PROYECTO

FORTALECIMIENTO DE LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y MERCADEO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DEL DEPARTAMENTO DE BOLÍVAR Y DE SUS MANIFESTACIONES CULTURALES, A TRAVÉS DE LA PARTICIPACIÓN EN LA XLIII VITRINA TURÍSTICA ANATO 2024

PROGRAMA:

BOLÍVAR PRIMERO EN TURISMO

DIRECCIÓN:

DIRECCIÓN TÉCNICA DE TURISMO

RESPONSABLE:

IVAN JOSE SANES PEREZ
Director General

SUPERVISÓ:

JACQUELINE RICO CUEVAS
Directora Técnica de Turismo

INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO DE BOLÍVAR – ICULTUR
AÑO 2023

PRESENTACIÓN

El nivel de importancia de potencializar el sector turístico desde el gobierno nacional, impulsando a cada una de las regiones del país, es cada vez mayor y ha permitido vislumbrar a este sector como el tercer renglón en importancia de la economía después de los hidrocarburos y el carbón, superando al café, al banano y a las flores.

Desde hace 40 años en Colombia, La Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo – ANATO viene realizando el evento con más relevancia de la industria turística, logrando posicionarse con gran éxito, no solo en nuestro país, sino también a nivel internacional.
ANATO es una entidad sin ánimo de lucro y de carácter gremial que representa, defiende y promociona los intereses generales del turismo y de las Agencias de Viajes en Colombia. Creada el 20 de octubre de 1949, está conformada por Agencias Asociadas en todo el territorio nacional con 9 capítulos de representación, consolidando el sector y la agremiación como la entidad de más amplio reconocimiento nacional por el desarrollo de su gestión.[1]

La Vitrina Turística da a conocer la oferta de más de 35 países y de todas las regional de Colombia. Son más de 1.300 expositores, coexpositores y mayoristas internacionales versus más de 15.000 visitantes profesionales que cada año se agendan para actualizar y ampliar la oferta de comercialización.
En una superficie de exhibición de 13.000 M2, participan las empresas de productos y servicios turísticos nacionales y extranjeros, tales como las agencias de viajes, asociaciones gremiales, compañías aéreas, cruceros, empresas de alquiler de vehículos, entidades oficiales, fondos de promoción turística, seguros de asistencia al viajero, hoteles y cadenas hoteleras, organismos nacionales e internacionales de turismo, oficinas de representación turística, software especializado, entre otros.

En el año 2023 se llevó a cabo la versión número 42 de la Vitrina Turística, que contó con la participaron de diversos países, todos los departamentos de Colombia y empresarios del sector registrándose más de 30.000 ingresos en 3 días de negocios destacando la calidad de los profesionales asistentes. En esta vitrina logramos demostrar que el sector esta listo para la reactivación y que estos espacios son necesarios para volver a establecer alianzas comerciales y fortalecerlo.

Por otra parte, la participación de Bolívar los últimos 5 años ha mostrado resultados contundentes, con más de 300 empresarios participantes, más de 15.700 visitantes recibidos en el stand, más de 6200 citas de negocios, $224'500.000 en preventa y reservaciones previas aproximadamente, participación de

[1] Recuperado el 17 de octubre de 2020, de https://vitrinaturistica.anato.org/historia/

empresarios bolivarenses en las Macroruedas ProColombia Travel Mart, misiones de aprendizajes y comerciales.

Por lo anterior, se recalca la priorización de participar en la reconocida vitrina turística en aras de impulsar desde el Gobierno departamental, la oferta turística que cada día se consolida más. Destinos turísticos como Mompox, San Jacinto, Santa Catalina, San Basilio de Palenque, San Juan Nepomuceno, Turbaco, El Carmen de Bolívar, Arjona, María La Baja y Magangué se han fortalecido desde las capacidades empresariales hasta la promoción para incentivar el recibimiento de turistas nacionales e internacionales.
La diversa oferta turística cultural y de naturaleza del departamento de Bolívar ha cautivado a sus visitantes, a través del respaldo constante de las estrategias de promoción, beneficiando directamente a las poblaciones priorizadas, a los emprendedores y empresarios.Actualmente, contamos con 56 productos de turismo cultural, 39 de naturaleza y aproximandamente 20 gastronómicos identificados, los cuales pueden ser promocionados en este importante evento. Para mencionar algunos de ellos: El santuario de fauna y flora de Los Colorados, Volcán del Totumo, ruta turística de oficios ancestrales de Mompox, el patrimonio inmaterial de San Basilio de Palenque, Jardín Botánico y Museo Comunitario de San Jacinto.

La versión número 43 bajo el lema “Colombia abierta al mundo” se llevará a cabo del 28 de febrero al 1 de marzo de 2024 en el recinto Corferias en Bogotá D.C y será el escenario propicio para que el departamento de Bolívar se mantenga en el radar de los visitantes como destino turístico, participen nuevos empresarios que se han formalizado en los últimos años y ponga en marcha estrategias de divulgación y programas de promoción.

1. CONTEXTO DEL PROBLEMA

1.1. Árbol del problema

Insuficiente gestión institucional y de los actores turísticos para aprovechar las fortalezas del sector turístico de Bolívar.	Pocos escenarios para la realización de actividades culturales que atraigan turistas a los municipios con esta vocación en Bolívar.

Definición del problema.

Problema central: Insuficiente promoción de los municipios con vocación turística de Departamento de Bolívar en eventos, ferias y festivales a nivel nacional.

1.2. Descripción de la situación actual

En el Departamento de Bolívar existe poca promoción de los municipios con vocación turística, además no se cuenta con actividades suficientes para fortalecer el turismo cultural; evidenciando una escasa divulgación de las estrategias de promoción y divulgación de los destinos turísticos de Bolívar que muestren las riquezas culturales para fortalecer el gran potencial de la actividad turística a lo largo del departamento de Bolívar. Por tal razón se reafirma la realidad de la poca promoción de las manifestaciones culturales y de los municipios con vocación turística en escenarios nacionales tales como eventos, ferias y festivales que realce todas estas actividades con el propósito de evidenciar la riqueza cultural y turística presentes en el Departamento, creando experiencias nuevas a sus visitantes.

1.3. Magnitud actual del problema

Desde el año 2014 el Departamento de Bolívar ha tenido presencia en la vitrina turística de ANATO apostándole a la promoción turística del departamento que ayude a mostrar la vocación turística de cada uno de los municipios priorizados (Mompox, San Basilio de Palenque, San Juan Nepomuceno, Carmen de Bolívar, San Jacinto, María la Baja, Santa Catalina). En el año 2017, se incluyeron los municipios: Arjona, Turbaco y Magangué, completando 10 municipios priorizados y permitiendo consolidar una ruta y promocionarla en la versión anterior de la feria turística, conformando así la Ruta turística del departamento de Bolívar. En 2020, se hace la transición a “Bolívar pa´ todo el mundo”, estrategia apropiada por gestores y empresarios privados en los municipios.

Teniendo en cuenta que el objetivo de este proyecto es promover y divulgar la información turística de los municipios priorizados en el Departamento de Bolívar con estas características, se requiere participar en

vitrinas turísticas como la que desarrollará ANATO en el 2024, con el amplio portafolio turístico con el que actualmente cuenta el departamento.

Es fundamental la presencia del departamento, tal como lo hacen todos en Colombia año tras año, para visibilizar los destinos, actualizar portafolio de servicios y mantener los contactos comerciales de los empresarios participantes.

1.4. Causas que generan el problema

1.4.1. Causas directas

- Escasa divulgación de la estrategia de promoción y divulgación de los destinos turísticos de Bolívar.
- Insuficientes actividades para fortalecer el turismo cultural en el Departamento de Bolívar.

1.4.2. Causas indirectas.

- Insuficiente gestión institucional y de los actores turísticos para aprovechar las fortalezas del sector turístico de Bolívar.
- Pocos escenarios para la realización de actividades culturales que atraigan turistas a los municipios con esta vocación en Bolívar.

1.5. Efectos generados por el problema

1.5.1. Efectos directos.

- Desaprovechamiento del potencial y riqueza turística del Departamento de Bolívar.
- Bajos índices de calidad de vida de los prestadores de servicios turísticos y culturales del Departamento Bolívar.

1.5.2. Efectos indirectos.

- Insuficiente promoción de la estrategia departamental de turismo Bolívar pa todo el mundo.
- Pocas oportunidades laborales para los prestadores de servicios turísticos y culturales de los municipios con vocación turística en el Departamento de Bolívar.

3. POBLACIÓN AFECTADA Y POBLACIÓN OBJETIVO DEL PROYECTO

3.1 Población Afectada

Caracterización de la Población afectada y objetivo Departamento de Bolívar	
Habitantes afectados	2.146.696
Necesidades Básicas Insatisfechas	46,60%
Tasa de desempleo	9,1%

Caracterización de la Población afectada y objetivo por género y edad Departamento de Bolívar		
Edad / Género	**Hombres**	**Mujeres**
0-14 años	312.820	299.397
15 – 19 años	103.209	99.636
20 – 59 años	550.473	551.537
Mayor de 60 años	107.091	122.533
Total población por género	1.073.593	1.073.103

Caracterización de la Población especial afectada y objetivo Departamento de Bolívar		
Grupos Étnicos	**Total**	**%**
Indígena	2.066	0.11%
Rom ó Gitano	911	0.05%
Afrocolombianos	497.667	27.61%
Caracterización de la Población especial afectada por el problema Número de habitantes de los Municipios priorizados- Vocación Turística		

Mompox	44.784
Santa Catalina	13.431
El Carmen de Bolívar	76.949
Mahates	26.461
Magangué	123.906
San Jacinto	21.602
San Juan Nepomuceno	33.753
Turbaco	74.209
María La Baja	48.787
Arjona	75.271
TOTAL	**560.230**

Fuente de Información: DANE, Censo General 2005 / DANE - Gran Encuesta Integrada de Hogares. Estimaciones actualizadas a 12 de Mayo de 2.011. Estimaciones de población 1985-2005 y proyecciones de población 2005-2020 nacional y departamental desagregado por área, sexo y grupos.

4. ANÁLISIS DE PARTICIPANTES

Actores	Tipo de entidad				Roles de los actores	Interés de participar en el proyecto	Tipo de actitud			Contribución o razón del desacuerdo
	PUB	ONG	O.C	PRI			+	-	|	
Departamento de Bolívar	X				Cooperante	Mejorar la competitividad turística del departamento a través de la promoción y divulgación de las fortalezas turísticas de los municipios con esta vocación en el Departamento de Bolívar.	X			Financiera Técnica Legal Administrativa Control
ICULTUR Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar	X				Cooperante	Mejorar la competitividad turística del departamento a través de la promoción y divulgación de las fortalezas turísticas de los municipios con esta vocación en el Departamento de Bolívar	X			Técnica Legal Administrativa Control
Municipio El Carmen de Bolívar	X				Beneficiarios	Aprovechar la vitrina turística para promover las actividades turísticas-culturales del Municipio y mejorar la calidad de vida de la población que se beneficia de este sector.	X			Técnica
Municipio de Mahates Corregimiento	X				Beneficiarios	Aprovechar la vitrina turística para promover las actividades turísticas-	X			Técnica.

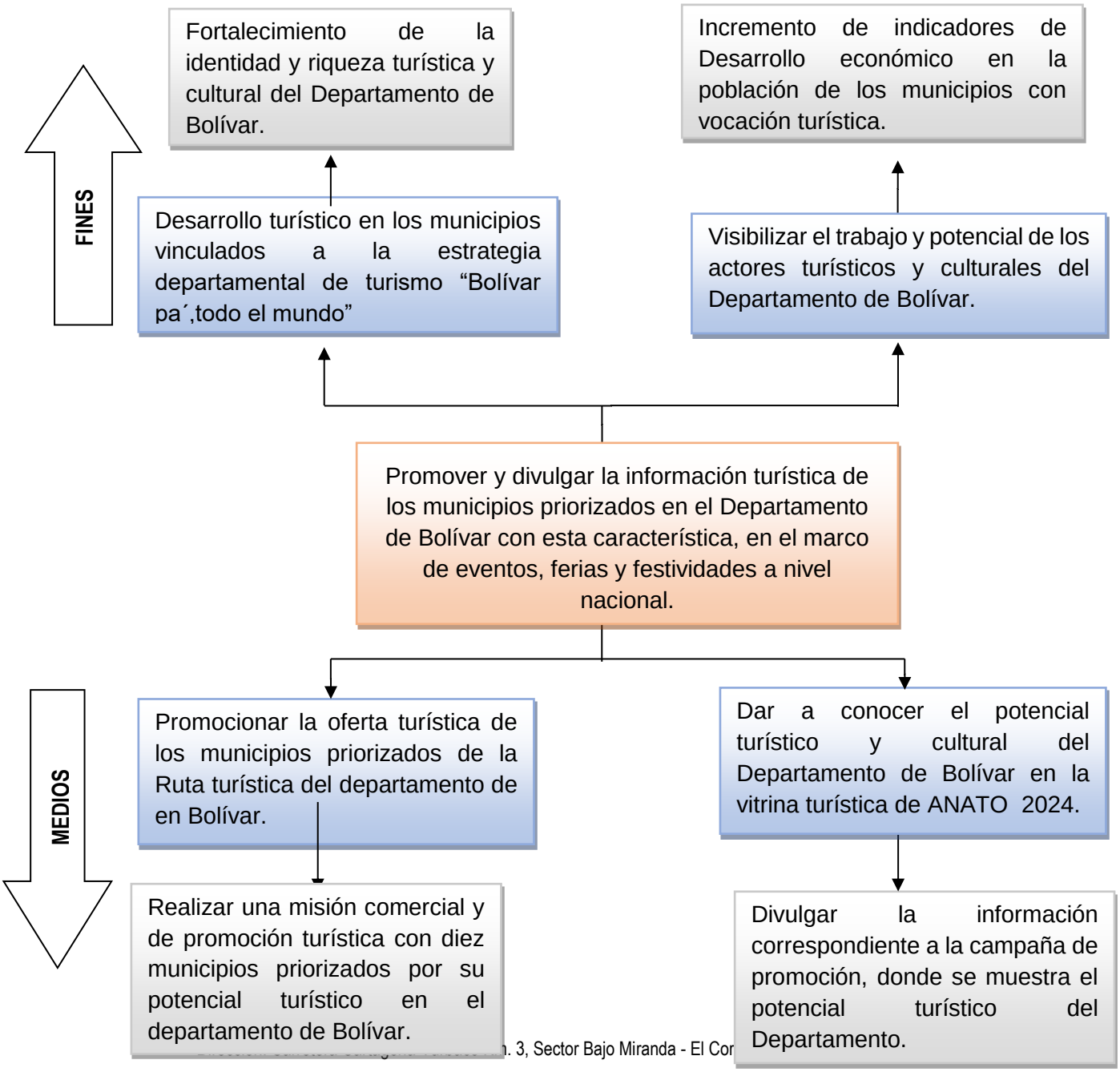
Actores	Tipo de entidad				Roles de los actores	Interés de participar en el proyecto	Tipo de actitud			Contribución o razón del desacuerdo
	PUB	ONG	O.C	PRI			+	-	|	
(San Basilio de Palenque)						culturales del Municipio y mejorar la calidad de vida de la población que se beneficia de este sector.				
Municipio de Santa Cruz de Mompox	X				Beneficiarios	Aprovechar la vitrina turística para promover las actividades turísticas-culturales del Municipio y mejorar la calidad de vida de la población que se beneficia de este sector.	X			Técnica
Municipio de San Juan Nepomuceno	X				Beneficiarios	Aprovechar la vitrina turística para promover las actividades turísticas-culturales del Municipio y mejorar la calidad de vida de la población que se beneficia de este sector	X			Técnica
Municipio de María La Baja	X				Beneficiarios	Aprovechar la vitrina turística para promover las actividades turísticas-culturales del Municipio y mejorar la calidad de vida de la población que se beneficia de este sector	X			Técnica

Actores	Tipo de entidad				Roles de los actores	Interés de participar en el proyecto	Tipo de actitud			Contribución o razón del desacuerdo
	PUB	ONG	O.C	PRI			+	-	|	
Municipio de San Jacinto	X				Beneficiarios	Aprovechar la vitrina turística para promover las actividades turísticas-culturales del Municipio y mejorar la calidad de vida de la población que se beneficia de este sector	X			Técnica
Municipio de Turbaco	X				Beneficiarios	Aprovechar la vitrina turística para promover las actividades turísticas-culturales del Municipio y mejorar la calidad de vida de la población que se beneficia de este sector	X			Técnica
Municipio de Magangué	X				Beneficiarios	Aprovechar la vitrina turística para promover las actividades turísticas-culturales del Municipio y mejorar la calidad de vida de la población que se beneficia de este sector	X			Técnica
Municipio de Santa Catalina	X				Beneficiarios	Aprovechar la vitrina turística para promover las actividades turísticas-culturales del Municipio y mejorar la	X			Técnica

Actores	Tipo de entidad				Roles de los actores	Interés de participar en el proyecto	Tipo de actitud			Contribución o razón del desacuerdo
	PUB	ONG	O.C	PRI			+	-	|	
						calidad de vida de la población que se beneficia de este sector				
Municipio de Arjona	X				Beneficiarios	Aprovechar la vitrina turística para promover las actividades turísticas-culturales del Municipio y mejorar la calidad de vida de la población que se beneficia de este sector	X			Técnica

5. OBJETIVOS

5.1. Árbol de Objetivos.



5.2. Definición del Objetivo del proyecto:

Objetivo General: Promover y divulgar la información turística de los municipios priorizados en el Departamento de Bolívar con esta característica, en el marco de eventos, ferias y festividades nacionales.

Objetivos específicos:

Objetivos relacionados con las Causas directas

- Organizar logística para la participación de ICULTUR y los municipios priorizados en representación del departamento de Bolívar dentro de la Vitrina Turística ANATO 2024.
- Desarrollar material publicitario para promocionar las manifestaciones y riquezas culturales del departamento de Bolívar.
- Realizar la logística de las activaciones culturales del departamento de Bolívar a través de artistas y/o artesanos invitados.

5.3. PRODUCTOS ASOCIADOS

Producto 1: Desarrollar una (1) estrategia de promoción para la participación del departamento de Bolívar en la vitrina turística de 2024.

Actividades:

- Desarrollar material publicitario para promocionar las manifestaciones y riquezas culturales del departamento de Bolívar.
- Organizar la logística para la participación de ICULTUR y los municipios priorizados en representación del departamento de Bolívar, dentro de la Vitrina Turística ANATO 2024.

Producto 2. Promover a artistas y artesanos bolivarenses para las activaciones culturales en los eventos, que han sido merecedores de reconocimientos a nivel nacional e internacional.

- Realizar la logística de las activaciones culturales del departamento de Bolívar a través de artistas y/o artesanos invitados.

5.4. INDICADORES DE OBJETIVO

Objetivo Meta asociada

1. Participación en (1) feria de tipo turístico a nivel nacional.
2. Ampliar la base de datos de contactos comerciales.
3. Participación de 30 gestores turísticos, artistas y/ o artesanos bolivarenses apoyados y promovidos a nivel nacional (10 municipios).
4. Realizar 1 activación cultural con artistas invitados.

Artistas y/o artesanos de los siguientes Municipios:

- Santa Catalina.
- Turbaco.
- Arjona.
- María La Baja.
- Mahates.
- San Juan Nepomuceno.
- San Jacinto.
- El Carmen de Bolívar.
- Magangué.
- Santa Cruz de Mompox.

6. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

6.1. ALTERNATIVA No. 1:

Promover y divulgar la información turística de los municipios priorizados en el Departamento de Bolívar con esta característica, en el marco de eventos, ferias y festividades como lo propone la vitrina turística de ANATO 2024.

A través de esta alternativa el departamento de Bolívar consolidará una estrategia de promoción y divulgación de destinos turísticos y de sus principales manifestaciones culturales.

Dentro de los productos generados se encuentran desarrollar una estrategia de promoción para la participación de ICULTUR en representación del departamento de Bolívar con la estrategia “Bolívar pa´todo el mundo” en donde además de mostrar a Cartagena de Indias como capital del Departamento, se muestran las potencialidades turísticas de: El Carmen de Bolívar, San Juan Nepomuceno, San Jacinto, Mompox, María La Baja, Magangué, Turbaco, Arjona, Santa Catalina y San Basilio de Palenque.

La promoción y divulgación de los municipios con vocación turística se hará a través de la elaboración y repartición de material publicitario para promocionar los eventos, organizar la estrategia de promoción a

través de medios de comunicación, desarrollar activaciones de las manifestaciones culturales del departamento a través de artistas invitados, cubrir los costos de transporte aéreo, terrestre, alojamiento, alimentación y honorarios.

VENTAJAS:	DESVENTAJAS:
-Promocionar a nivel institucional la apuesta al sector cultural y turístico dentro del evento más importante de turismo en Colombia. -Es una oportunidad para establecer contactos y relaciones comerciales. -Fortalecimiento de las manifestaciones culturales y artísticas del departamento de Bolívar.	Dado que el evento se desarrolla en la ciudad de Bogotá, se pueden presentar algunos inconvenientes logísticos relacionados con el transporte e instalación de los materiales e insumos provenientes de los municipios que se exhiben en la vitrina turística.

6.2. ALTERNATIVA No. 2:

Desarrollo de nuevas estrategias que den a conocer el potencial turístico del Departamento de Bolívar en campañas de voz a voz que se desarrollen dentro del Departamento.

7. HORIZONTE DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto tendrá una duración de cuarenta y cinco (45) días, entre el 18 de enero al 2 de marzo de 2024, los días de la Vitrina Turística de ANATO son del 28 de febrero al 1 de marzo de 2024, teniendo en cuenta que es necesario costear el tiempo necesario para contratar, diseñar, montar y desmontar el stand.

8. ESTUDIO LEGAL DEL PROYECTO

El proyecto se encuentra en coherencia y soportado con las siguientes normas:

Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 "Colombia Potencia Mundial de la Vida".

- Programa: Fortalecimiento de la gestión y dirección del sector de comercio, industria y turismo
- línea: Entorno para crecer: Formalización, emprendimiento y dinamización empresarial

Plan Departamental de Desarrollo 2020-2023 "Bolívar Primero".

Eje estratégico 1	Bolívar progresa superación de la pobreza

Línea Estratégica 1.6:	Bolívar promueve el arte, la cultura y salvaguarda su patrimonio.
Programa 1.6.1:	Bolívar Primero en arte y patrimonio
Programa1.6.2:	Bolívar Primero en cultura.
Meta de producto:	Fortalecimiento a los procesos de formación artística y cultural en los Municipios
Eje estratégico 2:	Bolívar competitivo para la inclusión social.
Línea Estratégica :	Bolívar Primero en Turismo.
Programa 2.7.1:	Bolívar Primero en Turismo, Destinos Mágicos.
Meta de Resultado:	Consolidación de alianzas con entidades de cooperación para la integración del sector
Meta de producto:	Bolívar con destinos mágicos promocionados
Meta de producto:	Realización de rueda de negocios para el encadenamiento

9. ESTUDIO DE MERCADO DEL PROYECTO

Participar dentro de la vitrina turística tiene grandes ventajas, dentro de las que se puede resaltar la siguiente:

- Es el evento de promoción turística más importante que tiene Colombia.
- Permite que vendedores y compradores de los productos y servicios turísticos de Colombia y el mundo se reúnan para conocer la oferta de aproximadamente 700 empresas expositoras, en una superficie de exhibición de 13.000 M2, con más de 26.700 profesionales del turismo, para realizar sus contactos y conocer la diversidad de la oferta turística para el 2024.
- Es la oportunidad ideal para establecer contactos, iniciar nuevas relaciones profesionales y afianzar las existentes entre las agencias de viajes y los expositores participantes, en un evento que genera cerca de 11.300 citas efectivas a través del agendamiento previo.
- Es el escenario adecuado para posicionar marca e imagen del expositor y/o promocionar nuevos productos y servicios turísticos en un ambiente estrictamente profesional.

Análisis del Sector:

A este evento turístico no solo asisten empresarios y representantes de los gremios, si no también compradores, instituciones de orden gubernamental, entre otros, que permiten el intercambio y alianzas de tipo organizacional y comercial en un solo lugar.

Análisis de la Demanda:

Año Proyectado	Demanda No. de Expositores	Demanda No. de Profesionales de Turismo	Demanda No. de Encuentro de Negocios	Demanda No. de representantes de la prensa
2017	3.807	26.094	1.011	1.283
2018	3.250	28.276	4.800	1.370
2019	3.807	30.000	5.500	1.420
2020	3.440	32.090	5.440	1.137

Fuente: Estadísticas de ANATO 2020. Disponible en: http://www.vitrinaturistica.anato.org/

Por otro lado, considerando que la estrategia "Bolívar pa´ todo el mundo" se encamina a promover el turismo en los municipios, a continuación, se presenta una caracterización de la población que se pretende impactar y beneficiar con la ejecución del proyecto.

El Carmen de Bolívar	**Total:** 76.949
Mahates	**Total:** 26.461
Mompox	**Total :** 44.784
San Jacinto	**Total** : 21.602
María La Baja	**Total :** 48.787
San Juan Nepomuceno	**Total**: 33.753
Santa Catalina	**Total**: 13.431
Turbaco	**Total**: 74.209
Arjona	**Total**: 75.271
Magangué	**Total**: 123.906

- DANE, Proyección 2016 de población Municipales por área. 2005- 2020 Estimaciones actualizadas a 30 de Junio

Bien	Participación en una feria de tipo turístico.		
Descripción del Bien	Participación en la vitrina turística de ANATO 2024 para dar a conocer las fortalezas turísticas del Departamento de Bolívar.		
Unidad de medida	Número	**Año inicial histórico del estudio**	2017
Año final histórico del estudio	2017	**Año final de proyección**	2021

Año proyectado	**Demanda**	**Oferta**	**Déficit**
2016	1	0	-1
2017	1	1	0
2018	1	1	0
2019	1	1	0
2020	1	1	0

Bien	Contactos Comerciales desarrollados en los eventos.		
Descripción del Bien	Establecer al menos 30 contactos comerciales para los operadores y prestadores de servicios turísticos que desarrollen actividades del sector en los municipios priorizados en el Departamento de Bolívar		
Unidad de medida	Número	**Año inicial histórico del estudio**	2017
Año final histórico del estudio	2017	**Año final de proyección**	2021

Año proyectado	**Demanda**	**Oferta**	**Déficit**
2016	30	0	-30
2017	30	780	750
2018	30	30	0
2019	30	30	0
2020	30	30	0

Bien	Artistas oriundos de los municipios promovidos a nivel nacional		
Descripción del Bien	Promocionar 30 artistas a través de exhibiciones culturales, shows musicales y presentaciones diarias en el marco de la vitrina turística de ANATO 2024		
Unidad de medida	Número	**Año inicial histórico del estudio**	2017
Año final histórico del estudio	2017	**Año final de proyección**	2021

Año proyectado	Demanda	Oferta	Déficit
2016	23	0	-23
2017	23	23	0
2018	33	33	0
2019	30	30	0
2020	30	30	0

12. ESTUDIO TÉCNICO ALTERNATIVA

Insumos	Descripción
Materiales	Se requiere material publicitario como folletos, tropezón, brochures, flyers, agendas, directorios turísticos, y demás elementos decorativos, de señalización y el mobiliario necesario para el montaje y adecuación del stand.
Otros Servicios	Se contemplan gastos de hospedaje, transporte áereo e interno y alimentación del personal vinculado al proyecto; organizadores, responsables, artistas e invitados especiales.
Maquinarias y Equipos	Equipo Audiovisual (pc, video beam y otros que sean necesarios) para proyección de videos institucionales, además del montaje estructural del stand.

13. ESTUDIO INSTITUCIONAL ALTERNATIVA

Participación en eventos, Ferias y Festivales a nivel nacional de tipo cultural y turístico.

Etapa de Preinversión							
Entidad	**Funciones, Responsabilidades y Roles**	**Capacidad en Recursos**					**Solución**
		Humano	Financiero	Técnico	Legal	Otros	
ICULTUR	Formulación del proyecto de inversión que contemple la promoción y divulgación	Si	SI	Si	Si	No	Formular proyecto de inversión

	de las fortalezas turísticas del Departamento de Bolívar						
Etapa de Inversión							
Entidad	**Funciones, Responsabilidades y Roles**	**Capacidad en Recursos**					**Solución**
		Humano	Financiero	Técnico	Legal	Otros	
Gobernación de Bolívar	Dotar de los recursos financieros para desarrollar el proyecto, y adelantar la contratación necesaria para llevar a cabo la ejecución del proyecto.	Si	Si	Si	Si	Administrativos	Todos los aspectos están contemplados
ICULTUR	Ofrecer estrategias para la coordinación de las actividades del proyecto. Igualmente, apoyar a los procesos de contratación de los insumos necesarios para la realización del proyecto; y acompañará los procedimientos administrativos y legales que permitan la ejecución del proyecto, así como el cumplimiento técnico y financiero del mismo.	Si	No	Si	Si	No	Por ser ejecutor de la política pública de turismo del departamento de Bolívar, ICULTUR se encargará de apoyar las etapas de los aspectos contemplados.
Alcaldías Municipales de los municipios priorizados.	Dotar insumos para el desarrollo de promoción de cada uno de los municipios con vocación turística.	No	No	Si	No	Logístico	Todos los aspectos están contemplados
Etapa de Operación y Mantenimiento							
Entidad	**Funciones, Responsabilidades y Roles**	**Capacidad en Recursos**					**Solución**
		Humano	Financiero	Técnico	Legal	Otros	
Alcaldías municipales de Mompox, Mahates, San Juan Nepomuceno, Carmen de Bolívar, San Jacinto, María	Garantizar la sostenibilidad del proyecto divulgando a través de sus herramientas institucionales la Campaña divulgada en la vitrina turística de ANATO 2024.	Si	No	Si	Si	Administrativos	Todos los aspectos están contemplados

la Baja, Santa Catalina, Arjona, Turbaco y Magangué							
ICULTUR	Seguir promocionando a través de los canales y escenarios institucionales a los municipios priorizados como destinos turísticos en el Departamento de Bolívar	Si	No	Si	Si	No.	Todos los aspectos están contemplados

14. ESTUDIO DE RIESGOS

Posibles eventos externos al proyecto que ponen en riesgo su ejecución.

Riesgo	Descripción del riesgo	Probabilidad de ocurrencia	Impacto	Efectos generados	Medidas de mitigación
Logístico	Retraso en la entrega de materiales y equipos para el montaje del stand	Poco probable	Moderado	Retraso en la inauguración del stand en el marco de los eventos	Coordinación previa de la entrega de materiales y equipos.
Calidad	Entrega de materiales y equipos de mala calidad, para el montaje de los stands.	Poco Probable	Muy Alto	Bajo impacto del proyecto – Poco impulso de la competitividad turística.	Control previo de la calidad de materiales y realización de pruebas de los equipos que se emplearán en el desarrollo de la actividad
Logístico	Incumplimiento de las aerolíneas o cambio de las condiciones de vuelo que impidan la llegada a tiempo del personal o material necesario para el desarrollo del evento	Probable	Muy Alto	Escasez de personal para atender los stands. Escasez de material para dar a conocer los destinos	Revisión de varias opciones de viaje, coordinar vuelos con suficiente anticipación

				turísticos priorizados	

14. ESTUDIO DE COSTOS DE LA ALTERNATIVA 1

Valor Total del proyecto

En documento adjunto se podrá apreciar el presupuesto detallado y el análisis de precios unitarios relacionados con el proyecto. Anexo 1. Presupuesto Detallado.

15. VALORACIÓN DE BENEFICIOS PARA LA ALTERNATIVA 1

Los ingresos y beneficios que se generarán con este proyecto son:

- Ahorro por el patrocinio a los artistas por el costo de transporte, alimentación y hospedaje dentro de la Vitrina Turística Anato 2024: Los artistas que harán las activaciones culturales dentro del evento no tendrán que costear los gastos de transporte, alimentación y hospedaje.

- Beneficios: 30 artistas, delegados, gestores culturales e invitados especiales del Departamento de Bolívar x tiquetes aéreos x transporte x alojamiento x alimentación.

- Además de los ingresos y beneficios anteriormente mencionados, con la participación de ICULTUR y como representación del departamento de Bolívar para promover las manifestaciones culturales y los destinos turísticos del Departamento, se obtendrán los beneficios cualitativos que se mencionan a continuación:

  - Se salvaguardará el patrimonio cultural inmaterial y material y se fortalecerá el desarrollo turístico de los municipios con vocación turística del departamento de Bolívar.

  - Se apoyará y beneficiará al talento de los artistas, organizaciones y gestores culturales que están involucrados con el arte.

  - Se incrementará la actividad turística en los municipios con vocación turística del departamento de Bolívar.

  - Se favorecerá el conocimiento y difusión del mercado de las prácticas culturales y turísticas del departamento de Bolívar hacia el mercado nacional.

- Reconocimiento del departamento de Bolívar como un territorio turístico-cultural.

16. TASA DE INTERÉS DE OPORTUNIDAD

DTF 2.31%

Justificación: Se utiliza la DTF a 180 días de la Semana del 18/01/2021 al 24/01/2021 autorizada por el Banco de La República.

Consultar pagina

https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/tasas-captacion-semanales-y-mensuales

Atentamente,

IVAN JOSÉ SANES PEREZ
DIRECTOR GENERAL DE ICULTUR
DEPARTAMENTO DE BOLÍVAR