinámica de la oferta, demanda y otros factores relevantes del mercado turístico; así como estadísticas, entre otros.</p> <p>2.1.3 - - Dotar y adecuar puntos de información turística, con equipos, elementos, materiales y otros relacionados.</p>	<b>Tipo de fuente:</b> <b>Fuente:</b>		Existen sistemas de información y seguimiento en el país, así como empresas que se encargan de su operatividad.	
<p>2.2.1 - - Garantizar el servicio de auditoría y asistencia técnica en calidad y sostenibilidad.(*)</p> <p>2.2.2 - - Brindar asistencia técnica y capacitación en normas técnicas, a los actores turísticos.</p> <p>2.2.3 - - Generar e implementar planes de mejora, para el otorgamiento de certificaciones.</p>	<b>Tipo de fuente:</b> <b>Fuente:</b>		Existen entidades que se encargan de la prestación de servicios en temas relacionados con las que se ha contratado anteriormente.	



Resumen narrativo	Descripción	Indicadores	Fuente	Supuestos
Actividades	<p>2.3.1 - Realizar diagnóstico, adecuación, mejoramiento y mantenimiento a la infraestructura de rutas, corredores y lugares de interés turístico y otros relacionados.(*)</p> <p>2.3.2 - Brindar asistencia técnica y capacitación a los actores de turismo.</p> <p>2.3.3 - Diseñar y desarrollar estrategias de promoción y divulgación turística, para fomentar el posicionamiento de productos y destino turístico.</p> <p>2.3.4 - Fortalecer actores del sector turismo con herramientas que permitan la optimización del servicio y el producto turístico y/o con capital semilla.</p> <p>2.3.5 - Realizar apoyo a la supervisión, acompañamiento y seguimiento técnico, jurídico y financiero.</p>		<p>Tipo de fuente:</p> <p>Fuente:</p>	<p>Se cuenta con la disponibilidad de empresas y mano de obra calificada en la ciudad, para realizar las acciones pertinentes.</p>
	<p>2.4.1 - Realizar procesos de sensibilización, divulgación y promoción de estrategias y campañas de prevención.(*)</p> <p>2.4.2 - Desarrollar campañas y planes de acción de responsabilidad social empresarial en contra de la explotación sexual infantil y otros con fines turísticos.</p> <p>2.4.3 - Gestionar la articulación interinstitucional con entidades competentes, para la generación de estrategias de prevención y rutas de atención.</p>		<p>Tipo de fuente:</p> <p>Fuente:</p>	<p>Hay entidades del orden público y privado, interesadas en desarrollar acciones para la prevención en temas como la explotación sexual.</p>
	<p>2.5.1 - Brindar asistencia técnica y capacitación a los actores de la cadena de valor turística, para el fortalecimiento de los servicios y productos turísticos.(*)</p> <p>2.5.2 - Desarrollar estrategias de apropiación y empoderamiento de herramientas para el fortalecimiento del producto turístico.</p> <p>2.5.3 - Realizar ruedas de negocios, ferias y eventos comerciales, con el fin de dar a conocer y posicionar los servicios y productos turísticos.</p> <p>2.5.4 - Realizar Acompañamiento y seguimiento técnico, jurídico y financiero.</p>		<p>Tipo de fuente:</p> <p>Fuente:</p>	<p>Se cuenta con la disponibilidad de mano de obra calificada en la ciudad, y de los elementos necesarios.</p>

(\* ) Actividades con ruta crítica