Gobernación DE CÓRDOBA
Unidos por la Prosperidad

DTi
Consultores en Turismo

Plan de Desarrollo Turístico para el Departamento de Córdoba

Contenidos propositivos del plan

Septiembre 2012

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
República de Colombia
Libertad y Orden

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA

Índice del documento

I OBJETIVOS Y LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

Objetivos

Estrategias

II PROGRAMAS OPERATIVOS

Programa de coordinación de la superestructura y Sistema Turístico

Programa de infraestructura y mejora de servicios

Programa de manejo ambiental y sustentabilidad

Programa de producto turístico

Programa de mejora de la calidad y adaptación al mercado

Programa de fomento del empleo y el emprenderismo turístico

Programa de interpretación y comunicación

Programa de mercadeo y promoción

Programa de seguridad turística

Programa de seguimiento y evaluación

III ACCIONES ESPECÍFICAS PARA LAS ZONAS TURISTICAS

1 Zona Costanera

2 Eje del Sinú

3 Tierralta

4 Río San Jorge

5 Cultura Momil

I Objetivos y lineamientos estratégicos

Objetivo genérico del plan

> **El Plan Estratégico de turismo del Departamento de Córdoba se formula para definir las acciones necesarias para el mejor aprovechamiento de la actividad turística como parte de las herramientas de desarrollo del Departamento, la mejora del bienestar de su población y la sustentabilidad de sus recursos naturales y culturales.**

El plan se formula para una vigencia de 9 años, estableciendo los calendarios de operatividad a corto, medio y largo plazo así como los hitos de revisión y control para cada etapa de su aplicación.

Objetivos programáticos

De acuerdo con la metodología propuesta para la formulación del plan, los objetivos incluidos en el programa de gobierno de las autoridades electas, deben incorporarse al proceso como parte fundamental de las bases constitucionales del proceso de planificación.

A este respecto se han extraído del documento "GESTION Y BUEN GOBIERNO PARA LA PROSPERIDAD DE CORDOBA" con el que se presentó el candidato electo **ALEJANDRO JOSE LIONS MUSKUS**, los siguientes objetivos instrumentales para el Plan de Desarrollo Turístico del Departamento:

Aunque el programa de gobierno no incluye la actividad turística como uno de sus renglones básicos si que se encuentran diversas referencias al turismo en distintas partes de la propuesta.

- En el apartado Córdoba productiva, se incluye el turismo en zonas cenagosas, ribereñas y costaneras, como parte de las llamadas "locomotoras" económicas para el desarrollo de Colombia, que Córdoba incorpora así a su proceso de planeación del desarrollo.

El turismo como una actividad económica transversal, se encuentre implícito en otros muchos puntos del programa del gobierno electo:

- Educación
- Juventud
- Cultura
- Apoyo a las pequeñas y medianas empresas

- Infraestructuras y servicios
- Empleo y bienestar social.

1 Crear las condiciones para que el turismo se convierta en una de las actividades económicas claves para eliminar las condiciones de subdesarrollo en que vive una parte de la población de Córdoba.

2 Definir un entorno atractivo para los inversionistas y coordinar la inversión pública y privada para conseguir las condiciones que requieren los sectores económicos como el turismo mejorando la capacidad el apoyo al emprendimiento.

- Incentivar a través de cofinanciación de proyectos y programas a todo tipo de empresa nueva que se establezca en el departamento, generando empleos a la comunidad.
- Presentar programas y proyectos de generación de empleo, a través de un fondo de garantías, que ofrezca las condiciones para la consecución de capital de trabajo mediante la modalidad de créditos sin codeudores ni hipotecas con el concurso de las asociaciones, cooperativas y microempresarios

3 Convertir la educación en la palanca central de la visión de largo plazo del Departamento, enfocándola en los nuevos conocimientos y destrezas que se requieren en distintos campos del saber u la actividad económica entre ellos el turismo. Enfocar en este sentido programas educativos específicos para:

- Programas universitarios de formación en gerencia de empresas turísticas, planeación y emprendimiento económico turístico.
- Promoción del bilingüismo y de la enseñanza del inglés en los municipios
- Ampliación de la oferta de formación técnica y tecnológica en oficios y tecnologías aplicables a la actividad turística.

4 Mejorar los servicios públicos básicos que afectan tanto a la población general como a los negocios turísticos, enfocando las inversiones locales y departamentales de forma coordinada para crear un entorno de infraestructuras de doble uso (turístico y local) que mejore la competitividad turística del Departamento y el bienestar de la población.

En concreto se propone actuar sobre los siguientes servicios:

- Mejora en el abastecimiento de agua potable para el consumo y en el saneamiento básico, mediante la aplicación del Plan Departamental de Aguas de Córdoba
- Mejorar la accesibilidad a los servicios de salud.

- Ampliar la cobertura de energía hacia zonas rurales que permita su desarrollo agroindustrial y eco turístico.

5 Gestionar ante el gobierno nacional y con el apoyo de los congresistas y senadores departamentales, las grandes obras y programas de desarrollo necesarios para subsanar el abismo en infraestructura que nos separa de otras regiones del país.

- Vías secundarias y terciarias de acceso a las zonas turísticas más promisorias
- Infraestructuras de prevención y regulación de inundaciones.
- Mejora de las condiciones de navegabilidad en los cauces fluviales donde sea posible.

a través del programa Córdoba Digital logremos significativamente ampliar esa cobertura, ya que la masificación de las Tics es factor clave para el aumento de la productividad y competitividad en la educación, el trabajo, en la comercialización y en la innovación

6 Promover la generación de empleo estable ligado a la actividad turística y especialmente enfocado a los grupos más vulnerables:

- Planes para el empleo y emprendimiento turístico dirigidos a las mujeres y mujeres cabeza de hogar.
- La cualificación vocacional de los jóvenes para la innovación, investigación, talento y orientación para el trabajo en el sector turístico.
- Vinculación de las personas en situación de discapacidad a las diferentes modalidades de empleo y trabajo, de acuerdo con sus potencialidades.

7 Liderar la defensa de los patrimonios culturales, promoviendo su aprovechamiento turístico sustentable como medio para la mejora de su valoración por parte de la población. Para ello se propone:

- Promoción de las diferentes manifestaciones culturales de las subregiones de nuestro departamento.
- Apoyo para la conservación del patrimonio arqueológico.
- Apoyo a las manifestaciones culturales intangibles y culturas ancestrales de las distintas sensibilidades y etnias presentes en el departamento.

8 Relacionar la actividad económica agrícola con el sector turístico como parte de las actividades de desarrollo del sector.

- Promoción de actividades y productos agrícolas como parte de los atractivos turísticos del Departamento, mediante programa específicos ligados a la cadena productiva de la carne, la pesca, y los cultivos industriales.
- Promoción y apoyo al sector artesanal y las artesanías alimentarias.
- Diseño de programas y promoción del emprendimiento en actividades de agroturismo y turismo rural.

9 Gestionar recursos de la nación, en asocio con los municipios del departamento, igualmente recursos de cooperación internacional y de las empresas de los distintos sectores para crear la plataforma financiera que requieren las ideas de negocios: fondos de capital semilla, de capital de riegos, local de garantías y para la investigación.

10 Buscar una solución integral de los problemas ambientales que padece el Departamento de Córdoba, los municipios que lo integran y sus habitantes en general, comenzando por identificarlos con profundidad y claridad, tal como se plantea el Plan de Gestión Ambiental Regional 2002-2012 de la CVS. Asumir con responsabilidad la ejecución de acciones preventivas y sustentables para la protección del medio ambiente.

- Recuperación de ciénagas y humedales desecados
- Implementar estrategias de desarrollo sostenible y ecoturismo en los municipios del departamento.
- Desarrollar obras de impacto que mitiguen los efectos de la erosión en la zona costera.
- Apoyar a los municipios en la solución de la problemática de los basureros a cielo abierto

11 Resguardar la seguridad ciudadana a través de un plan de seguridad y convivencia entre la policía, defensa civil, frentes de seguridad locales, acciones comunales y demás juntas cívicas con asiento en el municipio.

Objetivos instrumentales del Plan

Los objetivos instrumentales del plan se basan en dos fuentes de decisión. Por una parte se derivan y participan de las perspectivas y objetivos del plan de Desarrollo Departamental; pero por otra parte dependen también del proceso participativo,

Para el presente plan se proponen los siguientes objetivos:

12 Mejorar la institucionalización de la gestión turística, mediante la creación de instrumentos administrativos orientados al reconocimiento de la importancia del turismo como factor del desarrollo departamental y municipal.

13 Mejorar de las infraestructuras viales en zonas críticas como la zona costanera y adecuación de las principales vías de conectividad inter regional. Potenciar el uso del aeropuerto de Montería como aeropuerto internacional. Mejorar las infraestructuras generales de servicios públicos en las áreas rurales y pequeñas poblaciones con mayor actividad turística.

14 Enfocar el ordenamiento territorial teniendo en cuenta los usos turísticos potenciales y apoyar a los municipios en la elaboración de sus instrumentos de planificación

15 Aprovechar los recursos disponibles en diversas instancias nacionales e internacionales en apoyo a proyectos relacionados con el turismo y la conservación del patrimonio.

16 Realizar esfuerzos concretos en el diseño de productos turísticos adaptados a los recursos más promisorios, a la estructura de servicios turísticos y a públicos objetivo con mayor capacidad de gasto. Mejorar de forma efectiva de la competitividad de los productos turísticos actuales y su comunicación y presencia en el mercado turístico colombiano..

17 Promover la Integración turística regional en el conjunto de la región Caribe y con los ejes fluviales del Cauca y el Magdalena.

18 Apoyar la puesta en valor de recursos basados en las culturas indígenas históricas y actuales y afrodescendientes

19 Apoyar la formalización de los negocios de servicios turísticos existentes y mejorar la calidad de los servicios ofertados buscando la satisfacción del cliente.

20 Respaldar a los municipios en la conservación del patrimonio material e inmaterial

21 Aprovechar los recursos relacionadas con el agua, navegación fluvial y turismo náutico.

22 Ampliar las áreas protegidas y asegurar la conservación, sobre todo de humedales costeros, manglares y ciénagas.

23 Mantener una información fiable y eficaz sobre las condiciones de seguridad en las distintas zonas turísticas definidas en el diagnostico.

24 Crear un sistema de información turística basado en datos fiables

25 Apoyar a los empresarios en el fortalecimiento de la capacitación turística a todos los niveles: directivos, mandos intermedios, empleados y formación primaria.

Estrategias

Estrategia 1 Institucionalización y coordinación:

Correspondiente a los objetivos 1, 2, 9, 12, 14 y 17

Estrategia 2 Mejoramiento de infraestructuras y servicios públicos de doble uso

Correspondiente a los objetivos 4, 5, 13 y 14

Estrategia 3 Gestión ambiental y patrimonial sustentable

Correspondiente a los objetivos 7, 8, 10, 15, 18, 20 y 22

Estrategia 4 Desarrollo de productos y puesta en valor de recursos y atractivos

Correspondiente a los objetivos 1, 2, 14, 16, 18, 21 y 24

Estrategia 5 Mejora de la calidad

Correspondiente a los objetivos 3, 4, 15, 19 y 24

Estrategia 6 Apoyo al emprenderismo y fomento del empleo turístico

Correspondiente a los objetivos 1, 2, 9 15, y 19

Estrategia 7 interpretación turística y comunicación de valor

Correspondiente a los objetivos 1, 16, 17 y 24

Estrategia 8 Esfuerzo específico en mercadeo y promoción

Correspondiente a los objetivos 1, 2, 16, 18 y 24

Estrategia 9 Gestión de la seguridad turística

Correspondiente a los objetivos 2, 10, 14 y 17

Estrategia 10 Control y seguimiento del plan

Correspondiente a los objetivos 11 y 23

Lineamientos estratégicos

Las estrategias propuestas, resultado tanto de los objetivos como de las conclusiones de la DOFA, finalmente sometidas a revisión y consenso en los talleres de planeación participativa.

Para este ejercicio y para mayor claridad de los planes y programas se ha elaborado este apartado de lineamientos estratégicos que busca orientar el plan hacia acciones concretas, realistas y de resultados inmediatos, para ajustar el desfase existente entre el valor e importancia de los recursos y atractivos y la realidad del negocio turístico del Departamento.

El enfoque de los distintos programas propuestos se basa en una doble línea estratégica:

- Por una parte conseguir resultados inmediatos en cuanto al aumento del número de turistas recreativos y el incremento del gasto por turista.
- En segundo lugar sentar las bases políticas, estructurales y empresariales para el desarrollo de líneas de producto adecuadas tanto a los recursos y atractivos existentes, como a segmentos de mercado más exigentes, incluso de procedencia internacional.

Paralelamente a estas líneas estratégicas, se hace necesario profundizar en el planeamiento territorial, sobre todo en las áreas costeras para ordenar la relación con una demanda de inversores y especuladores que aunque pueden ser bien recibidos, deben someterse a una reglas claras que impidan el deterioro de las playas y costas aun vírgenes turísticamente y situadas en el punto de mira de promotores nacionales e internacionales.

La pertenencia al espacio turístico “Caribe” es una clara ventaja competitiva, pero la situación de Córdoba en la periferia del centro de atractivo (entre Cartagena y Santa Marta), y el escaso desarrollo legal e institucional, puede ser interpretado como una debilidad y dar lugar a iniciativas poco sustentables, que pongan en peligro el futuro desarrollo del sector.

En cuanto a la seguridad, en la que se han realizado grandes avances en el Departamento, falta cambiar la percepción mediática de que Córdoba es un Departamento inseguro. Acontecimientos relativamente recientes han contribuido a esa imagen que efectivamente no se corresponde con la situación general, por eso se hace necesario enfocar un esfuerzo de comunicación tanto dirigido a la opinión pública como a los turistas que visitan actualmente y en el futuro

Enfoque estratégico para resultados inmediatos

En el diagnostico turístico del Departamento se pone de manifiesto que la ciudad de Montería es en este momento el centro principal de prestación de servicios turísticos, comerciales y complementarios, y cuenta con la mejor conectividad por tierra y sobre todo por vía aérea.

El Plan debe enfocarse en primer lugar en aprovechar y potenciar este papel, enfocando los productos para tomar la Ciudad de Montería como punto de llegada y centro de distribución turística.

Esto supone potenciar el papel de la ciudad y enfocar las inversiones en tres frentes que pueden resultar decisivos a la hora de atraer nuevos turistas: Fines de semana, puentes y vacaciones; ampliar la estancia de turistas de negocios que no tienen actividades para desarrollar en los fines de semana y situar al Departamento en el mapa turístico colombiano.

Para ello será necesario coordinar muchos de los programas y actividades propuestas con la alcaldía de Montería, donde en la primera parte del plan, con vigencia para 9 años, se va a centrar el esfuerzo programático y que además deben servir de aliciente para que otras localidades comiencen a actuar con algunos programa similares, aunque enfocados en los recursos y atractivos locales.

Estas actuaciones serían:

- Montería ciudad hospitalaria y ordenada (en paralelo al programa de ciudades amables)
- Apoyo a agencias de viaje locales para crear paquetes de turismo receptivo en un radio de acceso de 1h. 30’ desde Montería
- Plan especial para potenciar el aeropuerto de “los Garzones”
- Plan ejecutivo para el centro de convenciones y creación de una oficina de eventos y convenciones para su puesta en mercado profesional.
- Plan de mejora de la calidad de los alojamientos turísticos de Montería y su entorno (fincas agroturísticas)
- Capacitación en Manejo saludable de Alimentos y gerencia de alimentos y bebidas, para restaurantes de Montería
- Promoción para la certificación de guías locales y departamentales.
- Plan de preservación patrimonial del centro histórico de Montería
- Plan especial del entorno del Mercado de Montería, completando el parque de la ronda del Sinú hasta el puente nuevo y integrando el muelle turístico del río Sinú. (adicionalmente el municipio ha puesto en marcha el proyecto de parque lineal en la orilla izquierda del río)
- Mejora de la información turística con la creación de al menos dos PITs, uno en el aeropuerto y otro en el centro de la ciudad, preferentemente en la zona de la ronda del Sinú.
- Programa de apoyo al comercio para atención a turistas y visitantes.
- Programa de espacios verdes en los alrededores de Montería, creando al menos cuatro parques con características ecológicas que amplíen la oferta de la ronda como espacios recreativos para la población y los turistas. Estos parques podrían confluir en El Cerro, recuperado como un parque natural de esparcimiento y recreación pero con alto contenido de divulgación de las riquezas del antiguo bosque que lo cubria.

Enfoques estratégicos para el medio plazo

En el medio plazo, las líneas maestras del plan de desarrollo se enfocan en varios de los programas propuestos:

- la mejora de infraestructuras tanto de comunicaciones terrestres, aéreas, fluviales y marítimas

- Nejora de las redes de servicios en las poblaciones turísticas y sus áreas rurales.

- El diseño y creación de productos más competitivos y que aprovechen mejor los valores naturales, culturales y patrimoniales del departamento

- Las acciones de interpretación turística, comunicación y mercadeo para asentara medio y largo plazo al departamento dentro de la oferta turística competitiva del área del Caribe Colombiano

- La sustentabilidad ambiental, social y empresarial de la actividad turística en el destino.

- la acciones dirigidas a mejorar la percepción de seguridad del destino

Además de estos factores estratégicos el plan incluye las correspondientes acciones de control y revisión que aseguren su valor y operatividad durante los nueve años de su vigencia.

II Programas operativos

1 Programa de coordinación de la superestructura y Sistema Turístico

Objetivo:

Transmitir a los actores turísticos la seriedad del compromiso del gobierno departamental con el desarrollo y consolidación de la actividad turística dentro del marco de unas políticas basadas en la sustentabilidad y el aprovechamiento eficiente de los valores naturales, culturales y patrimoniales con que cuenta el departamento.

Descripción:

Actuaciones de mejora de la operatividad institucional de la dirección de Turismo y artesanías y de las instancias publico privadas que aseguren la participación del sector turismo en el desarrollo de la actividad en el departamento.

Responsabilidades:

Gobierno Departamental

Actores privados

Municipios Turísticos

Componentes:

Actuación 01/001: Fortalecimiento de la Dirección de Turismo y Artesanías de la Secretaria de Desarrollo Económico y Agropecuario del Departamento de Córdoba. Se requeriría de una estructura estable con al menos tres técnicos y un auxiliar, así como incorporar a la misma la oficina de control del plan Estratégico de turismo. Se requiere también la dotación de medios de ofimática y comunicaciones para su adecuado funcionamiento.

Actuación 01/002: Desarrollo de una instancia publico privada que garantícela participación y control del sector turístico en el desarrollo del turismo en el Departamento de Córdoba y el control de la aplicación del presente Plan Estratégico de Desarrollo Turístico. En dicha instancia deberán participarlos actores privados, gremios, municipios, organizaciones comunitarias y cabildos y asociaciones afrocolombianas y comunidad Rom, academia y asociaciones culturales del Departamento de Córdoba. (Órgano consultivo y de consenso publico privado para el desarrollo del turismo en Córdoba).

Actuación 01/003: Creación de una mesa técnica para el Turismo en el Departamento de Córdoba con participación especifica de las instancias académicas, la corporación autónoma del Sinú CVS, el SENA y las secretarias de Gobierno con incidencia en el desarrollo turístico del Departamento.

Actuación 01/004: Presentación del Plan de Estratégico de Desarrollo Turístico del Departamento de Córdoba a la honorable asamblea departamental, para su aprobación como ordenanza con efectos de compromiso presupuestal y administrativo durante los nueve años de su vigencia.

Actuación 01/005: Incorporar el documento del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico como anexo al plan de Desarrollo del Departamento para asegurar las partidas presupuestarias correspondientes que permitan la financiación de las actuaciones previstas en el Plan Estratégico, ya sea como gasto directo o como fondos para contrapartida.

Calendario

Las actuaciones contenidas en este programa se implementarán todas en el corto plazo, comprendido durante el primer año de vigencia del plan.

Presupuesto global

Actuaciones	Gasto corriente	Inversión	totales
Actuación 01/001:	**120.000.000**	**4.500.000**	**124.500.000**
Actuación 01/002:	**5.000.000**		**5.000.000**
Actuación 01/003:	**5.000.000**		**5.000.000**
Actuación 01/004			**Sin costo**
Actuación 01/005:			**Sin costo**

Cuadro de relaciones

Actores						
Gob. Nacional						
Gob. Departamental						
Municipios						
Sector privado						
Sector comunitario						
Responsabilidades	**Iniciativa**	**Estudios y planeación**	**Consensos y compromisos**	**Financiación**	**Implementación**	**Supevisión**

Indicadores.

La dirección de Turismo y artesanías de la Secretaría de Desarrollo Económico y Agroindustrial del Departamento de Córdoba cuenta con los medios humanos y equipos adecuados para el cumplimiento de las funciones y necesidades que determina el presente Plan Estratégico de Desarrollo Turístico.

El órgano de coordinación publico privada, está constituido y se produce al menos una sesión ordinaria de trabajo cada año.

La mesa técnica está constituida y apoya a la Dirección de turismo y Artesanías en las decisiones estratégicas derivadas del presente Plan Estratégico de Desarrollo Turístico.

El Plan fue presentado y aprobado por la honorable Asamblea Departamental.

El plan cuenta con una dotación presupuestaria adecuada a las necesidades y plazos señalados en el mismo y en los términos aprobados por la honorable Asamblea Departamental.

Sistema de revisión

- Se establece la revisión del programa cada vez que se complete cada una de las actuaciones previstas.
- Se establece la revisión del programa cuando no se alcancen los resultados previstos en los indicadores en contenido y fecha.
- El programa se revisará una vez completada la legislatura inicial.

2 Programa de infraestructura y mejora de servicios

Objetivo:

Propiciar una mejora sustancial en la accesibilidad vial, aérea, fluvial y marítima a las zonas turísticas. Mejorar en las zonas turísticas los servicios de acueducto, alcantarillado, disposición de residuos y suministro eléctrico. Mejorar la cobertura de la conectividad de telecomunicaciones, en especial el acceso a internet en las zonas turísticas. Todo ello en beneficio de la actividad turística y del bienestar de las poblaciones residentes.

Descripción.

Implementar con fondos propios, nacionales o de instituciones de crédito o banca multilateral las obras y equipamientos reflejados en las actuaciones en materia de vías, servicios públicos, conectividad y TICs, para el conjunto del Departamento y en particular en los municipios turísticos.

Este programa incluye de forma priorizada las actuaciones encaminadas a:

1 Mejora de las vías principales de acceso al Departamento, desde los grandes ejes viales nacionales.

2 Mejora en la conectividad aérea desde y hacia Montería como centro de servicios turísticos del Departamento.

3 Mejora y apoyo a la conectividad terrestre con las distintas zonas turísticas desde Montería y desde otros destinos turísticos próximos.

4 Mejora de servicios básicos en municipios de las zonas turísticas.

5 Organización e infraestructura básica para promover la navegación turística por el río Sinú y la ciénaga de Ayapel y sus canales y caños.

6 Mejora de la conectividad en telefonía móvil y acceso a internet de Banda ancha en las zonas turísticas. Creación de zonas Wi-Fi, gratuitas en municipios turísticos.

Responsabilidades

Gobierno Departamental

Gobierno Nacional (INVIAS)

Municipios Turísticos

Comunidades

Componentes:

Actuación 02/001:Mejora en las grandes vías de acceso

Tramos 3,4 y 5 de la transversal del Caribe, 260 kms. Principalmente el tramo Cartagena-Lorica de 99 kms.

Conexión Ruta del Sol: Magdalena,RN 80, Bosconia(César)-Plato; Bolivar,CN 80, Plato, Carmen de Bolivar; Sucre, RN 25 Carmen de Bolivar- Chinú (Córdoba)

Mejora de la RN25, entre Medellín, Caucasia y La Apartada (Cordoba)

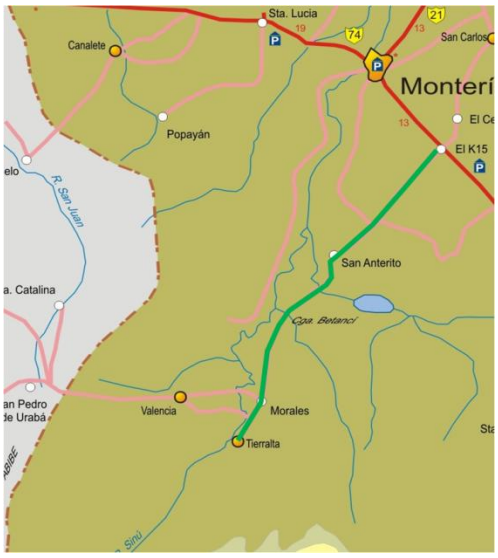
Realizar gestión ante las autoridades nacionales y dentro de los instrumentos de planeación de la región Caribe para la mejora general de estas vías que tienen carácter estratégico para el desarrollo turístico de Córdoba.

Actuación 02/002: mejora de vías estratégicas interiores. Consolidación, asfaltado, obras de fábrica y protección de aguas para los tramos:

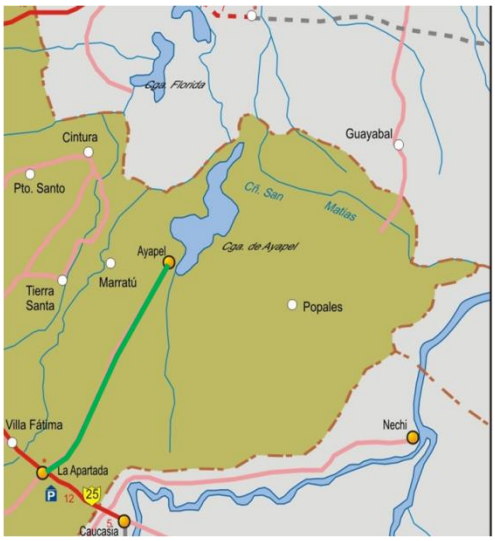
Tramo Moñitos- Santa Lucía

Tramo Momil–Sabaneta-Coveñas

Tramo Monteria Tierralta



Tramo La Apartada Ayapel

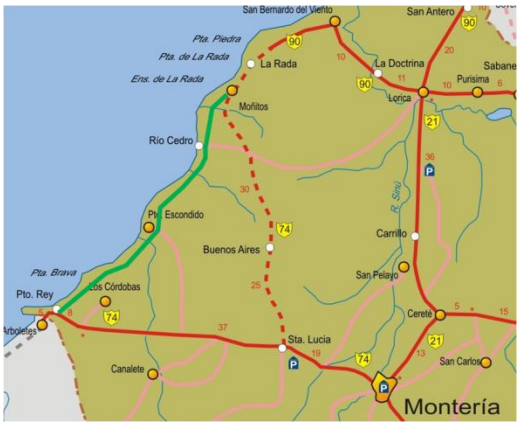


Gestionar recursos para las mejoras indicadas en estas vías, tanto del orden nacional, fondos de regalías y otras entidades de financiación o concesión para completar la mejora aceptable de estas vías.

Estos cuatro tramos, en combinación con la mejora en las grandes vías de acceso, son esenciales para aumentar el valor turístico de puntos estratégicos para el desarrollo de la actividad turística en el Departamento y favorecer la creación de sinergias de producto con mercados turísticos interiores y exteriores al departamento:

Cartagena –Lorica (este tramo forma parte del troncal del Caribe aunque debería abordarse de forma prioritaria a las propuestas incluidas en la actuación 02/001)

Se propone un sexto tramo para el diseño y construcción de una nueva vía que una Moñitos con Arboletes por la costa, para dar comunicabilidad da los municipios de Puerto Escondido y las playas de Los Córdobas, conformando una unidad de destino costero para toda la franja entre San Antero y Arboletes de la ribera Caribe de Córdoba. Esta vía debería desarrollarse en paralelo a las acciones recogidas en el anexo especial para la Franja Costanera de Córdoba, del presente plan de desarrollo.



Actuación 02/003: Mejora de la conectividad área. Realizar gestión ante las líneas aéreas nacionales para mejora de frecuencias y horarios desde y hacia Montería. Contactos con líneas aéreas internacionales para establecer conexiones desde y hacia Montería, como aeropuerto próximo y complementario de Cartagena. Esta actuación debería coordinarse con Aeronáutica civil y la empresa concesionaria del aeropuerto para mejorar su capacidad para recepción y despacho de aeronaves.

Actuación 02/004: Mejora de servicios públicos en municipios turísticos

Realizar acuerdos con los municipios turísticos para cofinanciar mejoras específicas en servicios públicos de alcantarillado, acueducto, recogida de residuos sólidos

Estudiar el enterramiento de cables de servicio eléctrico y telecomunicaciones en municipios de alto valor patrimonial (centro de Lorica)

A este respecto tendrán la consideración de municipios turísticos los situados en el Eje del río Sinú, la franja costanera, los situados alrededor de la ciénaga grande del medio Sinú, Ayapel y Tierralta.[1]

En los proyectos de mejora de los servicios públicos se prestará especial atención a las áreas rurales situadas en la cercanía de recursos turísticos: playas, humedales, zonas costeras, en las que conviven intereses económicos de la población local y potenciales de desarrollo turístico.

Actuación 02/005: Mejora de las infraestructuras para la navegación fluvial en el río Sinú y en la ciénaga de Ayapel. Con las siguientes actividades e inversiones:

- Retirada de obstáculos en el río Sinú y formalización de las concesiones y levantamiento de guayas de los planchones transbordadores.
- Señalización y balizaje del río Sinú
- 10 Embarcaderos menores según la distribución recogida en el anexo especial para el eje del Sinú del presente Plan de desarrollo.

[1] Mnicipios turísticos de Córdoba: tendrán este carácter los municipios de San Antero, San Bernardo del Viento, Moñitos, Puerto Escondido, Lorica, Purísima, Momil, San Andrés de Sotavento, Chimá, Chinú, Cotorra, San Pelayo, Cereté, Montería, Tierralta, Buenavista y Ayapel. Otros municipios podrán sumarse a esta consideración en función de su interés y de los parámetros que determine la honorable Asamblea Departamental de Córdoba.

Actuación 02/006: Mejora de la conectividad a la red en los municipios turísticos. Instalación en colaboración con las alcaldías de puntos de acceso Wi-Fi gratuitos en los puntos centrales de los Municipios Turísticos de San Antero, San Bernardo del Viento, Lorica, Momil, Ayapel, Tierralta y la comunidad de Tuchín.

Ampliación de la red de Córdoba digital, en colaboración con el ministerio de las TICs

Calendario

Actuaciones	Corto plazo, 1er año de vigencia del plan.	Medio plazo, del 1er al 4º año de vigencia del plan	Largo plazo, del 4º al 9º año de vigencia del plan.
Actuación 02/001:			
Actuación 02/002			
Tramo 1			
Tramo 2			
Tramo 3			
Tramo 4			
Tramo 5			
Tramo 6			
Actuación 02/003			
Actuación 02/004			
Actuación 02/005			
Actuación 02/006			

Presupuesto global

Actuaciones	Gasto corriente	Inversión	totales
Actuación 02/001:	**25.000.000**		**25.000.000**
Actuación 02/002:	**250.000.000 (diseños)**	**52.000.000.000**	**52.250.000.000**
Actuación 02/003:	**25.000.000**		**25.000.000**
Actuación 02/004	**200.000.000 (diseños)**	**300.000.000**	**500.000.000**
Actuación 02/005:		**1.600.000.000**	**1.600.000.000**
Actuación 02/006	**100.000.000**		**100.000.000**

Cuadro de relaciones

Actores						
Gob. Nacional						
Gob. Departamental						
Municipios						
Sector privado						
Sector comunitario						
Responsabilidades	**Iniciativa**	**Estudios y planeación**	**Consensos y compromisos**	**Financiación**	**Implementación**	**Supervisión**

Indicadores.

- *Actuación 02/001*: Gestiones realizadas ante el INVÍAS y el gobierno nacional. Información concreta de plazos inversiones disponible
- *Actuaciones 02/002,02/004, 02/005 y 02/006* : obras diseñadas, licitadas y concluidas en plazo.
- Actuación 02/003: Gestiones ante líneas aéreas realizadas. Resultados de las gestiones evaluados.

Sistema de revisión

La mesa técnica de turismo realizará una evaluación anual de los proyectos y su evolución, así como de la conveniencia de introducir cambios en los municipios objetivo y los tramos de vías a mejorar de acuerdo con los calendarios nacionales de los proyectos en vías principales.

Se podrán realizar los ajustes en los presupuestos que se consideren necesarios para el buen fin de las actuaciones de acuerdo con las disponibilidades presupuestarias.

3 Programa de manejo ambiental y patrimonial sustentable.

Objetivo:

Conseguir que la actividad turística contribuya con sus aportes económicos y manejo sustentable al mantenimiento y recuperación de los espacios naturales protegidos y los bienes culturales del patrimonio material e inmaterial así como el beneficio de las poblaciones localizadas en sus entornos.

Descripción.

Las actuaciones incluidas en este programa buscarán la puesta en valor sustentable de algunos recursos naturales y patrimoniales de forma que puedan ser manejados de forma sustentable mediante productos turísticos. Se orientará también a la preservación de los espacios naturales más frágiles y valiosos y a utilización del patrimonio material e inmaterial para su aprovechamiento turístico culturalmente respetuoso y que ofrezca los mejores beneficios en cuanto a conservación y beneficio social.

El programa pondrá especial atención a los recursos naturales que tengan el agua y sus culturas como tema principal: ríos, ciénagas, y espacios costeros en línea con la conceptualización definida para el turismo en el Departamento.

Este programa incluye actuaciones encaminadas a:

1 Establecer reserva absoluta de las zonas declaradas parques nacionales y establecer las actividades permitidas y no permitidas en las áreas de amortiguación. Aumentar las áreas protegidas en el departamento.

2 Definir un marco de actuaciones para mejorar la situación de los cauces y láminas de agua por la abundancia de vertidos directos y disposición irregular de residuos sólidos y productos peligrosos.

3 Definir programas de Agricultura sustentable, producción limpia y productos de alto valor añadido para el desarrollo de cadenas productivas asociadas al turismo, con preferencia para los situados en las cercanías de humedales y los manejados por empresas comunitarias o resguardos indígenas.

4 Realizar acciones de difusión y sensibilización entre la población local sobre la relación de sustentabilidad entre agricultura, pesca, silvicultura, ganadería y turismo en las aéreas rurales de alto valor ecológico.

5 Promover creación de nuevas zonas amparadas en figuras de protección ambiental departamentales y locales, así como la declaración de inclusión en el convenio Ramsar[2] de al menos dos zonas de humedales del Departamento con mayor presencia de aves acuáticas migratorias.

6 Implementar apoyos a los empresarios de alojamiento para la certificación ambiental de hoteles urbanos y rurales.

7 Establecer una normativa sobre la conservación y preservación del patrimonio material y de los conjuntos urbanos con independencia del grado de protección de los edificios individuales. Registro y documentación de edificaciones tradicionales de carácter popular.

8 Contribuir a la aplicación del PEMP de Lorica, en todos sus aspectos patrimoniales y turísticos.

9 Definir los lineamientos para, dentro de la interpretación turística, incluir recomendaciones de buenas prácticas ambientales para los turistas.

Responsabilidades

- Gobernación de Córdoba
- Municipios implicados
- Corporación autónoma CVS
- Ministerio de Cultura
- Grupos comunitarios

Componentes:

Actuación 03/001: Establecer un convenio con la corporación autónoma regional de los valles de los valles del Sinú y San Jorge (CVS), orientado a los siguientes objetivos:

- Determinar los usos turísticos permitidos y no permitidos en las zonas de amortiguación del parque Nacional natural Nudo del Paramillo.

[2] *"La filosofía de Ramsar gira en torno al concepto de "uso racional". El uso racional de los humedales se define como "el mantenimiento de sus características ecológicas, logrado mediante la implementación de enfoques por ecosistemas, dentro del contexto del desarrollo sostenible". Por consiguiente, la conservación de los humedales, así como su uso sostenible y el de sus recursos, se hallan en el centro del "uso racional" en beneficio de la humanidad."Ramsar UNWTO, Destino humedales, Apoyando el turismo sostenible 2012.*

- Ampliar la declaratoria de DMI para la totalidad de los humedales y manglares cordobeses.
- Definir un programa de aprovechamiento turístico de estos espacios protegidos con base en productos turísticos comercializables y estructuras empresariales comunitarias.
- Apoyar técnicamente la solicitud de adhesión al convenio Ramsar de los humedales de la Ciénaga grande del bajo Sinú y la Ciénaga de Betancí. (u otros humedales o enclaves considerados de elevado valor estratégico y natural que estén en condiciones de optar a esta clasificación)

Actuación 03/002: Diseñar en coordinación con la CVS un modelo de gestión para el desarrollo turístico sustentable para los espacios inmediatos y áreas de amortiguación de los parques nacionales naturales y áreas protegidas del Departamento de Córdoba.

Este modelo se concretará en los siguientes contenidos básicos:

1 Inventario de entornos y análisis de situación de los servicios turísticos en cada uno de estos espacios con figuras de protección vigentes o en proyecto.

2 La implantación de buenas prácticas ambientales en los emprendimientos y proyectos turísticos. (Ver *actividad 03/003*)

3 El modelo definirá también las necesidades de guianza especializada, tanto para los espacios naturales protegidos, donde la guianza será obligatoria, como para los territorios comunitarios y conjuntos culturales, donde primará el uso de guías locales. (En el programa 6 de fomento del empleo y el emprenderismo turístico se recoge una actuación de capacitación y certificación de guías de turismo especializados)

4 El modelo de gestión deberá promover la integración en los servicios turísticos ofertados de los componentes agrícolas, ganaderos y silvícolas tradicionales y sustentables, así como los productos artesanales y del patrimonio intangible derivados de ellos, presentes en cada zona y definir las formas en las que estos componentes entrarán a formar parte de la oferta turística a través de canales de comercialización relacionados con la conceptualización del destino.

5 Pautas de convivencia de modelos de propiedad y gestión de los servicios comunitarios y privados que faciliten un enfoque efectivo hacia modelos empresariales rentables y el acceso a nichos de mercado diferenciados en función de los servicios ofertados, precios, contenidos emocionales y culturales.

6 Estas pautas de convivencia deberían orientarse a promover la creación de entidades mixtas de destino, con participación de empresarios, municipios y comunidades, para ofrecer al mercado un producto característico y competitivo.

Actuación 03/003: Programa de certificación ambiental para establecimientos de alojamiento, aplicando la NTS-TS-002. Ampliar esta actuación para los sitios temáticos cuando se complete el proceso para las normas técnicas de sostenibilidad turística en sitios temáticos.

Se estudiará con los municipios costaneros la aplicación de la norma técnica de sostenibilidad turística NTS-TS 001-2 para los destinos de playa.

Esta actuación se centra únicamente en la dotación presupuestal para el proceso, que se desarrollará dentro del Programa 5 de mejora de la calidad y sostenibilidad turística que recoge las acciones necesarias para su implantación en empresas y destinos.

Actuación 03/004: Definir junto con el ministerio de cultura y las instancias académicas del Departamento un programa de preservación del patrimonio material que incluya las siguientes actuaciones:

- Catalogación de Edificios y conjuntos urbano con valor patrimonial en todas las poblaciones del departamento.
- Definición de modelos de arquitectura habitacional y utilitaria de carácter popular tradicional. Incorporar los criterios a los inventarios de construcciones patrimoniales de los ejemplos más significativos de las mismas.
- Consensuar con todos los municipios del departamento la adopción de medidas de protección del patrimonio inventariado en los POTs y PBOTs que se aprueben.
- Establecer un premio bianual de conservación del patrimonio material para los municipios del Departamento.

Actuación 03/005: Definir los contenidos y formas de comunicación de recomendaciones de buenas prácticas ambientales dirigidas a promover la conducta responsable de los turistas en estos espacios protegidos y patrimoniales *

*En el programa 7 de interpretación y comunicación se incluye una actuación para el diseño y difusión de estas recomendaciones.

Actuación 03/006: Apoyo especifico a la implantación del PEMP de Lorica, mediante convenio con el municipio y asociaciones cívicas y comunitarias de esta localidad.

Esta actuación incluirá la búsqueda de fuentes públicas y privadas de financiación.

Cuadro de relaciones

Actores						
Gob. Nacional						
Gob. Departamental						
Municipios						
Sector privado						
Sector comunitario						
Responsabilidades	**Iniciativa**	**Estudios y planeación**	**Consensos y compromisos**	**Financiación**	**Implementación**	**Supervisión**

Calendario

Actuaciones	**Corto plazo, 1er año de vigencia del plan.**	**Medio plazo, del 1er al 4º año de vigencia del plan**	**Largo plazo, del 4º al 9º año de vigencia del plan.**
Actuación 03/001			
Actuación 03/002			
Actuación 03/003			
Actuación 03/004			
Actuación 03/005			
Actuación 03/006			

Presupuesto global

Actuaciones	**Gasto corriente**	**Inversión**	**totales**
Actuación 02/001:	**Sin costo**	**80.000.000**	**80.000.000**
Actuación 02/002	**Sin costo**	**150.000.000**	**150.000.000**
Actuación 02/003		**80.000.000**	**80.000.000**
Actuación 02/004	**Sin costo**	**40.000.000**	**40.000.000**
Actuación 02/005	**Sin costo**		**Sin costo**
Actuación 02/006		**200.000.000**	**200.000.000**

Indicadores.

1 Convenios con la CVS, realizados y en funcionamiento durante el primer año de implementación del plan.

2 El modelo de gestión para el desarrollo turístico sustentable estará completado al finalizar el primer año de vigencia del Plan.

3 inventario patrimonial completado en los primeros 4 años de vigencia del Plan

4 El PEMP de Lorica estará completado en los plazos que establezca este instrumento de planificación para Pueblos Patrimonio.

Sistema de revisión

- Se establece la revisión del programa cada vez que se complete cada una de las actuaciones previstas.
- Se establece la revisión del programa cuando no se alcancen los resultados previstos en los indicadores en contenido y fecha.
- El programa se revisará una vez completada la legislatura inicial.

4 Programa de producto turístico

Objetivo:

Ampliar la oferta de productos turísticos, enfocándolos con la conceptualización del destino hacia mercados más rentables y amplios, de forma que los productos sean la base sobre la que se estructure el mercadeo y la promoción del destino.

Promover un programa de productos que convierta a Montería en centro de servicios turísticos y distribución turística del Departamento de Córdoba.

Descripción.

Teniendo en cuenta que los productos turísticos son el fruto de las actuaciones empresariales, individual o colectivamente, el papel de las administraciones publicas y de las instituciones publico - privadas no es el de "crear" productos turísticos, sino el de apoyar a los empresarios para que sean capaces de diseñar y estructurar verdaderos productos turísticos con posibilidades competitivas y ponerlos en el mercado.

Por ello el presente programa se centra en el apoyo a los empresarios y en trabajos indicativos de planificación y diseño de producto que sirvan de orientación a los mismos.

El programa se estructura en torno a los siguientes temas:

1 Aplicación del estudio de oferta y demanda actual y potencial y el análisis de producto del diagnostico del Plan a un estudio de mercados/producto.

2 Elaborar una propuesta que recoja posibles productos competitivos en función de varios factores de priorización:

- Adaptación al concepto del destino: "Córdoba destino de agua"
- Productos con presencia actual en el mercado que cuenten con una acogida favorable por parte de los visitantes.
- Productos tradicionales que han caracterizado al destino o a alguna de sus zonas.
- Productos innovadores promisorios para captar nuevos segmentos objetivo de la demanda.

3 Reuniones de divulgación y sensibilización de empresarios de servicios turísticos, operadores receptivos y agencias de viaje. Establecimiento de consensos sobre productos preferentes del destino Córdoba.

4 Listado de productos preferentes para acciones de comunicación, promoción y mercadeo.

5 Apoyo a la comercialización de los productos turísticos, con acciones de inteligencia de mercado que faciliten el ajuste y la toma de decisiones a los empresarios promotores de los productos.

6 Apoyo financiero a los empresarios para diseñar y testar en el mercado nuevos productos turísticos.

Responsabilidades

Dirección de Turismo y artesanías de la Gobernación de Córdoba

Empresa de diseño de productos turísticos

Empresarios turísticos, agencias de viaje y emprendedores turísticos

Mesa Técnica de Turismo del Departamento de Córdoba

Fondo de Promoción Turística de Colombia

Componentes:

Actuación 04/001: Plan de diseño de productos turísticos para el Departamento de Córdoba y sus zonas turísticas con los siguientes apartados:

1 Matrices mercados /producto, para identificar los nichos de mercado más favorables y los productos con mejores posicionamientos en cuanto a competitividad en el mercado turístico colombiano.

2 Matriz de priorización de productos turísticos, de acuerdo con el estudio anterior y los siguientes criterios de priorización:

- Adaptación al concepto del destino
- Presencia actual en el mercado con una acogida favorable por parte de los mercados

- Productos tradicionales que han caracterizado al destino o a alguna de sus zonas
- Productos innovadores promisorios para captar nuevos segmentos objetivo de la demanda.

Actuación 04/002: Creación de una unidad de inteligencia de mercados encargada de la obtención de datos fiables de ocupación hotelera, visitantes a atractivos naturales, culturales y lugares temáticos, gasto promedio del turista en destino. Principales actividades realizadas. Grado de satisfacción.

Esta unidad se constituirá como un Sistema de Información Turística del Departamento de Córdoba, para orientar las decisiones del sector público y de los actores privados en materia de productos turísticos y mercadeo. Será sustentada por la dirección de Turismo y Artesanías de la gobernación de Córdoba, que podrá aplicarla directamente o mediante convenios con entidades turísticas o academicas.

La información obtenida se difundirá mediante:

- Publicación de boletines trimestrales para su distribución entre empresarios, emprendedores y posibles inversores en el sector turístico.
- Resúmenes estadísticos anuales que aporten información estratégica para la toma de decisiones y el control y supervisión del plan Estratégico de Turismo.

La información se ofrecerá a través de la plataforma web específica de comunicación turística prevista en el programa 7 del presente plan estratégico.

Actuación 04/003: Dotación financiera para el diseño de productos turísticos. Definiendo las condiciones en las que se podrán solicitar ayudas por parte de los empresarios y comunidades para el diseño de productos turísticos y pre-test de los mismos frente al mercado.

Las ayudas solo podrán solicitarse desde prestadores de servicios turísticos legalizados y registrados.

Actuación 04/004: Con independencia de lo previsto en los anteriores componentes, se definirán y promoverán desde el mismo momento de la entrada en vigor del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico los siguientes productos:

- Turismo de ciudad, Montería, la autentica escapada.
- Playas naturales en la bocas del Sinu.(San Antero y San Bernardo del Viento).
- Lorica, el puerto fluvial hermano de Cartagena de Indias. Cultura, artesanías y patrimonio.
- Recorriendo las aguas del Sinú: navegando a través de la naturaleza.

Actuación 04/005: iniciativa especial de creación de producto turístico alrededor del Sombrero vueltiao y sus soportes sociales y artesanos en la comunidad de Tuchín.

Se propone la integración de esta iniciativa, incluida en el plan de Desarrollo del Departamento, en los proyectos de zonificación especial y diseño de producto complementarios al presente plan de Estratégico de Desarrollo Turístico del Departamento de Córdoba

Cuadro de relaciones

Actores						
Gob. Nacional				■		
Gob. Departamental	■	■	■	■	■	■
Municipios			■			
Sector privado		■	■	■	■	
Sector comunitario					■	■
Responsabilidades	**Iniciativa**	**Estudios y planeación**	**Consensos y compromisos**	**Financiación**	**Implementación**	**Supervisión**

Calendario

Actuaciones	**Corto plazo, 1er año de vigencia del plan.**	**Medio plazo, del 1er al 4º año de vigencia del plan**	**Largo plazo, del 4º al 9º año de vigencia del plan.**
Actuación 04/001			
Actuación 04/002			
Actuación 04/003			
Actuación 04/004			
Actuación 04/005			

Presupuesto global

Actuaciones	Gasto corriente	Inversión	totales
Actuación 04/001:	**80.000.000**		**80.000.000**
Actuación 04/002	**100.000.000**	**100.000.000**	**200.000.000***
Actuación 04/003	**12.000.000**	**240.000.000****	**252.000.000**
Actuación 04/004			**40.000.000**
Actuación 04/005			**Sin presupuesto*****

*Gastos de funcionamiento y recogida de información para cuatro años.

** presupuesto de apoyo a empresarios para diseño de productos. Presupuesto para 4 años, compartido con los costos de mercadeo y comunicación.

***Esta actuación se desarrollara y costeará en el documento complementario de zonificación especial y diseño de producto que acompañara a este plan de Desarrollo.

Indicadores.

1 Plan de diseño de producto realizado**.**

2 Al menos 10 productos turísticos priorizados para su presentación a los empresarios, emprendedores, comunidades e inversionistas.

3 10 ayudas adjudicadas anualmente durante los cuatro primeros años de vigencia del plan Estratégico.

4 Presencia en el mercado turístico nacional de los cuatro productos priorizados.

Sistema de revisión

- Se establece la revisión del programa cada vez que se complete cada una de las actuaciones previstas.
- Se establece la revisión del programa cuando no se alcancen los resultados previstos en los indicadores en contenido y fecha.
- El programa se revisará una vez completada la legislatura inicial.

5 Programa de formalización de los servicios turísticos, mejora de la calidad y adaptación al mercado

Objetivo:

Ordenar la oferta de alojamiento y otros servicios turísticos, asegurando el cumplimiento de las obligaciones de registro y empresariales, y orientando la gestión hacia la mejora de las estrategias de servicio y la satisfacción del cliente, mejorando su competitividad.

Descripción.

La mejora de la satisfacción del cliente y la adaptación de los precios y servicios a los distintos nichos de mercado será una de las claves del crecimiento del sector para los años de vigencia del plan, sobre todo en los primeros cuatro años en los que se espera consolidar los productos de demostración y avanzar en la solución de los problemas estructurales y de equipamiento que se han detectado en el diagnostico.

En este sentido se propone el uso de las herramientas de mejora de la calidad existentes en el entorno colombiano y la adaptación de algunas de ellas a las realidades turísticas, sociales y económicas presentes en el Departamento de Córdoba.

Para ello se incluirán en las actuaciones aspectos tales como:

- Sensibilización de empresarios y difusión de técnicas para la mejora de la calidad en estrategia de servicio, gestión empresarial y manejo ambiental.
- De esta sensibilización debe salir un grupo suficiente de empresarios y emprendedores interesados en procesos de implantación y certificación, en los subsectores de Alojamientos de ciudad, haciendas y alojamientos rurales, gastronomía, guianza, Agencias de viajes receptivas, servicios de turismo de naturaleza y sitios temáticos.
- El gobierno departamental apoyará a los empresarios con ayudas para la implantación que se ampliarán en caso de que se consiga finalmente la certificación.

Actuaciones de difusión de las mejoras en materia de calidad se incorporarán a los contenidos de las acciones de mercadeo y comunicación.

Responsabilidades

Dirección de Turismo de la Gobernación de Córdoba

Mesa Técnica de turismo de Córdoba

Órgano consultivo y de consenso publico privado para el desarrollo del turismo en Córdoba.

Fondo de Promoción Turística de Colombia

Componentes:

Actuación 05/001: Campaña de formalización de establecimientos de alojamiento en el Departamento de Córdoba.

Combinando comunicación directa a las empresas de las consecuencias de la falta de registro Nacional de Turismo y acciones de comunicación con los municipios turísticos para el ejercicio de sus obligaciones en sanciones y cierre de establecimientos no formalizados.

Se buscará el apoyo de las Cámaras de Comercio para facilitar el trámite de registro y legalización.

Se establecerán ayudas directas para la formalización de servicios turísticos prestados por empresas de economía comunitaria y social.

Actuación 05/002: Campaña de sensibilización y difusión de las políticas de gestión de la calidad como instrumento para la mejora de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos. Esta actuación incluye:

1 Diseño de la campaña, determinación del alcance y contenidos formativos y de divulgación.

2 Convocatoria a los prestadores de servicios a través de los gremios y las Cámaras de Comercio. Se realizarán acciones especiales dirigidas a los prestadores de servicios de propiedad comunitaria. Determinación de la lista de prestadores interesados en la certificación.

3 Implantación de sistemas de calidad y certificación para los empresarios y comunidades interesados.

Procesos de certificación, al menos en

- Prestación del servicio
- Gestión de la calidad
- Buenas prácticas de manufactura de alimentos.
- Competencias en guianza

- Buenas prácticas para Agencias de turismo receptivo
- Calidad ambiental para todos los alojamientos y para destinos turísticos de playa.

5 Difusión de los resultados alcanzados

Actuación 05/003: Determinación de las ayudas a ofrecer por parte de la Gobernación de Córdoba para este proceso. (Con la financiación parcial del Fondo de Promoción Turística de Colombia)

Diseñar las condiciones para la concesión de ayudas directas a las empresas turísticas para la implantación y certificación, condicionando las mismas a la culminación exitosa del proceso de certificación.

Cuadro de relaciones

Actores						
Gob. Nacional						
Gob. Departamental						
Municipios						
Sector privado						
Sector comunitario						
Responsabilidades	**Iniciativa**	**Estudios y planeación**	**Consensos y compromisos**	**Financiación**	**Implementación**	**Supervisión**

Calendario

Actuaciones	**Corto plazo, 1er año de vigencia del plan.**	**Medio plazo, del 1er al 4º año de vigencia del plan**	**Largo plazo, del 4º al 9º año de vigencia del plan.**
Actuación 05/001			
Actuación 05/002			
Actuación 05/003			

Presupuesto global

Actuaciones	**Gasto corriente**	**Inversión**	**totales**
Actuación 04/001	**10.000.000**	**30.000.000**	**40.000.000**
Actuación 04/002:	**40.000.0000**	**200.000.000***	**240.000.000**
Actuación 04/003	**80.000.000**		**80.000.000**

*contrapartida de ayudas complementarias del Fondo de Promoción Turística de Colombia de al menos otros 200 millones de pesos

Indicadores.

1 Al menos50 empresas turísticas se regularizan e inscriben en el RNT.

2 Cien empresarios, emprendedores y comunidades participan en las acciones de sensibilización y difusión

3 Al menos 30 empresarios inician el camino de la implantación y certificación

4 Al menos 20 empresas prestadoras de servicios turísticos se certifican en calidad de servicios, buenas prácticas de manufactura de alimentos, competencias de guianza servicios de agencia receptiva y calidad ambiental.

5 Al menos un destino turístico de la zona costanera se certifica en manejo sostenible para destinos de playa.

Sistema de revisión

- Se establece la revisión del programa cada vez que se complete cada una de las actuaciones previstas.
- Se establece la revisión del programa cuando no se alcancen los resultados previstos en los indicadores en contenido y fecha.
- El programa se revisará una vez completada la legislatura inicial.

6 Programa de fomento del empleo y el emprenderismo turístico

Objetivo:

Fortalecer el tejido empresarial y apoyar las iniciativas empresariales y comunitarias de nuevas inversiones que supongan la creación de puestos de trabajo formal relacionados con la actividad turística en el Departamento de Córdoba.

Descripción.

Este programase apoya en la formalización de los negocios turísticos (*Actuación 05/001)* para la generación de empleo formal en el sector turístico, tanto a tiempo completo como a tiempo parcial. El programa debe incidir sobre dos realidades que dificultan una adecuada prestación de los servicios y una mejor distribución de los beneficios del turismo en la sociedad a través del empleo:

- La inadecuada gestión empresarial en la comercialización y prestación de los servicios
- El subempleo o el empleo informal.

Para esto se propone incluir las siguientes iniciativas:

1 Ayudas a los empresarios y emprendedores para la mejora de sus procedimientos de gestión y comercialización.

2 Iniciativa especial para la capacitación específica de equipos empresariales en las iniciativas turísticas de propiedad y gestión comunitaria, incluyendo comunidades étnicas.

3 Apoyos complementarios para la inclusión de las empresas prestadoras de servicios turísticos en los programas nacionales de fomento del empleo y primer empleo.

4 Respaldo al establecimiento de una relación continuada entre las empresas turísticas, el SENA y la Academia para favorecer la contratación de egresados con especialidades de aplicación a los negocios turísticos.

5 Análisis de la oferta de titulaciones, competencias y pregrados que puedan incluirse en acciones de capacitación continúa de empleados actuales con vistas a la promoción y políticas de carrera.

6 Coordinación con los municipios para potenciar los programas locales de fomento del empleo en aquellas actividades que afectan a la mejora del ornato y policía urbana y mejora de servicios de doble uso relacionados con la actividad turística.

Responsabilidades

Gobernación del Córdoba, Dirección de Turismo, Secretaria de Educación. Secretaria de Infraestructura.

Municipios.

Cámaras de Comercio

SENA

Universidades

Componentes:

Actuación 06/001: Programa de capacitación en habilidades empresariales para responsables, gerentes y propietarios de empresas y emprendimientos turísticos.

Se ofrecerán ayudas especiales para la profesionalización y capacitación de dirigentes para los emprendimientos comunitarios de acuerdo con sus regímenes propios de responsabilidad fiscal y laboral.

Actuación 06/002: Iniciativa de fomento del empleo formal. Ayudas complementarias para los empresarios que se sumen a los programas nacionales de fomento del empleo y primer empleo para jóvenes. Estas ayudas acompañaran a otras ayudas propuestas en el presente Plan, para priorizar a los que realizan esfuerzos en mejora de la calidad, capacitación continua y formalización de sus negocios.

Actuación 06/003: Ayudas para la capacitación continúa del personal de empresas de turismo. En colaboración de las Cámaras de Comercio y gremios se incluirán los siguientes contenidos:

1 Censo de necesidades de capacitación para personal empleado en los negocios turísticos.

2 Campaña especial de capacitación en idiomas para el personal empleado en los Servicios Turísticos

2 Convenios con el SENA para capacitación en competencias.

3 Convenios con la academia para pregrados y posgrados.

Actuación 06/004: Convenio de coordinación con los planes de fomento del empleo local para su utilización en actuaciones de mejora y ornato de los municipios turísticos. Orientando a los municipios turísticos para que sus planes locales de fomento del empleo y empleo preferente, incluyan acciones de mejora de las redes locales de caminos y vías, acciones de ornato público, limpieza y pintura de fachadas, acondicionamiento de calles y andenes, limpieza y aseo de espacios sucios, degradados o sin uso.

Cuadro de relaciones

Actores						
Gob. Nacional						
Gob. Departamental						
Municipios						
Sector privado						
Sector comunitario						
Responsabilidades	**Iniciativa**	**Estudios y planeación**	**Consensos y compromisos**	**Financiación**	**Implementación**	**Supervisión**

Calendario

Actuaciones	**Corto plazo, 1er año de vigencia del plan.**	**Medio plazo, del 1er al 4º año de vigencia del plan**	**Largo plazo, del 4º al 9º año de vigencia del plan.**
Actuación 06/001			
Actuación 06/002			
Actuación 06/003			
Actuación 06/004			

Presupuesto global

Actuaciones	**Gasto corriente**	**Inversión**	**totales**
Actuación 06/001:	**Sin costo**	**40.000.000**	**40.000.000***
Actuación 06/002	**25.000.000**		**25.000.000**
Actuación 06/003	**25.000.000**	**100.000.000**	**125.000.000**
Actuación 06/004	**Sin costo**	**250.000.000**	**250.000.000**

Indicadores.

1 100 empresarios y emprendedores reciben capacitación en gestión sustentable de empresas turísticas. De ellos al menos 10 corresponden a emprendimientos comunitarios.

2 Aumento del empleo formal en 100 puestos de trabajo al año durante los cuatro primeros años.

3 Se ponen en marcha al menos dos programas de capacitación continuada

4 Se ponen en funcionamiento dos convenios anuales con municipios para fomento del empleo en iniciativas de doble uso.

Sistema de revisión

- Se establece la revisión del programa cada vez que se complete cada una de las actuaciones previstas.
- Se establece la revisión del programa cuando no se alcancen los resultados previstos en los indicadores en contenido y fecha.
- Se revisará el contenido de los convenios con municipios en función de los indicadores de aplicación de los mismos.
- El programa se revisará una vez completada la legislatura inicial.

7 Programa de interpretación y comunicación

Objetivo:

Transmitir a eficazmente al mercado los valores naturales, culturales y paisajísticos del Departamento de Córdoba, utilizando la conceptualización indicada en el diagnostico y promoviendo la presencia de Córdoba como destino turístico competitivo y asociado a la oferta del Caribe colombiano.

Mejorar la información turística y la señalización adecuada del destino y sus recursos, servicios y productos.

Descripción.

La interpretación turística es el soporte de toda la comunicación del destino con su entorno. La interpretación trasmite a los clientes actuales y potenciales los valores emocionales del destino y a los actores internos la forma en la sus servicios deben prestarse para dotar al mensaje de coherencia.

El proceso interpretativo apoyándose en el concepto turístico, en nuestro caso el de "Córdoba paisaje de Agua", basado en los recursos y atractivos más relevantes del destino, convierte este concepto primero en argumentos temáticos, "historias" que cuentan los contenidos experienciales que quiere transmitir el destino y en su desarrollo en las formas definitivas en los que esas historias se transmiten.

El programa de interpretación turística sustenta este proceso, del concepto a los argumentos temáticos y de estos argumentos a los mensajes concretos y adaptados para que los mensajes lleguen eficazmente al mercado

El programa tiene tres vertientes a implementar para el buen funcionamiento del proceso:

- la primera concreta los mensajes a transmitir al mercado "antes de la venta", el porqué experiencial que estará detrás de la decisión de compra.
- La segunda a porta información experiencial al cliente "durante" su vista al destino. Estos mensajes interpretativos los encontramos en la señalización interpretativa de los recursos, pero también en las guías y otros elementos de soporte que acompañan al turista durante sus visitas, libretos para la guianza, señalización, recomendaciones de uso, información ofrecida "post venta" por las oficinas de información turística o por cualquiera de los actores que acompañan y prestan servicios al turista durante su estancia en el destino.

- Por último, la interpretación "ilumina" las estrategias de servicio, el diseño de las cartas de los restaurantes, la decoración de los hoteles, los contenidos comerciales de las tiendas, la señalética urbana… todo lo que el turista va a ver o sentir durante su estancia el destino.

Un programa de interpretación debe recoger estos tres aspectos y ofrecer además pequeñas variantes que en coherencia con el concepto y argumentos temáticos, acompañen a turista en los distintos productos y zonas que ofrecen variantes especializadas o experiencias propias dentro del concepto común.

La interpretación tiene siempre un componente de retroalimentación que sobre las bases temáticas elegidas, va haciendo variar los mensajes en función de su comprensibilidad, adaptación a nuevos nichos de mercado, cambios sociales o culturales de los mercados, para mantener permanentemente el ajuste mensaje-experiencia y por tanto el valor experiencial de los productos turísticos del destino.

Se trata de un trabajo altamente especializado y de cuyo ajuste y acierto va a depender la diferencia competitiva básica de un destino con respecto a sus competidores.

Responsabilidades

Gobernación de Córdoba. Dirección de Turismo y Artesanías

Organismos publico privados

Actores turísticos privados y comunitarios

Municipios

Componentes:

Actuación 07/001: Diseñar el manual de interpretación del destino turístico Córdoba y de sus seis zonas turísticas incluyendo soportes para los tres componentes básicos de la interpretación turística

1 Comunicación de valores al mercado para promover la decisión favorable de compra transmitiendo los contendidos emocionales que el destino ofrece.

2 Soportes interpretativos para acompañar al turista durante su estancia en el destino que faciliten la comprensión de los valores ofrecidos y favorezcan la generación de experiencias exitosas y satisfactorias durante la estancia del turista en el destino

3 Establecer las pautas para dar coherencia interpretativa a las estrategias de servicio y todos los detalles de comunicación directa o indirecta que los prestadores de servicio transmiten durante el proceso de servucción.

Se recomienda la contratación de una empresa especializada en comunicación turística con experiencia en diseño interpretativo.

Actuación 07/002: Acciones de difusión de los contenidos interpretativos del plan y sus formas de aplicación. Dirigidas a distintos colectivos de actores y en las distintas zonas para mejorar la aplicabilidad del programa y la coherencia de los mensajes.

Actuación 07/003: Señalización turística interpretativa. Se diseñará un programa de señalización interpretativa de los principales recursos y atractivos, especialmente los recursos naturales y patrimoniales. Esta señalización es independiente de la señalización turística general de tipo direccional y situacional.

1 Recursos y atractivos principales bajo la responsabilidad de la Gobernación de Córdoba (estos son los incluidos en las previsiones de financiación)

2 Recursos y atractivos en manos de instituciones autónomas (CVS) o nacionales (PNN Nudo del Paramillo)

3 Recursos y atractivos municipales o regidos por las comunidades indígenas y otras comunidades étnicas.

Cada uno en sus ámbitos de responsabilidad, pero respondiendo a un modelo común consensuado, definido en un manual de soportes de señalización interpretativa.

Actuación 07/004: Programar el diseño y creación de una marca turística propia, que asuma la nueva conceptualización del Destino y sus argumentos y contenidos interpretativos.

Esta marca debe responder al menos a los conceptos: “Córdoba paisaje de Agua” y “Córdoba Auténtica”.

El primero de estos conceptos determinará la gama de colores, contenidos fotográficos e icónicos y apoyo a contenidos interpretativos en distintos tipos de soportes.

El segundo, se incluye como logotipo de marca.

Se aconseja la contratación de una empresa especializada en marcas turísticas para la elaboración de las propuestas y el manual de uso de la marca.

Cuadro de relaciones

Actores						
Gob. Nacional						
Gob. Departamental						
Municipios						
Sector privado						
Sector comunitario						
Responsabilidades	**Iniciativa**	**Estudios y planeación**	**Consensos y compromisos**	**Financiación**	**Implementación**	**Supervisión**

Calendario

Actuaciones	Corto plazo, 1er año de vigencia del plan.	Medio plazo, del 1er al 4º año de vigencia del plan	Largo plazo, del 4º al 9º año de vigencia del plan.
Actuación 07/001			
Actuación 07/002			
Actuación 07/003			
Actuación 07/004			

Presupuesto global

Actuaciones	Gasto corriente	Inversión	totales
Actuación 07/001:	**150.000.000**	**Sin costo**	**150.000.000**
Actuación 07/002	**25.000.000**	**Sin costo**	**25.000.000**
Actuación 07/003	**40.000.000**	**150.000.000**	**190.000.000**
Actuación 07/004	**60.000.000**		**60.000.000**

Indicadores.

1 Cumplimiento de plazos y calendarios para el diseño de los programas de interpretación, señalización y marca turística.

2 Acciones de difusión realizadas en las seis zonas turísticas y al menos con los colectivos de Alojamiento, Gastronomía, Guianza, operadores receptivos y responsables públicos de los municipios y recursos.

3 Señales interpretativas diseñadas e instaladas en al menos 10 espacios turísticos al finalizar la vigencia del plan.

3 Sondeo anual de contraste entre los mensajes propuestos y los realmente transmitidos.

Sistema de revisión

- Se establece la revisión del programa cada vez que se complete cada una de las actuaciones previstas.
- Se establece la revisión del programa cuando no se alcancen los resultados previstos en los indicadores en contenido y fecha.
- El programa se revisará una vez completada la legislatura inicial.

8 Programa de mercadeo y promoción

Objetivo:

Poner en el mercado, a través de canales directos, medios de difusión y promoción y sobre todo a través de los operadores turísticos, los productos y servicios promovidos desde este plan de Desarrollo Turístico.

Descripción.

En este programase reúnen las actuaciones en materia de puesta en mercado, tanto las promovidas colectivamente por todos los actores del destino, como la coordinación de las actuaciones comerciales individuales de las distintas empresas prestadoras de servicios turísticos.

El programa tiene un objetivo diferenciado para el sector público, con el apoyo de los instrumentos de concertación público – privada, y para el sector privado que se apoya, además de en sus propios medios, en soportes de mercadeo colectivos.

Los cambios en las formas de venta y compra propiciados por las nuevas tecnologías de la información han convertido los planes de mercadeo del destino en un entramado de actuaciones complementarias entre sí, que formando una red buscan:

1 La generación de preferencia genérica para el destino en función de sus atractivos, de la comunicación interpretativa y del marqueting mix que individual o colectivamente han diseñado los prestadores de servicios para sus productos.

2 El conocimiento de los mercados y plataformas de información y decisión agiles para poder adaptarse a los cambios constantes que se producen y ajustarse a las preferencias y necesidades de los clientes (estas actuaciones se relacionan con los programas de diseño de producto, mejora de la calidad y interpretación y comunicación al mercado.)

3 Mejorar la accesibilidad del cliente, entendida como la facilidad de acceso a la información emocional y valores del destino y como la posibilidad real de compra a través de distintos canales de comercialización, en función de preferencias, tiempos, costumbres, etc.

Responsabilidades

Ministerio de Industria comercio y Turismo, Viceministerio de Turismo.

Fondo de Promoción Turística de Colombia FONTUR

Gobernación de Córdoba Dirección de turismo y Artesanías.

Mesa técnica de Turismo y Órgano consultivo y de consenso publico privado para el desarrollo del turismo en Córdoba

Municipios turísticos

Empresarios y emprendedores turísticos

Grupos comunitarios y Comunidades étnicas implicadas en la actividad turística.

Componentes:

Para alcanzar los objetivos propuestos para el programa y siguiendo las necesidades expuestas en la descripción, el programa integra las siguientes actividades:

Actuación 08/001: Promoción genérica del destino. Esta actividad es básicamente de responsabilidad pública y en el caso del Departamento de Córdoba, de la dirección de Turismo y Artesanías de la Secretaría de Desarrollo Económico y Agropecuario.

1 Aprovechar los materiales de divulgación y promoción genérica existentes, que no se contradigan abiertamente con la nueva conceptualización y sus argumentos temáticos.

2 A partir del segundo año de legislatura, se hace necesario elaborar nuevos materiales basados en esa conceptualización y en los contenidos del programa de interpretación temática para dar una mayor coherencia a la imagen del destino.

3 Los canales de difusión de los materiales promocionales deberían cambiar el enfoque respecto a los soportes de difusión, reduciendo la inversión en material impreso y aumentando la presencia del destino en redes sociales, páginas web especializadas y políticas sistemáticas de presencia en medios escritos, radio y televisión.

4 Analizar la presencia del destino en foros y ferias donde la comercialización no resulta central, para orientarse hacia las ferias especializadas y los contactos con prescriptores de opinión favorables y seguidos por los nichos de mercado/producto determinados para la expansión de las ventas turísticas del Departamento.

5 diseñar acciones especiales para atraer turistas desde destinos cercanos como Cartagena a través de agentes receptivos en ese destino.

Para esta actuación es necesario contar con los insumos del manual de interpretación y de diseño de marca.

Actuación 08/002: plataforma de e-comerce. Diseño y mantenimiento de una página web del destino que refleje los valores conceptuales e interpretativos y facilite el acceso de los clientes potenciales no solo a la información, sino a la posibilidad de compra directa por internet.

Esta página debe contar al menos con los siguientes contenidos accesibles:

1 Información general del destino, sus contenidos interpretativos y los valores en que se sustentan. Será de gran importancia la información fidedigna sobre las condiciones de seguridad en el Destino. (De acuerdo con lo señalado en el programa 9 de seguridad turística).

2 Reserva de espacios para información puntual de losmunicipios turísticos del Departamento.

3 Aéreas de participación y debate de los clientes entre sí y con el propio destino, ofreciendo respuestas rápidas a las quejas y reacciones comprobables para las sugerencias y peticiones de los clientes. (Ya sean estos clientes actuales como clientes potenciales)

4 Espacios reservados para la oferta de productos y servicios, sustentada en plataformas seguras de compra. (Se debe tener en cuenta que más del 30% de las decisiones de compra se producen a través de internet, sobre todo para los nichos de mercado de jóvenes “exploradores” Sin embargo la compra de los productos se realiza después a través de agencia o individualmente) Es necesario tener en cuenta el uso cada vez mayor de los motores de búsqueda de servicios (como Despegar.com), y que estas plataformas cada vez mas están acercándose a la venta de servicios turísticos integrados (avión+ hotel+ vehículo alquilado p. ej.)

Establecerlas conexiones con redes sociales turísticas, sobre todo las que actualmente tienen la mejor capacidad de contactos con los nichos de mercado buscados.(por ejemplo minube.com), que ha sido la plataforma con mayor crecimiento en consultas para el mercado turístico latinoamericano. Atender igualmente en las páginas de comercialización turística nacionales, especialmente las plataformas promovidas desde el Viceministerio de Turismo, pues este será al principio el principal mercado de crecimiento para el turismo en el departamento.

Actuar sobre las redes sociales participando con contenidos y animando foros entre anteriores visitantes y las personas interesadas en los contenidos temáticos que oferta el Departamento.

Actuación 08/003: Comercialización de productos turísticos. Apoyar a los empresarios privados y comunitarios en la comercialización directa de sus productos. Estableciendo relaciones con las principales agencias de viajes y colectivos especializados en los productos de naturaleza, descanso activo y Sol y playa .

Esta actuación debería acompañarse con acciones de capacitación y formación en mercadeo turístico, para facilitar a los empresarios actuar en mejores condiciones comerciales frente a los operadores, propiciando la creación de canales de colaboración estables, promoviendo el respeto por las comisiones pactadas y la consistencia de los servicios y productos ofrecidos.

Actuación 08/004: Coordinar las acciones de promoción y mercadeo impulsados desde los municipios y zonas turísticas, para conseguir la máxima eficacia y la coherencia conceptual de las campañas, paginas y ofertas.

Cuadro de relaciones

Actores						
Gob. Nacional						
Gob. Departamental						
Municipios						
Sector privado						
Sector comunitario						
Responsabilidades	**Iniciativa**	**Estudios y planeación**	**Consensos y compromisos**	**Financiación**	**Implementación**	**Supervisión**

Calendario

Actuaciones	**Corto plazo, 1er año de vigencia del plan.**	**Medio plazo, del 1er al 4º año de vigencia del plan**	**Largo plazo, del 4º al 9º año de vigencia del plan.**
Actuación 08/001			
Actuación 08/002			
Actuación 08/003			
Actuación 08/004			

Presupuesto global

Actuaciones	**Gasto corriente**	**Inversión**	**totales**

Actuación 08/001:	**30.000.000**	**300.000.000**	**330.000.000**
Actuación 08/002	**60.000.000**	**200.000.000**	**260.000.000**
Actuación 08/003	**30.000.000**	**150.000.000**	**180.000.000**
Actuación 08/004	**8.000.000**	**Sin costo**	**8.000.000**

Indicadores.

1 Mejora de las ventas en productos de turismo recreativo, descanso y naturaleza en al menos 50.000 nuevos visitantes al año..

2 Cumplimiento de contenidos y calendarios de las acciones propuestas

3 Pagina web y plataforma de e-comerce funcionando y ofreciendo soporte directo al menos un 10% de las ventas del destino.

Sistema de revisión

- Se establece la revisión del programa cada vez que se complete cada una de las actuaciones previstas.
- Se establece la revisión del programa cuando no se alcancen los resultados previstos en los indicadores en contenido y fecha.
- El programa se revisará una vez completada la legislatura inicial.

9 Programa de seguridad turística

Objetivo:

Transmitir a los operadores del mercado turístico, medios de comunicación y turistas las condiciones objetivas de seguridad del destino en sus distintas zonas y asegurar que los productos y servicios ofrecidos cuentan con las garantías suficientes para generar confiabilidad en el destino.

Descripción.

La seguridad es una condición básica para la actividad turística, que con todos sus diversos componentes es una actividad de ocio, no de riesgo. Por ello el turista huye de las zonas consideradas inseguras incluso cuando se ofrecen atractivos y experiencias extraordinarias.

La seguridad no solo debe considerarse como la ausencia de amenazas físicas directas, fruto de la delincuencia o de los conflictos sociales violentos, sino como la ausencia de riesgos evitables. Por ello, aunque normalmente se habla únicamente de los riesgos físicos por violencia humana, la seguridad incluye también los distintos aspectos relacionados con la salubridad: manejo de alimentos, prevención sanitaria, capacidad de evacuación en caso de catástrofes naturales, seguridad jurídica y normativas de prevención.

En el Departamento de Cordoba, la actividad turística se enfrenta a una imagen de riesgo que abarca tanto el riesgo de inseguridad por violencia como la presencia de otros riesgos de seguridad. En ambos casos esta percepción de riesgo, dificulta las acciones de mercadeo y promoción, empaña la imagen del destino y los esfuerzos por promover preferencia de compra y anula cualquier esfuerzo de presentar los innegables valores naturales y patrimoniales presentes en su territorio.

Por eso este programa es crucial para que el resto de los esfuerzos propuestos en el presente plan estratégico puedan tener éxito.

La gestión de la seguridad supone tres factores clave:

1 información, clara sobre las situaciones y territorios donde se producen los riesgos y los tipos de riesgo en cada una de ellas. El uso adecuado de la información reduce el efecto de totalidad sobre el destino que producen las noticias periodísticas y los rumores.

2 Prevención, para poner solución efectiva a diversos tipos riesgo de los que se han detectado en el Departamento durante el diagnostico al menos los siguientes:

- Riesgos en el manejo de alimentos
- Riesgos en el cumplimiento de las normativas de seguridad en los transportes sobre todo el transporte fluvial y marítimo.
- Riesgos sanitarios por deficiencias en los servicios públicos (agua no potable)
- Riesgos por falta de cobertura sanitaria y medios de evacuación.
- Riesgos en prevención de catástrofes

Estas actuaciones se proyectarán sobre los respectivos programas vigentes de las distintas dependencias de la Gobernación de Córdoba

3 Delimitación. Obtenida la información y conocidos los riesgos, el programa recoge una estrategia de delimitación indicando las zonas seguras e inseguras y los tipos de riesgo que en cada una de ellas puede asumir el turista para establecer un balance entre riesgo y atractivo que le permita una decisión de compra razonada.

Responsabilidade

Gobierno nacional

Fuerzas de seguridad del estado. Policía de Turismo.

DIMAR

Gobernación del departamento de Córdoba

Municipios

Comisión departamental de seguridad.

Medios de comunicación.

Componentes:

Actuación 09/001 Creación de un sistema de información de seguridad. En colaboración con la policía nacional y la oficina de prensa de la gobernación se concretará en las siguientes medidas:

1 Centralización de todas las informaciones disponibles en materia de seguridad y riesgos, incluyendo incidentes de seguridad que involucren a turistas, quejas y reclamos, integrando esta información en el Sistema de inteligencia de mercados e Información Turística para el Departamento de Córdoba establecido en la *actuación 04/002*

2 Valoración de las mismas en función de la actividad turística, presencia de visitantes sobre el territorio de riesgo, y nivel efectivo de riesgo de puede producirse.

3 Emisión de boletines de seguridad que se difundirán a través de la página web de turismo, emitiendo alertas sobre determinadas áreas y zonas turísticas y declarando zonas seguras al resto.

Se pretende que la información difundida sea fidedigna, responsable y clara, como la mejor forma de prevenir la sensación de inseguridad general fruto de la desinformación y la rumurología.

Los prestadores de servicios turísticos se comprometen a cumplir con las alertas indicadas y difundir los boletines entre sus clientes.

Actuación 09/002 Campaña de cumplimiento de las normativas de prevención. La gobernación promoverá un convenio con los municipios turísticos para el cumplimiento de las normativas que en materia de riesgos alimentarios, sanitarios o catastróficos que corresponden a estas instituciones locales.

Actuación 09/003: Completar el esquema departamental de prevención de catástrofes y evacuación sanitaria.

Actuación 09/004: Ampliar la presencia de la fuerza pública en las zonas turísticas y principales atractivos. Ampliar las dotaciones de policía turística y capacitar a los esquemas de seguridad indígenas como policía turística en los resguardos donde hacen presencia. Para esta actuación será necesaria la colaboración del gobierno nacional y de la Comisión de seguridad del Departamento de Córdoba.

Cuadro de relaciones

Actores						
Gob. Nacional						
Gob. Departamental						
Municipios						
Sector privado						
Sector comunitario						
Responsabilidades	**Iniciativa**	**Estudios y planeación**	**Consensos y compromisos**	**Financiación**	**Implementación**	**Supervisión**

Calendario

Actuaciones	Corto plazo, 1er año de vigencia del plan.	Medio plazo, del 1er al 4º año de vigencia del plan	Largo plazo, del 4º al 9º año de vigencia del plan.
Actuación 09/001			
Actuación 09/002			
Actuación 09/003			
Actuación 09/004			

Presupuesto global

Actuaciones	Gasto corriente	Inversión	totales
Actuación 09/001:	**25.000.000**	**5.000.000**	**30.000.000**
Actuación 09/002	**100.000.000**	**50.000.000**	**150.000.000**
Actuación 09/003	**30.000.000**	**200.000.000**	**230.000.000**
Actuación 09/004	**150.000.000**	**80.000.000**	**230.000.000**

Indicadores.

1 Sistema de información de riesgos funcionando.

2 Al menos 10 boletines de riesgos emitidos durante el primer año de funcionamiento del sistema.

3 Disminución del número de incidentes de seguridad que involucren a turistas a partir del segundo año de aplicación..

4 Presencia de policía turística en todas las zonas turísticas al finalizar el primer año de aplicación.

Sistema de revisión

- Se establece la revisión del programa cada vez que se complete cada una de las actuaciones previstas.
- Se establece la revisión del programa cuando no se alcancen los resultados previstos en los indicadores en contenido y fecha.
- El programa se revisará una vez completada la legislatura inicial.

10 Programa de seguimiento y evaluación

Objetivo:

Asegurar la operatividad del plan, comprobando los hitos de cumplimiento y la marcha de los indicadores propuestos y adaptando sus contenidos en la medida que las circunstancias cambiantes del sistema turístico del Departamento de Córdoba y del mercado turístico así lo aconsejen para mantener y aumentar la competitividad y la sustentabilidad.

Descripción.

La responsabilidad de supervisión y evaluación del plan es una actividad estrictamente necesaria para asegurar la validez y funcionalidad del plan. La retroalimentación mediante el control de resultados y la gestión de incidentes permite a los responsables públicos establecer dos tipos de medidas:

1 indicar puntos de control que indiquen desviaciones significativas en el cumplimiento e implementación del plan.

2 Definir cambios para hacer frente a situaciones no previstas o mejorar la efectividad del plan en la respuesta a los retos estratégicos determinados en los objetivos del mismo.

Aunque es una responsabilidad fundamentalmente administrativa, será necesaria la colaboración de las entidades públicos-privadas, como la mesa de Turismo en la obtención de informaciones de funcionamiento, control de los indicadores y toma final de decisiones consensuadas. En la recopilación de información será también importante la colaboración de municipios y comunidades.

Responsabilidades

Gobernación de Córdoba

Dirección de Turismo y artesanías de la Secretaria de desarrollo económico y Agropecuario.

Órgano consultivo y de consenso publico privado para el desarrollo del turismo en Córdoba

Mesa técnica de Turismo de Córdoba

Municipios turísticos de Córdoba

Grupos comunitarios y comunidades indígenas, afrocolombianas y Rom.

Componentes:

Actuación 10/001: Creación de una oficina de gestión del Plan Estratégico de Turismo dentro de la Dirección de turismo y artesanías de la Secretaría de Desarrollo Económico y Agropecuario.

Esta oficina tendrá las siguientes funciones:

1 Comprobar y recabar información sobre la marcha de los indicadores propuestos.

2 Determinar el grado de cumplimiento del Plan y sus previsiones y actividades.

3 Establecer hitos de control y retroalimentación para la toma de decisiones

4 Diseñar propuestas de cambios en el plan a la vista de las informaciones recogidas, al menos en los hitos marcados en cada uno de los programas.

Cuadro de relaciones

Actores						
Gob. Nacional						
Gob. Departamental						
Municipios						
Sector privado						
Sector comunitario						
Responsabilidades	**Iniciativa**	**Estudios y planeación**	**Consensos y compromisos**	**Financiación**	**Implementación**	**Supevisión**

Calendario

Actuaciones	**Corto plazo, 1er año de vigencia del plan.**	**Medio plazo, del 1er al 4º año de vigencia del plan**	**Largo plazo, del 4º al 9º año de vigencia del plan.**
Actuación 10/001			

Presupuesto global

Actuaciones	Gasto corriente	Inversión	totales
Actuación 10/001:	**22.000.000**	**5.000.000**	**27.000.000**
Total			**27.000.000***

*costo por año de funcionamiento.

Indicadores.

- Revisión cada vez que se complete alguna de las actuaciones previstas en el plan
- -estadísticas de cumplimiento realizadas y publicadas
- Revisión del plan al finalizar la legislatura realizada.

III Acciones específicas para las zonas

Propuestas definidas en los talleres de planeación participativa.

Durante los cuatro talleres de sensibilización y planeación participativa, se pidió a los asistentes que realizaran un ejercicio de encajar en las estrategias y programas propuestos, los proyectos que consideraran de interés, tanto para sus zonas turísticas, como para el conjunto del Departamento.

Estos proyectos deberían estar justificados en los objetivos derivados del diagnostico y enfocarse a la solución de problemas reales, desde el punto de vista de los actores locales.

El resultado de este ejercicio se incluye en este apartado de la parte propositiva del plan.

Propuestas y proyectos de alcance general.

El equipo consultor pudo constatar que las propuestas de carácter general indicadas en estos talleres, coincidían en su totalidad con las propuestas incluidas en los programas diseñados para el Plan.

La mejora de las infraestructuras viales, la mejora de los servicios públicos en los municipios y zonas rurales, la propuesta de Montería como "escaparate turístico" del conjunto del departamento, se repiten en los cuatro talleres, como muestra de un acuerdo tácito entre los participantes.

Otra demanda común hace referencia a la consolidación de un sistema turístico más equilibrado en el que la participación de la llamada "superestructura" este acompañada de instancias participativas en las que estén representados, gremios, asociaciones y otras entidades del nivel local.

Se incluyen también referencias a los contenidos culturales y a las culturas indígenas, las necesidades de capacitación, necesidad de un sistema de información turística y de indicadores de desempeño del sector.

Propuestas de nivel local

Estas propuestas se han clasificado por zonas, para mejor comprensión y para ofrecer una panorámica de las inquietudes de los actores turísticos de cada uno de los espacios turísticos que propone el Plan en el Departamento de Córdoba.

Algunos contenidos son genéricos y otros indican proyectos más concretos, se reflejan todos en esta lista, aconsejando a los responsables del plan, formalizar estos contenidos en forma de proyectos, con la colaboración de los agentes locales, grupos comunitarios y municipios.

EJE DEL SINÚ

- Programa de manejo ambiental y sostenibilidad de Lorica
- Establecimiento del Ecoturismo y turismo histórico en el municipio de Santa Cruz de Lorica con participación comunitaria comprometiendo a todo el complejo cenagoso del Bajo Sinú
- Crear alianzas estratégicas con las Universidades para la formulación de proyectos que maximicen la oferta turística en el municipio de Lorica.
- Proyecto de caminatas ecológicas por caminos de herradura que den conectividad a sitios arqueológicos y artesanales en el entorno de Lorica.
- Proyecto de turismo comunitario en la ciénaga de Baño, incluyendo actividades de pesca, senderismo, gastronomía típica y observación de Aves. Incluye diseños de atracadero y mirador turístico (1)
- Proyecto para la consolidación de saberes artesanales entre los alfareros del corregimiento de San Sebastián de Lorica. (2)
- Apoyo para el diseño de producto en el bosque primario de Monpos, corregimiento de Mata de Caña, Lorica.
- Instalación de un punto de información turística en Lorica.

ZONA COSTANERA

- Conformar grupos salvavidas en San Bernardo del Viento
- Aumento del pie de fuerza policial en San Bernardo del Viento
- Recuperación de rutas ecológicas en el Bioestudio “mono colorado”
- Hacer navegable el Caño Fajardo hasta los arrecifes coralinos. Siembra y reforestación del manglar.
- Apoyo financiero para la fiesta del Cangrejo Azul.
- Creación de empresas de servicios turísticos complementarios: Transporte terrestre y marítimo.
- Apoyo al proyecto de “la caimanera” en la bahía de Cispata, liderado por la comunidad local con apoyo de la CVS
- Formular un proyecto de caminatas ecológicas en áreas naturales de la zona Costanera y el eje del río Sinú.
- Asociar y capacitar a los lancheros y pescadores artesanales de San Bernardo del Viento como guías turísticos.
- Implementar un plan de prevención y recuperación contra la erosión de las playas en San Bernardo y san Antero.
- Fortalecer a los artesanos de San Bernardo del Viento y San Antero como atractivo turístico.
- Adecuación de las instalaciones del volcán de Lodo de Ancón, en San Bernardo del Viento.
- Elaborar un plan sectorial de turismo en San Bernardo del Viento

VALLE DEL RÍO SAN JORGE

- Oficina de información turística en Ayapel

- Instalar un punto de información turística en La apartada como punto de entrada al Departamento y al Valle del río San Jorge.
- Incluir un proyecto de Malecón Turístico sobre la ciénaga en Ayapel
- Mejora de la seguridad para negocios turísticos en la zona del río San Jorge.

MONTERIA Y TIERRALTA

- Dotar a los guías turísticos de Bicmotos.
- Iniciativas para apoyar económicamente a los artistas, artesanos y actores culturales mayores y permitir con ello la continuidad familiar de las tradiciones.
- Definir un punto de venta para las artesanías alimentarias de Montería y centro del Departamento. (posible ubicación en el futuro mercado de Monteria una vez remodelado)
- Incluir los proyectos de Tuis-Tuis y Zona de la Madera Vieja, en Tierralta (faltan detalles de estos proyectos)
- Construcción del parque temático embera-katio en Tierralta
- Construcción de un muelle turístico en el embalse de Urrá
- Ampliación del parque lineal en Montería
- Consolidar un proyecto comunitario de ecoturismo y observación de fauna en la ciénaga de Betancí, municipio de Monteria. Adecuar la carretera de acceso a este recurso turistico.

Anexo de Documentos sobre proyectos

1 Diseño atracadero y Kiosco mirador al Fondo. Ciénaga de Baño

OBJETO: aprovechamiento del paisaje natural de la Ciénaga Grande a través del Ecoturismo en el Municipio Santa Cruz de Lorica.

LUGAR: Ciénaga Grande Del Bajo Sinú

DESCRIPCIÓN

El Municipio de Santa Cruz de Lorica es denominado Centro de relevo por liderar una fuerte dinámica económica y de servicio en la subregión del Bajo Sinú a demás de estar entre los cinco (5) C**entros subregionales mayores** que al igual que Planeta Rica, Sahagun y Cerete presenta un alto dinamismo urbano que obedece la las diferentes actividades que se realizan en cada uno de estos con una alta capacidad para la prestación de servicios sociales y financieros donde concurren personas de toda la municipalidad y la subregión del departamento de Córdoba.

Para el municipio Santa Cruz de Lorica el subsistema ambiental se constituye en eje estructurante para la planificación y por ende es transversal en todos los subsistemas que conforma el POT.

Tanto las comunidades aledañas como la comunidad bajo sinuana en general, manifiestan poca valoración y arraigo hacia la Ciénaga Grande, arriesgando la potencialidad ambiental y paisajística que oferta, siendo indiferentes a los problemas que el mismo hombre le causa. Se evidencia una la caza furtiva, poca participación e interés en la implementación de procesos de aprovechamiento sostenible asi como la, tala indiscriminada de la poca vegetación de su borde, uso de pesticidas y demás productos contaminantes.

No obstante La practica sin control de economía extractivas de los recursos naturales, han conllevado a la disminución gradual de poblaciones de flora y fauna.

Santa Cruz de Lorica con una población de 114.975 habitantes logra destacarse en la región que esta bordeada de elementos hídricos contando así por toda la zona este con la Ciénaga Grande, zona sur con el río Sinú, zona norte con los arroyos Cruz de Piedra y Chéquere y zona Central con el caño de Chimalito. Esdta oferta hídrica no solo se muestra como una necesidad en el POT y en el PEMP, sino que además la población está dispuesta a enfrentar el reto de salvaguardar su paisaje y sus potenciales ambientales.

El paisaje predomínate es trayente y genera sentimientos de protección y pertenecía hacia los elementos más vulnerables del suelo. *Los espacios públicos naturales.*

JUSTIFICACIÓN:

El aprovechamiento de la oferta ambiental en el municipio Santa Cruz de Lorica obedece a las acciones contenidas en el Plan de Ordena miento territorial y en el Plan Especial de Manejo y protección del Centro Histórico, en el que se reconoce el valor incalculable del paisaje y de todas las relaciones ambientales que aquí se establecen.

Incentivar el sentido de pertenencia y estimular a las comunidades en el reconocimiento y valoración de los elementos constitutivos naturales del espacio público del municipio Santa Cruz de Lorica es tarea de esta administración quien ve la posibilidad de gestar proyectos de impacto municipal que trascienden las fronteras de este territorio.

Es necesario rescatar el valor y reconocer la oferta y aprovechamiento del paisaje, a la vez siendo participe del respeto y sostenibilidad de los mismos.

Es necesario garantizar la sostenibilidad del complejo lagunar y estimular el sentido de pertenencia de sus habitantes, siguiendo lineamientos de la producción limpia que mejora la seguridad alimentaria de las familias aledañas al humedal, aprovechar las ventajas comparativas y restablecer el equilibrio ecológico que se estaba perdiendo.

VALOR: La inversión es de $66.505.985, en donde el departamento aporta $40.000.000 y el municipio la cantidad restante.

2 Proyecto Alfareros San Sebastián de Lorica.

Aspecto	Descripción
	Espacio de interpretación del patrimonio cultural en San Sebastián
Ubicación o planteamiento del problema	La comunidad de san Sebastián en el municipio de santa cruz de lorica tiene una tradición alfarera milenaria heredada de los indígenas zenu, comúnmente se dice que el termino zenu se refiere específicamente a un grupo aborigen o a un término cerámico, los primeros pobladores habitaron nuestra región desde siglo I hasta el siglo X de nuestra era. La existencia primaria de estas ocupaciones prehispánicas fueron investigadas por los esposos Gerardo y Alicia Reichel Dolmatoff en los años 1950, 1960, este conocimiento heredado se constituyo en una de las fuentes principales de trabajo y orgullo de esta comunidad al ser poseedores de un conocimiento ancestral que fue diluyéndose en el tiempo debido a la aparición de nuevos materiales como el plástico que fueron desplazando los elementos alfareros de la utilería tradicional sumado a pocos procesos de formación que aseguraran el relevo generacional del conocimiento y poca cualificación en la transmisión de ese conocimiento. Trajo como consecuencias el desinterés por la producción de elementos utilitarios, el desplazamiento en busca de mejores oportunidades de trabajos, la distorsión de técnicas originales en elementos pocos llamativos y a reducidos espacios de exhibición de esas piezas fabricadas. Los alfareros de la comunidad de San Sebastián poseen las características como creador colectivo generador de manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial a partir de su historia, tradición y creatividad. El saber heredado actualmente lo poseen generaciones que lo utilizaron por décadas como un medio de subsistencia al comercializar las piezas que se modelaban, al caer en el desuso y no haber procesos formativos este conocimiento se fue concentrando en pocos que algunos mal copiaron y degeneraron en replicas muy distantes de las originales, de igual forma al reducirse el número de personas se pone en peligro un saber por qué al paso del tiempo muchos mueren y otros han envejecidos sin tener la oportunidad de dejar semilleros herederos de una rica cultura de la cual San Sebastián vivía orgullosa. La constitución nacional en sus artículos 70,71,72, establece como objeto la protección del patrimonio cultural de la nación por parte del estado, igual en la ley 397 de 1997 define la protección y difusión del patrimonio cultural, en el año 2006 Colombia suscribe la convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial de la UNESCO y la ratifica en el 2008 , ley 1185 del 2008 y sus decretos reglamentarios traza lineamientos para el reconocimiento y salvaguarda del patrimonio cultural material e inmaterial. La ley 1558 del 2012 uno de los principios esta basado en el articulo 52 de la constitución el cual integra la actividad turística y cultural en la contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades

Aspecto	Descripción
Propósito u objetivos	**Objetivo General:** Investigar, Recopilar, escribir las técnicas de fabricación de cerámicas de origen zenu a través de maestros alfareros para el montaje de stands formativos y de contenidos digitales en la comunidad de San Sebastián como espacio de interpretación del patrimonio cultural **Objetivos Específicos:** ✓ Recopilar las técnicas de fabricación de cerámicas de origen zenu a partir de la tradición oral de maestros alfareros para su organización y compendio ✓ Formar a través de la metodología participativa saber hacer de las técnicas escritas y recopiladas representando en unos stand los paso a paso para la fabricación de piezas de cerámica en vivo que permitan el afianzamiento del conocimiento ✓ Escribir contenidos digitales de las técnicas recopiladas para su publicación y acceso masivo ✓ Exhibir las piezas de alfarería fabricadas mediante técnicas ancestrales en los stands y en los contenidos digitales para su circulación y promoción.

Aspecto	Descripción
Descripción	✓ **Componentes:** **Investigacion,Recopilación y redacción:** reunión de socialización del proyecto con los maestros alfareros y se le explica la metodología de recolección de la información, entrevistas personales visitas a los sitios de trabajo y demostraciones en Vivo, exposición y discusión de contenidos, redacción del documento final, socialización del documento. **Formación:** partir del documento final se realizan los libretos para cada uno de los pasos y se asignan a cada uno de los stand la parte que les corresponde en el proceso en el montaje de contenidos digitales se abre la pagina web y se compra el hosting y dominio se suben los contenidos basados en la recopilación y se actualiza mensualmente el catalogo fotográfico de la cerámica por el tiempo que dure el proyecto. **Exhibición:** de las piezas de cerámica promocionando el producto terminado en los stand y en la página web en cada uno de los eventos según una programación y horarios establecidos. ✓ **Las acciones** **Recopilación y redacción** Reunión con maestros alfareros para socialización del proyecto y explicación de la metodología de recopilación de datos Entrevista personalizada con los maestros alfareros basados en el uso de técnicas, descripción y elementos utilizados para la fabricación Visitas de campo a las vetas de barro para la descripción de sus características Visitas a los sitios de trabajo y demostraciones en vivo Discusión Exposición de técnicas para enriquecimiento del conocimiento y del documento, redacción final del documento, socialización del documento Solicitar permisos de derechos de autor **Formación** Escribir los libretos para cada uno de los pasos entrega a los alfareros de los libretos basados en el documento final organización de los stand según del orden de la secuencia de elaboración del producto Montaje de escenografía para cada paso incluyendo materiales necesarios para su realización Stand 1 materias primas y su descripción Stand 2 pisado interactivo Stand 3 amasado interactivo stand 4 levantamiento participativo Stand 5 raspado y pulido Stand 6 calado interactivo Stand 7 alisado y secado participativo Stand 8 horneado final Diseño de la programación de recorridos guiados por los stand Diseño del marketing de promoción para los diferentes segmentos de publico Para el montaje de contenidos digitales Comprar el hosting y dominio Diseño del sitio web de acuerdo con la información del documento escrito Se introduce la información que dé cuenta de la presentación historia, técnicas, fotografía del proceso, contactos, direcciones, ubicación, catalogo de productos. **Exhibición** Presentación en los stand de las piezas terminadas según cronograma de programación y eventos especiales como la feria artesanal de San Sebastián Publicación de catálogos en la página web

Aspecto	Descripción
	✓ **La metodología** **Para la formación:** la metodología a utilizar es saber hacer paso a paso in vivo. La cual consiste que cada uno de los stand representa un paso para la elaboración de cualquier pieza representado en ocho pasos iniciando por la escogencia y recolección de las materias primas que deben poseer unas características para un buen acabado de la pieza, el segundo paso es el pisado del barro que debe ser justo hasta que tenga la consistencia precisa para el tercer paso que es el amasado, durante este paso el formador puede interactuar con el visitante, el cuarto paso e l levantamiento , el quinto paso pulimiento con elementos como cucharas, trapos , e sexto paso alisado ,el séptimo paso calado y secado y por último el horneado , la otra metodología formativa es por contenidos digitales la cual implica entrega del paso a paso en CD .**Para la exhibición:** la metodología es a través de stands en ferias, visitas programadas de instituciones educativas y universitarias de la región y con operadores de turísticos y catálogos virtuales
Involucrados	✓ **Responsables**: Fundación EOFAD CON UN GRUPO DE PROFESIONALES en ingeniería de sistemas, diseñador grafico, Antropólogo, administracion de empresas,auxiliar de sistemas **Beneficiarios:** Son beneficiarios los maestros alfareros de la comunidad de san Sebastián, instituciones educativas de los municipios de Purísima, Momil, San Antero, Lorica, San Bernardo Del Viento, facultad de artística de las universidades de Córdoba, operadores turísticos del departamento y hoteles del golfo de morrosquillo. Para un potencial de 10.000 usuarios ✓ **Aliados:** Los operadores turísticos, instituciones educativas, universidad de córdoba, la comunidad de san Sebastián.
Finalidad – Logros	✓ Escrito un Compendio de técnicas recopiladas de alfarería de origen zenu. ✓ Subidos en la web Contenidos digitales basados en la recopilación de técnicas de origen zenu y catalogados los productos. ✓ Numero de de personas conociendo técnicas de alfarería de origen zenu en un periodo de tiempo año, mes, semana, día. ✓ Vinculados 8 alfareros al proyecto. ✓ Cuestionario de evaluación de la actividad pasó a paso saber in vivo, con resultado satisfactorio. ✓ Estrategias de marketing funcionando y mejoramiento en las ventas del producto.

<table>
<tr><th>Aspecto</th><th>Descripción</th></tr>
<tr><td>Cronograma</td><td>Cronograma de actividades
<table>
<tr><th>Actividad</th><th>Mes 1</th><th>Mes 2</th><th>Mes 3</th><th>Mes 4</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Investigacion ,Recopilación y redacción
✓ Reunión con maestros alfareros para socialización del proyecto y explicación de la metodología de recopilación de datos
✓ Entrevista personalizada con los maestros alfareros basados en el uso de técnicas, descripción y elementos utilizados para la fabricación.
✓ Visitas de campo a las vetas de barro para la descripción de sus características.
✓ Visitas a los sitios de trabajo y demostraciones en vivo.
✓ Discusión y Exposición de técnicas para enriquecimiento del conocimiento y del documento
✓ Redacción final del documento
✓ Socialización del documento.</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
</table>

Aspecto	Descripción
	Formación ✓ Escribir los libretos para cada uno de los pasos ✓ Entrega a los alfareros de los libretos basados en el documento final. ✓ Diseño y fabricación de stands ✓ organización de los stands según del orden de la secuencia de elaboración del producto ✓ Montaje de escenografía para cada paso incluyendo materiales necesarios para su realización ✓ Entrega de los stand: Stand 1 materias primas y su descripción Stand 2 pisado y su descripción interactivo Stand 3 amasado y su descripción interactivo stand 4 levantamiento participativo Stand 5 raspado y pulido Stand 6 calado interactivo Stand 7 alisado y secado participativo Stand 8 horneado final. ✓ Diseño de la programación de recorridos guiados por los stand. ✓ Diseño del marketing de promoción para los diferentes segmentos de público. Diseño de la pagina web de acuerdo con la información del documento escrito ✓ Compra del hosting y dominio ✓ Se introduce la información en la pagina que dé cuenta de la presentación historia, técnicas, fotografía del proceso, contactos, direcciones, ubicación, catalogo de productos.
	Exhibición ✓ Presentación en los stands de las piezas terminadas según cronograma de programación y eventos especiales como la feria artesanal de san Sebastián.

Aspecto	Descripción
Presupuesto	Presupuesto: puede ser elaborado en páginas para anexar

Rubro	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Reunión con maestros alfareros para socialización del proyecto y explicación de la metodología de recopilación de datos	Reunión	1 6/mar	200.000	200.000
Entrevista y Visitas personalizada a los sitios de trabajo y demostraciones en vivo con los maestros alfareros basados en el uso de técnicas, descripción y elementos utilizados para la fabricación	Reunión	8 11 al 21 de mar	100.000	800.000
Visitas de campo a las vetas de barro para la descripción de sus características	Honorarios de personal logístico	1 22/mar	300.000	300.000
Taller para Discusión y Exposición de técnicas para enriquecimiento del conocimiento y del documento	Reunión	1 25/mar	800.000	800.000
|Redacción final del documento	Honorario personal técnico	1 12/abril	3.000.000	3.000.000
Socialización del documento	Reunión	1 15/abril	500.000	500.000
Escribir los libretos para cada uno de los pasos	Honorario personal	1 16/abril	800.000	800.000
Entrega a los alfareros de los libretos basados en el documento final.	Reunión	1 25/abril	200.000	200.000
Diseño y fabricación de stand	Adecuaciones y producción (anexo)	8 11/mar al 11/jun	2.500.000	20.000.000
Organización, Montaje de los stand según del orden de la secuencia de elaboración del producto y Entrega de los stand.	Producción	1 17/jun	1.000.000	1.000.000

<table>
<tr><th>Aspecto</th><th>Descripción</th></tr>
<tr><td></td><td>
<table>
<tr><th>Rubro</th><th>Unidad de medida</th><th>Cantidad</th><th>Valor Unitario</th><th>Valor total</th></tr>
<tr><td>Diseño y impresión de plegables en los cuales se incluya la programación de recorridos guiados por los stand.</td><td>Divulgación y Publicidad</td><td>5.000

03/jun al 15/jul</td><td></td><td>800.000</td></tr>
<tr><td>Diseño del marketing y de portafolio de promoción para los diferentes segmentos de público.</td><td>Divulgación y Publicidad</td><td>1

3/jun al 15/jul</td><td></td><td>2.000.000</td></tr>
<tr><td>Diseño de la pagina web de acuerdo con la información del documento escrito y servicios que preste la pagina</td><td>Adecuaciones y producción</td><td>1

10/may al 10/jul</td><td>5.000.000</td><td>5.000.000</td></tr>
<tr><td>Compra del hosting y dominio</td><td>Adecuaciones y producción</td><td>1</td><td>200.000</td><td>200.000</td></tr>
<tr><td>Introducción de la información en la página web que dé cuenta de la presentación historia, técnicas, fotografía del proceso, contactos, direcciones, ubicación, y actualización catalogo de productos y horarios.</td><td>Adecuaciones y producción</td><td>3</td><td></td><td>1.800.000</td></tr>
<tr><td>Lanzamiento, Inauguración y Exhibición en los stand de las piezas terminadas según cronograma de programación y eventos especiales como la feria artesanal de san Sebastián</td><td>Divulgación y Publicidad</td><td>1

27/jul</td><td>3.000.000</td><td>3.000.000</td></tr>
<tr><td>Total</td><td></td><td></td><td></td><td>40.400.000</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Evaluación</td><td>
1. Indicadores de visitas: número de visitas realizadas en un periodo semana, mes, año, tanto virtuales como visitas directas al stand
2. Cuestionario de evaluación de la actividad pasó a paso saber in vivo
3. Porcentaje de programación de visitas: sesiones formativas programadas sobre el número de sesiones ejecutadas por cien
P.P= N SFP/N SFE*100
4. Número de personas conociendo las técnicas de alfarería de origen zenu en un tiempo determinado en un año, mes, día.
5. Efectividad de las estrategias de marketing a través de los indicadores de visita.
6. Número de personas que visitan los stand en un tiempo determinado ya sea en semanas meses año
</td></tr>
</table>