



FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Viceministerio de Turismo - FONTUR

Código F-MGP-01
Versión 09
Vigencia 21 de agosto de 2020

Fecha de elaboración: 21 12 2020 Versión: 2
Código del proyecto: FNTP - 197- 2020
Nombre de formulador:
Cargo:
Firma del formulador:

I. INFORMACIÓN DE LA ENTIDAD

Datos Entidad

Tipo de entidad proponente	(señale con una X)		
Entidad pública / territorial	☒	☐	Aportante de contribución parafiscal
Nombre o razón social	GOBERNACIÓN DEL TOLIMA		
NIT	800.113.672-7		
Dirección	Cra. 3a entre Calle 10 #y 11		
Teléfonos - fax	3014519058		
Ciudad y departamento	Ibagué - Tolima		
Responsable del proyecto			
Teléfono móvil			
E-mail			

Información Adicional

Indique los proyectos ejecutados en el sector de viajes y turismo.

Fuente de financiación	Nombre /objeto proyecto	Monto	Año ejecución
RECURSOS DE LA GOBERNACIÓN	DIVULGACION Y PROMOCION TURISTICA EN EL DEPARTAMENTO DEL TOLIMA (Promoción del Turismo en el Departamento del Tolima, a través	\$ 64,377,360.00	2009
RECURSOS DE LA GOBERNACIÓN	DIVULGACION Y PROMOCION TURISTICA EN EL DEPARTAMENTO DEL TOLIMA (1. Diseño e Impresión de piezas de comunicación para promocionar el turismo en el	\$ 100,000,000.00	2010

RECURSOS DE LA GOBERNACIÓN	Estructuración y puesta en marcha de la red de los 47 centros artesanales del departamento del Tolima logrando una unidad y un	\$ 220,000,000.00	2012
RECURSOS DE LA GOBERNACIÓN	Aunar esfuerzos con una entidad sin ánimo de lucro en pro del mejoramiento y fortalecimiento de	\$ 84,700,000.00	2012
RECURSOS DE LA GOBERNACIÓN	Sensibilizar a los actores y comunidad en general especialmente en municipios de interés turístico hacia el	\$ 20,000,000.00	2012
RECURSOS DE LA GOBERNACIÓN	Estrategias de promoción turística del departamento del Tolima, en el marco del proyecto apoyo a la promoción turística del Tolima	\$ 225,000,000.00	2012
RECURSOS DE LA GOBERNACIÓN	Adquisición, alquiler, diseño, montaje y publicidad del Stand de la feria de Amato 2013, para garantizar la promoción turística a	\$ 54,163,000.00	2013
RECURSOS DE LA GOBERNACIÓN	Suscripción y/o vinculación a la generación de información, edición, impresión y distribución de la Guía turística del Tolima, adelantada por la editorial aguas claras S.A, para publicar información de los principales atractivos turísticos y culturales del departamento del	\$ 30,000,000.00	2013
RECURSOS DE LA GOBERNACIÓN	Contratar la compra de una cámara profesional y otros bienes necesarios para el Fortalecimiento institucional en ejecución del	\$ 10,000,000.00	2013
RECURSOS DE LA GOBERNACIÓN	Campaña de promoción turística navideña del municipio de armero guayabal como destino turístico del departamento del Tolima	\$ 70,000,000.00	2018
RECURSOS DE LA GOBERNACIÓN	Proyecto Escuela permanente de Turismo para potenciar las capacidades de la mano de obra	\$ 73,000,000.00	2018
RECURSOS DE LA GOBERNACIÓN	Proyecto de señalización turística rural en los municipios de Anzoátegui y Murillo	\$ 42,499,997.00	2018

RAPE	Ruta de la Templanza Murillo y Santa Isabel	\$	190,000,000.00	2019
RAPE	Ruta de la Templanza Murillo y Santa Isabel	\$	190,000,000.00	2020
RAPE	Ruta de la Templanza Murillo y Santa Isabel	\$	190,000,000.00	2021
RAPE	Ruta de la Templanza Murillo y Santa Isabel	\$	190,000,000.00	2022
II. INFORMACIÓN DEL PROYECTO				
Descripción del Proyecto				
Título del Proyecto	Tolima Tierra de Festivales "agenda cultural y creativa del departamento"			
Línea estratégica a la que aplica	marque con X	Programa en el que se enmarca el proyecto		
	X	Programa 1: Planificación turística		
		Programa 2: Estudios e implementación de estudios para el desarrollo competitivo del sector		
		Programa 4: Seguridad turística		
		Programa 5: Formación, capacitación y sensibilización turística		
		Programa 6: Innovación y desarrollo tecnológico		
		Programa 7: Información Turística		
		Programa 8: Participación institucional		
		Programa 1: Estudios de pre-factibilidad y factibilidad para proyectos de infraestructura turística		
		Programa 2: Estudios y diseños de infraestructura turística		
		Programa 3: Obras de infraestructura turística		
		Programa 1: Mercadeo y promoción turística nacional y regional		
		Programa 2: Mercadeo y promoción turística internacional		
		Programa 3: Investigación de mercados		
		Programa 4: Promoción y difusión de calidad turística		
		Programa 5: Participación institucional		
		Programa 1: Mercadeo y promoción turística nacional y regional		
		Programa 2: Mercadeo y promoción turística internacional		
		Programa 3: Investigación de mercados		

El administrador del Patrimonio Autónomo Fondo Nacional de Turismo – FONTUR.																							
Competitividad, innovación, desarrollo empresarial para impulsar al sector turismo en situaciones de emergencia																							
<table><tr><th colspan="3">Resumen del Presupuesto</th></tr><tr><th>Fuente de financiación</th><th>Valor</th><th>% sobre el total</th></tr><tr><td>Fondo Nacional de Turismo – FONTUR</td><td>\$ 300,281,024</td><td>68.09%</td></tr><tr><td>Entidad Proponente</td><td>\$ 140,716,666</td><td>31.91%</td></tr><tr><td>Otros (indique nombre de la entidad aportante)</td><td></td><td></td></tr><tr><td>TOTAL</td><td>\$ 440,997,690</td><td>100.00%</td></tr><tr><td>Total aporte de recursos públicos</td><td>\$ 440,997,690</td><td>100.00%</td></tr></table>			Resumen del Presupuesto			Fuente de financiación	Valor	% sobre el total	Fondo Nacional de Turismo – FONTUR	\$ 300,281,024	68.09%	Entidad Proponente	\$ 140,716,666	31.91%	Otros (indique nombre de la entidad aportante)			TOTAL	\$ 440,997,690	100.00%	Total aporte de recursos públicos	\$ 440,997,690	100.00%
Resumen del Presupuesto																							
Fuente de financiación	Valor	% sobre el total																					
Fondo Nacional de Turismo – FONTUR	\$ 300,281,024	68.09%																					
Entidad Proponente	\$ 140,716,666	31.91%																					
Otros (indique nombre de la entidad aportante)																							
TOTAL	\$ 440,997,690	100.00%																					
Total aporte de recursos públicos	\$ 440,997,690	100.00%																					
Duración Total (en meses)	9 Meses																						
Cobertura Geográfica del Proyecto (Se refiere al lugar donde se ejecutarán las actividades)	Departamento (s)	Tolima																					
	Ciudad(es) / Municipio(s)	Ibagué, Cajamarca, Rovira, Valle Del San Juan, San Luis, Espinal, Coello, Flandes, Piedras, Alvarado, Anzoategui,Libano, Honda, Venadillo, Santa Isabel, Murillo, Lerida, Ambalema, Villahermosa, Casabianca, Herveo, Fresno, Palocabildo, Falan, Armero, Mariquita, Chaparral, Rio Blanco, Planadas, Ataco, Natagaima, Coyaima, Ortega, San Antonio, Roncesvalles,Melgar, Purificación, Prado, Dolores, Alpujarra, Saldaña, Guamo, Suarez, Cunday, Villarrica, Icononzo, Carmen De Apicala.																					
Impacto Geográfico del Proyecto (Se refiere al lugar que recibe los beneficios del proyectos)	Departamento (s)	Tolima																					
	Ciudad(es) / Municipio(s)	Ibagué, Cajamarca, Rovira, Valle Del San Juan, San Luis, Espinal, Coello, Flandes, Piedras, Alvarado, Anzoategui,Libano, Honda, Venadillo, Santa Isabel, Murillo, Lerida, Ambalema, Villahermosa, Casabianca, Herveo, Fresno, Palocabildo, Falan, Armero, Mariquita, Chaparral, Rio Blanco, Planadas, Ataco, Natagaima, Coyaima, Ortega, San Antonio, Roncesvalles,Melgar, Purificación, Prado, Dolores, Alpujarra, Saldaña, Guamo, Suarez, Cunday, Villarrica, Icononzo, Carmen De Apicala.																					
Tipo de Población beneficiaria:	Población Habitante de los municipios beneficiarios																						
No. Total de Beneficiarios	Indígenas:	N/A																					
	Afrocolombiano:	N/A																					
	ROM:	N/A																					
	Otro:	1 424 020 hab. Población del Tolima (2019)																					
Relación de empresas beneficiarias (Aplica únicamente para proyectos presentados por un grupo de empresarios aportantes de la contribución parafiscal)																							
III. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO																							

Justificación del proyecto: Indique las razones por las cuales es importante la ejecución de la propuesta, impacto, beneficiarios, resultados esperados y su articulación con los planes de desarrollo local o nacional, o planes de acción de cada gremio. Relacionar los antecedentes con cifras y estadísticas de la propuesta presentada.
El objetivo del Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 <i>"Turismo: el propósito que nos une"</i>, es el de mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico a partir de iniciativas de fortalecimiento de la productividad, la generación de valor y la corresponsabilidad entre los actores del sector turismo, así como su posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales. Para lograr este objetivo, este plan establece seis grandes líneas estratégicas del Gobierno Nacional para el cuatrienio 2018 -2022 que definen la ruta de actuación que a mediano y largo plazo, solucionen los cuellos de botella que enfrenta el sector, y específicamente la línea estratégica que abarca las actuaciones en materia de planificación turística y ordenamiento territorial tal como: "Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística del país".
Además, el Plan de Desarrollo Departamental <i>"El Tolima nos Une"</i> 2020 – 2023, dentro de sus estrategias para el sector turístico busca Promocionar y posicionar el Departamento del Tolima como destino Turístico atractivo, mediante el desarrollo y fortalecimiento de la competitividad del sector turismo, la consolidación de productos turísticos en el departamento del Tolima, la cadena de valor, la gobernabilidad, las condiciones institucionales y de planificación turística del sector necesarias para la operación del sector turístico. A la par en el proyecto Fortalecimiento De La Oferta Cultural Como Eje Dinamizador Del Desarrollo Económico Y Social Del Departamento Del Tolima desde la dirección de cultura se proyecta el desarrollo de una agenda cultural y creativa del departamento como eje articulador de desarrollo económico y social del departamento
Asimismo, el presente proyecto, se encuentra enmarcado dentro del <i>Plan de Desarrollo Turístico 2012 – 2025</i> para el departamento del Tolima; donde se busca dar respuesta a necesidades de planeación y organización de la actividad turística en los territorios con el fin de generar cadena de valor y eslabonar un destino de grandes atractivos y contrastes, diferenciación y calidad a la oferta, con base en la megadiversidad cultural y natural del departamento. Además dentro de este plan en el pilar de competitividad, se tiene contempladas 13 metas, la CP3MP20 denominada <i>productos turísticos diseñados, desarrollados e implementados que potencien el sector turístico en el Tolima</i>, soporta la presentación de este proyecto.
El objetivo de este proyecto está enfocado principalmente en el desarrollo y diseño de una agenda cultural de eventos de alto impacto que se desarrollan en el departamento del tolíma que le permita al departamento del Tolima ser reconocido como un destino turístico competitivo frente a otros destinos nacionales. El proyecto consiste en desarrollar un conjunto de acciones que en el marco de los principales eventos de la agenda se contribuyan a que el departamento articule de manera eficiente su cadena de valor del sector turístico, contando con estrategias de mejora de la competitividad, que contribuyan a la sostenibilidad, incidiendo en la proyección de la función social que tiene el turismo para el departamento y los municipios de influencia regional, así como en la atracción creciente de visitantes y turistas en la ciudad. Por lo anterior, el producto turístico cultural se complementa con los atractivos turísticos con que cuenta el Tolima, son atractivos de naturaleza, razón por la cual es necesario implementar acciones que promuevan la conservación de los mismos en el tiempo.
corredor central: Ibagué, Ambalema, Libano, Murillo, Honda, Mariquita, Melgar, Prado y Carmen de Apicala, en este sentido es necesario incentivar la investigación de nuevas regiones con potencial turístico, que permita contribuir con la realización del inventario de recursos y atractivos turísticos nuevos, y de igual manera apoyarán las iniciativas privadas a través de proyectos de gestión enmarcados dentro de la oferta turística.
Para este caso se propone realizar el desarrollo del producto turístico del departamento del Tolima a través de la asociación de nodos o provincias que permitirá una mayor cohesión territorial y de agrupación de actores sociales, teniendo en cuenta las particularidades de oferta turística de cada uno de los nodos donde se procedió a agrupar los
1. Nodo Centro: Ibagué, Cajamarca, Rovira, Valle del San Juan, San Luis, Espinal, Coello, Flandes, Piedras, Alvarado y Anzoategui. 2. Nodo Norte: Libano, Honda, Venadillo, Santa Isabel, Murillo, Lérida, Ambalema, Villahermosa, Casabianca, Herveo, Fresno, Palocabildo, Falan, Armero y Mariquita. 3. Nodo Sur: Chaparral, Rio Blanco, Planadas, Ataco, Natagaima, Coyaima, Ortega, San Antonio y Roncesvalles. 4. Nodo Oriente: Melgar, Purificación, Prado, Dolores, Alpujarra, Saldaña, Guamo, Suarez, Cunday, Villarrica, Icononzo y Carmen de Apicala.

especializados en turismo cultural (historia, música y gastronomía) y de naturaleza (agua y aventura), que permita avanzar en el posicionamiento como destino de eventos, aprovechando su reconocimiento como región musical y folclórica, su riqueza hídrica y su ubicación geográfica. El MinCIT enfocará la estrategia de desarrollo de la oferta turística del país de forma diferencial e innovadora, a partir de la consolidación de las vocaciones de los destinos y de las ventajas competitivas de sus atractivos, servicios, actividades y productos, enfocada en segmentos de demanda turística especializados y de alto gasto a nivel nacional e internacional, con énfasis a las tipologías de naturaleza, turismo cultural, turismo de reuniones, turismo de salud y bienestar.	
mediante el desarrollo y ejecución del proyecto en mención se busca: *Fortalecer la integración regional para el turismo. *Consolidar los mecanismos de asociación e integración regional turística existentes, articulándolos a los diferentes instrumentos de planificación y planeación del orden regional y local, promoción de la oferta, así como potenciar proyectos especiales en materia de competitividad, infraestructura, promoción y cooperación. *Promover nuevas formas de asociación e integración turística regional, en función de las necesidades de la demanda y de cooperación entre la oferta, especialmente en torno a productos, circuitos, corredores o rutas multidestino nacionales e internacionales. *Impulsar una iniciativa integral para el desarrollo sostenible de nuevos destinos con alto potencial, presencia de atractivos emblemáticos de interés nacional y destacada vocación turística, con énfasis a los territorios que han sido impactados por las dinámicas sociales y del conflicto armado, promoviendo su integración efectiva a la oferta turística del país.	
*Diseñar una agenda cultural y creativa que complemente la oferta turística comercializable de los destinos vinculados a las figuras de asociación e integración regional turística, así como las de las rutas temáticas y regionales relacionadas, para garantizar su efectiva distribución e inserción en los mercados, con el apoyo de las agencias de viajes y demás actores del sector.	
Por ese motivo, y de acuerdo a las directrices de los instrumentos de planificación sectorial y departamental, se requiere del apoyo del Gobierno Nacional para desarrollar un turismo ordenado y planificado en el territorio, siendo de gran importancia la aplicación de estrategias de planificación regional que les permita, de una parte adelantarse a los continuos cambios de los mercados y, de otra, generar acciones sencillas pero de alto impacto para trabajar de manera mancomunada en la visibilización de sus destinos, bajo los tres ámbitos de la sostenibilidad: ambiental, sociocultural y económica.	
Por ende, es menester dotar al departamento de las herramientas de planificación necesarias para disponer de un sistema turístico competitivo en el que se otorgue un valor especial a su cadena turística de producción y servicio con el objetivo principal de diseñar productos turísticos de interés especial, únicos y personalizados para los segmentos potenciales. Lo cual permitirá crear orientaciones técnicas para maximizar los bienes y servicios del territorio, y así lograr promover un desarrollo ordenado y competitivo del turismo en el departamento, con el fin de mejorar las condiciones de los territorios con su entorno como destino turístico sostenible; fortalecer la cadena de valor sectorial en territorios priorizados. Ello implica desarrollar instrumentos para la gestión y ejecución de proyectos que impacten la operación de la cadena productiva y sea posible un turismo comunitario y la articulación entre la ciudad y la región.	
Para el desarrollo y ejecución del proyecto se estima contar con la participación activa de los actores sociales, institucionales, privados y la comunidad en general en la creación del producto turístico para el departamento del Tolima	
Plan de mantenimiento operación y sostenibilidad del proyecto	
Mecanismos de arranque	N/A
Plan de operación	N/A
Recursos de	N/A
Plan de sostenibilidad	N/A
Objetivo General: Diseñar una agenda cultural y creativa con enfoque sostenible que se articule con los demás productos turísticos del departamento del Tolima	
Objetivos específicos	Resultado / Producto (Describir el resultado o producto que se espera alcanzar con cada uno de los objetivos propuestos, de manera tal que contribuyan al logro del Objetivo General)

Objetivo 1: Diseñar una agenda cultural y creativa que identifique los eventos de alto, mediano y bajo impacto turístico de la agenda cultural.	Un (1) documento diagnóstico de la agenda cultural y creativa del departamento del Tolima, que contenga las siguientes temáticas: 1. EVENTOS DE ALTO IMPACTO TURISTICO a. Descripción del evento documento descriptivo sobre la identidad del producto, resaltando los atributos y características tangibles e intangibles que son susceptibles de valoración por el público objetivo identificado. b. Análisis de la demanda actual del evento y potencial de crecimiento c. Articulación del evento con otros productos turísticos regionales d. Análisis de flujos turísticos nacionales 2. EVENTOS DE MEDIANO IMPACTO TURISTICO a. Descripción del evento documento descriptivo sobre la identidad del producto, resaltando los atributos y características tangibles e intangibles que son susceptibles de valoración por el público objetivo identificado.
Objetivo 2: Realizar el Diseño de la imagen y material promocional "Tolima Tierra de Festivales" la agenda cultural y creativa del Departamento del Tolima	• Un (1) taller de construcción participativa con actores relevantes del territorio para la identificación de los principales elementos que ayudarían a la conceptualización de la marca tolima tierra de festivales. • Un (1) documento que contenga el Manual de Imagen Corporativa y uso, que contenga modelos para aplicaciones Web y Merchandising. • Material publicitario para el desarrollo de la campaña publicitaria
Objetivo 3: Desarrollar el Plan de Acción para la implementación del agenda cultural Tolima Tierra de Festivales para el Departamento del Tolima	• Conformar un comité local para la gestión y desarrollo del producto turístico generando un plan de acción con responsables , cronograma de implementación de la agenda cultural tolima tierra de festivales, tiempos, e indicadores. • Socializar el producto turístico ante aliados comerciales y mercados prioritarios • Un (1) cronograma de promoción en medios nacionales y regionales de los eventos priorizados en la agenda cultural

Actividades a desarrollar		
Para cada uno de los objetivos específicos indique las actividades (tareas/acciones) esenciales para lograr su alcance.		
Descripción de actividades		Método para alcanzar las actividades
	1.1. Caracterizar y describir detalladamente los productos turísticos que conforman los eventos de alto impacto turístico	Desarrollo de la caracterización de los eventos de la agenda tipificados como de alto impacto turístico (turismo nacional) en el departamento y su articulación con los segmento/s priorizados en las tipologías de turismo Cultural y Naturaleza , identificando el producto principal, los complementarios, atractivos que soporten la oferta existente y sus actividades. Posteriormente, desarrollar la conceptualización del producto turístico; Nombre del producto y subproducto (municipios involucrados),objetivo, imagen, prestadores de servicios turísticos involucrados en cada subproducto, perfil del turista propio de cada subproducto,actividades asociadas a cada uno de los 2 productos y lugares y/o atractivos donde se desarrollen las actividades, teniendo en cuenta los estudios de estadísticas presentes en el territorio: validar la información de la demanda real y perfil de turista en terminales de llegada de pasajeros. Por cada producto desglosar los subproductos e identificar los municipios que hacen parte de cada uno. Además dentro de la metodología utilizada se involucrará a la comunidad en la conceptualización a través de talleres de validación y apropiación del producto turístico que se desarrollará Elaboración del diagnóstico con el análisis de la oferta y del mercado , donde se contemplará las siguientes variables por Nodo del Departamento del Tolima: a. Análisis de la demanda actual y potencial: La comparación entre mercados demandantes y flujos turísticos, identificando en los perfiles las cualidades, atributos y exigencias de los principales consumidores, tomando en consideración las cifras de arribo y movimientos internos de visitantes extranjeros y nacionales.

Objetivo 1	1.2. Caracterizar y describir detalladamente los productos turísticos que conforman los eventos de mediano impacto turístico	Desarrollo de la caracterización de los eventos de la agenda tipificados como de mediano impacto turístico (turismo regional) en el departamento y su articulación con los segmento/s priorizados en las tipologías de turismo Cultural y Naturaleza , identificando el producto principal, los complementarios, atractivos que soporten la oferta existente y sus actividades. Posteriormente, desarrollar la conceptualización del producto turístico; Nombre del producto y subproducto (municipios involucrados),objetivo, imagen, prestadores de servicios turísticos involucrados en cada subproducto, perfil del turista propio de cada subproducto,actividades asociadas a cada uno de los 2 productos y lugares y/o atractivos donde se desarrollen las actividades, teniendo en cuenta los estudios de estadísticas presentes en el territorio: validar la información de la demanda real y perfil de turista en terminales de llegada de pasajeros. Por cada producto desglosar los subproductos e identificar los municipios que hacen parte de cada uno. Además dentro de la metodología utilizada se involucrará a la comunidad en la conceptualización a través de talleres de validación y apropiación del producto turístico que se desarrollará Elaboración del diagnóstico con el análisis de la oferta y del mercado , donde se contemplará las siguientes variables por Nodo del Departamento del Tolima: a. Análisis de la demanda actual y potencial: La comparación entre mercados demandantes y flujos turísticos, identificando en los perfiles las cualidades, atributos y exiaencias de los principales consumidores, tomando en consideración las cifras de
	1.3. Caracterizar y describir detalladamente los productos turísticos que conforman los eventos de bajo impacto turístico	Desarrollo de la caracterización de los eventos de la agenda tipificados como de bajo impacto turístico (población local) en el departamento y su articulación con los segmento/s priorizados en las tipologías de turismo Cultural y Naturaleza , identificando el producto principal, los complementarios, atractivos que soporten la oferta existente y sus actividades. Posteriormente, desarrollar la conceptualización del producto turístico; Nombre del producto y subproducto (municipios involucrados),objetivo, imagen, prestadores de servicios turísticos involucrados en cada subproducto, perfil del turista propio de cada subproducto,actividades asociadas a cada uno de los 2 productos y lugares y/o atractivos donde se desarrollen las actividades, teniendo en cuenta los estudios de estadísticas presentes en el territorio: validar la información de la demanda real y perfil de turista en terminales de llegada de pasajeros. Por cada producto desglosar los subproductos e identificar los municipios que hacen parte de cada uno. Además dentro de la metodología utilizada se involucrará a la comunidad en la conceptualización a través de talleres de validación y apropiación del producto turístico que se desarrollará Para la elaboración del diagnóstico del estado actual de turismo, se requiere analizar las siguientes variables:

Objetivo específico No. 2	2.1 Diseñar la imagen de marca de Tolima Tierra de Festivales, Agenda cultural del departamento.	Posterior al diseño del producto turístico se procede a diseñar la imagen de marca del producto turístico a partir de la realización de talleres con actores turísticos relevantes de la Zona con el fin de identificar : Prototipos, Construcción de la imagen de marca, Objetivos de comunicación, Diseño y selección de prototipos de la imagen del producto turístico. a. La metodología, métodos y herramientas (Design Thinking) para el desarrollo del producto de la marca turística, identificado, que incluya: prototipos, construcción de la imagen de marca, objetivos de comunicación, diseño y selección de prototipos de la imagen de la marca turística para el departamento. Nota: Como primera medida se espera que los talleres de apropiación se realicen de forma presencial cumpliendo con los protocolos de bioseguridad, aforo exigido y la normatividad nacional vigente, de no ser posible llevar a cabo los talleres de manera presencial se harán de forma virtual. El resultado debe describir la propuesta conceptual de la marca turística enmarcado en las potencialidades y ventajas comparativas del departamentos/región, así como las características y elementos básicos que debe tener para diferenciarlo elaboración del manual de imagen corporativa que incorpore el diseño de las piezas publicitarias y/o publicidad alternativa BTL, Presentación de campaña.
	2.2 Elaborar el manual de imagen corporativa y de uso.	La elaboración del manual de imagen corporativa debe que contener modelos para aplicaciones Web y Merchandising.
	2.3 Elaborar material Publicitario para el desarrollo de la campaña de expectativa y promoción de la agenda cultural	Elaboración de material impreso (agendas, calendarios de pared, calendarios de escritorio, separadores, volantes, tarjetas). Elaboración de piezas promocionales para redes sociales Elaboración de cuñas para transmisión por emisoras Elaboración de comercial para promoción por televisión
	3.1.Conformar un comité local para la gestión y desarrollo del producto turístico generando un plan de acción con responsables y cronograma de implementación de la agenda cultural tolina tierra de festivales	Se llevará a cabo una convocatoria de actores públicos y privados; se debe contar con mínimo 2 participantes de cada municipio vinculando a sector público y privado, que se encuentren ubicados en el ámbito del territorio donde se desarrolla el producto turístico y que estén relacionados con su implementación y desarrollo. Una vez conformado el comité local se creará documento de gestión, Plan de trabajo, con el objetivo de establecer la puesta en marcha del producto turístico. Además, se establecerá un cronograma de seguimiento y plan de acción. El plan de acción es para cada uno de los productos (Cultural y Naturaleza) que contenga actividades, responsables,
Objetivo específico No. 3	3.2 Socializar el producto turístico ante aliados comerciales y mercados prioritarios	Tres (3) talleres de socialización de la agenda cultural tolina tierra de festivales con aliados comerciales a nivel nacional y local. Definición de compromisos de apoyo para los eventos priorizados

	3.3 cronograma de promoción en medios nacionales y regionales de los eventos priorizados en la agenda cultural	Diseño de agenda de promoción independiente de los eventos de alto impacto turístico en medios nacionales y regionales Diseño de agenda de promoción independiente de los eventos de alto impacto turístico en medios regionales y locales Diseño de agenda de promoción independiente de los eventos de alto impacto turístico en medios regionales y locales	
--	---	---	--

