UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
MAESTRÍA EN GOBIERNO ABIERTO E INTEGRIDAD PÚBLICA

PROYECTO DE INTERVENCIÓN:

USO DE TECNOLOGÍA Y GOBIERNO ABIERTO PARA EL FOMENTO DEL TURISMO GASTRONÓMICO A MICROEMPRESARIOS DEL CASCO DE COLÓN 2026

PRESENTADO POR:

MICHAEL ANDREW CHEN FONG
C.I.P.: 8-804-1156

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN GOBIERNO ABIERTO E INTEGRIDAD PÚBLICA

PANAMÁ, JULIO DE 2026

Dedicatoria

A Dios, fuente de sabiduría y fortaleza, por guiar cada paso en el servicio público y comunitario.

A mi familia, por su amor incondicional, su paciencia y apoyo permanente en cada etapa de formación y trabajo por Colón.

A los microempresarios del Casco de Colón, cuya resiliencia, creatividad y esfuerzo diario inspiran este proyecto de intervención orientado a dignificar su trabajo y abrir nuevas oportunidades para su desarrollo.

Agradecimiento

A la Universidad de Panamá y a la Facultad de Administración Pública, por brindar el espacio académico y las herramientas conceptuales necesarias para repensar la gestión pública desde los principios de gobierno abierto e integridad.

A los docentes de la Maestría en Gobierno Abierto e Integridad Pública, por sus aportes teóricos, metodológicos y éticos, que han permitido estructurar este proyecto de intervención como una propuesta rigurosa y viable para Colón.

A los actores locales que han acompañado el desarrollo del Festival Sabores de Colón, en especial a los microempresarios gastronómicos, organizaciones comunitarias y aliados del sector privado, cuya participación ha sido clave para construir una visión compartida de desarrollo inclusivo.

A mi equipo de trabajo, colaboradores y voluntarios, por su compromiso en la organización, ejecución y mejora continua del festival como herramienta de dinamización económica y social del Casco de Colón.

Finalmente, a todas las personas que, de manera directa o indirecta, han contribuido con ideas, contactos, datos y reflexiones para fortalecer la pertinencia y el alcance de este proyecto.

Índice General

Dedicatoria ..... *ii*
Agradecimiento ..... *iii*
Índice General ..... *iv*
Lista de Abreviaturas y Siglas ..... *vii*
Índice de Figuras ..... *viii*
Índice de Tablas ..... *ix*
Índice de Gráficas ..... *xi*
Resumen ..... *xii*
Abstract ..... *xiv*
Introducción ..... *xvi*
CAPÍTULO I: GENERALIDADES DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN *19*
1.1. Presentación **20**
1.2. Análisis Situacional **20**
1.2.1. Ubicación Organizacional **22**
1.2.2. Descripción Operativa **23**
1.3. Descripción del Problema General **24**
1.4. Definición del Problema Seleccionado **25**
1.4.1. Antecedentes **26**
1.4.2. Importancia y Pertinencia del Proyecto **28**
1.4.3. Planteamiento del problema **31**
1.4.4. Preguntas de Intervención **33**
1.4.4.1. Pregunta de intervención general **33**
1.4.4.2. Preguntas de intervención específicas **33**
1.4.5. Justificación **33**
1.4.6. Objetivos **36**
1.4.6.1. Objetivo general **36**
1.4.6.2. Objetivos específicos **36**
1.4.7. Metodología **36**
1.5. Diagnóstico **42**
1.5.1. Identificación del Problema **44**
1.5.2. Identificación de la Población **46**

1.5.3. Identificación del Contexto **50**
1.6. Planificación y Planteamiento **59**
1.6.1. Justificación **59**
1.6.2. Destinatarios **62**
1.6.3. Objetivos **64**
1.6.3.1. Objetivo General **65**
1.6.3.2. Objetivos Específicos **65**
1.6.4 Evaluación y Métodos Medibles **66**
1.6.5. Gobierno Abierto como Decisión de Diseño **71**
1.6.6. Indicadores de Resultados **72**
1.6.7. Integrantes del Equipo **83**
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO ***86***
2.1. Antecedentes **87**
2.1.1 Casos Relevantes Regionales **89**
2.1.2. Referencias Prácticas **95**
2.2. Fundamentación teórica **100**
2.3. Marco Conceptual **108**
2.4. Marco Legal **112**
2.5. Marco Institucional **114**
2.6. Marco Histórico **115**
2.7. Marco Demográfico **116**
2.8. Marco Geográfico **117**
CAPITULO III: MÉTODO DE INTERVENCIÓN ***120***
3.1. Sensibilización **121**
3.2. Promoción **133**
3.3. Plan de Estrategias y Acciones **150**
3.4. Roles y Responsabilidades **183**
3.5. Tiempo **197**
3.6. Cronograma de actividades **207**
3.7. Costos (Presupuesto del Proyecto) **225**
CAPÍTULO IV: SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN ***244***
4.1. Implementación **245**
4.2. Resultados **267**
CONCLUSIONES ***274***

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS *281*
ANEXOS *285*
ANEXO 1: INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN Y EVALUACIÓN **285**
1.1. Encuesta de Diagnóstico Inicial para Microempresarios **285**
1.2. Encuesta de Satisfacción - Festival Sabores de Colón **290**
1.3. Pre-test y Post-test de Capacitación **292**
ANEXO 2: FORMULARIOS DE REGISTRO Y PARTICIPACIÓN **295**
2.1. Formulario de Inscripción - Festival Sabores de Colón 2026 ..... **295**
ANEXO 3: INSTRUMENTOS DE MONITOREO Y SEGUIMIENTO **297**
3.1. Ficha de Seguimiento a Emprendedores Capacitados **297**
ANEXO 4: LISTA DE VERIFICACIÓN DE EVENTOS **300**
4.1. Checklist de Organización - Festival Sabores de Colón **300**
ANEXO 5: PLANTILLAS Y FORMATOS ADMINISTRATIVOS **303**
5.1. Formato de Informe Mensual de Actividades **303**
NOTA FINAL **306**

Lista de Abreviaturas y Siglas

Sigla	Significado
ATP	Autoridad de Turismo de Panamá
AMPYME	Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa
MINSA	Ministerio de Salud
ANTAI	Autoridad Nacional de Transparencia y Acceso a la Información
RSE	Responsabilidad Social Empresarial
SEO	Search Engine Optimization (optimización para motores de búsqueda)
ROI	Return on Investment (retorno de la inversión)
ROAS	Return on Advertising Spend (retorno de la inversión publicitaria)
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
BPM	Buenas Prácticas de Manufactura
TIC	Tecnologías de la Información y la Comunicación
API	Application Programming Interface (interfaz de programación de aplicaciones)
CSV	Comma-Separated Values (valores separados por comas)
JSON	JavaScript Object Notation

Índice de Figuras

Figura 1: Calles de la Ciudad de Colón.....25
Figura 2: Sitio web de Sabores de Colón 28
Figura 3: Diseño de Sitio web de Sabores de Colón 39
Figura 4: Capacitación a emprendedores de Sabores de Colón.....39
Figura 5: Foto aerea de Sabores de Colón – 1 de marzo de 2026 40
Figura 6: Ejemplo de Dashboard de Sabores de Colón.....41
Figura 7: Vista aerea del Casco de Colón.....118
Figura 8: Visita a emprendedores gastronómicos del Casco de Colón.....124
Figura 9: Reunión con Autoridades para sensibilizar sobre Sabores de Colón.....126
Figura 10: Convenio con Medios de Comunicación para la divulgacion de Sabores de Colón 128
Figura 11: Logo de Sabores de Colón 143
Figura 12: Actualización de perfiles y geolocalización de emprendedores 157
Figura 13: Taller de capacitacion a emprendedores sobre uso de tecnología.....160
Figura 14: Vista aerea tomada con drone para video profesional de Sabores de Colón.....162
Figura 15: Taller de Capacitación a emprendedores de Sabores de Colón.....167
Figura 16: Dashboard 1 de Sabores de Colón 268
Figura 17: Dashboard 2 de Sabores de Colón 270
Figura 18: Dashboard 3 de Sabores de Colón 272

Índice de Tablas

Tabla 1: Problemas Centrales Identificados por los Emprendedores del Casco de Colón 45
Tabla 2: Perfil General de los Emprendimientos Registrados en Sabores de Colón 48
Tabla 3: Indicadores Clave del Contexto Socioeconómico del Casco de Colón 54
Tabla 4: Resumen de Análisis Foda 58
Tabla 5: Vinculación entre Problemas Priorizados y Líneas de Acción del Proyecto 62
Tabla 6: Matriz de Objetivos, Indicadores, Línea Base, Metas del Proyecto de Intervención y Avance Real 83
Tabla 7: Actividades de Sensibilización Comunitaria 123
Tabla 8: Actividades de Sensibilización Institucional 126
Tabla 9: Actividades de Sensibilización Comunicacional 128
Tabla 10: Mensajes Diferenciados por Público Objetivo 130
Tabla 11: Cronograma de Actividades de Sensibilización - Diciembre 2025 - Febrero 2026 131
Tabla 12: Riesgos y Mitigación - Fase de Sensibilización 132
Tabla 13: Presupuesto Consolidado - Fase de Sensibilización 133
Tabla 14: Acciones Promocionales Fase Previa – Enero - Febrero 2026 136
Tabla 15: Acciones Promocionales Durante el Evento - 28 Febrero - 1 Marzo 2026 138
Tabla 16: Acciones Promocionales Fase Posterior - Marzo-Diciembre 2026 140
Tabla 17: Canales Promocionales y Métricas - Estrategia Integral 142
Tabla 18: Líneas Editoriales - Estrategia de Contenidos Digitales 144
Tabla 19: Alianzas Estratégicas para Amplificación Promocional 145
Tabla 20: Presupuesto Consolidado - Estrategia de Promoción 2026 147
Tabla 21: Indicadores Globales de Éxito Promocional - 2026 148
Tabla 22: Cronograma Anual de Actividades Promocionales - 2026 150
Tabla 23: Cronograma Maestro Integrado del Proyecto 2026 154
Tabla 24: Cronograma General de Implementación 2026 155
Tabla 25: Acciones - Estrategia 1.1 Plataforma Web 157
Tabla 26: Acciones - Estrategia 1.2 Redes Sociales 159
Tabla 27: Acciones - Estrategia 1.3 Contenido Multimedia 161
Tabla 28: Cronograma - Eje Estratégico 1 Visibilidad Digital 163
Tabla 29: Talleres Eje Estratégico 2 y Módulo de Objetivo Específico 2 165
Tabla 30: Acciones - Estrategia 2.1 Capacitación Empresarial 166
Tabla 31: Acciones - Estrategia 2.2 Asistencia Técnica 168
Tabla 32: Acciones - Estrategia 2.3 Dotación de Herramientas 170
Tabla 33: Cronograma - Eje Estratégico 2 Fortalecimiento de Capacidades 171
Tabla 34: Acciones - Estrategia 3.1 Alianzas Público-Privadas 173
Tabla 35: Acciones - Estrategia 3.2 Vinculación Académica 175
Tabla 36: Acciones - Estrategia 3.3 Participación Ciudadana 176
Tabla 37: Cronograma - Eje Estratégico 3 Articulación Multisectorial 178
Tabla 38: Presupuesto Consolidado del Plan de Estrategias y Acciones 179
Tabla 39: Fuentes de Financiamiento del Proyecto 180
Tabla 40: Indicadores de Resultado del Proyecto 181

Tabla 41: Indicadores de Producto del Proyecto 181
Tabla 42: Indicadores de Proceso del Proyecto 182
Tabla 43: Matriz de Riesgos y Estrategias de Mitigación 183
Tabla 44: Matriz de Roles y Responsabilidades del Proyecto 197
Tabla 45: Hitos Críticos del Proyecto con Fechas Específicas 206
Tabla 46: Estructura General del Presupuesto del Proyecto 225
Tabla 47: Presupuesto Detallado de Sensibilización 227
Tabla 48: Presupuesto Consolidado de Promoción 2026 228
Tabla 49: Presupuesto Detallado Eje Estratégico 1 230
Tabla 50: Presupuesto Detallado Eje Estratégico 2 231
Tabla 51: Presupuesto Detallado Eje Estratégico 3 233
Tabla 52: Fuentes de Financiamiento del Proyecto 234
Tabla 53: Niveles de Patrocinio y Beneficios 235
Tabla 54: Indicadores de Costo-Efectividad del Proyecto 238
Tabla 55: Matriz de Riesgos Financieros y Estrategias de Mitigación 240
Tabla 56: Cronograma de Ejecución Presupuestaria por Fase 241
Tabla 57: Flujo de Caja Proyectado 2026 241
Tabla 58: Proyección de Sostenibilidad Financiera 2026-2028 243
Tabla 59: Reuniones institucionales ejecutadas - Fase de Sensibilización 248
Tabla 60: Resultados cuantitativos - Fase de Sensibilización 250
Tabla 61: Resultados de satisfacción de asistentes al Festival 255
Tabla 62: Indicadores clave - Fase 2 Implementación Intensiva 256
Tabla 63: Cumplimiento de hitos críticos - Primer trimestre 2026 257
Tabla 64: Ejecución presupuestaria - Primer trimestre 2026 260

Índice de Gráficas

Gráfica 1: Distribución de emprendimientos por categoría.....48
Gráfica 2: Participación de emprendimientos en Sabores de Colón 2025 y 2026 49
Gráfica 3: Brechas en infraestructura básica para los emprendimientos.....52

Resumen

El presente proyecto de intervención, titulado “Uso de tecnología y gobierno abierto para el fomento del turismo gastronómico a microempresarios del Casco de Colón 2026”, tuvo como propósito impulsar el empleo, la visibilidad y la sostenibilidad de los microemprendimientos turísticos y gastronómicos ubicados en el Casco de Colón, mediante la articulación estratégica de herramientas digitales, principios de gobierno abierto y mecanismos de participación ciudadana. Se partió del reconocimiento de que este territorio concentraba una valiosa riqueza cultural y culinaria, pero enfrentaba limitaciones estructurales relacionadas con la baja digitalización, la escasa promoción, la fragmentación organizativa y las brechas de acceso a información y apoyos institucionales.

La propuesta tomó como eje operativo el Festival Sabores de Colón, concebido no solo como un evento gastronómico, sino como una plataforma integral de intervención que permitió visibilizar la oferta local, fortalecer capacidades, generar datos abiertos, promover la transparencia y habilitar espacios de encuentro entre actores públicos, privados y comunitarios. A través de fases sucesivas de diagnóstico, capacitación, co-creación, ejecución de actividades y evaluación, se consolidó un modelo de gestión colaborativa orientado a incrementar la competitividad de los microempresarios, fomentar la identidad cultural y contribuir al desarrollo local sostenible.

Metodológicamente, el proyecto adoptó un enfoque mixto, combinando herramientas cuantitativas y cualitativas para el levantamiento de información, el diseño de estrategias y la medición de resultados, en coherencia con los principios de gobierno abierto, la teoría del desarrollo local sostenible, la innovación tecnológica en microempresas y el capital social. Se definieron objetivos generales y específicos, indicadores de proceso, resultado e impacto, así como un sistema de seguimiento y evaluación orientado a la mejora continua. La intervención se alineó con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, particularmente con aquellos

relacionados con trabajo decente y crecimiento económico, reducción de desigualdades y ciudades y comunidades sostenibles.

Como resultados y logros obtenidos, se ejecutó exitosamente el Festival Sabores de Colón entre el 28 de febrero y el 1 de marzo de 2026 como hito central del proyecto; se atendió y acompañó a 200 emprendedores durante el año; se desarrollaron procesos de capacitación que beneficiaron a más de 150 participantes; se actualizaron 200 perfiles en la plataforma digital; se consolidó una base de datos del ecosistema gastronómico local; y se fortalecieron alianzas institucionales, mecanismos de monitoreo, rendición de cuentas y sistematización. De igual forma, el proyecto fortaleció la visibilidad nacional de la gastronomía colonense, impulsó capacidades digitales y de gestión en los microempresarios participantes, promovió redes de apoyo y colaboración, y generó aprendizajes replicables para futuras iniciativas de turismo gastronómico comunitario en el Casco de Colón.

Abstract

The intervention project entitled “Use of Technology and Open Government to Promote Gastronomic Tourism for Micro-entrepreneurs in the Historic District of Colón 2026” aimed to boost employment, visibility, and sustainability of small tourism and gastronomic ventures located in Colón’s historic center by strategically combining digital tools, open government principles, and citizen participation mechanisms. It was based on the recognition that this territory concentrated significant cultural and culinary wealth, yet faced structural limitations related to low levels of digitalization, limited promotion, organizational fragmentation, and gaps in access to information and institutional support.

The proposal used the “Sabores de Colón” Festival as its core operational axis, conceived not only as a gastronomic event but also as a comprehensive intervention platform that made it possible to showcase local offerings, strengthen capacities, generate open data, promote transparency, and create spaces for engagement among public, private, and community actors. Through successive phases of diagnosis, training, co-creation, implementation of activities, and evaluation, a collaborative management model was consolidated, aimed at increasing the competitiveness of micro-entrepreneurs, fostering cultural identity, and contributing to sustainable local development.

Methodologically, the project adopted a mixed approach, combining quantitative and qualitative tools for data collection, strategy design, and results measurement, in line with open government principles, sustainable local development theory, technological innovation in micro-enterprises, and social capital. General and specific objectives were defined, along with process, outcome, and impact indicators, as well as a monitoring and evaluation system oriented toward continuous improvement. The intervention was aligned with the 2030 Agenda and the Sustainable Development Goals, particularly those related to decent work and economic growth, reduced inequalities, and sustainable cities and communities.

In terms of results and achievements, the “Sabores de Colón” Festival was successfully held between February 28 and March 1, 2026, as the central milestone of the project; 200 entrepreneurs were supported and accompanied throughout the year; training processes were developed that benefited more than 150 participants; 200 profiles were updated on the digital platform; a database of the local gastronomic ecosystem was consolidated; and institutional alliances, monitoring mechanisms, accountability practices, and systematization efforts were strengthened. Likewise, the project enhanced the national visibility of Colón’s gastronomy, strengthened digital and management capacities among participating micro-entrepreneurs, promoted support and collaboration networks, and generated lessons that can be replicated in future community-based gastronomic tourism initiatives in the Historic District of Colón.

Introducción

El Casco de Colón constituye uno de los espacios urbanos más emblemáticos de la provincia de Colón por su valor histórico, su localización estratégica dentro del eje logístico-comercial de Panamá y la diversidad cultural que se expresa de manera singular en su gastronomía. En este territorio convergen tradiciones afrocaribeñas, panameñas y de otras procedencias que han dado lugar a una oferta culinaria con alto potencial para dinamizar el turismo, fortalecer la identidad local y generar oportunidades económicas para los microemprendimientos vinculados al sector.

No obstante, durante el proceso de diagnóstico e implementación se constató que los microempresarios turísticos y gastronómicos del Casco de Colón enfrentaban limitaciones estructurales que restringían el aprovechamiento de ese potencial. Entre las principales dificultades identificadas se encontraron la baja visibilidad de los emprendimientos, la escasa presencia en plataformas digitales, las brechas en alfabetización tecnológica, la fragmentación organizativa, el limitado acceso a información útil para la toma de decisiones y la débil articulación con actores institucionales capaces de apoyar procesos sostenidos de fortalecimiento económico y promoción territorial.

A ello se sumaron problemáticas del entorno como el desempleo, la informalidad, el deterioro urbano, la percepción negativa del territorio y las brechas de infraestructura que afectan tanto la experiencia de residentes y visitantes como la competitividad de la oferta gastronómica local. En consecuencia, la intervención se desarrolló desde una perspectiva integral, reconociendo que el fortalecimiento del turismo gastronómico comunitario no dependía únicamente de la promoción de un evento, sino de la articulación entre capacidades empresariales, herramientas tecnológicas, participación ciudadana, cooperación interinstitucional y mecanismos de seguimiento orientados a resultados.

En respuesta a este escenario, el proyecto de intervención titulado Uso de tecnología y gobierno abierto para el fomento del turismo gastronómico a microempresarios del Casco de Colón 2026 se implementó como una estrategia orientada a impulsar el empleo, las oportunidades de generación de ingresos y la visibilidad de los microempresarios del territorio. Para ello, se tomó como eje articulador el Festival Sabores de Colón, concebido no solo como un evento gastronómico, sino como una plataforma de intervención que permitió visibilizar la oferta local, promover procesos de capacitación, fortalecer redes de colaboración, actualizar perfiles digitales, generar información sistematizada y propiciar espacios de participación entre actores públicos, privados, comunitarios y académicos.

La ejecución del proyecto se sustentó en un enfoque de intervención participativa, flexible y basado en evidencia. A partir del diagnóstico inicial, se organizaron acciones de sensibilización, promoción, fortalecimiento digital, formación en gestión y marketing, articulación multisectorial, acompañamiento técnico, monitoreo y evaluación. Esta lógica permitió vincular de manera coherente la planificación del proyecto con su implementación ex post facto, respetando los objetivos general y específicos definidos desde el Capítulo I y asegurando que las actividades ejecutadas, los cronogramas, las metas, los indicadores y las responsabilidades mantuvieran correspondencia con la estructura metodológica del informe final.

Desde el punto de vista conceptual, la intervención se apoyó en los aportes del desarrollo local sostenible, la innovación tecnológica aplicada a microempresas, el gobierno abierto y la participación ciudadana. Estos enfoques permitieron comprender que la gastronomía no solo constituye una actividad económica, sino también un recurso cultural, social y territorial capaz de contribuir a la revitalización urbana, a la generación de confianza entre actores y a la construcción de modelos de desarrollo más inclusivos, transparentes y sostenibles. Por lo tanto, el proyecto asumió la tecnología como herramienta para ampliar oportunidades de visibilidad y gestión, y el gobierno abierto como un marco para fortalecer la transparencia, el acceso a la información, la rendición de cuentas y la colaboración social.

Los resultados alcanzados durante la implementación confirmaron la pertinencia de esta orientación. La ejecución del Festival Sabores de Colón los días 28 de febrero y 1 de marzo de 2026, el acompañamiento a 200 emprendedores, la participación de más de 150 beneficiarios en procesos de capacitación, la actualización de perfiles en la plataforma digital, el fortalecimiento de alianzas institucionales y la consolidación de mecanismos de monitoreo y sistematización evidenciaron avances concretos en materia de visibilidad, fortalecimiento de capacidades y articulación territorial. De esta manera, la intervención trascendió la realización de actividades aisladas y se consolidó como una experiencia aplicada con resultados verificables y aprendizajes útiles para futuras acciones de desarrollo local.

En definitiva, este informe final presenta de forma organizada el proceso desarrollado, los fundamentos que orientaron la intervención, las decisiones metodológicas adoptadas, las acciones implementadas y los resultados obtenidos. Su estructura responde al carácter institucional del proyecto y al principio de flexibilidad propio de las intervenciones sociales, integrando en el Capítulo I las generalidades, el diagnóstico y el planteamiento del proyecto; desarrollando en los capítulos siguientes el sustento teórico, el método de intervención, la implementación, el seguimiento, la evaluación y los resultados. Así, el documento no solo sistematiza una experiencia ejecutada, sino que también ofrece insumos para la formulación de futuras estrategias de turismo gastronómico comunitario en el Casco de Colón.

CAPÍTULO I: GENERALIDADES DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

1.1. Presentación

El presente proyecto de intervención, titulado “Uso de tecnología y gobierno abierto para el fomento del turismo gastronómico a microempresarios del Casco de Colón 2026”, se enmarca en la Maestría en Gobierno Abierto e Integridad Pública de la Facultad de Administración Pública de la Universidad de Panamá y surge como respuesta a los retos estructurales que enfrenta el Casco de Colón para consolidarse como un territorio competitivo en materia de turismo gastronómico, empleo e innovación social (Autoridad de Turismo de Panamá [ATP], 2018; Instituto Nacional de Estadística y Censo [INEC], 2023). La propuesta articula principios de transparencia, participación ciudadana, datos abiertos y uso estratégico de tecnologías digitales con el objetivo de fortalecer la visibilidad, la sostenibilidad y la capacidad de gestión de los microempresarios turísticos y gastronómicos del área.

El proyecto toma como eje operativo el Festival Sabores de Colón, concebido como una plataforma de intervención integral que trasciende la lógica de un evento aislado para constituirse en un dispositivo de dinamización económica, cultural y comunitaria, a través del cual se visibiliza la oferta gastronómica local, se generan redes de colaboración y se promueve la apertura institucional y la co-creación de soluciones con los actores del territorio (Rodríguez, 2021; Sánchez, 2020). En este sentido, el proyecto de intervención busca consolidar un modelo replicable de gestión colaborativa, donde la tecnología y el gobierno abierto se articulan para potenciar el desarrollo local sostenible, la cohesión social y el empoderamiento ciudadano en el Casco de Colón (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2015; Organización Mundial del Turismo [UNWTO], 2022)

1.2. Análisis Situacional

El Casco de Colón se reconoce como un enclave histórico y cultural de alta relevancia para Panamá, vinculado al desarrollo del ferrocarril, el Canal y la expansión de la Zona Libre de Colón, lo que ha configurado un territorio con una marcada vocación logística y comercial, pero también con una profunda diversidad cultural que se expresa de

forma privilegiada en su gastronomía afrocaribeña y mestiza (INEC, 2023; UNESCO, 2016). No obstante, esta riqueza coexiste con importantes rezagos sociales y urbanos, manifestados en altos niveles de desempleo, informalidad, deterioro de infraestructura, estigmatización del territorio y una débil inserción en los circuitos turísticos nacionales e internacionales (García, 2019; Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 2014).

En el plano económico, la estructura productiva del Casco de Colón se caracteriza por una alta concentración de microempresas familiares dedicadas al comercio, los servicios y, de manera significativa, a la gastronomía local, las cuales operan con recursos limitados, escaso acceso a financiamiento y reducida capacidad de innovación tecnológica (PNUD, 2014; Pérez & Torres, 2024). La mayoría de estos emprendimientos depende de clientelas locales y de flujos de visitantes no sistematizados, sin estrategias robustas de marketing digital, sin presencia optimizada en plataformas tecnológicas ni articulación estable con programas de apoyo institucional, lo que limita su capacidad para generar empleo formal, incrementar ingresos y fortalecer la sostenibilidad de sus modelos de negocio (Rodríguez, 2021; UNWTO, 2022).

Desde la perspectiva de la gobernanza, el territorio presenta avances y desafíos simultáneos. Por un lado, existen políticas y programas nacionales que reconocen el turismo como motor de desarrollo, incluyendo apuestas por el turismo cultural, comunitario y gastronómico; por otro, la implementación local de estas políticas en el Casco de Colón ha sido fragmentada, con escasa coordinación interinstitucional y limitada participación de los microempresarios y la ciudadanía en la toma de decisiones sobre el uso de recursos, diseño de proyectos y priorización de intervenciones (ATP, 2018; Maldonado, 2023). Esta brecha entre el marco normativo y la práctica territorial se traduce en oportunidades desaprovechadas de articulación entre gobierno, sector privado y sociedad civil para potenciar el turismo gastronómico como herramienta de inclusión y desarrollo.

En el contexto regional latinoamericano, diversos estudios señalan que la integración de la innovación tecnológica, el enfoque de gobierno abierto y la participación comunitaria en proyectos de turismo y gastronomía ha permitido mejorar significativamente la competitividad, la generación de empleo formal y la sostenibilidad de los territorios involucrados (Pérez & Torres, 2024; Rodríguez, 2021; Sánchez, 2020). Sin embargo, también identifican brechas digitales, desigualdades en el acceso a capacidades tecnológicas y debilidades en transparencia y rendición de cuentas que, en ausencia de intervenciones integrales, tienden a reproducir la exclusión y la precariedad en comunidades urbanas vulnerables, como es el caso del Casco de Colón (García, 2019; ONU, 2015).

1.2.1. Ubicación Organizacional

El proyecto de intervención se inscribe académicamente en la Facultad de Administración Pública de la Universidad de Panamá, bajo la Maestría en Gobierno Abierto e Integridad Pública, lo que imprime un enfoque orientado a la transparencia, la rendición de cuentas y la participación ciudadana como pilares de la gestión pública contemporánea (García, 2019; Maldonado, 2023). La Universidad, en su rol de institución generadora de conocimiento y de capacidades profesionales, actúa como articuladora entre el ámbito académico, las instituciones públicas sectoriales, los gobiernos locales y los actores comunitarios del Casco de Colón, facilitando la transferencia de saberes y metodologías para la intervención.

En el plano territorial, el proyecto se vincula principalmente con la Alcaldía de Colón, la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP) y organizaciones comunitarias y gremiales que agrupan a microempresarios gastronómicos del Casco, así como con organizaciones no gubernamentales y aliados de cooperación que han acompañado procesos de desarrollo local en la provincia (ATP, 2018; UNESCO, 2016). Esta ubicación organizacional híbrida –académica, institucional y comunitaria– permite que el Festival Sabores de Colón y las acciones asociadas al proyecto se inserten en una

red de actores con competencias diferenciadas, pero complementarias, para incidir en el turismo gastronómico, la innovación digital y la apertura institucional.

La Fundación Reto por Colón se constituye en este proyecto como la entidad aliada estratégica y marco institucional de apoyo para la ejecución de las acciones de intervención, sin sustituir la conducción técnica y académica del proyecto de intervención de grado. Su rol comprende el respaldo institucional para la articulación con actores públicos y privados, el apoyo en la movilización de recursos, la difusión a través de sus canales de comunicación y el acompañamiento operativo en actividades vinculadas al Festival Sabores de Colón y a la plataforma digital del proyecto.

En este sentido, la Fundación no opera únicamente como un actor externo de colaboración puntual, sino como una instancia de soporte institucional que fortalece la viabilidad del proyecto, aporta legitimidad territorial y facilita la coordinación con emprendedores, patrocinadores e instituciones públicas. Esta definición permite delimitar con mayor claridad la cadena de responsabilidades sobre los recursos movilizados, el tratamiento de los datos de los emprendedores, la gestión de alianzas y los compromisos derivados de la intervención.

No obstante, la responsabilidad académica, metodológica y estratégica del proyecto recae en el autor, quien diseña, documenta, sistematiza y evalúa la intervención en el marco de la Maestría en Gobierno Abierto e Integridad Pública. De esta manera, se distingue entre el soporte institucional brindado por la Fundación Reto por Colón y la autoría técnica y académica del proyecto de intervención.

1.2.2. Descripción Operativa

Operativamente, el proyecto de intervención se desarrolla en el Casco de Colón durante el año 2026, estructurado en fases sucesivas de diagnóstico, diseño participativo, implementación, seguimiento y evaluación, con el Festival Sabores de

Colón como hito central de visibilización y activación territorial. En la fase de diagnóstico se realiza un levantamiento detallado de información sobre los microempresarios gastronómicos, su ubicación, tipo de oferta, capacidades digitales, necesidades formativas y niveles de articulación con programas públicos, utilizando encuestas, entrevistas, observación en campo y revisión documental (INEC, 2023; PNUD, 2014).

Sobre la base de este diagnóstico, se diseña un conjunto de acciones formativas y de acompañamiento para fortalecer capacidades en tecnologías de la información y comunicación (TIC), marketing digital, gestión empresarial y uso de herramientas de gobierno abierto, junto con el desarrollo de una plataforma digital –catálogo web, presencia en redes sociales y repositorio de datos abiertos– que permita visibilizar la oferta gastronómica del Casco de Colón a nivel nacional e internacional (Rodríguez, 2021; UNWTO, 2022). Paralelamente, se organiza y ejecuta el Festival Sabores de Colón como evento integrador que articula a los microempresarios, instituciones públicas, organizaciones de la sociedad civil, medios de comunicación y ciudadanía, combinando degustaciones, actividades culturales, espacios de diálogo y mecanismos de participación y transparencia sobre la gestión del proyecto (García, 2019; Sánchez, 2020).

1.3. Descripción del Problema General

El problema general que aborda este proyecto se relaciona con la brecha existente entre el alto potencial gastronómico-cultural del Casco de Colón y su limitada expresión en términos de desarrollo económico, empleo formal, visibilidad turística e inclusión social para los microempresarios del territorio (INEC, 2023; PNUD, 2014). Pese a que el Casco reúne una oferta culinaria diversa y auténtica, arraigada en tradiciones afrocaribeñas e históricamente vinculada a procesos migratorios y comerciales, esta riqueza no se traduce en un posicionamiento sólido en el mercado turístico ni en

oportunidades sostenibles de generación de ingresos para las familias que dependen de la gastronomía local (UNESCO, 2016; UNWTO, 2022).

Esta brecha se explica por factores interrelacionados: baja visibilidad y posicionamiento de los negocios gastronómicos, escasa incorporación de tecnologías digitales en la gestión y comercialización, débiles capacidades en marketing y gestión empresarial, fragmentación organizativa entre los microempresarios y una insuficiente articulación con políticas y programas públicos basados en transparencia, datos abiertos y participación ciudadana (García, 2019; Maldonado, 2023; Rodríguez, 2021). Además, la persistencia de estigmas asociados a la inseguridad y al deterioro urbano del Casco de Colón afecta la percepción externa del territorio y dificulta la atracción de visitantes, inversiones y alianzas estratégicas, reforzando un círculo de exclusión que impacta directamente en los microemprendimientos gastronómicos (PNUD, 2014; Pérez & Torres, 2024).



Figura 1: Calles de la Ciudad de Colón
Fuente: New York Times, 2013

1.4. Definición del Problema Seleccionado

A partir del análisis situacional, el diagnóstico preliminar y la revisión de literatura, se define como problema central del proyecto la limitada utilización de tecnologías digitales y herramientas de gobierno abierto para visibilizar, gestionar y articular la oferta de los microempresarios turísticos y gastronómicos del Casco de Colón, lo que restringe su competitividad, su capacidad de generación de empleo formal y su contribución al desarrollo local sostenible (García, 2019; Rodríguez, 2021). Esta limitación tecnológica e institucional se traduce en oportunidades desaprovechadas de posicionamiento en mercados nacionales e internacionales, de acceso transparente a programas de apoyo público y de participación efectiva en redes de colaboración multisectorial (Maldonado, 2023; ONU, 2015).

En términos operativos, el problema seleccionado se concreta en tres dimensiones interdependientes: a) brecha digital y de capacidades en TIC y marketing digital entre los microempresarios del Casco de Colón; b) insuficiente uso de mecanismos de gobierno abierto –transparencia, datos abiertos, espacios de participación– para facilitar el acceso a información, recursos y alianzas; y c) débil articulación de la oferta gastronómica en plataformas y eventos que permitan construir una marca territorial positiva y sostenible (Pérez & Torres, 2024; UNWTO, 2022). La intervención se orienta, por tanto, a incidir estratégicamente sobre estas dimensiones, usando el Festival Sabores de Colón como catalizador de procesos tecnológicos, institucionales y comunitarios.

1.4.1. Antecedentes

La literatura especializada y experiencias previas en América Latina muestran que el turismo gastronómico, cuando se articula con procesos de innovación tecnológica, fortalecimiento de capacidades y participación comunitaria, puede convertirse en un motor significativo de desarrollo económico local, generación de empleo y preservación cultural (Pérez & Torres, 2024; Rodríguez, 2021; Sánchez, 2020). En Cartagena, Colombia, por ejemplo, un proyecto de fortalecimiento de microempresarios turísticos integró plataformas tecnológicas, capacitación y trabajo

colaborativo con autoridades locales, logrando incrementar en un 30% el empleo formal de más de 120 familias vinculadas a la gastronomía y consolidando redes intersectoriales para la sostenibilidad de la iniciativa (Pérez & Torres, 2024).

De forma similar, en Cusco, Perú, un proyecto piloto con enfoque de gobierno abierto promovió capacitaciones digitales para microempresarios turísticos, uso de datos abiertos y articulación de redes público-privadas, lo que mejoró el posicionamiento de servicios turísticos ante mercados nacionales e internacionales y amplió las oportunidades de generación de empleo (Sánchez, 2020). En Panamá, investigaciones recientes subrayan la necesidad de impulsar mecanismos de gobierno abierto y participación ciudadana para que pequeños emprendedores de turismo y gastronomía comunitaria –especialmente en territorios como Colón– accedan a información, apoyos institucionales y procesos formativos decisivos para la sostenibilidad de sus proyectos (García, 2019).

En el Casco de Colón, el Festival Sabores de Colón surge como una iniciativa que busca visibilizar la riqueza gastronómica local y crear un espacio de encuentro entre microempresarios, comunidad y visitantes. A partir de sus primeras ediciones, se han identificado avances en términos de promoción, articulación de actores y generación de una narrativa positiva sobre el territorio, pero también se ha puesto en evidencia la necesidad de sistematizar y fortalecer el enfoque metodológico, integrar herramientas tecnológicas más robustas y vincular el festival a estrategias de gobierno abierto y participación ciudadana. La reciente creación del sitio web www.saboresdecolon.com representa un hito relevante en este proceso, al ofrecer un repositorio actualizado de la oferta gastronómica local y abrir posibilidades de posicionamiento digital, generación de datos abiertos y trazabilidad de la información.



Figura 2: Sitio web de Sabores de Colón
Fuente: http://www.saboresdecolon.com

Estos antecedentes permiten delimitar un problema específico asociado a la insuficiente integración de tecnología, gobierno abierto y participación ciudadana en la gestión del turismo gastronómico del Casco de Colón, lo que limita el impacto del Festival Sabores de Colón y de otras iniciativas afines sobre la empleabilidad, la visibilidad y la sostenibilidad de los microempresarios locales (Rodríguez, 2021; UNWTO, 2022).

1.4.2. Importancia y Pertinencia del Proyecto

La importancia de este proyecto de intervención radica en que aborda de manera directa la tensión entre el enorme potencial gastronómico y cultural del Casco de Colón y la realidad de baja visibilidad, fragilidad económica e inequidad que enfrentan sus microempresarios. En un territorio con historia, identidad culinaria distintiva y ubicación estratégica, la ausencia de estrategias sistemáticas de promoción, el limitado acceso a tecnologías digitales y la débil articulación institucional han impedido que la gastronomía colonense se convierta en un motor sostenido de empleo y desarrollo local.

En este contexto, el proyecto es importante porque propone una ruta concreta para impulsar el empleo, la generación de ingresos y la visibilidad de los microempresarios turísticos y gastronómicos mediante el uso de tecnologías digitales, mecanismos de gobierno abierto y espacios de participación ciudadana. Al diseñar e implementar una plataforma específica, un programa de capacitación estructurado y al menos tres espacios formales de articulación, el proyecto crea condiciones para que, en un solo año, muchos microempresarios fortalezcan su presencia en el mercado, participen en el eventos y se vinculen activamente con instituciones públicas, organizaciones de la sociedad civil y sector privado.

La intervención también es relevante porque no se limita a una acción puntual de promoción, sino que fortalece capacidades estructurales: alfabetización digital, marketing gastronómico, gestión básica del negocio y manejo de herramientas de gobierno abierto. Esto significa que los beneficiarios no solo se hacen más visibles, sino que aprenden a gestionar mejor sus emprendimientos, acceder a información pública, utilizar datos abiertos y relacionarse con programas de apoyo institucional, lo que aumenta sus posibilidades de sostenibilidad económica en el mediano plazo.
Asimismo, el proyecto tiene una importancia estratégica en términos de gobernanza y cohesión social, al fomentar la instalación de mesas de trabajo y redes locales donde microempresarios, instituciones públicas, sector privado y organizaciones comunitarias co-diseñan acciones, acuerdan compromisos y construyen una agenda compartida para el turismo gastronómico en el Casco de Colón. Este enfoque contribuye al fortalecimiento del capital social, al aumento de la confianza entre actores y a la consolidación de una identidad cultural positiva que contrarreste estigmas y percepciones negativas sobre el territorio.

Desde la perspectiva de las agendas internacionales, la importancia del proyecto se refuerza al alinearse con varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) definidos en la Agenda 2030. En particular:

- ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico. El proyecto busca aumentar el empleo y las oportunidades de generación de ingresos en el sector turístico

y gastronómico, mejorando competencias, visibilidad y acceso a mercados para microempresarios locales.

- ODS 10: Reducción de las desigualdades. Al focalizar la intervención en un territorio históricamente marginado y en actores con barreras tecnológicas y de articulación institucional, contribuye a reducir brechas en acceso a oportunidades económicas, información y apoyo público.
- ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles. La iniciativa fortalece el turismo gastronómico como herramienta de regeneración urbana, refuerza la identidad cultural del Casco de Colón y promueve procesos participativos que vinculan a la comunidad en la definición de su propio modelo de desarrollo.
- ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas. Al incorporar principios de gobierno abierto, transparencia, datos abiertos y participación, el proyecto favorece relaciones más colaborativas y responsables entre ciudadanía, microempresarios e instituciones, mejorando la confianza y la legitimidad de la acción pública.
- ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos. La creación de espacios formales de articulación y la generación de acuerdos colaborativos entre actores públicos, privados y comunitarios constituyen un ejemplo de alianzas multisectoriales orientadas a resultados concretos en desarrollo local.

La importancia del proyecto se expresa en tres niveles complementarios:

- En el plano local, al ofrecer una respuesta concreta a las necesidades de visibilidad, capacitación y articulación de los microempresarios del Casco de Colón.
- En el plano institucional, al impulsar prácticas de gobierno abierto y participación ciudadana que fortalecen la transparencia, el acceso a la información y la corresponsabilidad en la gestión del destino turístico.
- En el plano estratégico, al constituirse en un modelo replicable de intervención que integra tecnología, cultura y gobernanza colaborativa, generando

aprendizajes útiles para políticas públicas de turismo gastronómico, desarrollo económico local y reducción de desigualdades en otros territorios similares.

1.4.3. Planteamiento del problema

El Casco de Colón, representa un enclave histórico y cultural de la provincia de Colón, que se destaca por su riqueza gastronómica y su potencial turístico, sostenido principalmente por microempresarios locales. Sin embargo, pese a la autenticidad de su oferta culinaria y a su historia diversa, estos actores enfrentan múltiples desafíos que obstaculizan el desarrollo y la sostenibilidad de sus emprendimientos.

A nivel local, la principal problemática radica en la limitada visibilidad y posicionamiento del sector gastronómico ante públicos amplios, tanto nacionales como internacionales. La ausencia de plataformas tecnológicas robustas, la escasa digitalización de sus procesos y la falta de estrategias efectivas de difusión digital dificultan el acceso de los microempresarios a nuevos mercados y restringen la diversificación de sus productos y servicios. Esto, sumado a la fragmentación organizativa y a la débil articulación entre actores locales, se traduce en limitadas oportunidades de innovación, baja competitividad y escasa capacidad para atraer inversión o apoyos institucionales. La situación se ve agravada por la insuficiente capacitación tecnológica y comercial de quienes lideran estos emprendimientos, lo que limita su proyección y dificulta la adaptación a las tendencias globales.

En el contexto nacional, Panamá enfrenta grandes retos para posicionarse como destino de turismo gastronómico competitivo y sostenible. Existen brechas marcadas en la adopción de tecnologías digitales, la profesionalización de la gestión empresarial y el desarrollo de modelos colaborativos basados en gobierno abierto. Estas limitaciones afectan especialmente a regiones fuera del circuito turístico tradicional, como Colón, que cuentan con potencial, pero carecen de estrategias y apoyo institucional suficiente para la consolidación y difusión de sus activos culturales y

gastronómicos. Además, la carencia de políticas públicas integrales que promuevan la transparencia, la participación ciudadana y la articulación entre gobierno, sociedad civil y sector privado obstaculiza el crecimiento del sector y perpetúa la informalidad y la exclusión social en estas comunidades.

A nivel regional, en América Latina, el desafío de integrar la sostenibilidad, la innovación tecnológica y el gobierno abierto en la gestión del turismo y la gastronomía ha sido identificado como una prioridad para impulsar el desarrollo local y la inclusión productiva. Experiencias similares en países de la región muestran que la falta de sinergias entre sectores, la desigualdad en el acceso a capacitación tecnológica y la escasa transparencia en la asignación de recursos limitan el impacto positivo del turismo gastronómico como herramienta de desarrollo socioeconómico (Pérez & Torres, 2024; Rodríguez, 2021). Así, la región enfrenta el reto de transformar modelos tradicionales hacia ecosistemas colaborativos y digitales.

En el ámbito internacional, organismos como la Organización Mundial del Turismo (UNWTO) y la ONU han planteado que el desarrollo turístico y gastronómico sostenible exige la adopción de enfoques innovadores, basados en la digitalización, apertura de datos, transparencia, participación multisectorial y preservación de las identidades locales. La falta de integración de estas tendencias deja a territorios como Colón en desventaja frente a destinos que han avanzado en la profesionalización digital, la gestión asociativa y la participación comunitaria, cuestiones claves destacadas en la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ONU, 2015; UNWTO, 2022).

En consecuencia, superar las barreras y problemáticas arriba mencionadas requiere una intervención integral que articule tecnología, gobierno abierto y participación ciudadana, permitiendo visibilizar el potencial gastronómico, dinamizar la economía local y fortalecer la identidad y cohesión social del Casco de Colón, en sintonía con las mejores prácticas internacionales y los marcos normativos nacionales del desarrollo sostenible.

1.4.4. Preguntas de Intervención

1.4.4.1. Pregunta de intervención general

¿Pueden las tecnologías digitales, la promoción del gobierno abierto y el fortalecimiento de la participación ciudadana impulsar el empleo y la visibilidad de los microempresarios turísticos y gastronómicos del Casco de Colón para fomentar su desarrollo inclusivo y sostenible?

1.4.4.2. Preguntas de intervención específicas

1. ¿Puede el uso de plataformas tecnológicas y eventos itinerantes visibilizar y posicionar la oferta gastronómica y turística de los microempresarios del Casco de Colón para fortalecer su reconocimiento a nivel nacional?
2. ¿Pueden las estrategias de capacitación digital y acceso a herramientas tecnológicas y mecanismos de gobierno abierto fortalecer la capacidad de gestión y comercialización de los microempresarios turísticos y gastronómicos en el Casco de Colón?
3. ¿Puede la promoción de la participación ciudadana y la colaboración entre los actores locales, el sector privado y la sociedad civil consolidar redes de apoyo y promover la identidad cultural para el desarrollo inclusivo y sostenible del sector turístico y gastronómico del Casco de Colón?

1.4.5. Justificación

El fomento del empleo en sectores estratégicos como el turismo y la gastronomía es un elemento clave para el desarrollo socioeconómico de comunidades con alto potencial cultural e histórico, como el Casco de Colón. Estas actividades no solo contribuyen al dinamismo económico local, sino que también son instrumentos para la conservación de la identidad cultural, la inclusión social y el bienestar de sus habitantes (UNWTO, 2022). Sin embargo, a pesar de la riqueza patrimonial y el interés turístico que genera la zona, los microempresarios colonenses enfrentan múltiples desafíos

para consolidar sus negocios y generar empleo formal, debido a limitaciones estructurales que obstaculizan su desarrollo.

Uno de los principales desafíos es la insuficiente visibilidad y posicionamiento de la oferta turística y gastronómica local. Investigaciones recientes muestran que la difusión efectiva de productos y servicios a través de plataformas tecnológicas modernas es determinante para la competitividad de las microempresas en mercados nacionales e internacionales (Rodríguez, 2021). La falta de acceso o el uso subóptimo de herramientas digitales dejan a los emprendedores en desventaja frente a otros actores que sí emplean tecnologías para ampliar su alcance y mejorar la experiencia del consumidor. Esta brecha tecnológica restringe además la capacidad de innovar y diversificar la oferta, limitando la oportunidad de generar empleo sostenible y formal en el sector (Pérez & Torres, 2024).

De manera complementaria, la gestión eficiente y transparente de los recursos disponibles es un factor estratégico para el fortalecimiento de los microemprendimientos. La implementación de mecanismos de gobierno abierto promueve la transparencia, facilita el acceso a la información pública y reduce la burocracia, lo que se traduce en un entorno más favorable para el desarrollo empresarial y el acceso a apoyos institucionales (García, 2019; Maldonado, 2023). Esta transparencia es fundamental para construir confianza entre el sector público, los emprendedores y la ciudadanía, generando un círculo virtuoso que fortalece la economía local y la formalización del empleo. En muchos casos, la ausencia de canales ágiles y claros para acceder a recursos gubernamentales limita la participación activa de los microempresarios y frena su crecimiento.

Además, la participación ciudadana y la colaboración multisectorial son elementos esenciales para el desarrollo sostenible y la resiliencia comunitaria. La literatura señala que los procesos participativos, que incluyen a la comunidad, al sector privado y a los actores gubernamentales, permiten articular esfuerzos para la creación de redes de apoyo, el fortalecimiento de la identidad cultural y el diseño de proyectos más legítimos

y efectivos (Sánchez, 2020; Pérez & Torres, 2024). La construcción conjunta de iniciativas contribuye a que los beneficios del desarrollo se distribuyan de manera más equitativa y que las políticas públicas tengan un mayor impacto social y económico. En el Casco de Colón, fomentar un sentido de pertenencia y colaboración puede potenciar la innovación social y la sostenibilidad del empleo turístico y gastronómico, fortaleciendo al mismo tiempo el tejido social.

Por lo tanto, la inserción de tecnologías digitales, el impulso del gobierno abierto y la promoción de mecanismos efectivos de participación ciudadana configuran un enfoque integral para superar las barreras que enfrentan los microempresarios del Casco de Colón. Dicho enfoque ofrece un marco coherente para maximizar el impacto de las intervenciones, garantizando que las soluciones no solo atiendan las deficiencias técnicas o de gestión, sino también los aspectos sociales y culturales que inciden en el bienestar colectivo (Rodríguez, 2021; UNWTO, 2022).

Este proyecto de intervención aporta valor al fomentar una estrategia sistematizada y contextualizada para promover el empleo en el sector turístico y gastronómico, contribuyendo a la innovación institucional y al empoderamiento local. Además, se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente en lo que respecta a trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8), reducción de las desigualdades (ODS 10) y ciudades y comunidades sostenibles (ODS 11) (ONU, 2015). El desarrollo de modelos replicables de intervención social y tecnológica que refuercen la competitividad y generación de empleo formal en microempresas representa un aporte significativo para políticas públicas y desarrollo local.

En síntesis, la justificación para abordar este proyecto radica en la necesidad urgente de superar las limitaciones tecnológicas, administrativas y sociales que frenan el desarrollo del sector turístico y gastronómico en el Casco de Colón. Atender estas problemáticas contribuirá a dinamizar la economía local, mejorar la calidad de vida de los microempresarios y la comunidad, y fortalecer la identidad cultural mediante

procesos participativos e innovadores, con un diseño que conjugue tecnología, gobierno abierto y ciudadanía activa.

1.4.6. Objetivos

1.4.6.1. Objetivo general

Impulsar el empleo y la visibilidad de los microempresarios turísticos y gastronómicos del Casco de Colón, mediante la utilización de tecnologías digitales, la promoción del gobierno abierto y el fortalecimiento de la participación ciudadana, tomando estrategias innovadoras y colaborativas.

1.4.6.2. Objetivos específicos

1. Posicionar la oferta gastronómica y turística de los microempresarios del Casco de Colón mediante plataformas tecnológicas y eventos itinerantes, promoviendo su reconocimiento a nivel nacional e internacional.
2. Fortalecer la capacidad de gestión y comercialización de los microempresarios turísticos y gastronómicos mediante capacitación digital, el acceso a herramientas tecnológicas y la integración en iniciativas de gobierno abierto orientadas a la transparencia y apoyo institucional.
3. Fomentar la participación ciudadana y la colaboración entre actores locales, sector privado y sociedad civil para consolidar redes de apoyo, promover la identidad cultural de Colón y generar procesos co-creativos enfocados en el desarrollo inclusivo y sostenible del sector.

1.4.7. Metodología

La metodología del proyecto de intervención se enmarca en un enfoque de intervención social o comunitaria con carácter participativo, coherente con los principios de gobierno abierto y con los marcos teóricos sobre desarrollo local

sostenible, innovación tecnológica en microempresa y capital social (Sánchez, 2020; Rodríguez, 2021; García, 2019). Se adopta un diseño metodológico mixto, que combina técnicas cuantitativas y cualitativas, y que se organiza en diversas fases encadenadas: diagnóstico, planificación participativa, implementación de acciones (tecnológicas, formativas y de eventos), y seguimiento y evaluación.

Para la recolección y análisis de la información, el proyecto contempla una combinación de instrumentos cuantitativos y cualitativos diseñados para acompañar las distintas fases de la intervención. Entre los instrumentos cuantitativos se incluyen la encuesta de diagnóstico inicial aplicada a microempresarios del Casco de Colón, los instrumentos de pre-test y post-test utilizados en los procesos de capacitación, y la encuesta de satisfacción aplicada a asistentes del Festival Sabores de Colón. Por su parte, entre los instrumentos cualitativos y de seguimiento se incorporan fichas de monitoreo a emprendedores capacitados, grupos focales post-festival, registros de participación, observación de campo e informes periódicos de avance.

Estos instrumentos no solo permiten levantar una línea base y medir avances en conocimientos, participación, visibilidad y satisfacción, sino también identificar barreras persistentes, necesidades de acompañamiento técnico y oportunidades de mejora en la implementación. Su incorporación dentro del diseño metodológico responde a la necesidad de asegurar trazabilidad entre diagnóstico, ejecución, monitoreo y evaluación, de modo que la intervención pueda ser analizada con criterios de evidencia, aprendizaje y mejora continua.

En la fase de diagnóstico, se aplican encuestas, entrevistas semiestructuradas y visitas de campo a los microempresarios turísticos y gastronómicos del Casco de Colón, con el fin de levantar información sobre sus características sociodemográficas, condiciones de negocio, nivel de alfabetización digital, necesidades de capacitación, principales obstáculos y expectativas respecto al turismo gastronómico. Esta información se complementa con la sistematización de datos secundarios provenientes de fuentes oficiales, tales como el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC, 2023),

informes del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2014), documentos de la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP, 2018) y reportes de organismos internacionales como la UNESCO (2016) y la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2022).

La fase de planificación participativa incorpora mesas de trabajo, talleres y espacios de co-creación con microempresarios, representantes institucionales y organizaciones comunitarias, en las cuales se validan los hallazgos del diagnóstico, se priorizan problemas, se definen estrategias de intervención y se co-diseñan actividades específicas del Festival Sabores de Colón y del uso de la plataforma www.saboresdecolon.com (García, 2019; Maldonado, 2023). Este proceso permite asegurar la pertinencia de las acciones, la apropiación local de la propuesta y la incorporación de diversas perspectivas y saberes.

En la fase de implementación, la metodología se operacionaliza en tres líneas principales:

- Línea tecnológica: diseño, desarrollo, actualización y gestión de la plataforma web www.saboresdecolon.com y de sus componentes asociados (bases de datos, contenidos, fichas de negocios, georreferenciación), así como el uso de redes sociales y otros canales digitales para la difusión de la oferta gastronómica. Esta línea incluye el acompañamiento a microempresarios en el uso de estas herramientas, la generación de datos abiertos y la publicación de información relevante sobre el proyecto y sus resultados (ONU, 2015; UNWTO, 2022).



Figura 3: Diseño de Sitio web de Sabores de Colón
Fuente: http://www.saboresdecolon.com

- Línea formativa: diseño e implementación de un programa de capacitaciones y acompañamiento técnico en temas como alfabetización digital, marketing gastronómico, uso de plataformas tecnológicas, gestión comercial y comprensión de principios y herramientas de gobierno abierto, utilizando metodologías activas y adaptadas a las características de los participantes (Rodríguez, 2021; Pérez & Torres, 2024).



Figura 4: Capacitación a emprendedores de Sabores de Colón
Fuente: Archivo propio, 2026

- Línea de eventos y participación: organización y ejecución del Festival Sabores de Colón y de eventos itinerantes complementarios, junto con mesas de diálogo, consultas abiertas y actividades culturales que promuevan la participación ciudadana, el sentido de pertenencia y la articulación entre actores locales, sector privado y sociedad civil (Sánchez, 2020; Maldonado, 2023).



Figura 5: Foto aerea de Sabores de Colón – 1 de marzo de 2026
Fuente: Archivo propio, 2026

Finalmente, la fase de seguimiento y evaluación contempla la construcción de un sistema de indicadores de proceso, resultado e impacto, alineados con los objetivos general y específicos, así como con los ODS relevantes (ONU, 2015; UNWTO, 2022). Se emplean técnicas cuantitativas, como el análisis de encuestas pre y post intervención, métricas de visitas a la plataforma web, interacción en redes sociales y registros de participación en eventos, y técnicas cualitativas, como entrevistas, grupos focales, observación participante y diarios de campo. Los resultados de la evaluación se utilizan para retroalimentar la gestión del proyecto, ajustar estrategias y generar recomendaciones para la institucionalización y escalamiento de la experiencia hacia

políticas públicas locales y programas de desarrollo territorial (García, 2019; Maldonado, 2023).

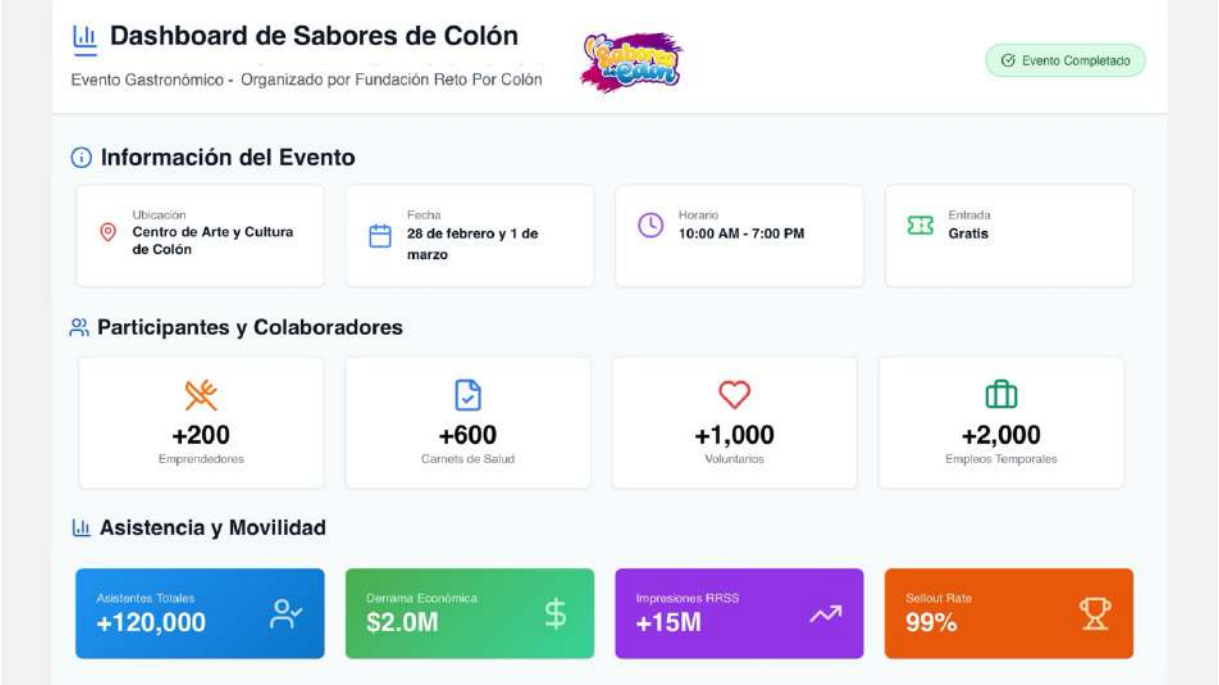


Figura 6: Ejemplo de Dashboard de Sabores de Colón
Fuente: Archivo propio, 2026

Con esta metodología, el proyecto busca no solo ejecutar un conjunto de actividades, sino construir un modelo de intervención replicable, basado en evidencia, que combine tecnología, gobierno abierto y participación ciudadana para potenciar el turismo gastronómico comunitario en el Casco de Colón y en otros territorios con características similares.

El diseño metodológico del proyecto incorpora de manera transversal los principios de gobierno abierto. En materia de transparencia, la plataforma www.saboresdecolon.com funciona no solo como herramienta de promoción, sino también como repositorio público de información sobre los emprendimientos participantes, sus perfiles, su oferta y los avances del proyecto. En materia de participación, las visitas puerta a puerta, los conversatorios con emprendedores y los espacios de diálogo comunitario permitieron recoger necesidades, validar problemas

prioritarios y ajustar las líneas de acción con base en la voz de los propios beneficiarios.

De igual forma, la intervención integra mecanismos de rendición de cuentas mediante informes periódicos, publicación de resultados, seguimiento de indicadores y asambleas trimestrales con actores vinculados al proyecto. Cuando los hallazgos del diagnóstico son devueltos a la comunidad para orientar decisiones sobre capacitación, promoción y articulación institucional, se fortalece una lógica de co-diseño que distingue esta propuesta de una intervención técnica unilateral y la sitúa dentro de un enfoque de gobernanza colaborativa.

1.5. Diagnóstico

El diagnóstico del proyecto de intervención “Uso de tecnología y gobierno abierto para el fomento del turismo gastronómico a microempresarios del Casco de Colón 2026” parte de la caracterización integral del territorio, de la población objetivo y de las dinámicas económicas, sociales y tecnológicas que condicionan el desarrollo del turismo gastronómico en la zona. Este diagnóstico integra información secundaria (estadísticas oficiales, estudios académicos, documentos de política pública) y evidencias empíricas surgidas del trabajo de campo y de la experiencia acumulada en el Festival Sabores de Colón y en el desarrollo de la plataforma www.saboresdecolon.com (Instituto Nacional de Estadística y Censo [INEC], 2023; Sabores de Colón, 2025).

En términos socioeconómicos, el Casco de Colón se caracteriza por concentrar una población mayoritariamente joven, con altas tasas de desempleo e informalidad, y con importantes brechas de acceso a servicios, educación y oportunidades de empleo formal (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 2014; INEC, 2023). A pesar de su ubicación estratégica, vinculada al Canal de Panamá y a la Zona Libre de Colón, el territorio ha enfrentado procesos de deterioro urbano, inseguridad y

estigmatización, que han afectado la inversión y la consolidación de una oferta turística robusta (Autoridad de Turismo de Panamá [ATP], 2018; UNESCO, 2016).

No obstante, el Casco de Colón concentra una riqueza gastronómica y cultural notable, producto de la diversidad de influencias afrocaribeñas, panameñas y de otras migraciones, que se expresa en una amplia variedad de platillos, técnicas culinarias y saberes tradicionales (UNESCO, 2016; Fernández, 2023). Esta riqueza se ve reflejada en la existencia de restaurantes, fondas, puestos informales y microemprendimientos familiares dedicados a la preparación de alimentos típicos, muchos de los cuales han participado en las ediciones del Festival Sabores de Colón (Sabores de Colón, 2025). Sin embargo, la mayoría de estos negocios operan con recursos limitados, en condiciones de informalidad o semi formalidad, con poca o nula presencia digital y sin acceso sistemático a programas de capacitación, financiamiento o apoyo institucional (PNUD, 2014; Rodríguez, 2021).

Desde la perspectiva tecnológica, se observa una brecha significativa en la adopción de herramientas digitales. Mientras que el turismo gastronómico a nivel global se apoya crecientemente en plataformas de búsqueda, reservas, reseñas y redes sociales, la mayoría de los microempresarios del Casco de Colón no cuenta con páginas web propias, presencia activa en redes o manejo de estrategias de marketing digital (Fernández, 2023; Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2012). La creación del portal www.saboresdecolon.com representa un avance importante en este sentido, al ofrecer un catálogo estructurado de la oferta gastronómica local, pero su potencial aún no se ha explotado al máximo por la limitada capacidad técnica de los emprendedores para alimentar y aprovechar la plataforma, y por la necesidad de consolidarla como herramienta de datos abiertos y de articulación con otros sistemas de información turística (Rodríguez, 2021; UNWTO, 2019).

Desde el punto de vista institucional, se identifican esfuerzos aislados de entidades públicas y organizaciones de la sociedad civil para impulsar el turismo, la cultura y el emprendimiento en Colón, pero persisten problemas de descoordinación, falta de

continuidad de programas y escasa integración de la gastronomía como eje de políticas territoriales de desarrollo (ATP, 2018; Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2019). La Fundación Reto por Colón, a través del Festival Sabores de Colón, ha logrado articular, de manera puntual, actores públicos, privados y comunitarios alrededor de la gastronomía colonense, mostrando el potencial de este sector como catalizador de procesos de desarrollo local (Sabores de Colón, 2025). Sin embargo, se requiere avanzar hacia un enfoque más sistemático, con estrategias de mediano plazo, indicadores claros y mecanismos de seguimiento y evaluación.

En síntesis, el diagnóstico revela una contradicción central: por un lado, un territorio con gran potencial gastronómico-cultural, capital humano creativo y una ubicación estratégica; por otro, un ecosistema de microempresas poco visibilizado, con baja incorporación de tecnología, acceso limitado a información y apoyos institucionales, y débil articulación con políticas de turismo, transparencia y participación ciudadana (Fernández, 2023; García, 2019; PNUD, 2014; UNWTO, 2019). Esta contradicción funda la necesidad de una intervención integral que articule tecnología, gobierno abierto y participación comunitaria para transformar el turismo gastronómico del Casco de Colón en motor efectivo de empleo, inclusión y desarrollo local sostenible.

1.5.1. Identificación del Problema

A partir del análisis situacional y de la revisión de literatura, el problema central que enfrenta el territorio puede formularse en términos de una brecha estructural entre el potencial gastronómico-cultural del Casco de Colón y su expresión efectiva en términos de visibilidad, empleabilidad, inclusión social y desarrollo económico local (Fernández, 2023; PNUD, 2014). Aunque existe una oferta gastronómica diversa y auténtica, esta no logra posicionarse adecuadamente en el mercado turístico nacional e internacional, y los beneficios del turismo no llegan de forma equitativa a los microempresarios del sector (ATP, 2018; UNWTO, 2019).

Problema identificado	% de emprendedores que lo mencionan	Fuente de información
Baja visibilidad digital de sus negocios	72%	Encuestas y base de datos de emprendedores (registro de redes sociales activas)
Capacidades limitadas de gestión administrativa y financiera	65%	Entrevistas y diagnósticos iniciales
Dificultad para acceder a nuevos mercados y clientes	59%	Grupos focales y testimonios
Escasa articulación con instituciones públicas y sector privado	48%	Revisión de convenios y registros institucionales
Estigma territorial y percepción negativa sobre Colón	44%	Estudio de percepción ciudadana en Ciudad de Panamá
Limitaciones de infraestructura (equipos, electricidad, gas, permisos)	39%	Base de datos de emprendedores (requerimientos especiales)

Tabla 1: Problemas Centrales Identificados por los Emprendedores del Casco de Colón

Nota. Porcentajes estimados a partir de las respuestas de emprendedores participantes en diagnósticos, entrevistas y grupos focales previos al proyecto Sabores de Colón.

Entre los factores que alimentan este problema se encuentran:

- La falta de estrategias sistemáticas de promoción y marketing gastronómico que posicionen la cocina colonense como marca territorial diferenciada (BID, 2019; Fernández, 2023).
- La baja incorporación de tecnologías digitales en los procesos de gestión, comercialización y promoción de los microemprendimientos gastronómicos (Rodríguez, 2021; OECD, 2012).

- La ausencia de plataformas tecnológicas consolidadas y mantenidas colectivamente, que integren información actualizada sobre la oferta gastronómica y que funcionen como repositorios de datos abiertos para su uso por instituciones, operadores turísticos y ciudadanía (Maldonado, 2023; UNWTO, 2019).
- La limitada articulación entre microempresarios, instituciones públicas y organizaciones de la sociedad civil, lo que reduce las posibilidades de acceder a programas de apoyo, financiamiento y formación (García, 2019; Sánchez, 2020).
- La falta de mecanismos de participación ciudadana y co-creación que vinculen a la comunidad en el diseño y evaluación de políticas y proyectos relacionados con el turismo y la gastronomía (García, 2019; Open Government Partnership, 2021).

El problema puede definirse, de manera sintética, como:

La insuficiente integración de tecnologías digitales, mecanismos de gobierno abierto y estrategias de participación ciudadana en la gestión del turismo gastronómico del Casco de Colón, lo que limita la visibilidad, la competitividad y la capacidad de generación de empleo e inclusión social de los microempresarios gastronómicos del territorio (Fernández, 2023; Rodríguez, 2021; UNWTO, 2019).

Este problema es de carácter multidimensional (económico, social, tecnológico e institucional) y requiere ser abordado a través de una intervención que combine acciones en varios niveles: microempresarial, comunitario, institucional y de política pública.

1.5.2. Identificación de la Población

La población directamente involucrada en el proyecto está compuesta por los microempresarios turísticos y gastronómicos del Casco de Colón, entendidos como personas que gestionan unidades económicas de pequeña escala, en muchos casos

negocios familiares, dedicadas a la producción, preparación y comercialización de alimentos y bebidas, con bajo capital, infraestructura limitada y escaso acceso a financiamiento formal (Pérez & Torres, 2024; Rodríguez, 2021). Esta población incluye, principalmente propietarios y gestores de:

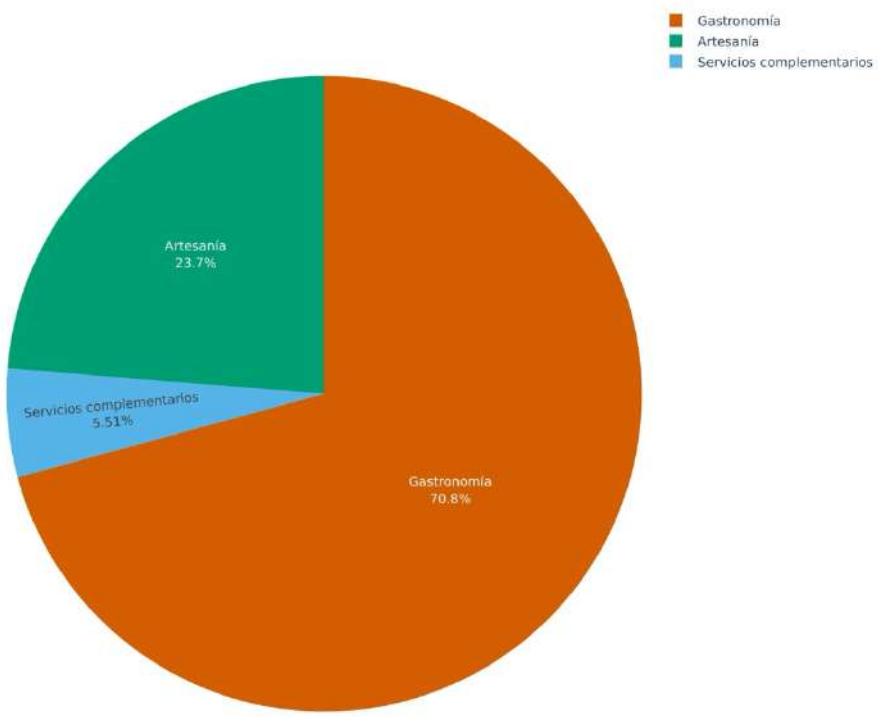
- Restaurantes pequeños y medianos de comida típica y afrocaribeña.
- Fondas, refresquerias, y comedores populares de carácter familiar.
- Cocinas caseras, puestos de comida callejera y emprendimientos informales o semi formales.
- Emprendimientos gastronómicos emergentes (food trucks, servicios de catering local, repostería tradicional).

Para efectos de este proyecto, se distinguen tres categorías de emprendedores: emprendedores registrados, emprendedores inscritos y emprendedores participantes, definidas en la sección del marco conceptual de este proyecto de intervención.

Característica	Valor	Fuente
Número total de emprendimientos registrados	N = 236	Base de datos Sabores de Colón (Registro Completo)
Emprendimientos de gastronomía (comida y bebidas)	161 (68.2%)	Variable categoría
Emprendimientos de artesanías y afines	56 (23.7%)	Variable categoría
Emprendimientos de servicios complementarios	19 (8.1%)	Variable categoría
Emprendimientos que participaron en Sabores 2025	218 (92.4%)	Variable Participacion 2025
Emprendimientos que participaron en Sabores 2026	172 (72.9%)	Variable Participacion 2026
Emprendimientos con redes sociales declaradas	228 (96.6%)	Variable redes_sociales (no vacía)

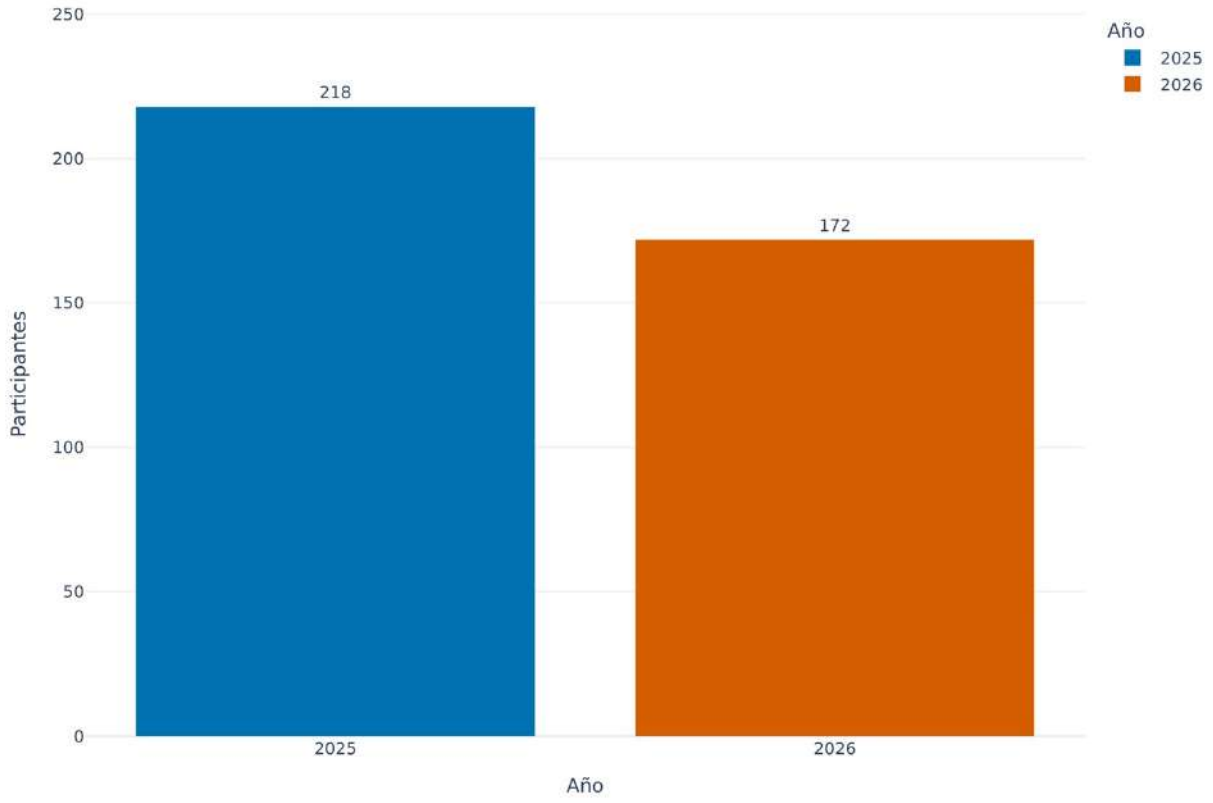
Emprendimientos con requerimientos de electricidad	133 (56.4%)	Variables requerimientos_especiales / aparatos_electricos
Emprendimientos con requerimientos de gas	60 (25.4%)	Variable requerimientos_especiales
Emprendimientos certificados con carnet blanco	191 (80.9%)	Variable carnet_blanco
Emprendimientos certificados con carnet verde	186 (78.8%)	Variable carnet_verde

Tabla 2: Perfil General de los Emprendimientos Registrados en Sabores de Colón
Nota. Estos 236 casos corresponden a emprendimientos registrados en la base de datos de Sabores de Colón, independientemente de que se hayan inscrito o no en el proyecto de intervención 2026.



Gráfica 1: Distribución de emprendimientos por categoría
Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos unificada de emprendedores de Sabores de Colón.

Estos microempresarios suelen operar con estructuras familiares o de pequeños equipos, con bajo capital de inversión, limitada capacidad de acceso al crédito y escaso acompañamiento técnico (Pérez & Torres, 2024; PNUD, 2014). Muchos de ellos carecen de formación formal en gestión empresarial, marketing o tecnologías digitales, aunque poseen un fuerte conocimiento empírico de la gastronomía local, de los gustos de su clientela y de la cultura colonense (Fernández, 2023; Sabores de Colón, 2025).



Gráfica 2: Participación de emprendimientos en Sabores de Colón 2025 y 2026
Fuente: Elaboración propia con base en los emprendimientos de la base de datos Sabores de Colón del 2025 y 2026

En términos sociodemográficos, se trata de una población heterogénea en cuanto a edad, género y formación. Estudios a nivel nacional y regional muestran que las microempresas gastronómicas suelen estar lideradas por personas de entre 25 y 60

años, con fuerte presencia de mujeres en roles de gestión y producción, lo que convierte al sector en un espacio relevante para la inclusión económica femenina (Fernández, 2023; PNUD, 2014). En el caso del Casco de Colón, la población emprendedora se inserta en contextos de alta vulnerabilidad social, donde la informalidad, la inestabilidad de ingresos y la exposición a riesgos de inseguridad son factores recurrentes (INEC, 2023; PNUD, 2014).

Además de los microempresarios, el proyecto considera como población de interés a otros actores que interactúan con el ecosistema gastronómico: trabajadores de los establecimientos, proveedores de insumos (pescadores, agricultores, panaderos, etc.), jóvenes que participan en procesos de formación y prácticas laborales, y miembros de la comunidad que se vinculan a las actividades del festival y a las rutas gastronómicas. Finalmente, se contempla como población impactada indirectamente a los visitantes nacionales e internacionales que participan en Sabores de Colón, ya que sus decisiones de consumo y sus percepciones influyen en la sostenibilidad del modelo (UNWTO, 2019).

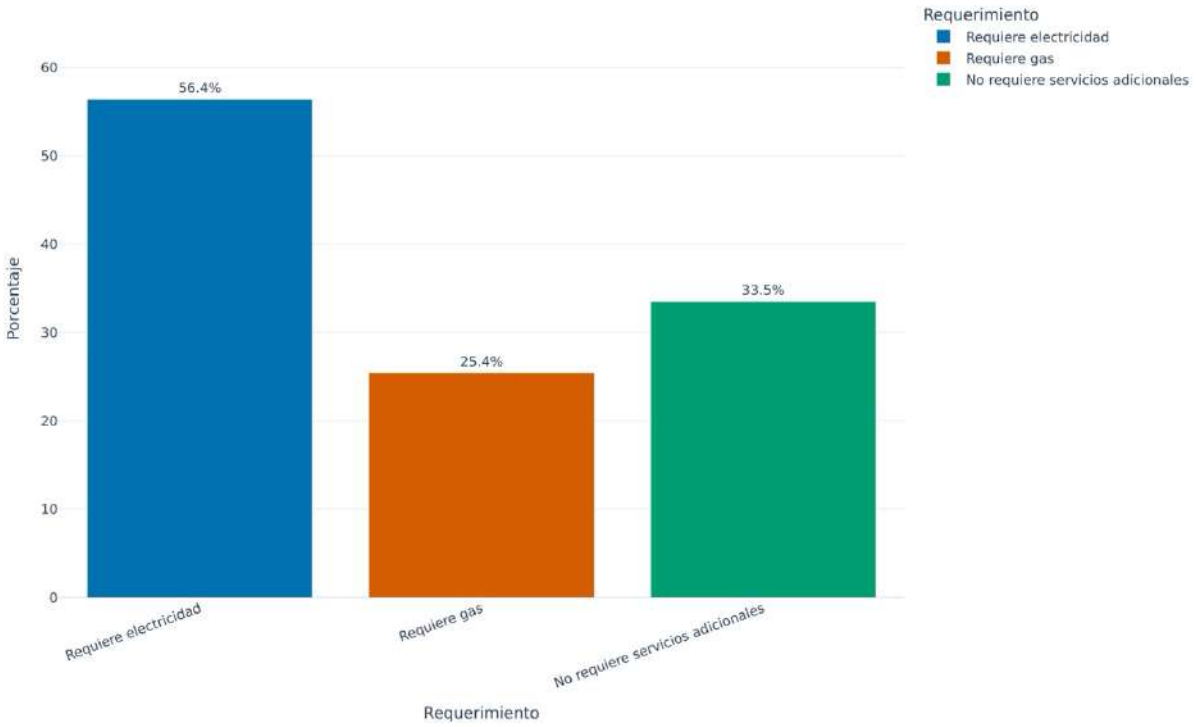
De manera indirecta, el proyecto también involucra a otros actores: clientes y consumidores del Casco de Colón, potenciales turistas nacionales e internacionales, instituciones públicas (municipio, ATP, ANTAI, universidades), organizaciones comunitarias y sector privado aliado (hoteles, operadores turísticos, medios de comunicación), los cuales se constituyen en población beneficiaria secundaria de las acciones de intervención (BID, 2019; UNWTO, 2019).

1.5.3. Identificación del Contexto

El contexto en el que se inserta el proyecto está marcado por dinámicas locales, nacionales y globales que influyen en la viabilidad y relevancia de la intervención, y por una serie de factores estructurales y coyunturales que afectan la dinámica del turismo gastronómico en el Casco de Colón. En el plano local, el Casco de Colón se

caracteriza por una combinación de patrimonio histórico, diversidad cultural, desafíos urbanos y vulnerabilidad social. El deterioro de edificaciones, las carencias de infraestructura turística básica, la percepción de inseguridad y las limitadas oportunidades de empleo formal han contribuido a una imagen negativa del territorio, que contrasta con su riqueza cultural y gastronómica (Instituto Nacional de Estadística y Censo [INEC], 2023; Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2016).

En el plano económico, Colón combina la presencia de importantes infraestructuras logísticas y comerciales como el Canal de Panamá, Zona Libre, puertos, etc. con altos niveles de pobreza y desigualdad interna, particularmente en su casco urbano histórico (INEC, 2023; Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 2014). Esta paradoja se traduce en oportunidades potenciales, derivadas del flujo de personas y recursos asociados a la actividad canalera y portuaria, y en desafíos ligados a la exclusión de amplios sectores de la población de los beneficios del crecimiento económico (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2019). En el plano urbano, el Casco de Colón ha experimentado deterioro de edificios históricos, problemas de vivienda, limitaciones en infraestructura turística básica —iluminación, señalización, seguridad— y procesos de estigmatización asociados a la violencia y la inseguridad (UNESCO, 2016; PNUD, 2014). A la vez, se han desplegado iniciativas de renovación urbana y recuperación de espacios públicos, aunque aún de alcance limitado, que abren posibilidades de revalorización del territorio (Autoridad de Turismo de Panamá [ATP], 2018).



Gráfica 3: Brechas en infraestructura básica para los emprendimientos
Fuente: Elaboración propia a partir de las variables de requerimientos especiales de la base de datos de Sabores de Colón.

A nivel nacional, Panamá ha avanzado en la formulación de políticas que reconocen al turismo como motor de desarrollo y que promueven el turismo cultural, comunitario y gastronómico como líneas estratégicas (ATP, 2018). La Política Turística Nacional 2018–2025, por ejemplo, llama a diversificar los destinos más allá de la ciudad capital y a fortalecer la economía creativa, pero persisten brechas en la implementación de estas políticas en regiones como Colón, donde se mantienen problemas de desigualdad territorial, concentración de inversiones y limitada articulación entre programas nacionales y realidades locales (PNUD, 2014; Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2015). En el plano turístico, esta implementación ha sido fragmentaria, y la gastronomía colonense continúa siendo un recurso subutilizado; el Festival Sabores de Colón se inserta precisamente como respuesta a esa brecha, buscando que la cocina local se convierta en eje estructurante de la oferta turística del territorio (ATP, 2018; Sabores de Colón, 2025; Visit Latin America, 2024).

En el contexto global, se observa una tendencia creciente hacia el turismo de experiencias, donde la gastronomía ocupa un papel central en la motivación de viaje y en la construcción de la imagen de destino (Fernández, 2023; Organización Mundial del Turismo [UNWTO], 2019). Al mismo tiempo, la digitalización ha convertido a las plataformas web, redes sociales y aplicaciones de reservas en canales fundamentales para la promoción y comercialización de productos y servicios turísticos (Duong, 2020; Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2012). En este marco, la falta de presencia digital y la escasa utilización de herramientas tecnológicas colocan a los microempresarios colonenses en clara desventaja frente a destinos y negocios que sí han adoptado estrategias digitales de manera intensiva (Pérez & Torres, 2024; Rodríguez, 2021).

En el plano tecnológico e institucional, el país ha avanzado en la formulación de políticas de gobierno digital y datos abiertos y cuenta con una infraestructura de conectividad relativamente amplia, pero se mantienen brechas de acceso y de uso significativo de la tecnología, especialmente en sectores de baja renta y menor escolaridad, lo que incide en la capacidad de los microempresarios del Casco de Colón para aprovechar internet y las herramientas digitales como palancas de promoción y comercialización (Maldonado, 2023; Rodríguez, 2021). Panamá ha adoptado compromisos de gobierno abierto y transparencia, y ha desarrollado marcos legales como la Ley 6 de 2002 sobre acceso a la información, la creación de la Autoridad Nacional de Transparencia y Acceso a la Información (ANTAI) y la Política Pública de Datos Abiertos de Gobierno (Asamblea Legislativa de Panamá, 2002; Asamblea Nacional de Panamá, 2013; Órgano Ejecutivo de Panamá, 2017). Sin embargo, la materialización de estos marcos en políticas concretas de apoyo a microempresas y sectores creativos aún presenta desafíos, especialmente en territorios como Colón, donde las capacidades institucionales y la coordinación intersectorial requieren fortalecimiento (García, 2019; Open Government Partnership, 2021).

Un elemento adicional del contexto lo constituyen las agendas de gobierno abierto, transparencia y datos abiertos, tanto a nivel global como nacional. La Agenda 2030

para el Desarrollo Sostenible y la participación de Panamá en la Alianza para el Gobierno Abierto comprometen al país a avanzar en la apertura de información, la rendición de cuentas y la participación ciudadana en la gestión pública (ONU, 2015; Open Government Partnership, 2021, 2024). Estas dinámicas crean una ventana de oportunidad para que proyectos como Sabores de Colón integren componentes de datos abiertos, participación comunitaria y monitoreo ciudadano, alineándose con políticas y compromisos ya existentes y fortaleciendo la legitimidad y sostenibilidad de la intervención (García, 2019; Maldonado, 2023).

Indicador de contexto	Valor estimado	Fuente
Población del distrito de Colón (censo 2023)	240,722 habitantes	INEC, Censo Nacional 2023
Tasa de desempleo en Colón (2025)	10.3%	INEC, Encuesta de Mercado Laboral septiembre 2025
Tasa de desempleo nacional (2025)	10.4%	INEC, septiembre 2025
Desempleo juvenil (15-29 años) en Panamá	19.9%	INEC, septiembre 2025
Porcentaje de empleo informal (estimado)	45-50%	Estimación basada en promedios nacionales y estudios locales
Número estimado de microempresas gastronómicas en el Casco	350-400	Registros municipales y Sabores de Colón
Zona urbana del distrito	185,489 habitantes (77%)	INEC, Censo 2023
Zona rural del distrito	55,233 habitantes (23%)	INEC, Censo 2023
Flujo estimado de visitantes al Casco de Colón (anual)	45,000-60,000	ATP y registros de cruceros/turismo

Tabla 3: Indicadores Clave del Contexto Socioeconómico del Casco de Colón

Nota. La información de contexto se complementa con la base de datos de emprendedores de Sabores de Colón, que permite dimensionar el peso relativo de los emprendimientos gastronómicos y artesanales dentro del tejido productivo local. Los datos de desempleo corresponden a las cifras más recientes publicadas por el INEC en 2025-2026.

FUENTES:

- Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC). (2023). *Censo Nacional de Población y Vivienda 2023*.
- INEC. (2025). *Encuesta de Mercado Laboral, septiembre 2025*.
- Autoridad de Turismo de Panamá (ATP). (2024). *Estadísticas de turismo provincia de Colón*.

1.5.4 Diagnóstico estratégico: Análisis FODA

Para profundizar en la comprensión de la situación y orientar el diseño del proyecto, se presenta un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) del ecosistema de turismo gastronómico del Casco de Colón, apoyado en la literatura relevante (García, 2019; Pérez & Torres, 2024; Rodríguez, 2021; Sánchez, 2020).

Fortalezas

- Riqueza cultural y gastronómica local: presencia de una gastronomía afrocaribeña y colonense diversa, con platos tradicionales, técnicas culinarias propias y fuerte sentido de identidad cultural (Fernández, 2023; UNESCO, 2016).
- Tradición microempresarial: existencia de numerosos micronegocios gastronómicos con trayectoria en el territorio, que cuentan con clientela local y conocimiento del entorno (PNUD, 2014; Pérez & Torres, 2024).
- Ubicación estratégica: el Casco de Colón se localiza en la entrada atlántica del Canal de Panamá y cerca de la Zona Libre de Colón, con potencial para atraer visitantes nacionales e internacionales (INEC, 2023; UNWTO, 2022).
- Impulso institucional reciente: iniciativas como Sabores de Colón y políticas nacionales que priorizan el turismo cultural y gastronómico proporcionan una

base para construir estrategias más articuladas (ATP, 2018; Sabores de Colón, 2025).

Debilidades

- Baja visibilidad y posicionamiento actual: la oferta gastronómica del Casco de Colón tiene poca presencia en circuitos turísticos formales y plataformas digitales, lo que limita su alcance a nuevos mercados (Fernández, 2023; UNWTO, 2019).
- Déficit en capacitación digital y comercial: muchos microempresarios carecen de habilidades en marketing digital, uso de redes sociales, gestión de plataformas y manejo de herramientas tecnológicas (Rodríguez, 2021; Pérez & Torres, 2024).
- Infraestructura turística insuficiente y deterioro urbano: problemas de señalización, mobiliario urbano, limpieza y seguridad afectan la experiencia del visitante y la percepción del territorio (INEC, 2023; PNUD, 2014).
- Fragmentación organizativa: débiles asociaciones de microempresarios y baja articulación con cámaras, gremios y entidades de apoyo dificultan la acción colectiva y la incidencia en políticas públicas (García, 2019; Sánchez, 2020).

Oportunidades

- Integración de tecnología y plataformas digitales: existen posibilidades de aprovechar plataformas web, redes sociales y datos abiertos para mejorar la visibilidad, gestión y comercialización de la oferta gastronómica (BID, 2019; Duong, 2020; Rodríguez, 2021).
- Gobierno abierto y participación ciudadana: el marco de transparencia y datos abiertos en Panamá, junto con los planes de acción de gobierno abierto, ofrece condiciones favorables para proyectos que incluyan componentes de apertura de información y co-creación con la ciudadanía (García, 2019; Maldonado, 2023; Open Government Partnership, 2021).
- Creciente interés en turismo sostenible y gastronómico: tendencias globales y regionales muestran que los turistas buscan experiencias auténticas, locales y

sostenibles, lo que coincide con la propuesta de valor de la gastronomía colonense (Fernández, 2023; UNWTO, 2019, 2022).

- Acceso a cooperación internacional y programas de apoyo: existen programas de cooperación, fondos y redes que promueven proyectos de turismo comunitario, economía creativa e innovación social, que pueden convertirse en fuentes de apoyo para la ampliación de Sabores de Colón (BID, 2019; PNUD, 2014).

Amenazas

- Competencia de destinos turísticos más consolidados: otras zonas de Panamá y de la región cuentan con infraestructura turística más desarrollada, mayor inversión promocional y marcas de destino más posicionadas (ATP, 2018; UNWTO, 2019).
- Persistencia de inseguridad y percepción negativa: problemáticas de violencia, delitos y estigmatización mediática afectan la imagen de Colón y pueden disuadir a potenciales visitantes (PNUD, 2014; INEC, 2023).
- Vulnerabilidad frente a crisis económicas o sanitarias: eventos como la pandemia de COVID-19 demostraron la fragilidad del sector turismo y gastronomía ante shocks externos, especialmente para microempresas sin reservas o diversificación (Duong, 2020; UNWTO, 2022).
- Riesgos de pérdida cultural y gentrificación: procesos de turistificación desregulados pueden derivar en pérdida de autenticidad, desplazamiento de residentes y apropiación de beneficios por actores externos, si no se diseñan salvaguardas adecuadas (Duque et al., 2020; UNESCO, 2016).

Este análisis FODA confirma la necesidad de un proyecto que potencie las fortalezas y oportunidades —cultura, ubicación, tecnología, gobierno abierto— y que, al mismo tiempo, intervenga sobre las debilidades y amenazas mediante estrategias de capacitación, articulación de actores, mejora de la visibilidad y creación de condiciones para un turismo gastronómico más inclusivo y sostenible

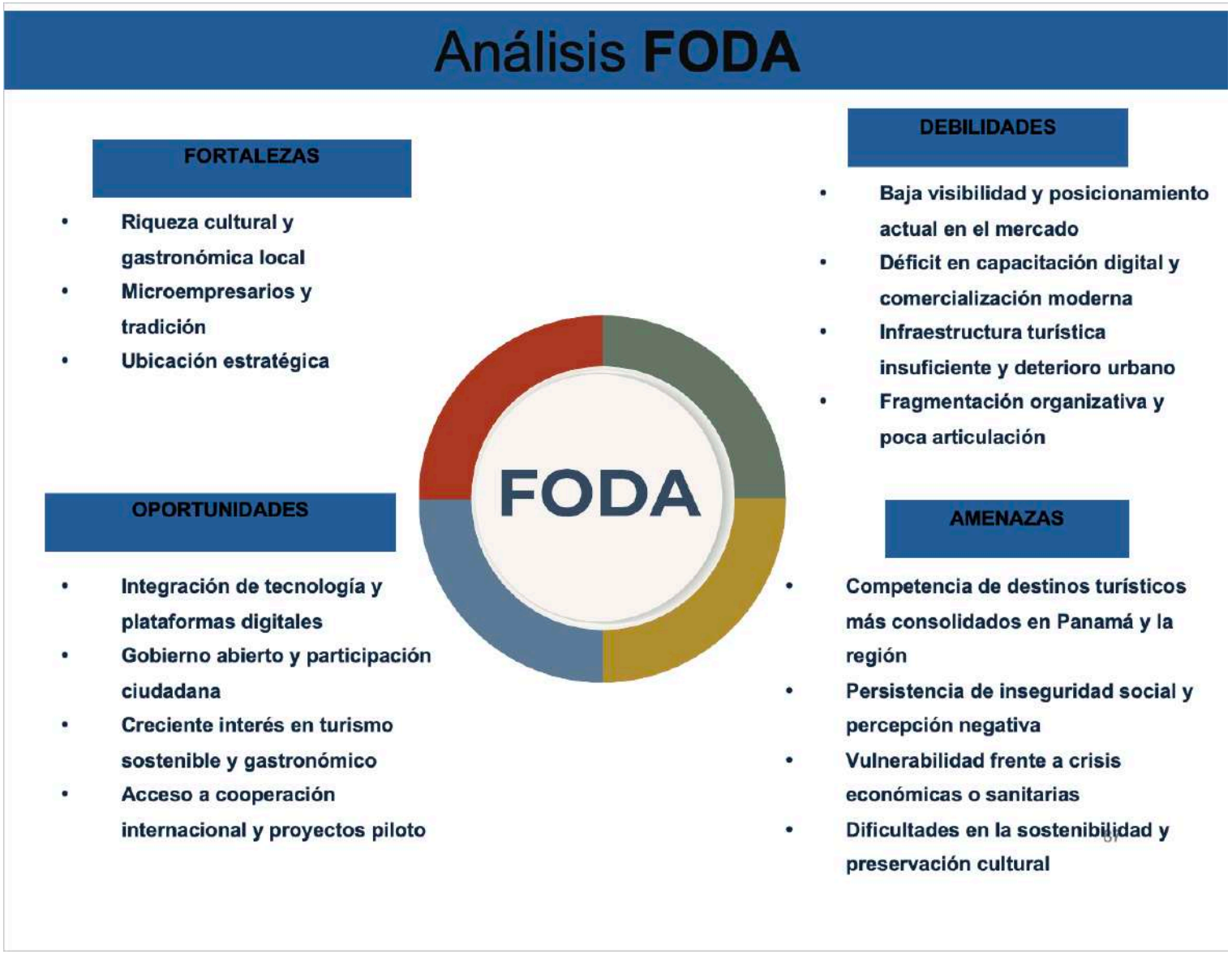


Tabla 4: Resumen de Análisis Foda

1.6. Planificación y Planteamiento

Con base en el diagnóstico realizado, el planteamiento del proyecto de intervención se orienta a diseñar e implementar una estrategia integral que articule tecnología, gobierno abierto y participación ciudadana para potenciar el turismo gastronómico en el Casco de Colón, tomando como dispositivo central el Festival Sabores de Colón y la plataforma www.saboresdecolon.com.

1.6.1. Justificación

La justificación del proyecto se fundamenta en varias dimensiones complementarias que, en conjunto, evidencian la necesidad de una intervención estructurada, sostenible y basada en evidencia en el Casco de Colón.

En la **dimensión socioeconómica**, el turismo gastronómico se reconoce como un sector intensivo en mano de obra y con capacidad de generar empleo e ingresos para microempresas y familias, especialmente en contextos de alta vulnerabilidad y exclusión como el Casco de Colón (Fernández, 2023; Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 2014; Organización Mundial del Turismo [UNWTO], 2019). Intervenir para fortalecer el ecosistema gastronómico local contribuye directamente a dinamizar la economía del territorio, ampliar oportunidades para jóvenes y mujeres, y reducir la dependencia de actividades informales y de baja productividad, facilitando procesos de formalización y encadenamientos productivos locales.

En la **dimensión cultural e identitaria**, la gastronomía colonense encarna memorias, prácticas y saberes que forman parte del patrimonio cultural inmaterial del territorio (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2016; Sánchez, 2020). Promover el turismo gastronómico con enfoque comunitario implica no solo comercializar productos, sino también fortalecer la identidad

cultural, el orgullo local y la cohesión social, elementos clave para la resiliencia de comunidades que han enfrentado históricamente procesos de estigmatización y marginalidad. De este modo, la intervención contribuye a visibilizar narrativas positivas sobre Colón y a reforzar el sentido de pertenencia de sus habitantes.

En la **dimensión tecnológica y de innovación**, la brecha digital y la escasa incorporación de tecnologías en los micronegocios gastronómicos constituyen barreras críticas para su competitividad y supervivencia en mercados cada vez más digitalizados (Rodríguez, 2021; Pérez & Torres, 2024). El proyecto se justifica por su apuesta a la alfabetización digital, al uso de plataformas tecnológicas, particularmente la plataforma www.saboresdecolon.com, y a la generación de datos abiertos como palancas de innovación comunitaria. Estas herramientas permiten ampliar el alcance de los emprendimientos, mejorar su relación con clientes, generar información estratégica y facilitar su integración en circuitos turísticos modernos (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2019; Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2012).

En la **dimensión de gobierno abierto y transparencia**, al integrar principios de transparencia, datos abiertos y participación ciudadana, el proyecto contribuye a mejorar la relación entre microempresarios, instituciones públicas y ciudadanía, facilitando el acceso a información sobre programas, apoyos y resultados, al tiempo que fortalece el control social y la rendición de cuentas (García, 2019; Maldonado, 2023; Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2015). Esta dimensión es coherente con la posición de Panamá en la Alianza para el Gobierno Abierto y con sus planes de acción en la materia, que incluyen compromisos específicos en transparencia, datos abiertos y participación (Open Government Partnership, 2021, 2024). En este sentido, Sabores de Colón puede considerarse una experiencia local alineada con agendas nacionales e internacionales de gobierno abierto.

En la **dimensión de sostenibilidad y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, el proyecto se alinea explícitamente con la Agenda 2030 y contribuye a varios ODS, en particular el ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico), el ODS 10 (reducción de desigualdades) y el ODS 11 (ciudades y comunidades sostenibles) (ONU, 2015; UNWTO, 2022). Al promover empleo digno, inclusión económica de microempresarios, reducción de brechas territoriales y revitalización urbana basada en cultura y gastronomía, la intervención adquiere relevancia no solo local y nacional, sino también en el marco de compromisos globales de desarrollo sostenible.

Asimismo, la evidencia internacional demuestra que, cuando se articulan adecuadamente gastronomía, tecnología y gobernanza colaborativa, es posible transformar territorios con alta vulnerabilidad social en destinos gastronómicos reconocidos que generan empleo, refuerzan la identidad cultural y ofrecen nuevas oportunidades a microempresarios (Duque et al., 2020; Fernández, 2023; UNWTO, 2019). En el contexto del Casco de Colón, la intervención propuesta fortalece las capacidades de los microempresarios gastronómicos para integrarse en el mercado turístico contemporáneo, caracterizado por el uso intensivo de herramientas digitales, la búsqueda de experiencias auténticas y la demanda de información transparente y confiable por parte de los visitantes (OECD, 2012; UNWTO, 2019).

La existencia del Festival Sabores de Colón y de la plataforma www.saboresdecolon.com ofrece, además, una base estratégica sobre la cual se puede construir un modelo de intervención replicable, que sistematice aprendizajes, genere indicadores y produzca resultados verificables que apoyen la formulación de políticas públicas locales de turismo gastronómico y desarrollo económico (BID, 2019; Sabores de Colón, 2025). En conjunto, estas dimensiones justifican la necesidad y pertinencia de un proyecto de intervención que no se limite a acciones aisladas, sino que proponga un modelo integral, participativo y escalable para potenciar el turismo gastronómico comunitario con apoyo de la tecnología y del gobierno abierto.

Problema priorizado	Línea de acción propuesta
Baja visibilidad digital de los emprendimientos (72% lo identifica como problema)	Desarrollo de plataforma www.saboresdecolon.com y fortalecimiento de redes sociales de los emprendedores mediante capacitación y acompañamiento técnico.
Capacidades limitadas de gestión empresarial (65% reporta esta limitación)	Implementación de programa de formación con módulos en alfabetización digital, marketing gastronómico, gestión básica del negocio y herramientas de gobierno abierto.
Escasa articulación institucional y acceso a apoyos (48% identifica esta barrera)	Creación de espacios formales de articulación (mesas de trabajo, convenios, comités) con sector público (AMPYME, ATP, MINSA), sector privado (patrocinadores) y sociedad civil (Cámara de Comercio, fundaciones).
Estigma territorial y percepción negativa de Colón (44% lo menciona)	Organización de festivales gastronómicos Sabores de Colón y acciones comunicacionales masivas que muestren una imagen positiva del territorio mediante gastronomía, cultura y patrimonio.
Brechas de infraestructura y equipos básicos (39%, con 56.4% requiriendo electricidad)	Cofinanciamiento y gestión de apoyos para dotación de equipos (estufas, refrigeradores, conexiones eléctricas) y adecuaciones mínimas en puntos de venta.

Tabla 5: Vinculación entre Problemas Priorizados y Líneas de Acción del Proyecto
Nota. La priorización de problemas se realizó en función de: (1) su frecuencia en la población de emprendedores según diagnósticos participativos, (2) su impacto sobre la sostenibilidad de los negocios, y (3) la viabilidad de intervención con los recursos disponibles. La base de datos de Sabores de Colón y los ejercicios de diagnóstico participativo fueron insumos centrales para esta priorización.

1.6.2. Destinatarios

Este proyecto involucra a un conjunto amplio de actores que se benefician de manera directa e indirecta de las acciones de intervención. Identificar con claridad estos destinatarios permite orientar mejor las estrategias de capacitación, comunicación, articulación institucional y evaluación de resultados, asegurando que los impactos del proyecto se distribuyan de forma equitativa y coherente con sus objetivos de desarrollo

local, inclusión y gobierno abierto (García, 2019; Organización Mundial del Turismo [UNWTO], 2019, 2022).

Destinatarios directos

- Microempresarios turísticos y gastronómicos del Casco de Colón: propietarios y administradores de restaurantes, fondas, comedores populares, puestos de comida y emprendimientos de cocina local que participan en el Festival Sabores de Colón y se integran a la plataforma www.saboresdecolon.com (Pérez & Torres, 2024; Sabores de Colón, 2025).
- Microempresarios que reciben capacitación en alfabetización digital, marketing gastronómico, uso de plataformas tecnológicas y herramientas de gobierno abierto, fortaleciendo su competitividad en el mercado turístico contemporáneo (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2019; Rodríguez, 2021).
- Microempresarios cuya visibilidad se incrementa mediante el catálogo digital, las redes sociales y los eventos itinerantes asociados al festival, ampliando su alcance a públicos nacionales e internacionales (Fernández, 2023; UNWTO, 2019).
- Microempresarios que acceden a redes de apoyo, alianzas con instituciones y oportunidades de participación en programas de apoyo empresarial y turístico, mejorando su acceso a recursos, formación y acompañamiento técnico (García, 2019; UNWTO, 2022).
- Personal de apoyo y trabajadores de los establecimientos participantes (cocineros, meseros, ayudantes), que se benefician de las mejoras en gestión, promoción y del posible incremento en la demanda y en los ingresos laborales (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 2014; Sánchez, 2020).

Destinatarios indirectos

- Comunidades residentes del Casco de Colón, que se benefician de un aumento potencial en la actividad económica, la generación de empleo local, la mejora de la imagen del territorio y el fortalecimiento de la identidad cultural y del orgullo comunitario (Fernández, 2023; Sánchez, 2020).
- Trabajadores y familias vinculadas a los negocios gastronómicos, que experimentan efectos positivos indirectos en sus ingresos, estabilidad económica y oportunidades de movilidad social (PNUD, 2014; UNWTO, 2019).
- Proveedores de insumos locales (pescadores, agricultores, productores artesanales), que encuentran mayores oportunidades de encadenamientos productivos y de venta de sus productos a los emprendimientos gastronómicos fortalecidos por el proyecto (BID, 2019; Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2012).
- Visitantes y turistas nacionales e internacionales, que acceden a una oferta gastronómica más visible, organizada, diversa y de mayor calidad, apoyada en información clara y accesible sobre establecimientos, horarios, menús y localización (Fernández, 2023; UNWTO, 2019).
- Instituciones públicas relacionadas con turismo, cultura, empleo, transparencia y gobierno abierto, que disponen de insumos e información sistematizada y abierta sobre el ecosistema gastronómico para diseñar políticas, programas y proyectos mejor enfocados y basados en evidencia (García, 2019; Open Government Partnership, 2021; UNWTO, 2022).
- Organizaciones de la sociedad civil, universidades y sector privado, que pueden articularse en alianzas para la promoción, la formación y el apoyo a los microempresarios, aprovechando los espacios de colaboración y los datos generados por el proyecto (BID, 2019; Duque et al., 2020).

1.6.3. Objetivos

Los objetivos del proyecto, retomando y reformulando lo planteado en capítulos anteriores, se estructuran de la siguiente manera:

1.6.3.1. Objetivo General

Impulsar el empleo, las oportunidades de generación de ingresos y la visibilidad de los microempresarios turísticos y gastronómicos del Casco de Colón mediante la utilización de tecnologías digitales, la promoción del gobierno abierto y el fortalecimiento de la participación ciudadana, tomando estrategias innovadoras y colaborativas.

1.6.3.2. Objetivos Específicos

1. Lograr que, al cierre de 2025, al menos 40 microempresarios turísticos y gastronómicos del Casco de Colón participen en el Festival Sabores de Colon y cuenten con perfiles completos y actualizados en la plataforma www.saboresdecolon.com y con presencia activa en, por lo menos, una red social, evidenciando un incremento mínimo del 30% en los indicadores de visibilidad digital (visitas al perfil, interacciones y consultas) en comparación con la línea base.

2. Diseñar e implementar, durante el 2025, un programa de formación compuesto por al menos cuatro módulos de capacitación en alfabetización digital, marketing gastronómico, gestión básica del negocio y herramientas de gobierno abierto, logrando que al menos el 70% de los microempresarios participantes mejore significativamente sus puntajes entre el diagnóstico inicial y la evaluación final de conocimientos y habilidades.

3. Consolidar, durante el 2025, al menos tres espacios formales de articulación y participación (por ejemplo, mesas de trabajo, comités o redes locales) entre

microempresarios, instituciones públicas, organizaciones de la sociedad civil y sector privado vinculados al turismo y la gastronomía, generando al menos cinco acuerdos o acciones colaborativas orientadas a mejorar la oferta gastronómica, la experiencia turística y el acceso a información y apoyos institucionales en el Casco de Colón.

1.6.4 Evaluación y Métodos Medibles

Para garantizar la valoración objetiva del logro del objetivo general y de los objetivos específicos del proyecto durante el período 2025-2026, se utilizará una evaluación y métodos medibles de carácter cuantitativo y cualitativo, articulados directamente con el cronograma de actividades, las metas, los indicadores y las responsabilidades definidas en el proyecto. Estos métodos permitirán verificar avances, identificar desviaciones, introducir ajustes oportunos y sustentar la evaluación final de la intervención.

La evaluacion y los métodos medibles se estructuran en función de cuatro componentes operativos que deben quedar expresamente visibles en esta sección: cronograma de actividades, metas, indicadores y responsabilidades. Su formulación responde a los tres objetivos específicos y al objetivo general del proyecto, con el propósito de asegurar coherencia entre planificación, ejecución, seguimiento y evaluación.

Cronograma de actividades

El cronograma de actividades de los métodos medibles se desarrollará conforme a la secuencia general del proyecto y a los tiempos operativos establecidos para cada eje estratégico. La medición iniciará con una línea base o diagnóstico inicial, continuará con cortes de seguimiento durante la ejecución y concluirá con una evaluación final comparativa.

En el objetivo específico 1, correspondiente a visibilidad digital, las actividades de medición se ejecutarán en tres momentos: diagnóstico inicial de presencia digital y perfiles de microempresarios, seguimiento periódico de métricas de la plataforma y redes sociales, y medición final del incremento de visibilidad alcanzado. Estas actividades estarán alineadas con el cronograma de actualización de perfiles, promoción digital, producción de contenidos y participación en el Festival Sabores de Colón.

En el objetivo específico 2, relacionado con fortalecimiento de capacidades, el cronograma de medición comprenderá la aplicación de pretest antes del inicio de los módulos, controles de asistencia y seguimiento durante el proceso formativo, y postest al cierre de la capacitación y del acompañamiento técnico. Este calendario se vincula con la ejecución de los módulos de alfabetización digital, marketing gastronómico, gestión básica del negocio y herramientas de gobierno abierto.

En el objetivo específico 3, referido a articulación multisectorial, el cronograma incluirá registro de reuniones, seguimiento a mesas de trabajo, verificación de acuerdos colaborativos y valoración final del nivel de articulación alcanzado. Estas actividades se desarrollarán durante toda la implementación del proyecto, conforme al calendario de reuniones interinstitucionales, espacios de participación y acciones colaborativas con actores públicos, privados y comunitarios.

Para el objetivo general, el cronograma de actividades de medición integrará la información generada por los tres objetivos específicos en una matriz consolidada de seguimiento. Esta consolidación se realizará en tres momentos: diagnóstico integral inicial, revisión intermedia de avances y evaluación final de resultados globales del proyecto.

Metas

Las metas medibles del proyecto se derivan de los objetivos definidos en la sección 1.6.3 y se expresan de manera verificable para cada componente de intervención.

En el objetivo específico 1, la meta consiste en lograr que, al cierre de 2025, al menos 40 microempresarios turísticos y gastronómicos del Casco de Colón participen en el Festival Sabores de Colón, cuenten con perfiles completos y actualizados en la plataforma digital y mantengan presencia activa en por lo menos una red social. Además, se espera evidenciar un incremento mínimo del 30 % en los indicadores de visibilidad digital con respecto a la línea base.

En el objetivo específico 2, la meta consiste en diseñar e implementar, durante 2025, un programa de formación compuesto por al menos cuatro módulos de capacitación en alfabetización digital, marketing gastronómico, gestión básica del negocio y herramientas de gobierno abierto. Asimismo, se establece como meta que al menos el 70 % de los microempresarios participantes mejore significativamente sus resultados entre el diagnóstico inicial y la evaluación final de conocimientos y habilidades.
En el objetivo específico 3, la meta consiste en consolidar, durante 2025, al menos tres espacios formales de articulación y participación entre microempresarios, instituciones públicas, organizaciones de la sociedad civil y sector privado vinculados al turismo y la gastronomía. De igual forma, se espera generar al menos cinco acuerdos o acciones colaborativas orientadas a mejorar la oferta gastronómica, la experiencia turística y el acceso a información y apoyos institucionales en el Casco de Colón.

En cuanto al objetivo general, la meta global es impulsar el empleo, las oportunidades de generación de ingresos y la visibilidad de los microempresarios turísticos y gastronómicos del Casco de Colón mediante el uso de tecnologías digitales, la promoción del gobierno abierto y el fortalecimiento de la participación ciudadana, evidenciando resultados verificables en visibilidad, capacidades, articulación institucional y oportunidades económicas.

Indicadores

Los indicadores permitirán medir cuantitativamente y cualitativamente el grado de cumplimiento de las metas trazadas. Su utilización garantizará un seguimiento objetivo, comparable y técnicamente sustentado.

Para el objetivo específico 1 se utilizarán, entre otros, los siguientes indicadores:

- Número de microempresarios con perfil completo y actualizado en la plataforma digital.
- Número de microempresarios con presencia activa en al menos una red social.
- Porcentaje de incremento en visitas al perfil, interacciones y consultas respecto de la línea base.
- Número de microempresarios participantes en el Festival Sabores de Colón.
- Nivel de percepción de mejora en visibilidad digital por parte de los beneficiarios.

Para el objetivo específico 2 se utilizarán los siguientes indicadores:

- Número de módulos de capacitación diseñados e implementados.
- Número de microempresarios participantes por módulo.
- Porcentaje de asistencia a las actividades formativas.
- Porcentaje de participantes que mejoran significativamente entre pretest y postest.
- Número de herramientas digitales o de gestión adoptadas por los participantes durante el proceso de capacitación.

Para el objetivo específico 3 se utilizarán los siguientes indicadores:

- Número de espacios formales de articulación constituidos.
- Número de actores participantes por sector.
- Número de reuniones o mesas de trabajo realizadas.
- Número de acuerdos o acciones colaborativas generadas y ejecutadas.
- Nivel de satisfacción de los participantes respecto a la utilidad de los espacios de articulación.

Para el objetivo general se utilizarán indicadores integrados de resultado, entre ellos:

- Número total de microempresarios beneficiados por el proyecto.

- Variación en indicadores de visibilidad digital.
- Variación en conocimientos y habilidades adquiridas.
- Número de alianzas y acuerdos alcanzados.
- Percepción de mejora en empleo, ingresos y oportunidades económicas vinculadas al turismo gastronómico.

Los medios de verificación de estos indicadores incluirán informes de analítica digital, registros de plataforma, listas de asistencia, resultados de pretest y postest, actas de reuniones, matrices de seguimiento de acuerdos, encuestas, entrevistas y reportes técnicos de avance.

Responsabilidades definidas en el proyecto

Las responsabilidades para la aplicación de los métodos medibles deberán quedar claramente vinculadas a los equipos técnicos y de coordinación ya definidos en el proyecto, de manera que exista correspondencia entre la actividad realizada, el dato recolectado y el responsable de su validación.

En el objetivo específico 1, las responsabilidades recaerán principalmente en el equipo de Comunicación Digital, el equipo TIC, el equipo de Monitoreo y Evaluación y la coordinación general del proyecto. Estos actores serán responsables de la actualización de bases de datos, revisión de analítica web y redes sociales, consolidación de registros de participación y elaboración de reportes de seguimiento.

En el objetivo específico 2, las responsabilidades corresponderán al equipo de Formación, los facilitadores de cada módulo, el equipo de Monitoreo y Evaluación y la coordinación técnica del proyecto. Estos responsables deberán aplicar instrumentos diagnósticos, controlar asistencia, verificar la ejecución de los módulos, evaluar aprendizajes y consolidar los resultados obtenidos por los participantes.

En el objetivo específico 3, las responsabilidades estarán a cargo de la coordinación general del proyecto, el equipo de Articulación Institucional, el equipo de Participación Ciudadana y el equipo de Monitoreo y Evaluación. Sus funciones incluirán convocar reuniones, documentar actas y acuerdos, llevar control de participación, verificar cumplimiento de compromisos y valorar los resultados de la articulación multisectorial.
Para el objetivo general, la responsabilidad de consolidar la información global del proyecto corresponderá al equipo de Monitoreo y Evaluación, en coordinación con los equipos de Formación, Comunicación, TIC, Articulación Institucional y coordinación general. Esta articulación permitirá integrar la información obtenida en cada componente para producir informes periódicos y una evaluación final del proyecto.

Integración operativa de los métodos medibles

Los métodos medibles no deben presentarse como una descripción aislada, sino como una estructura de seguimiento claramente conectada con la ejecución del proyecto. Por ello, esta sección debe dejar establecido que cada actividad programada tiene una meta verificable, cada meta tiene indicadores definidos y cada indicador cuenta con responsables concretos para su medición, validación y reporte.

En consecuencia, la sección 1.6.4 debe entenderse como el apartado que articula operativamente el cronograma de actividades, las metas, los indicadores y las responsabilidades definidas en el proyecto, garantizando una evaluación clara, ordenada y coherente con la lógica de intervención propuesta para el fortalecimiento del turismo gastronómico en el Casco de Colón.

1.6.5. Gobierno Abierto como Decisión de Diseño

La intervención propuesta traduce los principios de gobierno abierto en decisiones operativas de diseño y no únicamente en referencias conceptuales. En primer lugar, la transparencia se expresa en la producción, organización y difusión de información relevante sobre el ecosistema gastronómico del Casco de Colón, los resultados del

festival, la ejecución presupuestaria y los avances del proyecto, incluyendo la proyección de publicación de reportes y datasets reutilizables mediante la plataforma digital.

En segundo lugar, la participación se materializa a través de mecanismos de escucha, validación y co-creación con los microempresarios beneficiarios. Las visitas de campo, conversatorios, reuniones comunitarias y posteriores asambleas trimestrales permiten que los destinatarios no sean receptores pasivos de la intervención, sino actores que inciden en la identificación de problemas, la priorización de necesidades y la evaluación del avance alcanzado.

En tercer lugar, la rendición de cuentas y la integridad pública se incorporan mediante procedimientos de seguimiento, informes periódicos, control sobre la ejecución de recursos y resguardo responsable de los datos personales, en concordancia con la normativa aplicable en materia de protección de datos. De esta forma, el proyecto fortalece una lógica de gobernanza colaborativa donde la tecnología sirve para visibilizar, la participación para legitimar y la transparencia para sostener la confianza entre comunidad, instituciones y aliados estratégicos.

1.6.6. Indicadores de Resultados

Los resultados del proyecto se evaluarán mediante indicadores cuantitativos y cualitativos alineados con el objetivo general y los tres objetivos específicos, así como con los cronogramas de actividades y evaluación definidos para el año 2025 - 2026.

Indicadores del objetivo general (2025-2026)

Objetivo general: Impulsar el empleo y la visibilidad de los microempresarios turísticos y gastronómicos del Casco de Colón, mediante la utilización de tecnologías digitales, la

promoción del gobierno abierto y el fortalecimiento de la participación ciudadana, tomando estrategias innovadoras y colaborativas.

- Número total de microempresarios turísticos y gastronómicos beneficiados directamente (meta: al menos 40).
- Porcentaje de microempresarios que reportan mejora en sus oportunidades de generación de ingresos tras la intervención (ventas en Sabores 2025, nuevos clientes o alianzas).
- Porcentaje de microempresarios que manifiestan mejoras en visibilidad digital, capacidades de gestión y articulación institucional, según encuestas de cierre (meta: ≥70%).
- Número de acciones y acuerdos intersectoriales que se mantienen activos al cierre de 2025 y que contribuyen al fortalecimiento del ecosistema gastronómico local.

Medios de verificación: diagnósticos inicial y final, encuestas y entrevistas a microempresarios, registros del Festival Sabores de Colón 2025, informes de las mesas de articulación y reportes de evaluación integral.

Indicadores del objetivo específico 1

Objetivo específico 1: Lograr que, al cierre de 2025, al menos 40 microempresarios del Casco de Colón participen en Sabores de Colón y cuenten con perfiles completos en la plataforma www.saboresdecolon.com y con presencia activa en al menos una red social, con un incremento mínimo del 30% en indicadores de visibilidad digital.

- Número de microempresarios con perfiles completos y actualizados en la plataforma al cierre de 2025 (meta: 40).

- Porcentaje de microempresarios con al menos una red social activa vinculada a su perfil en la plataforma (meta: 100% de los 40).
- Porcentaje de incremento en las visitas a perfiles, interacciones (reacciones, comentarios, compartidos) y consultas en comparación con la línea base (meta: ≥30%).
- Número de consultas, reservas o contactos comerciales generados a través de la plataforma y redes sociales durante y después de Sabores de Colón 2025.

Medios de verificación: informes de analítica de la plataforma y redes, registros de creación y actualización de perfiles, encuestas de percepción a microempresarios, reportes de participación en el festival.

Indicadores del objetivo específico 2

Objetivo específico 2: Diseñar e implementar, durante 2025, un programa de formación compuesto por al menos cuatro módulos, logrando que al menos el 70% de los microempresarios participantes mejore significativamente sus puntajes entre el diagnóstico inicial y la evaluación final.

- Número de módulos de formación implementados (meta: 4 módulos: alfabetización digital, marketing gastronómico, gestión básica del negocio y herramientas de gobierno abierto).
- Número de microempresarios que completan el programa de formación (meta: al menos 40).
- Porcentaje de microempresarios que mejoran sus puntajes entre el pretest y el postest en las áreas trabajadas (meta: ≥70%).

- Número de herramientas digitales y de gobierno abierto adoptadas o utilizadas de forma regular por los participantes (por ejemplo, creación de correos electrónicos, perfiles en redes, uso de plantillas de gestión, acceso a portales institucionales).
- Nivel de satisfacción de los participantes con el programa de formación y el acompañamiento, medido a través de encuestas (meta: mayoría en niveles altos de satisfacción).

Medios de verificación: instrumentos de diagnóstico inicial y evaluaciones finales, registros de asistencia y participación, fichas de seguimiento en los negocios, encuestas de satisfacción y reportes de talleres y coaching.

Indicadores del objetivo específico 3

Objetivo específico 3: Consolidar, durante 2025, al menos tres espacios formales de articulación y participación entre microempresarios, instituciones públicas, organizaciones de la sociedad civil y sector privado, generando al menos cinco acuerdos o acciones colaborativas orientadas a mejorar la oferta gastronómica, la experiencia turística y el acceso a información y apoyos institucionales.

- Número de espacios formales de articulación y participación consolidados (mesas de trabajo, comités o redes locales) durante 2025 (meta: ≥3).
- Número de actores participantes en los espacios formales, desagregados por sector (microempresarios, instituciones públicas, sociedad civil, sector privado).
- Número de acuerdos o acciones colaborativas formalmente documentadas y con responsables definidos (meta: ≥5).

- Número de actividades conjuntas realizadas (por ejemplo, planificación intersectorial de Sabores 2025, campañas de identidad cultural, eventos en el Casco de Colón).
- Nivel de satisfacción de los actores con el funcionamiento de los espacios de articulación y la utilidad de los acuerdos, según encuestas y entrevistas.

Medios de verificación: actas y reportes de reuniones, matrices de acuerdos, listas de asistencia, registros de actividades culturales y campañas, encuestas de satisfacción y testimonios documentados.

Nº del objetivo específico	Objetivo específico corregido	Indicador	Línea base	Meta 2026	Medio de verificación	Avance real alcanzado

Objetivo específico 1	Posicionar la oferta gastronómica y turística de los microempresarios del Casco de Colón mediante plataformas tecnológicas y eventos itinerantes, promoviendo su reconocimiento a nivel nacional e internacional.	Porcentaje de microempresarios con perfil completo en plataforma y al menos una red social activa.	96.6% tiene redes sociales activas y 0% con perfil completo en la plataforma al inicio del proceso.	100% de 200 emprendedores con redes activas; 40 perfiles completos al inicio y 200 perfiles completos al cierre de 2026.	Base de datos de emprendedores, reportes de plataforma web, analítica digital y registros de actualización de perfiles.	Al cierre del primer trimestre de 2026 se reportan 200 perfiles completos y activos en la plataforma del proyecto.

Objetivo específico 1	Posicionar la oferta gastronómica y turística de los microempresarios del Casco de Colón mediante plataformas tecnológicas y eventos itinerantes, promoviendo su reconocimiento a nivel nacional e internacional.	Incremento en interacciones digitales por emprendimiento, incluyendo visitas, reacciones, mensajes e impresiones en entornos digitales.	Línea base por consolidar con el diagnóstico inicial de 2025.	Incremento promedio de al menos 30% en interacciones digitales por emprendimiento.	Analítica de la plataforma, estadísticas de redes sociales e informes de comunicación.	El proyecto ya registra 2,340,000 impresiones en la fase de sensibilización, pero aún no presenta el porcentaje consolidado de incremento por emprendimiento.

Objetivo específico 2	Fortalecer la capacidad de gestión y comercialización de los microempresarios turísticos y gastronómicos mediante capacitación digital, el acceso a herramientas tecnológicas y la integración en iniciativas de gobierno abierto orientadas a la transparencia y apoyo institucional.	Participantes que mejoran sus puntajes entre el diagnóstico inicial y la evaluación final.	Sin medición previa consolidada al inicio.	70% de los participantes de los módulos de formación debe mejorar su puntaje.	Instrumentos pre-test y post-test, evaluaciones de módulos y registros de capacitación.	En el primer taller se reporta una mejora promedio del 58%, como avance preliminar del objetivo.

Objetivo específico 2	Fortalecer la capacidad de gestión y comercialización de los microempresarios turísticos y gastronómicos mediante capacitación digital, el acceso a herramientas tecnológicas y la integración en iniciativas de gobierno abierto orientadas a la transparencia y apoyo institucional.	Microempresarios que completan al menos 4 módulos de formación.	0 microempresarios con 4 módulos completados al inicio.	150 microempresarios con al menos 4 módulos completados.	Listas de asistencia, certificados, actas de evaluación y reportes de formación.	Se reportan 154 participantes en el primer taller y 142 certificaciones emitidas, por lo que el cumplimiento total del ciclo formativo aún está en desarrollo.

Objetivo específico 3	Fomentar la participación ciudadana y la colaboración entre actores locales, sector privado y sociedad civil para consolidar redes de apoyo, promover la identidad cultural de Colón y generar procesos co-creativos enfocados en el desarrollo inclusivo y sostenible del sector.	Espacios formales de articulación creados, tales como mesas, convenios y comités.	0 espacios formales al inicio.	3 espacios formales de articulación en funcionamiento.	Actas de constitución, convenios firmados, acuerdos institucionales y registros de reuniones.	El proyecto documenta reuniones institucionales con ATP, Alcaldía de Colón, ANTAI y AMPYME, además de la creación prevista de mecanismos formales de articulación.

Objetivo específico 3	Fomentar la participación ciudadana y la colaboración entre actores locales, sector privado y sociedad civil para consolidar redes de apoyo, promover la identidad cultural de Colón y generar procesos co-creativos enfocados en el desarrollo inclusivo y sostenible del sector.	Acuerdos o acciones colaborativas implementadas.	0 acuerdos o acciones colaborativas registradas al inicio.	5 acuerdos o acciones colaborativas implementadas.	Reportes de seguimiento, memorandos, convenios, actas y documentación institucional.	El documento reporta compromisos preliminares con 28 empresas, reuniones institucionales ejecutadas y una estrategia formal de participación ciudadana y gobernanza en desarrollo.

Tabla 6: Matriz de Objetivos, Indicadores, Línea Base, Metas del Proyecto de Intervención y Avance Real

1.6.7. Integrantes del Equipo

La ejecución del proyecto requiere de un equipo multidisciplinario que combine competencias en gestión de proyectos, tecnología, turismo, gastronomía, gobierno abierto y trabajo comunitario. La definición clara de roles y responsabilidades es esencial para asegurar la coordinación adecuada de las actividades, el cumplimiento de los objetivos propuestos y la sostenibilidad de la intervención en el tiempo. Se propone la siguiente estructura organizativa para el proyecto de intervención.

- **Coordinación general del proyecto:**

Persona responsable de la planificación estratégica, coordinación interinstitucional, supervisión de las actividades, gestión de recursos y rendición de cuentas ante las instancias académicas y las instituciones aliadas. Debe contar con formación en administración pública, gestión de proyectos, desarrollo local o campos relacionados, así como experiencia previa en proyectos de intervención comunitaria y articulación con actores públicos y privados. Entre sus funciones principales se incluyen la elaboración y seguimiento del plan de trabajo, la gestión del presupuesto, la negociación de alianzas y la toma de decisiones estratégicas.

- **Coordinación de tecnología y plataforma digital:**

Profesional o equipo con competencias en desarrollo y administración web, gestión de bases de datos y analítica digital, encargado de la construcción, mantenimiento y mejora continua de la plataforma www.saboresdecolon.com. Sus responsabilidades abarcan el diseño y actualización del sitio, la configuración de herramientas de analítica, la gestión de la seguridad y el respaldo de la información, así como el soporte técnico a los microempresarios en el uso de la plataforma y de otras herramientas digitales.

- **Coordinación de formación y acompañamiento a microempresarios**

Persona o equipo especializado en capacitación en tecnologías digitales, marketing gastronómico, gestión empresarial básica y herramientas de gobierno abierto. Se encarga del diseño curricular del programa formativo, la elaboración de materiales, la facilitación de talleres presenciales o virtuales y el acompañamiento personalizado a los negocios participantes. También es responsable de aplicar diagnósticos iniciales y finales de capacidades, y de registrar evidencias de los cambios en prácticas de gestión y promoción.

- **Coordinación de participación ciudadana y trabajo comunitario**

Profesional con formación en ciencias sociales, trabajo social, desarrollo comunitario o áreas afines, encargado de promover la participación activa de los microempresarios, residentes y actores locales en el proyecto. Sus tareas incluyen la organización de mesas de trabajo y espacios de co-creación, la articulación con organizaciones comunitarias, juntas locales y líderes de barrio, así como el diseño de actividades que fortalezcan el sentido de pertenencia, la identidad cultural y el capital social en torno a la gastronomía colonense.

- **Coordinación de comunicación y promoción**

Especialista en comunicación social, periodismo, publicidad o marketing, orientado a la creación de contenidos, gestión de redes sociales, relaciones con medios y diseño de campañas de difusión. Esta coordinación se ocupa de posicionar la marca Sabores de Colón, resaltar historias de los microempresarios, producir materiales audiovisuales y gráficos, y coordinar la cobertura de eventos, tanto en medios tradicionales como en plataformas digitales.

- **Equipo de monitoreo, evaluación y sistematización**

Grupo responsable de diseñar los instrumentos de evaluación del proyecto, recolectar y analizar datos cuantitativos y cualitativos, elaborar informes de avance y de cierre, y sistematizar aprendizajes y buenas prácticas. Este equipo define y da seguimiento a los indicadores, construye líneas base y mediciones finales, y genera recomendaciones para la mejora continua y el posible escalamiento o réplica de la experiencia en otros territorios.

- **Equipo de apoyo operativo y logístico**

Personal dedicado a la organización operativa de las actividades del proyecto, incluyendo el montaje y desmontaje de stands, coordinación de espacios físicos, gestión de permisos, apoyo en la inscripción y atención a los microempresarios, manejo de insumos y materiales, y tareas administrativas asociadas a la ejecución cotidiana del proyecto.

La integración de este equipo puede fortalecerse mediante programas de voluntariado y alianzas estratégicas con instituciones como la Universidad de Panamá, la Fundación Reto por Colón, la Autoridad de Turismo de Panamá, la Autoridad Nacional de Transparencia y Acceso a la Información y otras organizaciones públicas y privadas interesadas en el desarrollo del turismo gastronómico y el gobierno abierto en Colón. Estas alianzas permiten sumar capacidades técnicas, recursos y legitimidad institucional al proceso de intervención.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

El turismo gastronómico se ha consolidado en las últimas décadas como un eje estratégico para la promoción del desarrollo local sostenible, al articular la valorización de la cultura culinaria, la dinamización económica y la generación de empleo en las comunidades receptoras (Fernández, 2023; Organización Mundial del Turismo [UNWTO], 2019). Diversos estudios destacan que la gastronomía, al convertirse en motivo de viaje y experiencia central del visitante, fortalece la identidad cultural, impulsa el consumo de productos locales y crea encadenamientos productivos que benefician a agricultores, pescadores, artesanos y pequeños emprendedores de servicios (Fernández, 2023; UNWTO, 2019).

En el contexto latinoamericano, la literatura ha analizado el turismo gastronómico como herramienta de desarrollo local en ciudades y territorios marcados por desigualdades socioeconómicas, resaltando la importancia de la innovación, el fortalecimiento de capacidades y la articulación de actores públicos, privados y comunitarios (Pérez & Torres, 2024; Sánchez, 2020). Pérez y Torres (2024) documentan experiencias en ciudades portuarias y patrimoniales donde la creación de rutas gastronómicas, festivales y plataformas digitales ha permitido incrementar la visibilidad de la oferta local, formalizar micronegocios y fortalecer el tejido asociativo del sector. Estas iniciativas suelen

apoyarse en políticas públicas que reconocen la gastronomía como parte de la economía creativa y del patrimonio cultural inmaterial, y que impulsan programas de capacitación, promoción y apoyo financiero a emprendedores (Pérez & Torres, 2024).

En Panamá, la gastronomía se ha ido posicionando progresivamente como un componente clave del turismo sostenible y del desarrollo económico local, especialmente a partir de la articulación entre cadenas hoteleras, productores locales y programas institucionales que fomentan la compra directa de insumos nacionales y la promoción de cocinas regionales (Autoridad de Turismo de Panamá [ATP], 2018; La Estrella de Panamá, 2025). La ATP ha reconocido la gastronomía como uno de los elementos diferenciadores del destino Panamá, fomentando iniciativas de turismo cultural y gastronómico, así como la creación de la Cámara de Turismo Gastronómica de Panamá como espacio gremial especializado (ATP, 2018).

En la provincia de Colón, la gastronomía afrocaribeña y colonense ha sido históricamente un referente identitario, aunque con escasa visibilidad en las estrategias formales de turismo (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 2014; UNESCO, 2016). En respuesta a esta brecha, han surgido iniciativas como el programa y festival “Sabores de Colón”, que buscan resaltar lo positivo del territorio y promover el desarrollo económico local mediante eventos gastronómicos y culturales. Sabores de Colón se ha consolidado como un festival que reúne a numerosos emprendedores gastronómicos y artesanales colonenses, visibiliza platos emblemáticos como el arroz con coco, el pescado frito con patacones y preparaciones afrocaribeñas, y genera espacios de encuentro con visitantes nacionales e internacionales (Sabores de Colón, 2025).

El proyecto de intervención que se desarrolla en este documento se apoya en esta trayectoria, pero propone un salto cualitativo al articular la experiencia del festival con un enfoque integral de uso de tecnología, gobierno abierto y participación ciudadana. La creación del sitio web www.saboresdecolon.com, que reúne información de restaurantes,

fondas, horarios, direcciones, platos insignia y menús, constituye un antecedente inmediato clave al introducir un componente digital y de gestión de datos sobre la oferta gastronómica del Casco de Colón. Estos antecedentes justifican la pertinencia de un proyecto que, desde la academia y con enfoque de intervención, sistematice, fortalezca y escale la experiencia existente, alineándola con marcos teóricos y normativos contemporáneos sobre desarrollo local, gobierno abierto y turismo gastronómico sostenible (ONU, 2015; UNWTO, 2022).

2.1.1 Casos Relevantes Regionales

En América Latina se han desarrollado múltiples experiencias donde el turismo gastronómico, apoyado en la tecnología, la organización comunitaria y marcos de gobernanza abiertos, ha contribuido al desarrollo local y a la inclusión de microempresarios en cadenas de valor más amplias (Fernández, 2023; Pérez & Torres, 2024; Sánchez, 2020). Analizar estos casos permite identificar lecciones y elementos transferibles al contexto del Casco de Colón y al proyecto Sabores de Colón, especialmente en lo relativo a la articulación entre gastronomía, identidad cultural, plataformas digitales y participación ciudadana (García, 2019; UNWTO, 2019, 2022).

Cartagena, Colombia: gastronomía, plataformas digitales y microempresas

El caso de Cartagena de Indias se ha consolidado como una referencia en la región respecto al uso del turismo gastronómico como herramienta de inclusión productiva y revitalización urbana en barrios con alto valor cultural pero con problemas de desigualdad y estigmatización (Pérez & Torres, 2024). Cartagena, ciudad portuaria y patrimonial, presenta una dualidad similar a la de Colón: por un lado, un centro histórico altamente posicionado en el mercado turístico internacional; por otro, barrios periféricos donde se concentra población en situación de pobreza y economías informales (Pérez & Torres, 2024).

El proyecto documentado por Pérez y Torres (2024) se enfocó en más de 120 microempresas gastronómicas familiares ubicadas en sectores populares, con el objetivo de incrementar su visibilidad, mejorar su gestión y ampliar su participación en el circuito turístico de la ciudad. La intervención combinó tres componentes principales:

- un programa intensivo de capacitación en temas de manipulación de alimentos, servicio al cliente, formalización básica y marketing digital;
- la creación de una plataforma web y aplicación móvil que funcionaba como catálogo de negocios, rutas gastronómicas y sistema de reservas; y
- una estrategia de promoción conjunta con la oficina de turismo local y operadores privados, que integró a estos negocios en recorridos culinarios y culturales (Pérez & Torres, 2024).

Los resultados más relevantes incluyeron un incremento de alrededor del 30% en el empleo formal en los micronegocios participantes, una mejora en los ingresos promedio y mayor reconocimiento de la cocina local como patrimonio de la ciudad (Pérez & Torres, 2024). Asimismo, se fortalecieron las organizaciones de base de los microempresarios, quienes pasaron de operar de forma aislada a integrarse en asociaciones y mesas de trabajo con autoridades y operadores turísticos. Los autores subrayan que la clave del éxito estuvo en la combinación de capacitación, tecnología y gobernanza colaborativa, con un rol activo del gobierno local como articulador y facilitador (Pérez & Torres, 2024).

Este caso ofrece lecciones directamente aplicables al Casco de Colón y a Sabores de Colón: la importancia de una plataforma digital robusta; la necesidad de integrar los negocios de barrio en rutas y productos turísticos concretos; la relevancia de la capacitación continua; y el rol del gobierno local en la creación de condiciones habilitantes para la inclusión de microempresas en el mercado turístico (Fernández, 2023; Pérez & Torres, 2024; UNWTO, 2019).

Cusco, Perú: datos abiertos, capacitación y turismo comunitario

Cusco, reconocido internacionalmente por su patrimonio cultural y por ser puerta de acceso a Machu Picchu, es también un laboratorio de experiencias de turismo comunitario y gastronómico articuladas a procesos de participación ciudadana y uso de datos abiertos (Sánchez, 2020). En los últimos años, la municipalidad de Cusco, con apoyo de la cooperación internacional, impulsó un proyecto piloto orientado a microempresarios turísticos y gastronómicos de zonas no tradicionales, con el propósito de diversificar la oferta y redistribuir mejor los beneficios del turismo en el territorio (Sánchez, 2020).

El proyecto descrito por Sánchez (2020) se estructuró en tres ejes:

a) la creación de un sistema de información abierto sobre servicios turísticos y gastronómicos, alimentado por datos de la municipalidad, asociaciones de emprendedores y organizaciones comunitarias;
b) capacitaciones en alfabetización digital, uso de plataformas de reservas y gestión de redes sociales; y
c) la construcción participativa de rutas temáticas que combinaban gastronomía, cultura viva y paisajes rurales.

El sistema de información se diseñó bajo principios de datos abiertos, de forma que la información sobre establecimientos, precios, horarios y características de los servicios pudiera ser consultada y reutilizada por cualquier actor, incluidas agencias de viajes, plataformas privadas y la propia ciudadanía (Maldonado, 2023; Sánchez, 2020). Esta apertura facilitó la creación de aplicaciones, mapas interactivos y materiales de promoción que pusieron en valor la oferta de pequeños emprendedores previamente invisibles en los circuitos tradicionales (Sánchez, 2020; UNWTO, 2019).

Las capacitaciones permitieron que los microempresarios desarrollaran competencias básicas en el uso de tecnologías digitales, mejoraran la presentación de sus productos y servicios, y pudieran responder de forma más efectiva a la demanda de visitantes nacionales e internacionales (Rodríguez, 2021; Sánchez, 2020). La participación comunitaria, por su parte, garantizó que las rutas diseñadas respetaran las prioridades locales, la capacidad de carga de los territorios y la autenticidad de las expresiones culturales y culinarias.

Sánchez (2020) concluye que la combinación de datos abiertos, capacitación y turismo comunitario contribuyó a aumentar el flujo de visitantes hacia zonas menos conocidas, diversificar la economía local y fortalecer la identidad cultural de las comunidades participantes. Este enfoque es especialmente relevante para el proyecto de intervención, que busca usar la tecnología y en especial la plataforma www.saboresdecolon.com como un repositorio abierto de información gastronómica y como base para la creación de rutas y circuitos culinarios colonenses.

Experiencias en ciudades y regiones de Brasil y México

En Brasil, varios estudios han mostrado cómo el turismo gastronómico ha sido utilizado como estrategia de desarrollo local en ciudades de tamaño medio y regiones rurales, especialmente a través de la creación de festivales culinarios, ferias de productos locales y circuitos enoturísticos o agroalimentarios (Fernández, 2023; Ribeiro & Amaral, 2022). En algunos casos, la articulación entre gobiernos municipales, asociaciones de productores y universidades ha permitido poner en marcha proyectos que combinan investigación, capacitación y promoción conjunta de destinos gastronómicos emergentes (Fernández, 2023).

Ribeiro y Amaral (2022) analizan, por ejemplo, un programa de rutas gastronómicas en el interior de Brasil que integró pequeños restaurantes familiares, productores de

alimentos tradicionales y eventos como “semanas gastronómicas” para atraer visitantes urbanos. El proyecto se apoyó en una plataforma en línea con fichas detalladas de los establecimientos, información sobre los platos típicos y contenidos audiovisuales que contaban la historia de las comunidades. Los autores destacan que, más allá del aumento de visitantes, el proceso generó fortalecimiento de la autoestima local y revalorización de recetas y saberes culinarios que estaban en riesgo de perderse (Ribeiro & Amaral, 2022).

En México, por su parte, se han desarrollado programas de “pueblos mágicos” y rutas gastronómicas que combinan patrimonio arquitectónico, festividades y cocina tradicional, generando oportunidades de empleo y emprendimiento, sobre todo para mujeres y jóvenes (Fernández, 2023; Méndez, 2021). Estos programas han mostrado que el éxito del turismo gastronómico depende de la capacidad de integrar a pequeños actores en cadenas de valor bien organizadas, de contar con marcos institucionales de apoyo y de desarrollar estrategias de promoción que conecten los relatos locales con las tendencias globales de búsqueda de experiencias auténticas (Méndez, 2021; UNWTO, 2019).

Aunque los contextos brasileño y mexicano presentan diferencias con el caso colonense, comparten desafíos similares: desigualdades territoriales, concentración del turismo en pocos espacios, invisibilización de actores comunitarios y necesidad de fortalecer capacidades locales. Las lecciones acumuladas en estos países refuerzan la importancia de la articulación público-privada, el papel de las universidades y centros de investigación, y el uso de herramientas digitales para consolidar destinos gastronómicos sostenibles (Fernández, 2023; Méndez, 2021; Ribeiro & Amaral, 2022).

Aprendizajes para el Casco de Colón y el proyecto Sabores de Colón

Los casos de Cartagena, Cusco, Brasil y México muestran que el turismo gastronómico puede convertirse en un motor significativo de desarrollo local cuando se dan ciertas condiciones clave:

- la existencia de una oferta culinaria auténtica y diversa;
- la articulación de actores públicos, privados y comunitarios en modelos de gobernanza colaborativa;
- la implementación de procesos de capacitación en gestión y tecnología;
- la creación de plataformas digitales y sistemas de información abiertos sobre la oferta turística; y
- la incorporación de la gastronomía en narrativas más amplias de identidad y orgullo territorial (Fernández, 2023; Pérez & Torres, 2024; Sánchez, 2020; UNWTO, 2019, 2022).

En particular, el énfasis en el uso de plataformas tecnológicas, catálogos digitales y datos abiertos es una constante en los casos analizados, lo que refuerza la pertinencia de la plataforma www.saboresdecolon.com como pieza central de la intervención en el Casco de Colón (Rodríguez, 2021; Sabores de Colón, 2025). Asimismo, la importancia de la participación comunitaria y de la construcción de redes de apoyo entre microempresarios, instituciones y sociedad civil coincide plenamente con el enfoque de capital social y gobierno abierto que sustenta este proyecto (García, 2019; Maldonado, 2023; Putnam, 2000; Sánchez, 2020).

En síntesis, los casos relevantes regionales ofrecen evidencias concretas de que la combinación de gastronomía, tecnología y gobernanza participativa puede contribuir a la inclusión económica, la generación de empleo y la revitalización de territorios históricamente marginados, aportando argumentos sólidos para la viabilidad y pertinencia de la propuesta Sabores de Colón.

2.1.2. Referencias Prácticas

Además de los casos formales documentados como estudios académicos, en América Latina se observan múltiples experiencias prácticas donde festivales, rutas gastronómicas, cámaras sectoriales, presupuestos participativos y estrategias digitales han sido utilizados para dinamizar economías locales, fortalecer identidades culturales y posicionar destinos emergentes en el mapa del turismo gastronómico (Fernández, 2023; Organización Mundial del Turismo [UNWTO], 2019, 2022). Estas referencias permiten identificar instrumentos y modelos de acción concretos que dialogan directamente con la propuesta de este proyecto de intervención.

Ferias y festivales gastronómicos como herramientas de reactivación económica

Varios estudios evidencian que los festivales gastronómicos, cuando se planifican con criterios de sostenibilidad y participación local, pueden funcionar como catalizadores de reactivación económica, especialmente en territorios con limitada infraestructura turística formal (Fernández, 2023; Wu et al., 2014). En Portoviejo (Ecuador), por ejemplo, una investigación reciente analizó el impacto de festivales gastronómicos en parroquias rurales del cantón, concluyendo que estos eventos incrementaron las ventas y el reconocimiento gastronómico de las comunidades participantes, contribuyendo al ingreso de las familias dedicadas a la preparación y comercialización de alimentos (Morán & Cedeño, 2023). Aunque el estudio señala que el efecto sobre la calidad de vida aún no es plenamente significativo, subraya que los festivales son una estrategia efectiva para activar el turismo y el comercio, siempre que se acompañen de políticas complementarias de apoyo productivo y social (Morán & Cedeño, 2023).

Un caso muy ilustrativo es el del “Festival del Cangrejo” en el cantón Naranjal (Ecuador), documentado por Flores et al. (2020). El municipio, en coordinación con la prefectura

provincial, transformó una feria gastronómica local en un festival que combina competencias culinarias, presentaciones culturales y actividades de formación para prestadores de servicios gastronómicos. Esta iniciativa se articuló con capacitaciones en buenas prácticas de manufactura, desarrollo de nuevos productos, técnicas culinarias y marketing, orientadas a poner en valor la cultura culinaria basada en el cangrejo y otros recursos locales (Flores et al., 2020). Los autores destacan que el festival contribuyó a reforzar la identidad regional, a diversificar la oferta turística y a visibilizar nuevos emprendimientos, al tiempo que generó alianzas entre municipio, productores y empresarios del sector (Flores et al., 2020; Hubbard et al., 2012; Wu et al., 2014).

La experiencia de Naranjal es particularmente relevante para este proyecto de intervención porque muestra cómo un festival temático puede convertirse en marca de destino, vinculando un producto icónico (el cangrejo, en ese caso) con la imagen del territorio, generando contenido comunicacional potente y atrayendo visitantes que buscan experiencias auténticas (Flores et al., 2020). En el caso colonense, el Festival Sabores de Colón puede jugar un papel similar al posicionar platos emblemáticos afrocaribeños y colonenses como símbolos de identidad gastronómica.

Presupuesto participativo y festivales gastronómicos en ciudades intermedias

Otra referencia práctica interesante proviene de la ciudad de Río Cuarto (Argentina), donde un festival gastronómico fue diseñado y financiado a través de un mecanismo de Presupuesto Participativo (Municipalidad de Río Cuarto, 2025). El proyecto, propuesto por vecinos y emprendedores locales, tenía como objetivo crear un evento donde productores y negocios gastronómicos de la ciudad y su zona de influencia pudieran presentar sus productos, generar ventas y fortalecer la identidad culinaria local (Municipalidad de Río Cuarto, 2025).

El carácter participativo del proyecto es relevante para el enfoque de gobierno abierto del presente trabajo, ya que fue la ciudadanía quien priorizó el festival como iniciativa ganadora, otorgándole legitimidad social y asegurando una base de apoyo comunitario para su realización (Municipalidad de Río Cuarto, 2025). Según la descripción institucional, el festival buscaba ser un espacio de encuentro familiar, promoción de emprendimientos gastronómicos y consolidación de la ciudad como lugar de referencia en materia de gastronomía y espectáculos, integrando componentes culturales, recreativos y económicos (Municipalidad de Río Cuarto, 2025).

Esta práctica sugiere que mecanismos de participación como el presupuesto participativo pueden ser usados para cofinanciar o co-diseñar futuras ediciones de Sabores de Colón, involucrando a la ciudadanía en la definición de prioridades, actividades y criterios de selección de emprendimientos, lo cual reforzaría la dimensión de gobierno abierto del proyecto.

Festivales y productos emblemáticos como marcas territoriales

En varios países latinoamericanos se ha demostrado que vincular un producto gastronómico emblemático con un festival o ruta puede contribuir a construir una marca territorial sólida. El artículo de Duque y colegas (2020), por ejemplo, revisa casos en Mendoza (Argentina), Oaxaca (México) y Morretes (Brasil), donde el turismo gastronómico se ha utilizado como herramienta de desarrollo local en torno a productos como el vino, la cocina tradicional o platos específicos como el “barreado” (Duque et al., 2020).

En Mendoza, la Ruta del Vino integra bodegas, restaurantes, alojamientos rurales y servicios complementarios, creando un producto turístico complejo que combina paisaje, gastronomía y cultura vitivinícola (Duque et al., 2020). En Oaxaca, el festival de la Guelaguetza y las fiestas culinarias asociadas han posicionado la cocina oaxaqueña

como una de las más reconocidas de México, articulando mercados, cocineras tradicionales, chefs contemporáneos y artesanos en un ecosistema creativo (Duque et al., 2020). En Morretes, el plato típico “barreado” se ha convertido en atractivo central de una ruta gastronómica que integra historia, territorio y cocina local (Duque et al., 2020).

Estos casos muestran la importancia de consolidar un relato que conecte el producto gastronómico con la historia, la cultura y el paisaje, así como la necesidad de coordinar actores públicos y privados para garantizar la calidad de la experiencia turística (Duong, 2020; Duque et al., 2020; UNWTO, 2019). En el contexto colonense, Sabores de Colón puede contribuir a consolidar la gastronomía afrocaribeña de Colón como marca territorial, integrando microempresas gastronómicas con otros recursos culturales de la ciudad.

Cámaras, redes y estructuras de apoyo al turismo gastronómico

La creación de estructuras específicas para el turismo gastronómico, como cámaras y asociaciones sectoriales, es otra referencia práctica relevante. En Panamá, la creación de la primera Cámara de Turismo Gastronómico, impulsada con el apoyo de la Autoridad de Turismo de Panamá, ha sido presentada como un paso significativo para estructurar y promover la oferta culinaria del país, apoyar a restauradores, chefs y productores agrícolas, y atraer turistas interesados en experiencias auténticas (Visit Latin America, 2024). Esta cámara tiene como misión fortalecer la identidad culinaria panameña, apoyar a los actores de la cadena gastronómica y posicionar a Panamá como destino gastronómico en América Latina (Visit Latin America, 2024).

La existencia de esta instancia abre posibilidades de articulación para Sabores de Colón, que puede vincular a los microempresarios del Casco de Colón con redes nacionales de promoción gastronómica, facilitando su participación en campañas, ferias y programas de fortalecimiento empresarial. A la vez, refuerza la idea de que el turismo gastronómico

requiere estructuras organizativas que coordinen esfuerzos dispersos y representen los intereses del sector ante el Estado y otros actores (Fernández, 2023; Visit Latin America, 2024).

Tecnología, estrategias digitales y datos abiertos en gastronomía

En el plano de la tecnología y las estrategias digitales, diversos documentos subrayan el papel central de las plataformas web, las redes sociales y los contenidos digitales en la promoción de destinos gastronómicos y en la articulación de actores locales (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2019; Duong, 2020; Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2012). El BID, por ejemplo, ha señalado que la combinación de gastronomía, arte y nuevas tecnologías abre oportunidades para la creación de “distritos creativos” urbanos donde la cocina funciona como motor de revitalización y cohesión social (BID, 2019).

La OECD (2012) destaca que la comida suele representar una proporción importante del gasto turístico y que las experiencias culinarias pueden servir de puente entre productores locales, emprendedores culturales y gestores de destinos. En sus estudios de caso, se observa cómo la utilización de internet y redes sociales permite a restaurantes y mercados locales posicionarse en mercados globales, construir comunidades de seguidores y contar historias que refuerzan la autenticidad del destino (OECD, 2012).

En términos de datos abiertos, iniciativas de ciudades y destinos que publican información sobre restaurantes, mercados, festivales y eventos en formatos reutilizables han permitido el desarrollo de aplicaciones, mapas y servicios de valor agregado para turistas y residentes (Maldonado, 2023; UNWTO, 2019). La integración de datos abiertos en el proyecto Sabores de Colón, a través de la plataforma www.saboresdecolon.com,

se alinea con estas tendencias, permitiendo que la información sobre la oferta gastronómica colonense sea consultada, reutilizada y ampliada por diversos actores.

Gastronomía como catalizador de desarrollo urbano

Finalmente, algunas reflexiones recientes abordan el papel de la gastronomía como catalizador de procesos de regeneración urbana y construcción de nuevas centralidades en ciudades latinoamericanas (BID, 2019; Duque et al., 2020; UNWTO, 2019). El Banco Interamericano de Desarrollo ha planteado que la gastronomía, cuando se vincula a políticas de espacio público, movilidad, cultura y economía creativa, puede contribuir a transformar áreas degradadas en “distritos gastronómicos” o “barrios creativos”, generando nuevas dinámicas económicas y sociales (BID, 2019; Martínez, 2020).

Estos enfoques invitan a comprender Sabores de Colón no solo como un festival puntual, sino como parte de una posible estrategia de regeneración del Casco de Colón, donde la gastronomía, el arte, la música y la participación ciudadana se articulen en torno a una visión compartida de ciudad más inclusiva, vibrante y abierta. La experiencia internacional sugiere que, para lograrlo, es fundamental asegurar la participación activa de la comunidad local, la protección contra procesos de gentrificación excluyente y la integración de los beneficios económicos en las comunidades históricamente marginadas (Duong, 2020; Martínez, 2020; UNWTO, 2022).

2.2. Fundamentación teórica

El proyecto se sustenta en varias teorías clave que explican y orientan el impacto de la tecnología, la gobernanza y la participación ciudadana en el desarrollo local sostenible, así como en la generación de capital social y empleo en sectores estratégicos.

La fundamentación teórica del proyecto se estructura en torno a cuatro grandes ejes conceptuales: a) desarrollo local sostenible; b) innovación tecnológica en la

microempresa; c) gobierno abierto; y d) capital social y participación ciudadana. Estos marcos permiten comprender cómo la tecnología, la transparencia y la colaboración pueden transformar el turismo gastronómico en motor de desarrollo para el Casco de Colón (García, 2019; Rodríguez, 2021; Sánchez, 2020; UNWTO, 2022).

a. Teoría del Desarrollo Local Sostenible

La teoría del desarrollo local sostenible plantea que el progreso económico, social y ambiental debe promoverse a partir de las capacidades endógenas de los territorios, la participación activa de los actores locales y la articulación de políticas que integren crecimiento, equidad y preservación del patrimonio natural y cultural (Sánchez, 2020; UNWTO, 2022). Desde esta perspectiva, el turismo, y en particular el turismo gastronómico, se concibe como un sector con gran potencial para crear empleo, agregar valor a productos locales y fortalecer la identidad cultural, siempre que se gestione de manera responsable y participativa (Fernández, 2023; UNWTO, 2019).

En el caso del Casco de Colón, el desarrollo local sostenible implica aprovechar la riqueza gastronómica y cultural del territorio como palanca de dinamización económica, al tiempo que se atienden los desafíos de exclusión social, informalidad y deterioro urbano (PNUD, 2014; UNESCO, 2016). El proyecto Sabores de Colón se alinea con esta teoría al buscar una intervención que combine la generación de ingresos y empleo con la preservación de prácticas culinarias tradicionales, la inclusión de microempresarios y la construcción de una imagen positiva y resiliente de la ciudad (Pérez & Torres, 2024; Sánchez, 2020).
Conceptos derivados:

- **Sostenibilidad económica, social y ambiental**: es un enfoque integral de desarrollo que busca satisfacer las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas, asegurando el

equilibrio entre crecimiento económico, bienestar social y protección ambiental (ONU, 2015; UNWTO, 2022).

- **Económica**: Implica que las actividades productivas sean viables a largo plazo, generen empleos e ingresos de manera estable y reduzcan la pobreza, contribuyendo al desarrollo local y nacional (UNWTO, 2022).
- **Social**: Busca promover la equidad, la inclusión y el acceso justo a los beneficios del desarrollo para todos los grupos sociales, fortaleciendo la cohesión comunitaria y cultural (Sánchez, 2020; Maldonado, 2023).
- **Ambiental**: Procura el manejo responsable y la conservación de los recursos naturales, minimizando los impactos negativos y garantizando la regeneración de los ecosistemas (UNWTO, 2022).

- **Participación de actores locales**: es la integración activa y decisiva de integrantes de la comunidad (ciudadanos, microempresarios, autoridades locales, organizaciones civiles, etc.) en los procesos de diagnóstico, diseño, implementación, monitoreo y evaluación de proyectos y políticas públicas. Esta participación asegura la adecuación de las intervenciones a las realidades locales, fortalece el sentido de pertenencia y la corresponsabilidad, y aumenta la sostenibilidad social de los proyectos (García, 2019; Maldonado, 2023; ONU, 2015).
- **Innovación comunitaria**: implica el desarrollo y la adopción de nuevas ideas, métodos, tecnologías o productos generados o adaptados por y para la propia comunidad, en respuesta a sus necesidades, prioridades y potencialidades. Esta innovación puede ser tecnológica, social, organizacional o cultural, y tiene como objetivo mejorar la calidad de vida y fortalecer la resiliencia local (Rodríguez, 2021; Pérez & Torres, 2024; UNWTO, 2022). La innovación comunitaria se basa en el conocimiento local, la participación colaborativa y la creatividad colectiva.

b. Teoría de la Innovación Tecnológica en la Microempresa

La teoría de la innovación tecnológica en la microempresa sostiene que la incorporación de tecnologías digitales como plataformas web, redes sociales, sistemas de pago, herramientas de gestión, etc., tiene efectos transformadores en la productividad, la competitividad y la capacidad de inserción en nuevos mercados de las pequeñas unidades productivas (Rodríguez, 2021; Pérez & Torres, 2024). Para las microempresas gastronómicas, el uso de plataformas digitales permite ampliar su alcance más allá del entorno inmediato, mejorar su relación con los clientes, sistematizar información sobre su oferta y participar en circuitos turísticos más amplios (Fernández, 2023; UNWTO, 2022).

Rodríguez (2021) destaca que la alfabetización digital y el acceso a herramientas tecnológicas son condiciones esenciales para reducir brechas entre grandes empresas y pequeños negocios, habilitando la participación de estos últimos en redes colaborativas y mercados más exigentes. En el proyecto Sabores de Colón, la creación y gestión del sitio web www.saboresdecolon.com, así como el uso de redes sociales y contenidos digitales, se conciben como expresiones concretas de esta teoría, orientadas a potenciar la visibilidad y profesionalización de los microempresarios del Casco de Colón.

Conceptos derivados:

- **Alfabetización digital**: es el conjunto de habilidades, conocimientos y actitudes que permiten a una persona usar de manera crítica y segura las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), no solo para acceder, analizar y producir información, sino también para comunicarse y participar en la sociedad digital. Incluye desde el uso básico de dispositivos y aplicaciones hasta competencias avanzadas para la gestión de datos y la resolución de problemas en entornos digitales (Rodríguez, 2021; Pérez & Torres, 2024). “La alfabetización digital es esencial para la adaptación a los cambios tecnológicos, permitiendo el acceso a oportunidades educativas, laborales y sociales en la economía actual.” Rodríguez, S. (2021).

- **Plataformas tecnológicas**: son sistemas digitales integrados (software y hardware) que ofrecen servicios o soluciones para la gestión, comunicación, intercambio o comercialización de información, bienes y servicios entre usuarios y proveedores. En el contexto empresarial y comunitario, facilitan la interacción, el aprendizaje, la compra y la venta en entornos virtuales, además de servir como infraestructura clave para la innovación y el desarrollo económico local (Rodríguez, 2021; UNWTO, 2022): "El uso de plataformas tecnológicas permite a las microempresas ampliar sus mercados, mejorar sus procesos y aumentar su visibilidad y eficiencia." UNWTO. (2022).
- **Competitividad empresarial**: es la capacidad de una empresa (o conjunto de empresas, incluyendo microempresas y emprendedores) para posicionarse exitosamente en el mercado, manteniendo o aumentando su participación mediante la generación de valor, calidad, innovación y eficiencia en sus procesos y productos. Esencialmente, es el grado en que una empresa puede lograr un crecimiento sostenible, adaptarse a los cambios y diferenciarse frente a sus competidores (Pérez & Torres, 2024; García, 2019). "La competitividad empresarial depende de la capacidad de innovar, adoptar tecnologías, gestionar eficazmente los recursos y responder a las necesidades del mercado." Pérez, F., & Torres, L. (2024).

c. Teoría del Gobierno Abierto

El enfoque de gobierno abierto plantea que la transparencia, la rendición de cuentas, los datos abiertos y la participación ciudadana fortalecen la legitimidad de las instituciones, mejoran la calidad de las políticas públicas y generan entornos más favorables para el desarrollo económico y social (García, 2019; Maldonado, 2023; Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2015). Desde esta teoría, la apertura de información y la co-creación con la ciudadanía se convierten en herramientas clave para reducir asimetrías, combatir la corrupción y fomentar la innovación en la gestión pública (García, 2019).

Aplicado al turismo gastronómico, el gobierno abierto implica que las decisiones sobre promoción turística, asignación de recursos, programas de apoyo a microempresarios y diseño de rutas o festivales se realicen con información disponible y accesible, con participación activa de los actores del territorio y con mecanismos claros de seguimiento y evaluación (Maldonado, 2023; UNWTO, 2022). El proyecto Sabores de Colón incorpora esta perspectiva al proponer que la información sobre la oferta gastronómica, los beneficiarios, los apoyos institucionales y los resultados del festival se gestione bajo principios de transparencia y datos abiertos, y que las decisiones estratégicas se tomen mediante procesos participativos (García, 2019; ONU, 2015).

Conceptos derivados:

- **Transparencia gubernamental**: es el principio y la práctica por la cual los gobiernos ponen a disposición del público, de manera clara, accesible y comprensible, la información sobre su gestión, decisiones, fondos, políticas y resultados. Su objetivo es asegurar el derecho ciudadano al acceso a la información, facilitar el control social y prevenir la corrupción, constituyendo un pilar fundamental del gobierno abierto y la democracia (García, 2019; ONU, 2015): "La transparencia gubernamental promueve la confianza en las instituciones, habilita la rendición de cuentas y permite participar de manera informada en los asuntos públicos." García, M. (2019).
- **Datos abiertos**: son aquellos datos producidos o gestionados por entidades públicas o privadas que se ponen a disposición del público, en formatos digitales, libres de restricciones legales y técnicas, permitiendo su libre acceso, uso, reutilización y redistribución por cualquier persona. Los datos abiertos son cruciales para la innovación, la rendición de cuentas y la creación de servicios y aplicaciones de valor público (ONU, 2015; Maldonado, 2023): "El movimiento de datos abiertos fomenta procesos más transparentes y participativos, así como ecosistemas de innovación basados en la reutilización de información pública." Maldonado, P. (2023).

- **Participación institucional**: es el proceso mediante el cual las instituciones formales (gobiernos, organismos autónomos, entidades educativas, cámaras empresariales, ONGs, etc.) se integran activamente en espacios de deliberación, diseño, implementación o evaluación de políticas y proyectos públicos. Supone la colaboración interinstitucional, el reconocimiento de la diversidad de actores y fortalece la gobernanza colaborativa, la toma de decisiones democrática y el alcance de metas comunes (García, 2019; ONU, 2015): "La participación institucional, junto con el involucramiento ciudadano, permite coordinar recursos, competencias y legitimidad, fortaleciendo la efectividad y la sostenibilidad de las políticas públicas." ONU (2015).

d. Teoría del Capital Social y Participación Ciudadana

La teoría del capital social sostiene que las redes de confianza, cooperación y reciprocidad entre personas, grupos e instituciones constituyen un recurso fundamental para el desarrollo local, al facilitar la acción colectiva, el intercambio de recursos y la innovación social (Putnam, 2000; Sánchez, 2020). Vinculada a ella, la participación ciudadana se entiende como el proceso mediante el cual la población se involucra en la planificación, ejecución y evaluación de políticas y proyectos, incrementando su capacidad de incidencia y empoderamiento (García, 2019; ONU, 2015). La colaboración entre ciudadanos, sector privado y gobiernos fomenta el sentido de pertenencia, incrementa la capacidad de solución de problemas y multiplica los beneficios individuales y colectivos.

En territorios como el Casco de Colón, caracterizados por históricas brechas de confianza entre comunidad e instituciones, fortalecer el capital social implica crear espacios donde microempresarios, autoridades locales, organizaciones comunitarias y ciudadanía dialoguen, co-creen iniciativas y construyan una visión compartida de desarrollo (Sánchez, 2020). Sabores de Colón, al reunir a emprendedores, visitantes y

múltiples aliados institucionales en torno a la gastronomía y la cultura colonense, se convierte en un dispositivo idóneo para profundizar estas redes y procesos participativos (Pérez & Torres, 2024; UNWTO, 2022).

Conceptos derivados:

- **Redes de apoyo comunitario**: son sistemas formales e informales de relaciones sociales, cooperación y asistencia mutua que existen entre individuos, familias, organizaciones y grupos dentro de una comunidad. Estas redes permiten compartir recursos, información, saberes, solidaridad y auxilio en situaciones de necesidad, facilitando la resiliencia y el bienestar colectivo (Maldonado, 2023; Sánchez, 2020): “Las redes de apoyo comunitario fortalecen la capacidad de respuesta frente a desafíos y crisis, promoviendo la inclusión y el apoyo a los sectores más vulnerables.” Maldonado, P. (2023).
- **Cohesión social**: es el grado de integración, confianza y sentido de pertenencia entre los miembros de una comunidad, grupo o sociedad. Se manifiesta en relaciones de solidaridad, respeto por la diversidad, cooperación y cumplimiento de normas compartidas, y es un factor clave para la estabilidad social, el desarrollo humano y la convivencia democrática (Sánchez, 2020; ONU, 2015): “La cohesión social es indispensable para el desarrollo sostenible, la prevención de la violencia y la consolidación de comunidades participativas y resilientes.” Sánchez, R. (2020).
- **Empoderamiento ciudadano**: es el proceso mediante el cual las personas y los colectivos adquieren mayor autonomía, conocimientos, habilidades y capacidades para influir en las decisiones y actuaciones que afectan su vida y entorno. Se relaciona con el acceso a la información, la participación en la gestión pública y la posibilidad de incidir en políticas, proyectos y recursos, incrementando la agencia social e individual (García, 2019; ONU, 2015): “El empoderamiento ciudadano es fundamental para fortalecer la democracia, la transparencia y el desarrollo inclusivo en las comunidades.” García, M. (2019).

2.3. Marco Conceptual

A continuación, se definen los conceptos y términos recurrentes utilizados fundamentando su significado desde la literatura especializada y las prácticas institucionales en turismo, gastronomía, innovación, gestión pública y participación ciudadana.

Definición de términos recurrentes

- **Microempresario**: Persona que gestiona una empresa de pequeña escala, generalmente familiar, con bajo capital y limitado acceso a tecnología o financiamiento formal (Pérez & Torres, 2024).
- **Desarrollo local sostenible**: Proceso endógeno de crecimiento económico, equidad social y gestión ambiental, impulsado por la comunidad local (UNWTO, 2022).
- **Tecnología digital**: Herramientas, plataformas y recursos que permiten la gestión, promoción y comercialización eficiente de productos y servicios a través de internet y dispositivos inteligentes (Rodríguez, 2021).
- **Gobierno abierto**: Enfoque de gestión institucional basado en la transparencia, la rendición de cuentas, el acceso abierto a datos y la participación social en la toma de decisiones (García, 2019).
- **Participación ciudadana**: Proceso por el cual los miembros de la comunidad interactúan en decisiones públicas y proyectos, influyendo en las acciones y generando corresponsabilidad social.
- **Capital social**: Conjunto de relaciones, redes de colaboración y confianza mutua entre actores sociales que facilita el desarrollo de iniciativas locales y el intercambio de recursos (Sánchez, 2020).

- **Microempresa**: Unidad económica de muy baja escala, usualmente familiar, que opera con recursos e infraestructura limitada y cuyo alcance comercial suele estar restringido al entorno local (Pérez & Torres, 2024).
- **Emprendedor**: Individuo que organiza y administra una iniciativa comercial, productiva o de servicios, asumiendo riesgos y aprovechando oportunidades para crear valor en su entorno (Rodríguez, 2021).
- **Turismo sostenible**: Modelo de actividad turística que considera la protección del medio ambiente, la conservación de la cultura local y el bienestar de las comunidades receptoras, garantizando su viabilidad futura (UNWTO, 2022).
- **Turismo comunitario**: Tipo de turismo gestionado y promovido por la propia comunidad, que busca generar beneficios económicos y sociales locales a partir de la participación ciudadana y el aprovechamiento de los valores culturales y naturales.
- **Gastronomía local**: Conjunto de prácticas culinarias y tradiciones alimentarias propias de una región, relacionada con su identidad, historia y cultura colectiva (Sánchez, 2020).
- **Innovación social**: Proceso de desarrollo e implementación de nuevas estrategias, conceptos, ideas y organizaciones que satisfacen necesidades sociales actuales, generando valor y mejoras sustentables.
- **Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)**: Conjunto de recursos, herramientas y sistemas tecnológicos utilizados para gestionar, procesar, distribuir y acceder a información de manera eficiente y digital (Rodríguez, 2021).
- **Plataformas digitales**: Infraestructuras tecnológicas en línea (sitios web, apps, marketplaces, redes sociales) que facilitan la promoción, comercialización y gestión de productos, servicios y eventos.
- **Marketing digital**: Estrategia comercial que utiliza medios, canales y plataformas digitales para promocionar productos y servicios, optimizar el alcance y captar nuevos clientes.

- **Datos abiertos**: Información pública facilitada en formatos accesibles y reutilizables, con el objetivo de promover transparencia, innovación y participación (García, 2019).
- **Transparencia institucional**: Principio de gestión pública que implica hacer accesible la información y los procesos administrativos, permitiendo el control ciudadano y la rendición de cuentas.
- **Gobernanza colaborativa**: Modelo de gestión pública donde diversos actores (gobierno, privados, sociedad civil) participan de modo activo en la toma de decisiones, diseño e implementación de políticas (Maldonado, 2023).
- **Participación ciudadana**: Involucramiento de la población en los procesos de planificación, ejecución y evaluación de proyectos, políticas y acciones públicas, fortaleciendo la corresponsabilidad social y pública.
- **Inclusión social**: Proceso por el cual todas las personas y grupos tienen las mismas oportunidades de participación económica, social, política y cultural, evitando la marginalización y promoviendo equidad.
- **Capital social**: Red de relaciones de confianza, colaboración y reciprocidad entre personas, grupos e instituciones que facilita el logro de metas comunes y el desarrollo local.
- **Identidad cultural**: Conjunto de valores, costumbres, tradiciones, creencias y expresiones que definen y distinguen a una comunidad o territorio.
- **Desarrollo económico local**: Proceso de dinamización de las actividades económicas en un territorio específico, con participación de actores públicos y privados, dirigido a incrementar el empleo, ingresos y bienestar social.
- **Ecosistema emprendedor**: Conjunto de interacciones entre emprendedores, instituciones, políticas, recursos, infraestructura, redes y mercado que favorecen la creación, sostenibilidad y éxito de nuevas iniciativas económicas.
- **Redes de apoyo**: Estructuras formales e informales integradas por individuos y organizaciones que colaboran y se brindan asistencia mutua para enfrentar retos y aprovechar oportunidades.

- **Sostenibilidad**: Principio que orienta la gestión de recursos, actividades y políticas con el objetivo de mantener el equilibrio ecológico, social y económico, asegurando el bienestar presente y futuro.
- **Empoderamiento**: Proceso de fortalecimiento de capacidades, autonomía y liderazgo en personas o grupos que les permite influir positivamente en su entorno y acceder a más oportunidades.

Los conceptos desarrollados en este marco conceptual no operan de manera aislada, sino como componentes interdependientes dentro de una misma lógica de intervención. La alfabetización digital constituye una condición de entrada para que los microempresarios puedan utilizar herramientas tecnológicas y plataformas virtuales de promoción, comercialización y relacionamiento. A su vez, dichas plataformas amplían la visibilidad de los negocios y fortalecen su competitividad en un contexto donde la presencia digital incide cada vez más en la atracción de clientes, la diferenciación comercial y el acceso a oportunidades de mercado.

Este proceso se fortalece mediante los principios de gobierno abierto, particularmente la transparencia, el acceso a la información y la participación, que facilitan la circulación de datos útiles, la articulación con instituciones y la construcción de confianza entre actores. La posibilidad de contar con información abierta sobre la oferta gastronómica local, los avances del proyecto y los mecanismos de apoyo disponibles amplía las capacidades de decisión de los microempresarios y reduce asimetrías de información que históricamente han limitado su desarrollo.

Asimismo, el aprovechamiento de la tecnología y de la apertura institucional solo adquiere sostenibilidad si se inserta en un entorno de capital social y redes de apoyo comunitario. En esa medida, el fortalecimiento individual de capacidades digitales y empresariales se proyecta hacia resultados colectivos cuando los emprendedores participan en espacios de colaboración, construyen vínculos de confianza y se integran

a dinámicas de desarrollo local más amplias. Desde esta perspectiva, el proyecto articula tecnología, gobierno abierto, competitividad y capital social como pilares complementarios de una estrategia de transformación territorial.

Definición de categorías de emprendedores

A continuación, se definen las categorías de emprendedores a ser utilizados en este proyecto de intervención:

- Emprendedores registrados: Microempresarios gastronómicos del Casco de Colón que han sido incorporados a la base de datos de Sabores de Colón, con información mínima validada (nombre del negocio, persona de contacto, ubicación y tipo de oferta).
- Emprendedores inscritos: Microempresarios gastronómicos que, además de estar registrados en la base de datos, han completado el formulario de inscripción al proyecto de intervención 2026 y han firmado su consentimiento para participar en las actividades de formación, acompañamiento y seguimiento.
- Emprendedores participantes: Emprendedores inscritos que efectivamente han tomado parte en una o más actividades específicas del proyecto (festival, talleres, mentorías, etc.), registrando asistencia en las listas oficiales de cada actividad.

2.4. Marco Legal

El proyecto se enmarca en un conjunto de normas nacionales e internacionales que respaldan el fomento del emprendimiento, el turismo sostenible, la transparencia y la participación ciudadana.

A nivel internacional, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, adoptada por la Organización de las Naciones Unidas en 2015, establece 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), entre los que destacan el ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico), el ODS 10 (reducción de las desigualdades) y el ODS 11 (ciudades y

comunidades sostenibles) (ONU, 2015). Estos objetivos promueven la generación de empleo digno, la inclusión socioeconómica de grupos vulnerables y la planificación urbana sostenible, elementos íntimamente vinculados con el propósito de Sabores de Colón.

La Organización Mundial del Turismo ha emitido documentos y lineamientos que orientan el desarrollo de un turismo más inclusivo, sostenible e innovador, reconociendo al turismo gastronómico como vector de diversificación de la oferta, revitalización de territorios y fortalecimiento de la economía local (UNWTO, 2019, 2022). En particular, las *Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism* proporcionan recomendaciones sobre gobernanza, participación, integración de productores locales y construcción de identidad gastronómica, que sirven de referencia directa para este proyecto (UNWTO, 2019).

En el plano nacional, la Ley 52 de 2007 sobre promoción del emprendimiento y la microempresa establece marcos para apoyar a pequeños negocios mediante programas de capacitación, financiamiento y simplificación de trámites, lo que resulta relevante para los microempresarios gastronómicos del Casco de Colón (García, 2019). La Política Turística Nacional 2018–2025, liderada por la Autoridad de Turismo de Panamá, reconoce el turismo como motor de desarrollo y prioriza la economía creativa, el turismo cultural y comunitario y la innovación en la gestión de destinos, ofreciendo un marco de referencia para iniciativas como Sabores de Colón (ATP, 2018).

En materia de transparencia y gobierno abierto, El marco jurídico panameño respalda directamente el enfoque de gobierno abierto de este proyecto, partiendo de la Constitución Política que reconoce el derecho de acceso a la información de carácter público (Constitución Política de la República de Panamá, 2004). Este derecho se desarrolla en la Ley 6 de 2002, que establece obligaciones de publicidad activa, regula la acción de hábeas data y fija responsabilidades y sanciones para garantizar la

transparencia en la gestión pública (Asamblea Legislativa de Panamá, 2002). La creación de la Autoridad Nacional de Transparencia y Acceso a la Información mediante la Ley 33 de 2013 refuerza este esquema institucional, al asignarle la promoción y supervisión del cumplimiento de la normativa de transparencia (Asamblea Nacional de Panamá, 2013). A ello se suma el Decreto Ejecutivo 511 de 2017, que adopta la Política Pública de Transparencia de Datos Abiertos de Gobierno y define principios y obligaciones para la apertura de datos en las instituciones públicas, así como la participación de Panamá en la Alianza para el Gobierno Abierto mediante planes de acción nacionales que incorporan compromisos específicos en transparencia, datos abiertos y participación ciudadana (Órgano Ejecutivo de Panamá, 2017; Open Government Partnership, 2021, 2024). Este conjunto de normas y compromisos ofrece un soporte normativo sólido para que el proyecto de intervención y Sabores de Colón gestione información sobre la oferta gastronómica del Casco de Colón de forma abierta, accesible y reutilizable, en coherencia con los principios de gobierno abierto y control social.

2.5. Marco Institucional

El desarrollo y la sostenibilidad del Casco de Colón involucran a múltiples actores e instituciones que regulan, promueven y apoyan la economía local, el turismo y la innovación social. Entre los principales actores están:

- Autoridad de Turismo de Panamá (ATP): Entidad responsable de la promoción turística y la gestión de políticas públicas en el sector, con iniciativas centradas en impulsar el turismo cultural, la gastronomía y el desarrollo local sostenible (ATP, 2018).
- Alcaldía de Colón: Institución municipal encargada de la administración local, promoción económica y cooperación con gremios empresariales y comunitarios para mejorar la infraestructura y la oferta turística y comercial.
- Organizaciones Gremiales y Asociaciones de Microempresarios: Actores claves en la gestión del emprendimiento local, especialmente en turismo y gastronomía,

que trabajan en articulación con entidades públicas y privadas para capacitar, promover y fortalecer a sus miembros.

- Instituciones de Educación y Capacitación: Institutos técnicos, centros de formación y universidades que ofrecen formación en gestión empresarial, tecnologías digitales y turismo, contribuyendo a elevar las capacidades técnicas de los microempresarios (Rodríguez, 2021).
- Entidades de Gobierno Abierto y Transparencia: Organismos que promueven la apertura gubernamental, facilitando el acceso a datos públicos, participación ciudadana y la rendición de cuentas, mejorando la gobernabilidad local (García, 2019).
- Organizaciones de la Sociedad Civil y Cooperación Internacional: Participan en proyectos de desarrollo local, innovación social, y programas de fortalecimiento comunitario, apoyando iniciativas de turismo inclusivo y gestión sostenible.

El marco institucional en el Casco de Colón tiene un papel esencial para diseñar, implementar y sostener proyectos que integren tecnología, gobierno abierto y participación social, alineándose con políticas nacionales referidas en la Agenda 2030 y las estrategias de turismo sostenible.

2.6. Marco Histórico

El Casco de Colón es la zona fundacional y corazón histórico de la ciudad de Colón, capital de la provincia de Colón, y uno de los puertos de mayor importancia en Panamá y Centroamérica. Fundada en 1850 como punto de llegada para la construcción del ferrocarril panameño, su desarrollo está estrechamente ligado a la incorporación del Canal de Panamá y a la posterior expansión económica que generó como centro logístico y comercial internacional (INEC, 2023). Este lugar también se ha caracterizado por su diversidad cultural, producto de la migración de numerosos grupos étnicos,

particularmente afrocaribeños, que han contribuido a crear una identidad local rica y multifacética (UNESCO, 2016).

Históricamente, el Casco de Colón ha experimentado ciclos de prosperidad y decadencia: mientras su auge estuvo vinculado a la bonanza canalera y el comercio internacional, en las últimas décadas ha enfrentado problemas de marginalidad social, deterioro urbano y déficit en infraestructura turística, lo que ha impactado negativamente la economía local y las oportunidades de empleo formales (García, 2019). Sin embargo, desde inicios del siglo XXI, ha habido crecientes esfuerzos públicos y privados para la revitalización basada en el turismo cultural y gastronómico, enfatizando la preservación del patrimonio y la incorporación de nuevas tecnologías para impulsar el desarrollo sostenible (Rodríguez, 2021).

En este contexto, Sabores de Colón se inscribe como parte de un movimiento más amplio de revalorización de la cultura colonense y de búsqueda de modelos de desarrollo que se fundamenten en los recursos propios del territorio (Sabores de Colón, 2025). El festival y el programa que lo acompaña se han convertido en un hito reciente de esta historia, mostrando que, aun en medio de adversidades estructurales, la creatividad, la resiliencia y el capital cultural de la comunidad pueden movilizarse para transformar percepciones y abrir nuevas oportunidades de desarrollo.

2.7. Marco Demográfico

Según el último Censo Nacional de Población y Vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC, 2023), Colón cuenta con aproximadamente 78,000 habitantes en su zona urbana, con una población mayoritariamente joven: el 41% tiene menos de 30 años, lo que representa un gran potencial demográfico para el desarrollo económico local. No obstante, la tasa de desempleo y el empleo informal en

la región son elevados, especialmente en sectores como el comercio y los servicios, incluyendo la gastronomía y el turismo.

Además, hay indicios de vulnerabilidad social, como altos índices de pobreza relativa y limitada escolaridad entre gran parte de la población, factores que inciden negativamente en la estabilidad económica y la capacidad de emprendimiento formal (PNUD, 2014). La densidad poblacional en el Casco, sumada a la concentración de microempresas familiares, genera un ecosistema complejo que requiere intervenciones integrales que atiendan tanto las condiciones socioeconómicas como culturales para fomentar la inclusión y el empleo sustentable.

Desde la perspectiva del proyecto, estos datos demográficos refuerzan la pertinencia de una intervención que busque generar empleo y fortalecer capacidades en sectores intensivos en mano de obra como el turismo gastronómico (UNWTO, 2022). El énfasis en microempresarios y emprendedores gastronómicos permite conectar directamente con grupos poblacionales que, a pesar de operar en condiciones de vulnerabilidad, poseen experiencia, saberes culinarios y vocación de servicio que pueden potenciarse mediante el acceso a tecnología, capacitación y redes de apoyo (Rodríguez, 2021).

El componente demográfico también tiene implicaciones para la participación ciudadana: una población joven, cuando cuenta con oportunidades de formación y canales de involucramiento, puede desempeñar un rol clave en la innovación tecnológica como la gestión de plataformas digitales, creación de contenido, marketing y en la organización de eventos y en la construcción de nuevas narrativas sobre Colón (García, 2019; Sánchez, 2020).

2.8. Marco Geográfico

Geográficamente, el Casco de Colón se ubica en la costa caribeña del istmo de Panamá, en la entrada atlántica del Canal de Panamá y en proximidad inmediata a la Zona Libre de Colón, la más grande del hemisferio occidental (INEC, 2023). Esta ubicación confiere al territorio una posición estratégica en términos de conectividad marítima, flujos comerciales internacionales y potencial turístico, al encontrarse en la ruta de cruceros, cargas y visitantes que transitan por el Canal y por la infraestructura portuaria (UNWTO, 2022).



Figura 7: Vista aerea del Casco de Colón
Fuente: Archivo propio, 2026

Sin embargo, la configuración urbana y las históricas desigualdades en inversión han generado una marcada dualidad entre los espacios logísticos y de comercio global y los barrios del Casco de Colón, donde se concentra gran parte de la población en condiciones de vulnerabilidad (PNUD, 2014; UNESCO, 2016). La cercanía a grandes infraestructuras y flujos internacionales contrasta con la precariedad de la infraestructura turística de base, la percepción de inseguridad y el deterioro de edificaciones históricas (INEC, 2023).

Desde la perspectiva del turismo gastronómico, el marco geográfico ofrece tanto oportunidades como retos. Por un lado, la ubicación en la ruta del Canal y la proximidad

a circuitos turísticos nacionales hacen posible captar visitantes interesados en experiencias culturales y culinarias auténticas (UNWTO, 2019). Por otro lado, las condiciones urbanas, la falta de señalización turística, la necesidad de mejorar la movilidad y la percepción de seguridad requieren intervenciones coordinadas con autoridades locales y nacionales para garantizar experiencias satisfactorias y sostenibles para los visitantes y residentes (ATP, 2018; PNUD, 2014).

Este proyecto de intervención y Sabores de Colón busca aprovechar esta posición geográfica estratégica mediante la creación de una propuesta gastronómica organizada, visible en plataformas digitales y articulada con rutas y actividades que conecten el Casco de Colón con otros puntos de interés turístico, incrementando la permanencia y el gasto de los visitantes y generando beneficios económicos directos para la comunidad local (Pérez & Torres, 2024; Sabores de Colón, 2025).

CAPITULO III: MÉTODO DE INTERVENCIÓN

3.1. Sensibilización

La fase de sensibilización del proyecto "Uso de tecnología y gobierno abierto para el fomento del turismo gastronómico a microempresarios del Casco de Colón 2026" se desarrolló durante diciembre 2025 y enero 2026 como punto de partida estratégico previo al Festival Sabores de Colón realizado el 28 de febrero y 1 de marzo de 2026. En esta etapa se buscó que los microempresarios, las comunidades, las instituciones públicas, las empresas aliadas y la ciudadanía conocieran el sentido del proyecto, comprendieran la importancia del turismo gastronómico como motor de desarrollo local y reconocieran el papel de la tecnología y el gobierno abierto como instrumentos para potenciar la visibilidad, el empleo y la transparencia.

Objetivos de la Sensibilización

La sensibilización persigue cuatro objetivos fundamentales que articulan la dimensión informativa, motivacional, relacional y de apropiación del proyecto:

1. **Informar**: Dar a conocer los resultados del Festival Sabores de Colón 2025-2026, sus impactos económicos, sociales y culturales, y las proyecciones para la consolidación del modelo en 2026.
2. **Motivar**: Generar expectativas positivas y disposición a participar activamente en las actividades del proyecto (capacitaciones, uso de plataforma, eventos, mesas de trabajo).
3. **Articular**: Identificar actores clave, establecer canales de comunicación y construir redes de colaboración entre microempresarios, instituciones, sociedad civil y sector privado.

4. **Apropiar**: Facilitar que los participantes reconozcan el proyecto como una oportunidad propia de desarrollo, no como una acción externa o asistencialista, promoviendo la corresponsabilidad y el compromiso a mediano plazo.

Niveles de Sensibilización

La estrategia de sensibilización se organiza en tres niveles complementarios, cada uno con públicos, mensajes y canales diferenciados:

Nivel 1: Sensibilización Comunitaria

Público objetivo: Microempresarios gastronómicos, sus familias, trabajadores de establecimientos y residentes del Casco de Colón.

Mensajes clave:

- Resultados concretos del Festival Sabores de Colón 2025 (agosto): 50,000 asistentes, 250 emprendedores participantes, $400,000 en ventas directas, 95% de agotamiento de productos.
- Impacto en empleo: 1,400 colaboradores directos, 2,000 empleos generados durante el evento.
- Proyección 2026: Festival en Colón (28 febrero - 1 marzo), expansión a Amador (agosto), interior del país (por definir), consolidación de plataforma digital, capacitaciones gratuitas.
- Oportunidades concretas: acceso a formación, visibilidad digital, nuevos clientes, alianzas comerciales, participación en eventos itinerantes.

Actividades y canales:

Actividad	Descripción	Responsable	Período

Reuniones comunitarias	4 encuentros informativos en espacios del Casco de Colón (Centro de Arte y Cultura, salones comunales) con presentación de resultados 2025 y plan 2026	Equipo Proyecto + Líderes Comunitarios	Diciembre 2025
Conversatorios con emprendedores	Sesiones de diálogo directo con microempresarios para escuchar expectativas, preocupaciones y sugerencias sobre el proyecto	Coordinador Participación Ciudadana	Diciembre 2025 - Enero 2026
Visitas puerta a puerta	Recorridos por establecimientos gastronómicos del Casco para presentar el proyecto personalmente e invitar a participar	Equipo de Campo	Diciembre 2025 - Enero 2026
Materiales impresos	Distribución de volantes, afiches y trípticos con información clave del proyecto en negocios, hogares y espacios públicos	Equipo Comunicación	Diciembre 2025

Tabla 7: Actividades de Sensibilización Comunitaria

Recursos necesarios:

- Alquiler de espacios comunitarios (si necesario): $400

- Materiales impresos (5,000 volantes, 500 afiches, 1,000 trípticos): $1,200
- Refrigerios para reuniones (4 sesiones × 80 personas): $800
- Transporte equipo de campo: $300
- **Total Nivel 1**: $2,700



Figura 8: Visita a emprendedores gastronómicos del Casco de Colón

Fuente: Archivo propio, 2026

Nivel 2: Sensibilización Institucional

Público objetivo: Autoridad de Turismo de Panamá (ATP), Alcaldía de Colón, Autoridad Nacional de Transparencia y Acceso a la Información (ANTAI), universidades, patrocinadores actuales y potenciales, empresas aliadas.

Mensajes clave:

- Viabilidad económica y sostenibilidad del modelo de Sabores de Colón.
- Alineación con políticas públicas: Agenda 2030 (ODS 8, 10, 11), Política Turística Nacional 2018-2025, Política de Datos Abiertos, planes de Gobierno Abierto.

- Potencial de escalabilidad: modelo replicable en otras provincias, sistematización de lecciones aprendidas, generación de datos abiertos para políticas basadas en evidencia.
- Beneficios para aliados: visibilidad de marca, responsabilidad social empresarial, acceso a nuevos mercados, articulación con comunidades.

Actividades y canales:

Actividad	Descripción	Responsable	Período
Presentaciones ejecutivas	Reuniones formales con directivos de ATP, Alcaldía, ANTAI y otras instituciones para presentar proyecto, solicitar apoyo y establecer acuerdos	Coordinador Proyecto	Diciembre 2025 - Enero 2026
Desayunos de trabajo con patrocinadores	Encuentros con empresas patrocinadoras actuales y potenciales para presentar portafolio de beneficios 2026	Coordinador Alianzas	Diciembre 2025
Informes técnicos	Elaboración de documentos ejecutivos con datos financieros, impactos sociales, plan de trabajo 2026 e indicadores de seguimiento	Equipo Monitoreo + Comunicación	Diciembre 2025

Presentación en universidades	Charlas en facultades de Administración, Turismo, Comunicación para captar pasantes y voluntarios	Coordinador Proyecto	Enero 2026

Tabla 8: Actividades de Sensibilización Institucional

Recursos necesarios:

- Diseño e impresión de informes ejecutivos (50 ejemplares): $800
- Desayunos de trabajo (3 sesiones × 20 personas): $1,200
- Materiales de presentación (folders, USB, carpetas corporativas): $500
- **Total Nivel 2**: $2,500



Figura 9: Reunión con Autoridades para sensibilizar sobre Sabores de Colón

Fuente: Archivo propio, 2026

Nivel 3: Sensibilización Comunicacional Ampliada

Público objetivo: Ciudadanía en general, potenciales visitantes, medios de comunicación, influencers, organizaciones de la sociedad civil.

Mensajes clave:

- Narrativa de éxito y orgullo colonense: "Sabores de Colón: transformando percepciones, generando oportunidades"
- Datos de impacto: 50K asistentes, $400K en ventas, 15M impresiones digitales, visitantes de 14 países.
- Historias de microempresarios beneficiados: testimonios de emprendedores que mejoraron ingresos, contrataron personal, ampliaron negocios.
- Combate a estigmas: Colón como territorio de oportunidades, cultura, gastronomía y resiliencia.

Actividades y canales:

Actividad	Descripción	Responsable	Período
Campaña en redes sociales	Serie de publicaciones en Instagram, Facebook, TikTok con datos del festival 2025, historias de emprendedores, invitación a participar 2026	Community Manager	Diciembre 2025 - Febrero 2026
Notas de prensa	Envío de comunicados a medios locales y nacionales sobre lanzamiento del proyecto 2026 y convocatoria a microempresarios	Relacionista Público	Diciembre 2025
Cápsulas audiovisuales	Producción de 5 videos cortos (2-3 min) con testimonios de emprendedores y asistentes para redes sociales y YouTube	Productor Audiovisual	Diciembre 2025 - Enero 2026

Boletines digitales	Envío de newsletter a base de datos con avances del proyecto, convocatorias, historias y próximas actividades	Equipo Comunicación	Diciembre 2025 - Febrero 2026
Entrevistas en medios	Gestión de espacios en radio, TV y medios digitales para visibilizar el proyecto	Relacionista Público	Enero - Febrero 2026

Tabla 9: Actividades de Sensibilización Comunicacional

Recursos necesarios:

- Community manager (2 meses): $1,500
- Producción de cápsulas audiovisuales (5 videos): $2,000
- Diseño gráfico para redes sociales: $500
- Herramientas de email marketing (plataforma anual): $300
- **Total Nivel 3**: $4,300



Figura 10: Convenio con Medios de Comunicación para la divulgacion de Sabores de Colón

Fuente: Archivo propio, 2026

Mensajes Diferenciados por Público

La efectividad de la sensibilización depende de la capacidad de adaptar los mensajes a las preocupaciones, intereses y lenguajes de cada público objetivo:

Público	Preocupación Principal	Mensaje Adaptado
Microempresarios	"¿Esto realmente me va a beneficiar? ¿Cuánto tiempo me va a quitar?"	"El 95% de participantes en 2025 agotó productos. En promedio, cada emprendedor vendió $1,600. Las capacitaciones son sabatinas, sin costo, con certificación."
Instituciones públicas	"¿Se alinea con nuestras prioridades? ¿Es sostenible?"	"Proyecto alineado con ODS 8, 10, 11, Política Turística Nacional y compromisos de Gobierno Abierto. Modelo autofinanciable: 60% patrocinios privados, 40% apoyo público."
Patrocinadores	"¿Qué retorno de inversión obtengo?"	"15 millones de impresiones en 2025. Presencia de marca en eventos con 50K+ asistentes. Asociación con proyecto de impacto social reconocido nacionalmente."

Ciudadanía general	"¿Por qué debería importarme Colón?"	"Sabores de Colón generó 2,000 empleos temporales, puso a Colón en el mapa gastronómico nacional, atrajo visitantes de 14 países. Es un modelo de desarrollo desde y para la comunidad."

Tabla 10: Mensajes Diferenciados por Público Objetivo

Cronograma de Sensibilización

Actividad	Semana 1-2 Dic 2025	Semana 3-4 Dic 2025	Semana 2-3 Ene 2026	Semana 4 Ene - 1 Feb 2026
Reuniones comunitarias	X	X		
Visitas puerta a puerta	X	X	X	
Presentaciones ejecutivas institucionales		X	X	
Desayunos con patrocinadores	X			
Campaña redes sociales	X	X	X	X
Notas de prensa	X			

Producción cápsulas audiovisuales		X	X	
Entrevistas en medios		X	X	X

Tabla 11: Cronograma de Actividades de Sensibilización - Diciembre 2025 - Febrero 2026

Indicadores de Sensibilización Exitosa

Para evaluar la efectividad de la fase de sensibilización, se definieron los siguientes indicadores:

1. **Alcance cuantitativo**:
    - Número de microempresarios alcanzados directamente (meta: 200)
    - Número de asistentes a reuniones comunitarias (meta: 250 acumulado)
    - Número de instituciones contactadas formalmente (meta: 10)
    - Impresiones en redes sociales fase de sensibilización (meta: 2,000,000)
2. **Compromiso y participación**:
    - Número de microempresarios que se inscriben para participar en el proyecto (meta: 150)
    - Número de empresas que expresan interés en patrocinar (meta: 40)
    - Número de acuerdos firmados con instituciones públicas (meta: 3)
3. **Percepción y comprensión**:
    - Porcentaje de asistentes a reuniones que reportan "comprender bien" los objetivos del proyecto (meta: 80%)
    - Porcentaje de microempresarios que califican como "alta" su motivación a participar (meta: 70%)

Riesgos y Estrategias de Mitigación en Sensibilización

Riesgo	Probabilidad	Impacto	Estrategia de Mitigación

Baja asistencia a reuniones comunitarias	Media	Alto	Convocar en horarios accesibles (fines de semana), ofrecer refrigerios, hacer convocatorias personalizadas, utilizar líderes comunitarios como movilizadores
Escepticismo por experiencias previas fallidas	Media	Medio	Presentar datos concretos de 2025, mostrar testimonios de participantes satisfechos, enfatizar diferencias con proyectos anteriores
Dificultad de acceso a tomadores de decisión institucionales	Media	Medio	Utilizar contactos previos de ATP y Alcaldía, gestionar agenda con 3-4 semanas de anticipación, enviar pre-informes ejecutivos
Competencia por atención mediática	Alta	Bajo	Elaborar historias humanas atractivas, ofrecer contenido visual de calidad, coordinar lanzamiento con fechas estratégicas

Tabla 12: Riesgos y Mitigación - Fase de Sensibilización

Presupuesto Consolidado de Sensibilización

Concepto	**Monto (USD)**
Nivel 1: Sensibilización Comunitaria	$2,700

Nivel 2: Sensibilización Institucional	$2,500
Nivel 3: Sensibilización Comunicacional	$4,300
TOTAL PRESUPUESTO SENSIBILIZACIÓN	**$9,500**

Tabla 13: Presupuesto Consolidado - Fase de Sensibilización

Transición hacia la Fase de Promoción

La sensibilización no es una fase aislada, sino que constituye la base sobre la cual se construye la promoción continua del proyecto y de la marca "Sabores de Colón". Una vez completadas las actividades de sensibilización (diciembre 2025 - enero 2026), previo al Festival del 28 de febrero y 1 de marzo de 2026, se esperaba contar con:

- Una base de datos de al menos 150 microempresarios interesados en participar
- Al menos 3 acuerdos firmados con instituciones públicas (ATP, Alcaldía, ANTAI)
- Un portafolio de 40+ empresas potencialmente patrocinadoras
- Una narrativa comunicacional consolidada con datos, testimonios y contenido visual
- Canales de comunicación activos (redes sociales, lista de correos, contactos institucionales)

Estos activos se convirtieron en la infraestructura de la fase de promoción desarrollada en enero-febrero 2026, donde el énfasis se desplazó de dar a conocer el proyecto hacia posicionar la marca Sabores de Colón, atraer visitantes al evento del 28 de febrero y 1 de marzo, y consolidar la visibilidad digital de los microempresarios.

3.2. Promoción

La promoción del proyecto de intervención se articula alrededor de la marca "Sabores de Colón", aprovechando la plataforma web www.saboresdecolon.com y el directorio de restaurantes, así como las redes sociales de la Fundación Reto por Colón y de los aliados estratégicos. La estrategia promocional integra acciones previas, durante y posteriores

al Festival Sabores de Colón del 28 de febrero y 1 de marzo de 2026, siguiendo una lógica de ciclo anual que da continuidad a la experiencia del evento de agosto de 2025 y la proyecta hacia nuevas ediciones y acciones en el Casco de Colón y otros territorios.

Objetivos de la Promoción

La estrategia promocional del proyecto persigue cinco objetivos centrales:

1. **Posicionar la marca "Sabores de Colón"**: Consolidar "Sabores de Colón" como referente nacional e internacional de turismo gastronómico comunitario, asociado con calidad, autenticidad, diversidad cultural y desarrollo local sostenible.
2. **Atraer visitantes y público objetivo**: Movilizar audiencias masivas hacia el Festival del 28 de febrero y 1 de marzo de 2026, superando las 50,000 asistentes de la edición 2025.
3. **Visibilizar a los microempresarios**: Dar a conocer los mas de 200 emprendimientos gastronómicos del Casco de Colón participantes, generando tráfico hacia sus perfiles digitales y establecimientos físicos.
4. **Generar alianzas y patrocinios**: Atraer empresas, instituciones y organizaciones interesadas en apoyar el proyecto mediante patrocinios, donaciones en especie, colaboraciones y convenios estratégicos.
5. **Combatir estigmas territoriales**: Transformar percepciones negativas sobre Colón mediante narrativas positivas, datos de impacto y testimonios que evidencien el potencial cultural, gastronómico y turístico del territorio.

Fases de la Estrategia Promocional

La promoción se estructura en tres fases temporales articuladas con el ciclo del proyecto y del Festival:

Fase 1: Promoción Previa (Enero - Febrero 2026)

Objetivo: Generar expectativa, informar sobre el evento, captar inscripciones de emprendedores y movilizar audiencias hacia el festival del 28 de febrero y 1 de marzo.

Acciones principales:

Acción	Descripción	Responsable	Período
Campaña de expectativa digital	Serie de publicaciones en redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook) con cuenta regresiva, teasers de emprendedores, behind-the-scenes de preparativos	Community Manager	Enero - Febrero 2026
Lanzamiento oficial del evento	Conferencia de prensa con autoridades, emprendedores y patrocinadores anunciando detalles del festival (fecha, sede, participantes, atracciones)	Relacionista Público	15 Enero 2026
Campaña publicitaria pagada	Inversión en ads de Facebook, Instagram, Google Ads y TikTok dirigidos a públicos en Panamá, Colón y turistas potenciales	Especialista Marketing Digital	Enero - Febrero 2026
Actualización catálogo web	Actualizar www.saboresdecolon.com con perfiles completos de 200+ emprendedores participantes, menús, fotos, ubicación georreferenciada	Equipo TIC	Enero 2026

Colaboraciones con influencers	Invitar a 8 influencers gastronómicos a visitar Colón previo al evento y generar contenido de expectativa	Equipo Comunicación	Enero 2026
Material promocional impreso	Diseño e impresión de afiches, volantes, banners para distribuir en puntos estratégicos de Panamá y Colón	Diseñador Gráfico	Enero 2026
Activaciones en centros comerciales	Presencia de stand promocional de Sabores de Colón en 3 centros comerciales de Ciudad de Panamá con degustaciones	Equipo Proyecto	Febrero 2026

Tabla 14: Acciones Promocionales Fase Previa – Enero - Febrero 2026

Mensajes clave fase previa:

- "¡Sabores de Colón regresa! 28 de febrero y 1 de marzo en el Casco de Colón"
- "200+ emprendedores, 2 días de gastronomía, cultura y tradición afrocaribeña"
- "El festival que generó $400,000 en ventas directas y 50,000 asistentes vuelve a casa"
- "Descubre la auténtica cocina colonense: del mar a tu mesa, de la tradición a tu paladar"

Indicadores de éxito fase previa:

- 5,000,000 de impresiones digitales acumuladas
- 150,000 personas alcanzadas por publicidad pagada
- 200 perfiles de emprendedores actualizados en plataforma
- 8 colaboraciones con influencers ejecutadas
- 100,000 piezas promocionales distribuidas
- 3 activaciones en centros comerciales realizadas

Fase 2: Promoción Durante el Evento (28 Febrero - 1 Marzo 2026)

Objetivo: Maximizar cobertura mediática, engagement en redes sociales, generación de contenido user-generated y experiencia memorable para asistentes.

Acciones principales:

Acción	Descripción	Responsable	Período
Cobertura en vivo	Transmisión en vivo por Instagram, Facebook y TikTok de momentos destacados del festival	Community Manager	28 Feb - 1 Mar 2026
Sala de prensa	Espacio dedicado para medios de comunicación con acceso a voceros, kits de prensa y material audiovisual	Relacionista Público	28 Feb - 1 Mar 2026
Hashtag oficial del evento	Promoción masiva del hashtag #SaboresDeColón2026 para centralizar contenido generado por asistentes	Equipo Comunicación	28 Feb - 1 Mar 2026
Concursos en redes sociales	Dinámicas de participación (foto del plato favorito, selfie en stand preferido) con premios instantáneos	Community Manager	28 Feb - 1 Mar 2026

Entrevistas a emprendedores	Cápsulas de video con historias de microempresarios participantes distribuidas en tiempo real	Productor Audiovisual	28 Feb - 1 Mar 2026
Señalización y branding masivo	Instalación de vallas, banners, tótems con identidad visual del festival en toda la zona del evento	Equipo Producción	27 Feb 2026
Experiencia fotográfica	Espacios instagrameables con murales, decoración temática y fotografía gratuita para asistentes	Diseñador + Fotógrafo	28 Feb - 1 Mar 2026

Tabla 15: Acciones Promocionales Durante el Evento - 28 Febrero - 1 Marzo 2026

Mensajes clave durante evento:

- "¡Estamos EN VIVO desde Sabores de Colón! Únete a la fiesta gastronómica más grande del año"
- "120,000 asistentes, 200+ emprendedores, sabor auténtico colonense"
- "Comparte tu experiencia con #SaboresDeColón2026"
- "Esto es Colón: cultura, gastronomía, alegría y oportunidad"

Indicadores de éxito durante evento:

- 10,000,000 de impresiones en redes sociales durante los 2 días
- 50,000 publicaciones con hashtag oficial
- 20 menciones en medios de comunicación nacional
- 5,000 fotos generadas en espacios instagrameables
- 100% de ocupación de stands de emprendedores

Fase 3: Promoción Posterior (Marzo - Diciembre 2026)

Objetivo: Capitalizar el momentum del festival, divulgar resultados e impactos, mantener engagement con audiencias y posicionar próximas actividades del proyecto.

Acciones principales:

Acción	Descripción	Responsable	Período
Informe de resultados visual	Dashboard digital con cifras clave: asistentes, ventas, emprendedores, impacto económico, alcance digital	Diseñador + Equipo Monitoreo	Marzo 2026
Video resumen oficial	Pieza audiovisual de 5-7 minutos con highlights del festival para YouTube, redes sociales y medios	Productor Audiovisual	Marzo 2026
Campaña de agradecimiento	Serie de publicaciones agradeciendo a asistentes, emprendedores, patrocinadores, voluntarios y aliados	Community Manager	Marzo 2026
Historias de impacto	Publicación semanal de testimonios de emprendedores sobre beneficios obtenidos (ventas, nuevos clientes, reconocimiento)	Equipo Comunicación	Marzo - Mayo 2026

Presentación a patrocinadores	Reunión formal con patrocinadores presentando ROI, métricas de visibilidad y propuesta de renovación 2027	Coordinador Alianzas	Abril 2026
Anuncio de próximas ediciones	Lanzamiento de fechas tentativas para Sabores de Colón Amador (agosto 2026) e interior del país	Coordinador Proyecto	Mayo 2026
Contenido evergreen	Publicaciones mensuales sobre emprendedores del catálogo, recetas colonenses, rutas gastronómicas	Community Manager	Marzo - Diciembre 2026

Tabla 16: Acciones Promocionales Fase Posterior - Marzo-Diciembre 2026

Mensajes clave fase posterior:

- "¡Gracias por hacer historia! 120,000 asistentes, $1,200,000 en ventas directas en Sabores de Colón 2026"
- "Conoce las historias de éxito: emprendedores que transformaron sus negocios con Sabores de Colón"
- "Esto fue solo el comienzo: próxima parada, Amador en agosto 2026"
- "Descubre el catálogo completo de restaurantes colonenses en saboresdecolon.com"

Indicadores de éxito fase posterior:

- 5,000,000 impresiones adicionales post-evento
- 100,000 visitas al sitio web en 3 meses post-festival
- 50 historias de impacto publicadas

- 80% de patrocinadores renuevan compromiso para 2027
- 30,000 seguidores nuevos en redes sociales

Canales y Plataformas Promocionales

La estrategia promocional utiliza un mix de canales digitales, tradicionales y experienciales para maximizar alcance y engagement:

Canal	Uso Principal	Público Objetivo	Métricas Clave
Instagram	Contenido visual, stories, reels, colaboraciones con influencers	Millennials, Gen Z, foodies, turistas	Impresiones, engagement rate, followers
TikTok	Videos cortos virales, trends gastronómicos, challenges	Gen Z, jóvenes 18-30 años	Visualizaciones, shares, comentarios
Facebook	Eventos, grupos comunitarios, contenido informativo extenso	Adultos 30-55 años, residentes Colón	Alcance, interacciones, evento RSVPs
YouTube	Videos largos, documentales, entrevistas, tutoriales de recetas	Audiencia amplia, turistas internacionales	Visualizaciones, tiempo de reproducción

Sitio web	Catálogo de emprendedores, información del festival, blog gastronómico	Todos los públicos, buscadores de información	Visitas, tiempo en sitio, conversiones
WhatsApp Business	Comunicación directa con emprendedores, grupos de coordinación	Microempresarios, equipo, aliados	Mensajes enviados, respuestas
Medios tradicionales	TV, radio, prensa escrita, revistas	Audiencia masiva, tomadores de decisión	Menciones, alcance estimado
Vallas publicitarias	Ubicaciones estratégicas en Panamá-Colón	Conductores, transeúntes	Impresiones estimadas

Tabla 17: Canales Promocionales y Métricas - Estrategia Integral

Identidad Visual y Mensaje de Marca

La identidad visual de "Sabores de Colón" se fundamenta en elementos que evocan la cultura afrocaribeña, la riqueza gastronómica y la ubicación costera del territorio:

Elementos de identidad visual:

- **Paleta de colores**: Azul caribeño, amarillo solar, verde tropical, rojo pasión, blanco limpio
- **Tipografía**: Combinación de fuentes modernas (legibilidad digital) y manuscritas (autenticidad artesanal)
- **Iconografía**: Platos típicos, pescados, cocos, tambores, mares, siluetas del Casco de Colón

- **Fotografía**: Imágenes de alta calidad de comida, emprendedores en acción, momentos de convivencia, paisajes colonenses



Figura 11: Logo de Sabores de Colón
Fuente: Archivo propio, 2026

Mensaje de marca central:
"Sabores de Colón es más que un festival gastronómico: es un movimiento de transformación social que dignifica el trabajo de microempresarios, combate estigmas territoriales, rescata tradiciones culinarias afrocaribeñas y genera oportunidades económicas reales para las comunidades del Casco de Colón. Cada plato cuenta una historia, cada emprendedor representa resiliencia, cada visitante se convierte en embajador de un territorio que renace desde su cocina."

Pilares de comunicación:

1. **Autenticidad**: "Sabor auténtico, tradición de verdad"
2. **Impacto social**: "Cada bocado genera empleo y oportunidad"
3. **Orgullo colonense**: "Hecho en Colón, con amor y sazón"
4. **Innovación**: "Tradición que innova, cultura que transforma"
5. **Inclusión**: "Para todos, con todos, desde todos"

Estrategia de Contenidos Digitales

El contenido digital se estructura en cinco líneas editoriales complementarias:

Línea Editorial	Descripción	Frecuencia	Formato
Spotlight de Emprendedores	Perfil semanal destacando historia, especialidad y ubicación de un microempresario	1 post semanal	Carrusel de fotos + texto
Recetas Colonenses	Tutorial de preparación de platos típicos con ingredientes y pasos	2 posts mensuales	Video + infografía
Datos de Impacto	Cifras del proyecto presentadas de forma visual y atractiva	1 post quincenal	Infografía animada
Historias de Transformación	Testimonios en video de emprendedores sobre beneficios del proyecto	1 video mensual	Video 2-3 minutos
Behind the Scenes	Procesos de organización, preparativos, equipo en acción	3 stories semanales	Stories + reels

Tabla 18: Líneas Editoriales - Estrategia de Contenidos Digitales

Calendario editorial mensual (abril 2026):

- Semana 1: Informe de resultados del festival + agradecimientos
- Semana 2: Spotlight emprendedor destacado + receta colonense
- Semana 3: Video de historia de transformación + datos de impacto
- Semana 4: Anuncio próximas actividades + behind the scenes del equipo

Alianzas Estratégicas para Promoción

La amplificación del mensaje promocional se potencia mediante alianzas con actores clave:

Tipo de Aliado	Aportes a Promoción	Ejemplos	Beneficio Mutuo
Influencers gastronómicos	Generación de contenido, amplificación de alcance, credibilidad	@foodiepanama, @saborlocal507	Exposición, acceso exclusivo, honorarios
Medios de comunicación	Cobertura editorial, entrevistas, menciones, espacios publicitarios	TVN, La Prensa, Panama Today	Contenido de interés, exclusivas
Empresas patrocinadoras	Difusión cruzada en sus canales, presencia de marca en evento	Coca-Cola, Copa Airlines, Banco General	Visibilidad de marca, RSE
Instituciones públicas	Respaldo institucional, difusión en canales oficiales	ATP, Alcaldía, MICI	Alineación con políticas públicas
Universidades	Voluntarios, investigación, difusión académica	Universidad de Panamá, UTP	Casos de estudio, prácticas
Operadores turísticos	Inclusión en paquetes, promoción a turistas	Ancon Expeditions, Panama Tours	Comisiones, contenido promocional

Tabla 19: Alianzas Estratégicas para Amplificación Promocional

Presupuesto de Promoción

Concepto	Monto (USD)
Fase Previa (Enero-Febrero 2026)	
Community manager (2 meses)	$1,500
Publicidad digital pagada (ads Facebook, Instagram, Google, TikTok)	$5,000
Colaboraciones con influencers (8 × $300 promedio)	$2,400
Material promocional impreso (afiches, volantes, banners)	$2,000
Activaciones en centros comerciales (3 × $800)	$2,400
Conferencia de prensa (logística, materiales)	$700
Subtotal Fase Previa	**$14,000**
Durante el Evento (28 Feb - 1 Mar 2026)	
Cobertura en vivo (equipos, conectividad)	$800
Sala de prensa (kits, equipamiento)	$600
Señalización y branding (vallas, banners, tótems)	$3,000
Espacios instagrameables (decoración, fotografía)	$1,200
Productor audiovisual (cobertura 2 días)	$1,000
Subtotal Durante Evento	**$6,600**
Fase Posterior (Marzo-Diciembre 2026)	
Community manager (10 meses × $700)	$7,000

Video resumen oficial	$2,500
Dashboard de resultados (diseño)	$800
Diseño gráfico continuo	$1,500
Herramientas digitales (hosting, email marketing, analytics)	$1,200
Subtotal Fase Posterior	**$13,000**
TOTAL PRESUPUESTO PROMOCIÓN 2026	**$33,600**

Tabla 20: Presupuesto Consolidado - Estrategia de Promoción 2026

Indicadores Globales de Promoción

Para medir el éxito integral de la estrategia promocional durante todo el año 2026, se definieron los siguientes indicadores consolidados:

Indicador	Línea Base 2025	Meta 2026	Medio de Verificación
Impresiones digitales totales (todas las plataformas)	15,000,000	25,000,000	Meta Business Suite, TikTok Analytics, Google Analytics
Seguidores en redes sociales (total consolidado)	45,000	80,000	Reportes de plataformas sociales
Visitas al sitio web saboresdecolon.com	120,000	250,000	Google Analytics
Menciones en medios de comunicación	35	60	Monitoreo de medios

Colaboraciones con influencers ejecutadas	10	20	Contratos, contenido publicado
Engagement rate promedio redes sociales	4.2%	6.5%	Cálculo interacciones/alcance
Asistentes a eventos (acumulado anual)	50,000	150,000	Conteos, registros de entrada
Retorno de inversión publicitaria (ROAS)	1:8	1:12	Análisis gasto ads vs ventas generadas

Tabla 21: Indicadores Globales de Éxito Promocional - 2026

Gestión de Crisis Comunicacional

Como parte de la estrategia promocional, se establece un protocolo de gestión de crisis para responder a situaciones adversas que puedan afectar la reputación del proyecto:

Escenarios de riesgo identificados:

1. Incidentes de seguridad durante el festival
2. Quejas masivas de emprendedores o asistentes
3. Controversias con patrocinadores o instituciones
4. Información falsa o difamatoria en redes sociales
5. Accidentes o emergencias sanitarias

Protocolo de respuesta:

1. **Activación inmediata**: Comité de crisis (Coordinador Proyecto, Relacionista Público, Community Manager) se reúne en máximo 2 horas
2. **Evaluación**: Análisis de gravedad, alcance y públicos afectados
3. **Mensaje oficial**: Redacción de comunicado institucional con hechos verificados, acciones tomadas y compromiso de solución
4. **Difusión coordinada**: Publicación simultánea en todos los canales oficiales

5. **Monitoreo continuo**: Seguimiento de reacciones y ajuste de mensajes según sea necesario
6. **Seguimiento post-crisis**: Informe de lecciones aprendidas y actualización de protocolos

Integración con Objetivos del Proyecto

La estrategia de promoción se alinea directamente con los objetivos específicos del proyecto de intervención:

Objetivo Específico 1 (Posicionamiento digital): La promoción genera tráfico hacia www.saboresdecolon.com, incrementa seguidores en redes sociales de emprendedores y amplifica la visibilidad de los 200+ perfiles digitales.

Objetivo Específico 2 (Fortalecimiento de capacidades): El contenido promocional educativo (recetas, tutoriales, tips de marketing) complementa las capacitaciones formales y sirve como recurso de aprendizaje continuo.

Objetivo Específico 3 (Articulación multisectorial): La promoción visibiliza las alianzas, reconoce públicamente a patrocinadores e instituciones, y facilita la atracción de nuevos colaboradores.

Cronograma Anual de Promoción 2026

Actividad/Mes	**E**	**F**	**M**	**A**	**M**	**J**	**J**	**A**	**S**	**O**	**N**	**D**
Campaña expectativa	X	X										
Publicidad pagada	X	X						X				
Evento Festival Colón		X										
Informe resultados			X									
Contenido continuo			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Anuncio próximas fechas					X							

Promoción evento Amador						X	X					
Historias de impacto			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Renovación patrocinios				X						X		

Tabla 22: Cronograma Anual de Actividades Promocionales - 2026

3.3. Plan de Estrategias y Acciones

El plan de estrategias y acciones constituye la hoja de ruta operativa del proyecto de intervención "Sabores de Colón", definiendo las líneas de acción concretas, responsabilidades, recursos, cronogramas e indicadores que permitirán alcanzar los objetivos específicos establecidos. Este plan se estructura en tres ejes estratégicos alineados con los objetivos del proyecto, integrando acciones de corto, mediano y largo plazo que se despliegan durante el año 2026.

Marco Conceptual del Plan de Estrategias

El diseño del plan de estrategias se fundamenta en cinco principios rectores que garantizan coherencia, viabilidad y sostenibilidad:

1. **Enfoque de resultados**: Cada estrategia y acción está vinculada a indicadores medibles y verificables que permiten monitorear avances y ajustar cursos de acción.
2. **Participación multisectorial**: Las estrategias integran la colaboración activa de microempresarios, instituciones públicas, sector privado, academia y sociedad civil organizada.
3. **Escalabilidad y replicabilidad**: Las acciones están diseñadas para ser replicadas en otros territorios y contextos con adaptaciones pertinentes.
4. **Sostenibilidad financiera**: Se diversifican fuentes de financiamiento y se generan mecanismos de autogestión que garantizan continuidad más allá del período del proyecto.

5. **Innovación tecnológica y social**: Se aprovechan plataformas digitales, metodologías participativas y modelos de economía colaborativa para maximizar impacto con recursos limitados.

Cronograma Maestro Integrado del Proyecto

El cronograma maestro integra las cinco fases del proyecto con las tres líneas estratégicas (Visibilidad Digital, Fortalecimiento de Capacidades, Articulación Multisectorial) y presenta una vista consolidada de todas las actividades clave durante el año 2026.

Actividad	**E**	**F**	**M**	**A**	**M**	**J**	**J**	**A**	**S**	**O**	**N**	**D**
EJE 1: VISIBILIDAD DIGITAL												
Actualización perfiles web	X	X										
Sistema de reservas online		X	X									
Optimización SEO				X								
Gestión redes sociales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Community manager	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Talleres redes emprendedores		X	X									
Colaboraciones influencers	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sesiones fotográficas		X	X									
Videos promocionales	X	X					X	X				

Serie de recetas (24 videos)			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Publicidad digital pagada	X	X					X	X				
EJE 2: FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES												
Taller manipulación alimentos			X	X								
Taller costos y precios					X							
Taller servicio al cliente						X						
Taller marketing digital							X					
Taller innovación menús								X				
Taller gestión administrativa									X	X		
Diagnósticos empresariales			X	X								
Sesiones de mentoría				X	X	X						
Entrega de uniformes		X										
Kit señalización			X	X								
Entrega de tablets						X						
Cofinanciamiento equipos							X	X	X			
Terminales de pago					X							
EJE 3: ARTICULACIÓN MULTISECTORIAL												

Firma convenios alianzas	X	X	X	X								
Captación patrocinadores	X	X										
Convenio universidades			X									
Reclutamiento voluntarios		X	X									
Creación Comité Consultivo				X								
Asambleas rendición cuentas				X			X			X		X
Plataforma de sugerencias			X									
Taller liderazgo comunitario								X				
Caso estudio académico						X	X	X	X	X	X	X
Feria co-creación											X	
EVENTOS Y HITOS CLAVE												
Festival Sabores Colón Casco		X										
Festival Sabores Colón Amador								X				
Informes trimestrales			X			X			X			X
Evaluación intermedia						X						
Evaluación final y cierre												X

Tabla 23: Cronograma Maestro Integrado del Proyecto 2026
Nota: Las letras en el encabezado representan los meses del año: E=Enero, F=Febrero, M=Marzo, A=Abril, M=Mayo, J=Junio, J=Julio, A=Agosto, S=Septiembre, O=Octubre, N=Noviembre, D=Diciembre. La "X" indica el mes en que se ejecuta cada actividad.

Cronograma General de Implementación (Gantt Simplificado)

Actividad Macro	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
EJE 1: VISIBILIDAD DIGITAL												
Actualización plataforma web	X	X	X									
Gestión redes sociales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Producción contenido multimedia	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
EJE 2: FORTALECIMIENTO CAPACIDADES												
Talleres de capacitación			X	X	X	X	X	X	X	X		
Asistencia técnica y mentoría				X	X	X	X	X	X	X		
Dotación herramientas y equipos		X	X	X	X	X	X	X	X			
EJE 3: ARTICULACIÓN MULTISECTORIAL												
Firma de convenios y alianzas	X	X	X	X								
Vinculación académica			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Mecanismos participación ciudadana			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
EVENTOS Y HITOS CLAVE												
Festival Sabores de Colón (Casco)		X										
Festival Sabores de Colón (Amador)								X				
Asambleas rendición de cuentas			X			X			X			X
Evaluación intermedia						X						
Evaluación final y cierre												X

Tabla 24: Cronograma General de Implementación 2026

Eje Estratégico 1: Visibilidad y Posicionamiento Digital

Objetivo específico asociado: Posicionar digitalmente a los microempresarios gastronómicos del Casco de Colón mediante la plataforma www.saboresdecolon.com y redes sociales, incrementando su visibilidad y alcance de mercado.

Justificación: La visibilidad digital es fundamental para que los microempresarios accedan a nuevos clientes, generen confianza y compitan en igualdad de condiciones en el mercado gastronómico. La ausencia de presencia digital constituye una barrera crítica para el crecimiento de estos emprendimientos.

Estrategia 1.1: Desarrollo y Optimización de Plataforma Web

Descripción: Consolidar www.saboresdecolon.com como directorio digital de referencia para la gastronomía colonense, con perfiles completos de emprendedores, geolocalización, sistema de reservas y blog gastronómico.

Acciones específicas:

Acción	Descripción	Responsable	Plazo
Actualización de perfiles de emprendedores	Cargar/actualizar información de 200+ emprendimientos: fotos, menús, horarios, contacto, ubicación GPS	Equipo TIC + Asistentes de campo	Enero 2026
Implementación de sistema de búsqueda avanzada	Filtros por tipo de comida, rango de precios, ubicación, especialidades, horarios	Desarrollador web	Febrero 2026
Integración de pasarela de reservas	Sistema que permite a usuarios reservar mesas directamente desde la plataforma	Desarrollador web	Marzo 2026
Creación de blog gastronómico	Publicación semanal de artículos sobre recetas, historias de emprendedores, cultura culinaria colonense	Content Writer	Marzo-Dic 2026
Optimización SEO	Mejora de posicionamiento en buscadores mediante keywords, meta descriptions, backlinks	Especialista SEO	Abril 2026
Versión móvil responsiva	Adaptación completa de la plataforma para navegación óptima en smartphones y tablets	Desarrollador web	Mayo 2026

Tabla 25: Acciones - Estrategia 1.1 Plataforma Web

Recursos necesarios:

- Desarrollador web senior (6 meses, contrato): $18,000
- Content writer (10 meses, medio tiempo): $7,000
- Especialista SEO (consultoría): $2,500
- Hosting, dominio, herramientas digitales: $1,200
- Fotografía profesional (200+ emprendimientos): $6,000
- **Subtotal Estrategia 1.1: $34,700**

Indicadores de desempeño:

- 200 perfiles de emprendedores actualizados al 100%
- 250,000 visitas al sitio web durante 2026
- Tiempo promedio de sesión: 3+ minutos
- Tasa de rebote: menor a 45%
- 50 artículos de blog publicados
- Posicionamiento en top 3 de Google para "restaurantes Colón Panamá"

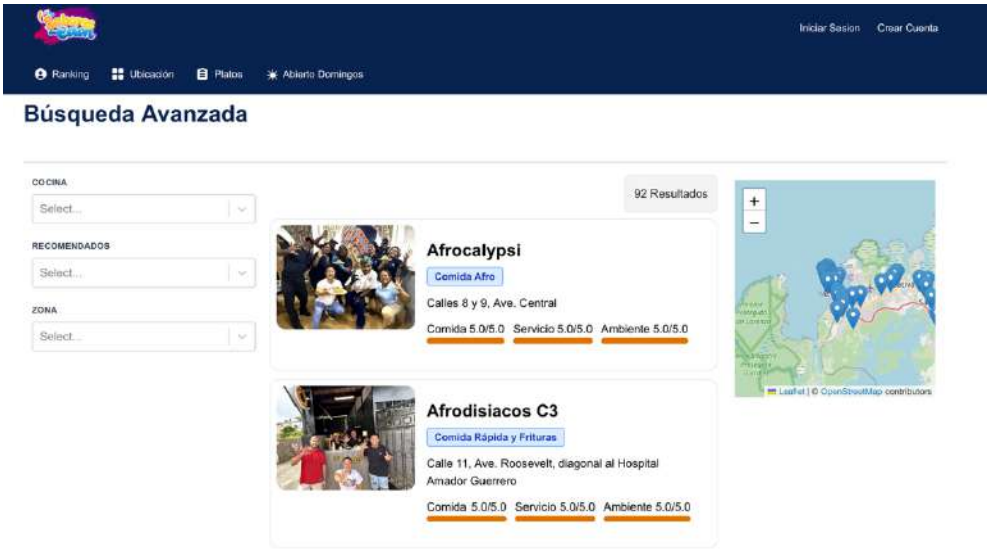


Figura 12: Actualización de perfiles y geolocalización de emprendedores

Fuente: http://www.saboresdecolon.com

Estrategia 1.2: Fortalecimiento de Presencia en Redes Sociales

Descripción: Incrementar visibilidad, engagement y alcance de "Sabores de Colón" y de los emprendedores participantes mediante estrategia de contenidos en Instagram, TikTok, Facebook y YouTube.

Acciones específicas:

Acción	Descripción	Responsable	Plazo
Campaña de crecimiento orgánico	Publicaciones diarias en Instagram/Facebook, 5 videos semanales en TikTok, colaboraciones con cuentas aliadas	Community Manager	Ene-Dic 2026
Capacitación en redes sociales a emprendedores	Talleres prácticos sobre creación de contenido, uso de Instagram Business, estrategias de engagement	Facilitador Marketing Digital	Mar-Abr 2026
Colaboraciones con influencers gastronómicos	Invitación a 20 influencers a visitar emprendimientos y generar contenido promocional	Coordinador Comunicación	Ene-Dic 2026
Publicidad pagada en redes sociales	Inversión estratégica en ads de Facebook, Instagram y TikTok para campañas clave	Especialista Ads	Ene-Feb, Jul-Ago 2026

Concursos y dinámicas de participación	Sorteos mensuales incentivando user-generated content con premios de emprendedores	Community Manager	Ene-Dic 2026
Canal de YouTube con documentales	Serie de videos de 10-15 minutos sobre historias de emprendedores, recetas, cultura colonense	Productor Audiovisual	Abr-Dic 2026

Tabla 26: Acciones - Estrategia 1.2 Redes Sociales

Recursos necesarios:

- Community manager (12 meses): $8,400
- Facilitador talleres redes sociales (8 sesiones): $2,400
- Colaboraciones con influencers (20 × $350): $7,000
- Publicidad pagada en redes sociales: $8,000
- Productor audiovisual (6 videos): $4,500
- Premios para concursos: $1,500
- **Subtotal Estrategia 1.2: $31,800**

Indicadores de desempeño:

- 80,000 seguidores consolidados en todas las plataformas
- 25,000,000 impresiones digitales anuales
- Engagement rate promedio: 6.5%
- 20 colaboraciones con influencers ejecutadas
- 150 emprendedores capacitados en redes sociales
- 6 documentales publicados en YouTube



Figura 13: Taller de capacitacion a emprendedores sobre uso de tecnología
Fuente: Archivo propio, 2026

Estrategia 1.3: Generación de Contenido Multimedia de Alto Impacto

Descripción: Producir contenido audiovisual, fotográfico y gráfico de calidad profesional que posicione la marca "Sabores de Colón" y a los emprendedores como referentes de excelencia gastronómica.

Acciones específicas:

Acción	Descripción	Responsable	Plazo
Sesiones fotográficas profesionales	Fotografía de alta calidad de platillos, ambientes y emprendedores para uso en web y redes sociales	Fotógrafo profesional	Ene-Mar 2026

Videos promocionales del festival	Producción de 3 videos de 60-90 segundos para promoción del festival en TV y redes sociales	Productora audiovisual	Ene-Feb 2026
Serie de recetas en video	24 videos cortos (2-3 min) enseñando preparación de platillos colonenses típicos	Chef + Camarógrafo	Mar-Dic 2026
Diseño de identidad gráfica actualizada	Actualización de logo, paleta de colores, tipografías, manual de marca	Diseñador gráfico	Enero 2026
Producción de material impreso	Diseño e impresión de menús, catálogos, afiches, material POP para emprendedores	Diseñador + Imprenta	Feb-Mar 2026
Banco de imágenes compartido	Repositorio digital de fotos y videos disponible para emprendedores y medios de comunicación	Equipo TIC	Abril 2026

Tabla 27: Acciones - Estrategia 1.3 Contenido Multimedia

Recursos necesarios:

- Fotógrafo profesional (20 sesiones): $4,000
- Productora audiovisual (3 videos promocionales): $6,000
- Serie de recetas en video (24 episodios): $4,800
- Diseñador gráfico (identidad + material): $3,500
- Impresión de material promocional: $3,200
- Almacenamiento en nube y herramientas: $500
- **Subtotal Estrategia 1.3: $22,000**

Indicadores de desempeño:

- 500 fotografías profesionales en banco de imágenes
- 3 videos promocionales con 1,000,000+ visualizaciones combinadas
- 24 videos de recetas publicados
- Material gráfico actualizado para 200+ emprendedores
- 100% de emprendedores con acceso al banco de imágenes



Figura 14: Vista aerea tomada con drone para video profesional de Sabores de Colón
Fuente: Archivo propio, 2026

Presupuesto consolidado Eje Estratégico 1:

- Estrategia 1.1: $34,700
- Estrategia 1.2: $31,800
- Estrategia 1.3: $22,000
- **Total Eje 1: $88,500**

Cronograma Eje Estratégico 1:

Actividad	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Actualización perfiles web	X											
Sistema de reservas			X									
Optimización SEO				X								
Community manager	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Talleres redes sociales			X	X								
Colaboraciones influencers	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sesiones fotográficas	X	X	X									
Videos promocionales	X	X										
Serie de recetas			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Tabla 28: Cronograma - Eje Estratégico 1 Visibilidad Digital

Eje Estratégico 2: Fortalecimiento de Capacidades Empresariales y Tecnológicas

Objetivo específico asociado: Fortalecer las capacidades empresariales y tecnológicas de los microempresarios mediante capacitaciones, asesorías y herramientas que mejoren la gestión, calidad y competitividad de sus negocios.

Justificación: Las competencias empresariales y el manejo de herramientas digitales son factores determinantes para la sostenibilidad y crecimiento de microempresas gastronómicas. La formación continua incrementa productividad, calidad y capacidad de innovación.

Con el fin de asegurar coherencia entre la formulación de los objetivos específicos y la operacionalización del plan de intervención, los talleres del Eje Estratégico 2 se organizan como expresiones aplicadas de los cuatro módulos definidos en el objetivo específico 2.

En ese sentido, el módulo de alfabetización digital se desarrolla mediante acciones de actualización de perfiles, uso de herramientas tecnológicas y acompañamiento para la gestión de presencia digital; el módulo de marketing gastronómico se concreta a través de contenidos de marketing digital, promoción de productos, fotografía, narrativa de marca y posicionamiento comercial.

Por su parte, el módulo de gestión básica del negocio se implementa mediante los talleres de costos y fijación de precios, gestión administrativa básica, servicio al cliente e innovación de menús, en tanto todos ellos fortalecen capacidades esenciales para la sostenibilidad del emprendimiento. Finalmente, el módulo de herramientas de gobierno abierto se expresa en espacios de formación y acompañamiento sobre acceso a información, participación en mecanismos de diálogo, uso responsable de datos, rendición de cuentas y vinculación con instituciones públicas y plataformas de apoyo.

De esta manera, los talleres específicos no constituyen componentes desconectados del objetivo, sino unidades operativas complementarias que permiten traducir los cuatro módulos formativos en experiencias concretas de aprendizaje y aplicación. Esta correspondencia facilita la lectura integral del programa de fortalecimiento de capacidades y permite evaluar con mayor claridad el aporte de cada acción al cumplimiento del objetivo específico 2.

Módulo del objetivo específico 2	**Talleres o acciones vinculadas**

Alfabetización digital	Actualización de perfiles, uso de plataforma, acompañamiento tecnológico, herramientas digitales para gestión comercial
Marketing gastronómico	Marketing digital, fotografía, promoción de marca, contenido para redes, posicionamiento comercial
Gestión básica del negocio	Costos y fijación de precios, servicio al cliente, gestión administrativa básica, innovación de menús
Herramientas de gobierno abierto	Participación en asambleas, acceso a información, rendición de cuentas, uso ético de datos y articulación institucional

Tabla 29: Talleres Eje Estratégico 2 y Módulo de Objetivo Específico 2

Estrategia 2.1: Programa de Capacitación Empresarial y Técnica

Descripción: Implementar ciclo anual de talleres, cursos y capacitaciones presenciales y virtuales dirigidos a microempresarios en temas de gestión empresarial, manipulación de alimentos, servicio al cliente y marketing digital.

Acciones específicas:

Acción	Descripción	Responsable	Plazo
Taller de manipulación higiénica de alimentos	Certificación en BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) para 150 emprendedores	Facilitador MINSA	Mar-Abr 2026

Taller de costos y fijación de precios	Metodologías para calcular costos reales, márgenes de ganancia y estrategias de pricing	Contador/Consultor	Mayo 2026
Taller de servicio al cliente	Técnicas de atención, manejo de quejas, fidelización de clientes	Facilitador hospitalidad	Junio 2026
Taller de marketing digital aplicado	Instagram Business, Facebook Ads, email marketing, storytelling para gastronomía	Especialista Marketing Digital	Julio 2026
Taller de innovación de menús	Tendencias gastronómicas, presentación de platos, fusión de sabores	Chef consultor	Agosto 2026
Curso de gestión administrativa básica	Contabilidad básica, facturación, tributación, gestión de inventarios	Contador/AMPYME	Sep-Oct 2026

Tabla 30: Acciones - Estrategia 2.1 Capacitación Empresarial

Recursos necesarios:

- Facilitadores especializados (6 talleres × $1,200): $7,200
- Material didáctico y certificaciones: $2,500
- Logística de talleres (alquiler espacios, refrigerios): $3,000
- Plataforma e-learning para contenidos virtuales: $1,800
- **Subtotal Estrategia 2.1: $14,500**

Indicadores de desempeño:

- 150 microempresarios capacitados
- 6 talleres ejecutados con 90%+ asistencia
- 120 certificaciones en manipulación de alimentos emitidas
- 80% de satisfacción promedio en evaluaciones post-taller
- 30 horas de contenido educativo en plataforma virtual



Figura 15: Taller de Capacitación a emprendedores de Sabores de Colón
Fuente: Archivo propio, 2026

Estrategia 2.2: Programa de Asistencia Técnica y Mentoría

Descripción: Brindar acompañamiento personalizado a 50 microempresarios mediante asesorías individuales en gestión, contabilidad, marketing y operaciones para resolver problemas específicos y potenciar crecimiento.

Acciones específicas:

Acción	Descripción	Responsable	Plazo

Diagnóstico empresarial personalizado	Evaluación individual de 50 negocios: fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas	Consultores AMPYME	Abr-May 2026
Plan de mejora individualizado	Diseño de hoja de ruta específica para cada emprendimiento con metas a 6 meses	Consultores	Mayo 2026
Sesiones de mentoría mensual	3 sesiones de seguimiento con cada emprendedor (150 sesiones totales)	Mentores voluntarios	Jun-Ago 2026
Asesoría contable y tributaria	Apoyo en formalización, registro de operaciones, declaraciones fiscales	Contador	Jun-Dic 2026
Acompañamiento en implementación de mejoras	Visitas de campo para verificar aplicación de recomendaciones	Equipo técnico	Jul-Oct 2026
Evaluación de impacto de asistencia técnica	Medición de cambios en ventas, clientes, prácticas de gestión antes/después	Equipo M&E	Nov-Dic 2026

Tabla 31: Acciones - Estrategia 2.2 Asistencia Técnica

Recursos necesarios:

- Consultores AMPYME (diagnósticos y planes): $6,000
- Mentores voluntarios (incentivos simbólicos): $1,500
- Contador (6 meses medio tiempo): $3,600
- Transporte y viáticos equipo técnico: $1,200

- Herramientas de evaluación y monitoreo: $800
- **Subtotal Estrategia 2.2: $13,100**

Indicadores de desempeño:

- 50 diagnósticos empresariales completados
- 50 planes de mejora implementados
- 150 sesiones de mentoría ejecutadas
- 40 emprendimientos formalizados/regularizados
- Incremento promedio de 25% en ventas de negocios asesorados

Estrategia 2.3: Dotación de Herramientas y Equipamiento

Descripción: Proveer a microempresarios herramientas tecnológicas, equipos y materiales que mejoren productividad, calidad y presentación de productos.

Acciones específicas:

Acción	Descripción	Responsable	Plazo
Entrega de tablets para gestión digital	50 tablets con apps de inventario, facturación y punto de venta para emprendedores destacados	Coordinador TIC	Junio 2026
Kit de señalización y branding	Rótulos, banners, menús impresos, tarjetas de presentación para 200 emprendimientos	Diseñador + Imprenta	Mar-Abr 2026
Uniformes y delantales personalizados	Dotación de uniformes con branding "Sabores de Colón" para 200 emprendedores	Proveedor textil	Febrero 2026

Equipos de cocina básicos	Cofinanciamiento de 20 equipos (licuadoras industriales, freidoras, refrigeradores) mediante fondo rotativo	Coordinador Proyecto	Jul-Sep 2026
Terminales de pago electrónico	Gestión de 100 datáfonos con bancos aliados para facilitar ventas con tarjeta	Coordinador Alianzas	Mayo 2026
Material de empaque sostenible	Donación de cajas biodegradables, bolsas reciclables para 200 emprendedores	Patrocinadores	Febrero 2026

Tabla 32: Acciones - Estrategia 2.3 Dotación de Herramientas

Recursos necesarios:

- Tablets y accesorios (50 × $180): $9,000
- Señalización y branding (200 kits × $85): $17,000
- Uniformes personalizados (200 × $25): $5,000
- Cofinanciamiento equipos de cocina (20 × $400): $8,000
- Gestión terminales de pago (trámites, capacitación): $1,200
- Material de empaque sostenible (donación gestionada): $2,000
- **Subtotal Estrategia 2.3: $42,200**

Indicadores de desempeño:

- 50 emprendedores utilizando tablets para gestión
- 200 emprendimientos con señalización estandarizada
- 200 uniformes distribuidos y en uso
- 20 equipos de cocina cofinanciados
- 100 terminales de pago electrónico activos

- 200 emprendedores con material de empaque sostenible

Presupuesto consolidado Eje Estratégico 2:

- Estrategia 2.1: $14,500
- Estrategia 2.2: $13,100
- Estrategia 2.3: $42,200
- **Total Eje 2: $69,800**

Cronograma Eje Estratégico 2:

Actividad	**E**	**F**	**M**	**A**	**M**	**J**	**J**	**A**	**S**	**O**	**N**	**D**
Taller manipulación alimentos			X	X								
Taller costos y precios					X							
Taller servicio al cliente						X						
Taller marketing digital							X					
Diagnósticos empresariales				X	X							
Sesiones de mentoría						X	X	X				
Entrega de uniformes		X										
Kit señalización			X	X								
Entrega de tablets						X						
Cofinanciamiento equipos							X	X	X			

Tabla 33: Cronograma - Eje Estratégico 2 Fortalecimiento de Capacidades

Eje Estratégico 3: Articulación Multisectorial y Participación Ciudadana

Objetivo específico asociado: Articular alianzas estratégicas con sector público, privado, academia y sociedad civil que potencien recursos, visibilidad y sostenibilidad del proyecto mediante co-inversión y colaboración activa.

Justificación: La sostenibilidad del proyecto depende de construir ecosistemas de apoyo donde múltiples actores aportan recursos complementarios, amplían alcance y generan sinergias que ningún actor individual podría lograr por sí solo.

Estrategia 3.1: Construcción de Alianzas Público-Privadas

Descripción: Formalizar convenios, acuerdos de colaboración y patrocinios con instituciones gubernamentales y empresas privadas que aporten recursos financieros, técnicos, logísticos y de visibilidad al proyecto.

Acciones específicas:

Acción	Descripción	Responsable	Plazo
Firma de convenio con ATP	Acuerdo de colaboración con Autoridad de Turismo de Panamá para inclusión en rutas oficiales	Director Proyecto	Febrero 2026
Firma de convenio con AMPYME	Alianza para capacitaciones, asesorías, financiamiento y formalización empresarial	Director Proyecto	Marzo 2026
Convenio con Alcaldía de Colón	Apoyo en permisos, logística de eventos, seguridad, promoción institucional	Director Proyecto	Enero 2026

Captación de 10 patrocinadores corporativos	Empresas aportando $3,000-$10,000 en efectivo o especie (alimentos, bebidas, equipos, servicios)	Coordinador Alianzas	Ene-Feb 2026
Alianza con bancos para financiamiento	Líneas de crédito preferenciales para emprendedores, terminales de pago, educación financiera	Coordinador Alianzas	Abril 2026
Convenio con medios de comunicación	Cobertura editorial, espacios publicitarios sin costo, difusión institucional	Relacionista Público	Enero 2026

Tabla 34: Acciones - Estrategia 3.1 Alianzas Público-Privadas

Recursos necesarios:

- Coordinador de alianzas (6 meses medio tiempo): $4,200
- Material de presentación a socios potenciales: $800
- Eventos de firma de convenios (logística): $1,500
- Asesoría legal para convenios: $1,200
- Seguimiento y reportería a aliados: $1,000
- **Subtotal Estrategia 3.1: $8,700**

Indicadores de desempeño:

- 5 convenios institucionales formalizados (ATP, AMPYME, Alcaldía, Universidades, otros)
- 10 patrocinadores corporativos captados
- $60,000 en aportes de patrocinadores (efectivo + especie)
- 3 líneas de crédito preferenciales disponibles
- 20 menciones en medios aliados

Estrategia 3.2: Vinculación con Academia y Generación de Conocimiento

Descripción: Establecer relaciones con universidades para integrar voluntariado estudiantil, generar investigaciones aplicadas y crear casos de estudio que documenten impacto y aprendizajes del proyecto.

Acciones específicas:

Acción	Descripción	Responsable	Plazo
Convenio con Universidad de Panamá	Colaboración para prácticas profesionales, voluntariado, investigación	Director Proyecto	Marzo 2026
Reclutamiento de 30 voluntarios universitarios	Estudiantes de administración, turismo, gastronomía apoyando logística de eventos y capacitaciones	Coordinador Voluntariado	Feb-Abr 2026
Caso de estudio académico	Investigación sobre impacto socioeconómico del proyecto liderada por universidad	Investigador académico	Jun-Dic 2026
Presentación en foros académicos	Participación en 3 conferencias/seminarios presentando resultados del proyecto	Director Proyecto	Sep-Nov 2026
Tesis y trabajos de grado	Facilitar a 5 estudiantes desarrollo de tesis vinculadas al proyecto	Coordinador Académico	Abr-Dic 2026

Publicación de artículo científico	Paper sobre modelo de intervención en revista académica indexada	Investigador + Director	Oct-Dic 2026

Tabla 35: Acciones - Estrategia 3.2 Vinculación Académica

Recursos necesarios:

- Coordinador de voluntariado (4 meses): $2,400
- Investigador académico (consultoría caso de estudio): $4,500
- Inscripciones a foros académicos: $900
- Apoyo logístico a tesistas: $800
- Publicación de artículo científico: $1,200
- **Subtotal Estrategia 3.2: $9,800**

Indicadores de desempeño:

- 2 convenios con universidades formalizados
- 30 voluntarios universitarios participando
- 1 caso de estudio académico completado
- 3 presentaciones en foros académicos realizadas
- 5 tesis/trabajos vinculados al proyecto
- 1 artículo científico publicado

Estrategia 3.3: Fortalecimiento de Participación Ciudadana y Gobernanza

Descripción: Institucionalizar mecanismos de participación ciudadana que garanticen voz y voto de emprendedores en decisiones del proyecto, rendición de cuentas y construcción colectiva de estrategias.

Acciones específicas:

Acción	Descripción	Responsable	Plazo

Creación de Comité Consultivo de Emprendedores	15 microempresarios electos democráticamente para asesorar decisiones del proyecto	Coordinador Participación	Marzo 2026
Asambleas trimestrales de rendición de cuentas	4 reuniones abiertas presentando avances, presupuesto, desafíos y planes	Director Proyecto	Mar, Jun, Sep, Dic 2026
Plataforma digital de sugerencias	Sistema online donde emprendedores y ciudadanía proponen ideas y reportan problemas	Desarrollador web	Abril 2026
Encuestas de satisfacción y necesidades	3 sondeos anuales midiendo percepción, necesidades y recomendaciones de beneficiarios	Equipo M&E	Abr, Ago, Dic 2026
Formación en liderazgo comunitario	Taller de gobernanza, participación, advocacy para 30 líderes emprendedores	Facilitador ONG	Mayo 2026
Feria de co-creación de estrategias	Evento participativo donde emprendedores diseñan propuestas para siguientes ediciones	Equipo Proyecto	Noviembre 2026

Tabla 36: Acciones - Estrategia 3.3 Participación Ciudadana

Recursos necesarios:

- Coordinador de participación (6 meses): $3,600
- Desarrollo plataforma de sugerencias: $1,800
- Logística asambleas (4 × $400): $1,600
- Encuestas y análisis de datos: $1,200
- Taller de liderazgo comunitario: $1,500
- Feria de co-creación (logística, materiales): $2,500
- **Subtotal Estrategia 3.3: $12,200**

Indicadores de desempeño:

- Comité Consultivo de 15 emprendedores funcionando
- 4 asambleas trimestrales con 100+ asistentes cada una
- Plataforma digital con 200+ sugerencias recibidas
- 3 encuestas con 150+ respuestas cada una
- 30 líderes capacitados en gobernanza
- 1 feria de co-creación con 50+ propuestas generadas

Presupuesto consolidado Eje Estratégico 3:

- Estrategia 3.1: $8,700
- Estrategia 3.2: $9,800
- Estrategia 3.3: $12,200
- **Total Eje 3: $30,700**

Cronograma Eje Estratégico 3:

Actividad	**E**	**F**	**M**	**A**	**M**	**J**	**J**	**A**	**S**	**O**	**N**	**D**
Convenios institucionales	X	X	X									
Captación patrocinadores	X	X										
Convenio universidades			X									

Reclutamiento voluntarios		X	X	X								
Creación Comité Consultivo			X									
Asambleas rendición cuentas			X			X			X			X
Plataforma de sugerencias				X								
Taller liderazgo comunitario					X							
Caso estudio académico						X	X	X	X	X	X	X
Feria co-creación											X	

Tabla 37: Cronograma - Eje Estratégico 3 Articulación Multisectorial

Resumen de Recursos y Presupuesto Consolidado

Eje Estratégico / Estrategia	Monto (USD)	% del Total
Eje 1: Visibilidad y Posicionamiento Digital	**$88,500**	**46.9%**
1.1 Desarrollo y optimización plataforma web	$34,700	18.4%
1.2 Fortalecimiento redes sociales	$31,800	16.9%
1.3 Generación de contenido multimedia	$22,000	11.7%
Eje 2: Fortalecimiento de Capacidades	**$69,800**	**37.0%**
2.1 Programa de capacitación empresarial	$14,500	7.7%
2.2 Asistencia técnica y mentoría	$13,100	6.9%

2.3 Dotación de herramientas y equipamiento	$42,200	22.4%
Eje 3: Articulación Multisectorial	**$30,700**	**16.3%**
3.1 Alianzas público-privadas	$8,700	4.6%
3.2 Vinculación académica	$9,800	5.2%
3.3 Participación ciudadana y gobernanza	$12,200	6.5%
TOTAL PRESUPUESTO PLAN DE ESTRATEGIAS	**$189,000**	**100%**

Tabla 38: Presupuesto Consolidado del Plan de Estrategias y Acciones

Nota presupuestaria: Este presupuesto de $189,000 se integra con el presupuesto de promoción de $33,600 (sección 4.2) para conformar el presupuesto total del proyecto de $232,100. Adicionalmente, el proyecto genera aportes en especie y colaboraciones que no están monetizadas pero que agregan valor significativo (espacios cedidos, voluntariado, difusión gratuita, etc.).

Fuentes de Financiamiento Propuestas

La sostenibilidad financiera del proyecto se construye mediante diversificación de fuentes:

Fuente	Monto (USD)	% sobre presupuesto
Aportes de patrocinadores corporativos	60,000	25.9
Aporte en efectivo de instituciones públicas (ATP, AMPYME, Alcaldía de Colón)	80,000	34.5

Aportes en especie valorados (logística, espacios, servicios)	40,000	17.2
Ingresos proyectados por canon de participación de emprendedores	20,000	8.6
Ingresos por patrocinio de medios y canje publicitario valorizado	15,000	6.5
Otros aportes y donaciones menores	28,230	12.2
Total fuentes de financiamiento	243,230	104.8

Tabla 39: Fuentes de Financiamiento del Proyecto
Nota. El total de fuentes de financiamiento (243,230 USD) representa aproximadamente el 104.8 % del presupuesto base de 232,100 USD, generando un excedente estimado de 11,130 USD que puede destinarse a contingencias, ajustes de precios o acciones complementarias que fortalezcan la sostenibilidad del proyecto.

Indicadores de Seguimiento y Monitoreo

El seguimiento del plan de estrategias se realiza mediante sistema de indicadores de tres niveles:

Indicadores de resultado (impacto final):

Dimensión / Objetivo	Indicador de resultado	Meta 2026
Visibilidad digital (Objetivo específico 1)	Microempresarios con perfil completo en plataforma y al menos una red social activa	200 microempresarios con perfil completo y redes activas
Visibilidad digital (Objetivo específico 1)	Incremento promedio de interacciones digitales (visitas, reacciones, mensajes)	>= 30% de incremento promedio respecto a la línea base

Capacidades empresariales (Objetivo específico 2)	Participantes que mejoran sus puntajes entre diagnóstico inicial y evaluación final	>= 70% de los participantes de los módulos de formación
Capacidades empresariales (Objetivo específico 2)	Microempresarios que completan al menos 4 módulos de formación	150 microempresarios con 4 módulos completados
Articulación institucional (Objetivo específico 3)	Espacios formales de articulación creados (mesas, convenios, comités)	>= 3 espacios formales de articulación en funcionamiento
Articulación institucional (Objetivo específico 3)	Acuerdos o acciones colaborativas implementadas	>= 5 acuerdos o acciones colaborativas implementadas

Tabla 40: Indicadores de Resultado del Proyecto

Indicadores de producto (entregables):

Indicador	**Meta**	**Medio de Verificación**
Perfiles digitales actualizados en plataforma web	200	Reporte plataforma
Emprendedores capacitados	150	Listas de asistencia, certificados
Sesiones de mentoría ejecutadas	150	Reportes de mentores
Convenios institucionales formalizados	5	Documentos firmados
Patrocinadores corporativos captados	10	Contratos, acuerdos
Videos producidos (promocionales + recetas + documentales)	35	Archivo audiovisual
Asambleas de rendición de cuentas realizadas	4	Actas, listas de asistencia

Tabla 41: Indicadores de Producto del Proyecto

Indicadores de proceso (ejecución):

Indicador	Meta	Frecuencia de Medición
Porcentaje de ejecución presupuestaria	95%+	Mensual
Cumplimiento de cronograma de actividades	90%+	Quincenal
Tasa de satisfacción de beneficiarios	80%+	Trimestral
Tasa de retención de emprendedores en programa	85%+	Trimestral
Número de reuniones de coordinación realizadas	24	Mensual

Tabla 42: Indicadores de Proceso del Proyecto

Riesgos Identificados y Estrategias de Mitigación

Riesgo	Prob.	Impacto Potencial	Estrategia de Mitigación
Retiro de patrocinadores clave	Media	Déficit presupuestario del 30%, reducción de actividades	Diversificar fuentes, crear fondo de contingencia 10%, tener plan B de actividades prioritarias
Baja participación de emprendedores en capacitaciones	Media	Objetivos de fortalecimiento no alcanzados	Incentivos de participación, horarios flexibles, seguimiento personalizado, certificaciones atractivas

Problemas técnicos en plataforma web	Baja	Pérdida temporal de visibilidad digital	Contrato de mantenimiento con proveedor, backups diarios, plan de contingencia
Cambios en políticas institucionales de aliados	Baja	Incumplimiento de convenios, retrasos	Formalizar convenios con cláusulas claras, mantener comunicación constante, diversificar aliados
Clima adverso en días de festival	Media	Baja asistencia, pérdidas para emprendedores	Fecha de respaldo, carpas y toldos, plan de comunicación de contingencia
Competencia desleal o conflictos entre emprendedores	Media	Clima de desconfianza, abandono del programa	Código de ética, comité de resolución de conflictos, mediación oportuna
Inseguridad en zona del evento	Baja	Percepción negativa, baja asistencia	Coordinación con seguridad pública, iluminación, comunicación de medidas de seguridad

Tabla 43: Matriz de Riesgos y Estrategias de Mitigación

3.4. Roles y Responsabilidades

La ejecución exitosa del proyecto "Uso de tecnología y gobierno abierto para el fomento del turismo gastronómico a microempresarios del Casco de Colón 2026" requiere de una estructura organizativa clara, con roles diferenciados y responsabilidades específicas que garanticen la coordinación efectiva de las actividades, el cumplimiento de los objetivos propuestos y la sostenibilidad de la intervención en el tiempo.

La estructura del equipo se fundamenta en principios de gobierno abierto, colaboración multisectorial y gestión por resultados, incorporando actores del sector público, privado, académico y comunitario en un esquema de corresponsabilidad y transparencia.

Estructura Organizativa General

El proyecto se organiza en tres niveles jerárquicos complementarios que facilitan la toma de decisiones, la ejecución operativa y el seguimiento estratégico:

Nivel Estratégico

Responsable de la planificación general, la toma de decisiones de alto nivel, la articulación institucional y la rendición de cuentas ante instancias académicas y aliados estratégicos. Este nivel garantiza la alineación del proyecto con políticas públicas, marcos normativos y objetivos de desarrollo sostenible.

Nivel Táctico

Encargado de la coordinación operativa de las áreas sustantivas del proyecto: tecnología, capacitación, comunicación, participación ciudadana y monitoreo. Este nivel traduce las decisiones estratégicas en planes de trabajo específicos y supervisa su implementación.

Nivel Operativo

Ejecuta las actividades concretas del proyecto: desarrollo web, facilitación de talleres, producción de contenidos, organización de eventos, atención a microempresarios y

gestión logística. Este nivel interactúa directamente con los beneficiarios y garantiza la calidad de las intervenciones.

Descripción de Roles y Responsabilidades

Coordinación General del Proyecto

Perfil requerido: Profesional con título de maestría en Administración Pública, Gobierno Abierto, Gestión de Proyectos, Desarrollo Local o campos relacionados. Experiencia mínima de 5 años en gestión de proyectos de intervención comunitaria, articulación interinstitucional y trabajo con microempresarios.

Responsabilidades principales:

- Diseñar, planificar y supervisar la ejecución integral del proyecto de intervención en todas sus fases
- Gestionar el presupuesto consolidado de $232,100 USD, asegurando el uso eficiente de los recursos
- Representar el proyecto ante instituciones académicas, organismos públicos, patrocinadores y aliados estratégicos
- Coordinar las reuniones del equipo directivo y garantizar la articulación entre las diferentes coordinaciones
- Negociar y formalizar convenios con la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP), Alcaldía de Colón, AMPYME, universidades y sector privado
- Tomar decisiones estratégicas ante situaciones no previstas, riesgos emergentes o cambios en el contexto
- Elaborar informes ejecutivos trimestrales de avance para la Universidad de Panamá y demás actores institucionales
- Asegurar la rendición de cuentas y la transparencia en el manejo de recursos mediante publicación de datos abiertos
- Coordinar la elaboración del informe final del proyecto y la sistematización de aprendizajes

Productos esperados:

- Plan operativo anual con cronograma, presupuesto y matriz de responsabilidades
- 4 informes trimestrales de avance con indicadores actualizados
- 5 convenios institucionales formalizados (ATP, AMPYME, Alcaldía, universidades, otros)
- 10 patrocinios corporativos captados ($60,000 en aportes efectivo/especie)
- Informe final de proyecto con resultados, impactos y lecciones aprendidas
- Documento de sistematización metodológica para replicabilidad

Relaciones de coordinación: Reporta a la Facultad de Administración Pública de la Universidad de Panamá. Coordina directamente con todos los coordinadores de área y mantiene comunicación permanente con instituciones aliadas.

Coordinación de Tecnología y Plataforma Digital

Perfil requerido: Ingeniero en Sistemas, Desarrollador Web Full-Stack o profesional en Tecnologías de la Información con experiencia mínima de 3 años en desarrollo de plataformas web, gestión de bases de datos, analítica digital y sistemas de información geográfica (SIG).

Responsabilidades principales:

- Administrar, mantener y optimizar la plataforma www.saboresdecolon.com garantizando disponibilidad del 99%
- Actualizar y verificar los perfiles de 200 microempresarios con información completa (fotos, menús, horarios, ubicación GPS, contacto)
- Implementar sistema de búsqueda avanzada con filtros por tipo de comida, rango de precios, ubicación y especialidades
- Desarrollar e integrar pasarela de reservas en línea para que usuarios puedan reservar mesas directamente
- Configurar herramientas de analítica web (Google Analytics, Meta Business Suite) y elaborar reportes mensuales de tráfico
- Gestionar la seguridad de la plataforma: certificados SSL, respaldos automáticos, protección contra ataques

- Brindar soporte técnico a microempresarios en el uso de la plataforma y herramientas digitales
- Capacitar al equipo en el uso del panel de administración y actualización de contenidos
- Implementar módulo de datos abiertos con API para acceso público a información sobre oferta gastronómica
- Desarrollar versión móvil responsiva optimizada para smartphones y tablets
- Gestionar infraestructura de hosting, dominio y herramientas digitales complementarias

Productos esperados:

- Plataforma web actualizada con 200 perfiles completos y verificados
- Sistema de reservas en línea operativo
- 250,000 visitas al sitio web durante 2026
- Tiempo promedio de sesión mayor a 3 minutos
- Tasa de rebote menor al 45%
- Posicionamiento en top 3 de Google para "restaurantes Colón Panamá"
- 12 reportes mensuales de analítica web
- Módulo de datos abiertos con API pública documentada
- Manual técnico de administración de la plataforma

Relaciones de coordinación: Reporta a Coordinación General. Trabaja estrechamente con Coordinación de Comunicación para contenidos digitales y con Coordinación de Formación para capacitación tecnológica a emprendedores.

Coordinación de Formación y Acompaña miento a Microempresarios

Perfil requerido: Profesional en Administración de Empresas, Educación, Trabajo Social o áreas afines, con experiencia en capacitación a microempresarios, diseño curricular, facilitación de talleres y metodologías de educación de adultos.

Responsabilidades principales:

- Diseñar el programa formativo integral con 4 módulos: alfabetización digital, marketing gastronómico, gestión empresarial básica y herramientas de gobierno abierto
- Elaborar materiales didácticos, presentaciones, manuales y recursos de aprendizaje adaptados al contexto de microempresarios colonenses
- Facilitar 8 talleres presenciales (2 por módulo) con grupos de 25-30 participantes cada uno
- Aplicar diagnósticos iniciales (pre-test) y evaluaciones finales (post-test) para medir incremento de conocimientos y habilidades
- Coordinar la contratación de facilitadores especializados: chef profesional, contador, especialista en marketing digital, experto en gobierno abierto
- Brindar acompañamiento personalizado a 50 microempresarios mediante visitas de campo y asesorías individuales
- Registrar asistencia, participación y evidencias fotográficas/audiovisuales de las capacitaciones
- Evaluar el impacto de la formación mediante seguimiento a cambios en prácticas de gestión y uso de herramientas digitales
- Gestionar certificaciones oficiales para participantes que completen el programa formativo
- Elaborar informe consolidado de resultados de capacitación con análisis cuantitativo y cualitativo

Productos esperados:

- Programa formativo estructurado con objetivos, contenidos, metodología y evaluación para 4 módulos
- 8 talleres presenciales ejecutados con 200 participantes totales
- 150 microempresarios capacitados (70% mejoran puntajes pre-test a post-test)
- 50 planes de mejora empresarial individualizados
- 150 certificados de participación emitidos
- Banco de materiales didácticos reutilizables (manuales, videos, infografías)

- Informe de impacto de capacitación con datos cuantitativos y testimonios

Relaciones de coordinación: Reporta a Coordinación General. Coordina con Coordinación de Tecnología para capacitaciones en herramientas digitales y con Coordinación de Participación Ciudadana para integración comunitaria.

Coordinación de Participación Ciudadana y Trabajo Comunitario

Perfil requerido: Licenciado en Sociología, Trabajo Social, Desarrollo Comunitario, Ciencias Políticas o áreas afines, con experiencia en facilitación de procesos participativos, trabajo con organizaciones comunitarias y metodologías de gobierno abierto.

Responsabilidades principales:

- Promover la participación activa de microempresarios, residentes y actores locales en todas las fases del proyecto
- Organizar y facilitar mesas de trabajo y espacios de co-creación para la toma de decisiones colectivas
- Conformar el Comité Consultivo de Emprendedores integrado por 15 representantes elegidos democráticamente
- Coordinar 4 asambleas trimestrales de rendición de cuentas con participación de 100 asistentes cada una
- Gestionar mecanismos de participación ciudadana: plataforma digital de sugerencias, encuestas de satisfacción, buzón de consultas
- Articular con organizaciones comunitarias, juntas locales, iglesias, escuelas y líderes de barrio del Casco de Colón
- Diseñar e implementar estrategias que fortalezcan el sentido de pertenencia, la identidad cultural y el capital social
- Facilitar taller de liderazgo comunitario para 30 emprendedores en temas de gobernanza, participación y advocacy
- Organizar feria de co-creación de estrategias donde emprendedores diseñan propuestas para próximas ediciones

- Documentar y sistematizar procesos participativos mediante actas, fotografías, videos y testimonios
- Garantizar enfoque de inclusión: participación equitativa de mujeres, jóvenes, adultos mayores y personas con discapacidad

Productos esperados:

- Comité Consultivo de 15 emprendedores constituido y funcionando
- 4 asambleas trimestrales ejecutadas con actas y listas de asistencia
- 3 mesas de trabajo temáticas instaladas (tecnología, calidad, articulación institucional)
- Plataforma digital de participación con 200 sugerencias recibidas y procesadas
- 3 encuestas de satisfacción aplicadas con 150 respuestas cada una
- 30 líderes capacitados en gobernanza comunitaria
- 1 feria de co-creación con 50 propuestas generadas por emprendedores
- Informe de sistematización de procesos participativos

Relaciones de coordinación: Reporta a Coordinación General. Trabaja estrechamente con todas las coordinaciones para garantizar enfoque participativo transversal. Mantiene vínculo permanente con organizaciones comunitarias del Casco de Colón.

Coordinación de Comunicación y Promoción

Perfil requerido: Licenciado en Comunicación Social, Periodismo, Publicidad, Marketing o áreas afines, con experiencia en gestión de redes sociales, relaciones públicas, producción de contenidos y campañas de comunicación digital.

Responsabilidades principales:

- Diseñar y ejecutar la estrategia integral de comunicación y promoción del proyecto para todo el año 2026
- Gestionar las redes sociales oficiales de Sabores de Colón (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube) con publicaciones diarias
- Crear contenidos digitales: diseño gráfico, videos, fotografías, infografías, cápsulas audiovisuales, artículos de blog

- Coordinar campañas publicitarias pagadas en redes sociales (Facebook Ads, Instagram Ads, TikTok Ads, Google Ads)
- Gestionar relaciones con medios de comunicación: notas de prensa, conferencias, entrevistas, cobertura editorial
- Coordinar colaboraciones con 20 influencers gastronómicos para generación de contenido promocional
- Producir material promocional impreso: afiches, volantes, banners, catálogos, material POP
- Organizar conferencia de prensa de lanzamiento del Festival Sabores de Colón 2026
- Implementar estrategia de contenido evergreen para mantener engagement entre eventos
- Elaborar dashboard mensual de métricas digitales: alcance, impresiones, engagement, conversiones
- Posicionar la marca Sabores de Colón como referente nacional de turismo gastronómico comunitario
- Combatir estigmas territoriales mediante narrativas positivas sobre Colón basadas en datos y testimonios

Productos esperados:

- Plan de comunicación anual con calendario editorial, canales, mensajes y públicos objetivo
- 25,000,000 de impresiones digitales consolidadas en todas las plataformas
- 80,000 seguidores consolidados en redes sociales
- Engagement rate promedio del 6.5%
- 20 colaboraciones con influencers ejecutadas
- 3 videos promocionales producidos (1,000,000 visualizaciones combinadas)
- 24 videos de recetas colonenses publicados
- 50 artículos de blog gastronómico publicados en la plataforma
- 50,000 visitas al sitio web generadas desde redes sociales

- 12 reportes mensuales de métricas digitales
- 20 menciones en medios de comunicación nacional

Relaciones de coordinación: Reporta a Coordinación General. Trabaja con Coordinación de Tecnología para contenidos web y con todas las áreas para comunicar avances y resultados.

Coordinación de Monitoreo, Evaluación y Sistematización

Perfil requerido: Profesional en Estadística, Economía, Ciencias Sociales, Investigación o áreas afines, con experiencia en diseño de sistemas de monitoreo y evaluación, metodologías de investigación mixta, análisis de datos y sistematización de experiencias.

Responsabilidades principales:

- Diseñar el sistema integral de monitoreo y evaluación del proyecto con indicadores de proceso, resultado e impacto
- Elaborar instrumentos de recolección de datos: encuestas, entrevistas, grupos focales, fichas de observación, rúbricas
- Construir líneas base para todos los indicadores definidos en la matriz de planificación del proyecto
- Realizar mediciones intermedias trimestrales y finales anuales para evaluar avance en el logro de objetivos
- Procesar y analizar datos cuantitativos (estadística descriptiva e inferencial) y cualitativos (análisis de contenido)
- Elaborar 4 informes trimestrales de avance con análisis de indicadores, identificación de desviaciones y recomendaciones
- Coordinar evaluaciones externas con universidades o consultores independientes para validación de resultados
- Sistematizar aprendizajes, buenas prácticas y lecciones aprendidas del proceso de intervención
- Generar datos abiertos sobre el ecosistema gastronómico del Casco de Colón para uso público

- Producir informe final de evaluación con análisis de impacto socioeconómico, sostenibilidad y escalabilidad
- Elaborar recomendaciones para la mejora continua del proyecto y su posible replicación en otros territorios

Productos esperados:

- Sistema de monitoreo y evaluación con matriz de indicadores, medios de verificación y responsables
- Instrumentos de recolección de datos validados (encuestas, guías de entrevista, rúbricas)
- Línea base consolidada para todos los indicadores del proyecto
- 4 informes trimestrales de monitoreo con análisis cuantitativo y cualitativo
- 3 bases de datos actualizadas: emprendedores, capacitaciones, eventos
- Repositorio de datos abiertos publicado en formato CSV/JSON con API
- Informe de evaluación final con análisis de impacto y sostenibilidad
- Documento de sistematización metodológica para replicabilidad (50 páginas)
- 1 artículo científico enviado a revista académica indexada
- Presentación de resultados en 3 foros académicos o conferencias

Relaciones de coordinación: Reporta a Coordinación General. Solicita información a todas las coordinaciones y realiza levantamientos de campo con microempresarios y beneficiarios.

Coordinación de Alianzas Estratégicas y Patrocinios

Perfil requerido: Profesional en Relaciones Internacionales, Administración de Empresas, Marketing o áreas afines, con experiencia en gestión de alianzas público-privadas, captación de patrocinios, elaboración de propuestas de valor y negociación institucional.

Responsabilidades principales:

- Identificar y contactar empresas, fundaciones, organismos internacionales y sector privado potencialmente interesados en apoyar el proyecto

- Elaborar portafolios de patrocinio con diferentes niveles de inversión y beneficios asociados (oro, plata, bronce, aliado)
- Negociar convenios, acuerdos de colaboración y patrocinios con instituciones gubernamentales y empresas privadas
- Gestionar las relaciones con 10 patrocinadores corporativos que aportan $60,000 en efectivo o especie
- Formalizar convenios institucionales con ATP, AMPYME, Alcaldía de Colón, universidades y ANTAI
- Coordinar beneficios para patrocinadores: visibilidad de marca, activaciones, RSE, acceso a datos
- Gestionar alianzas con bancos para líneas de crédito preferenciales y terminales de pago para emprendedores
- Coordinar alianzas con medios de comunicación para cobertura editorial sin costo
- Elaborar reportes trimestrales de rendición de cuentas para patrocinadores con métricas de impacto y visibilidad
- Organizar eventos de relacionamiento: desayunos de trabajo, presentaciones ejecutivas, activaciones
- Garantizar cumplimiento de compromisos con aliados y patrocinadores según convenios establecidos

Productos esperados:

- Portafolio de patrocinio con 4 niveles diferenciados y beneficios detallados
- 5 convenios institucionales formalizados con ATP, AMPYME, Alcaldía, universidades, otros
- 10 patrocinios corporativos captados ($60,000 en aportes)
- 3 líneas de crédito preferenciales negociadas con bancos
- 100 terminales de pago electrónicos gestionados para emprendedores
- 4 reportes trimestrales de rendición de cuentas para patrocinadores
- 3 desayunos de trabajo con empresas aliadas ejecutados
- Base de datos de potenciales aliados y patrocinadores actualizada

Relaciones de coordinación: Reporta a Coordinación General. Trabaja con Coordinación de Comunicación para visibilidad de aliados y con Coordinación de Formación para beneficios educativos a patrocinadores.

Equipo de Apoyo Operativo y Logístico

Perfil requerido: Técnicos, asistentes administrativos, personal de campo, voluntarios universitarios y estudiantes en práctica profesional con capacidad de trabajo en equipo, orientación al servicio y compromiso comunitario.

Responsabilidades principales:

- Apoyar la organización operativa del Festival Sabores de Colón: montaje/desmontaje de stands, registro de participantes, atención a público
- Gestionar permisos municipales, sanitarios y logísticos necesarios para eventos y actividades del proyecto
- Coordinar transporte, alojamiento y alimentación para facilitadores, invitados especiales y equipo externo
- Administrar inventario de materiales, equipos e insumos del proyecto
- Brindar atención y acompañamiento a microempresarios en inscripciones, trámites y consultas
- Realizar visitas de campo para levantamiento de información, entrega de materiales y seguimiento a emprendedores
- Apoyar en la digitación de datos, actualización de bases de datos y llenado de formularios
- Participar en la distribución de material promocional, convocatorias y comunicados
- Colaborar en la documentación fotográfica y audiovisual de actividades del proyecto
- Mantener orden, limpieza y seguridad en espacios utilizados por el proyecto
- Otras tareas operativas asignadas por las coordinaciones técnicas

Productos esperados:

- Festival Sabores de Colón ejecutado exitosamente con 120,000 asistentes
- 200 emprendedores atendidos y acompañados durante todo el año
- Base de datos de emprendedores actualizada con información de campo
- 100 permisos y documentos administrativos gestionados
- 50 visitas de campo realizadas con reportes documentados
- Inventario de materiales y equipos actualizado mensualmente

Relaciones de coordinación: Reciben instrucciones de todas las coordinaciones técnicas según necesidades operativas. Trabajan bajo supervisión directa de Coordinación General.

Matriz de Roles, Responsabilidades y Productos

Rol	Responsabilidades Clave	Productos Principales	Dedicación
Coordinación General	Planificación estratégica, gestión presupuesto, articulación institucional	Plan operativo anual, 4 informes trimestrales, informe final	Tiempo completo 12 meses
Coordinación Tecnología	Administración www.saboresdecolon.com, soporte técnico, datos abiertos	Plataforma con 200 perfiles, 250K visitas, API datos abiertos	6 meses contrato
Coordinación Formación	Diseño programa formativo, facilitación talleres, acompañamiento	8 talleres, 150 certificados, 50 planes de mejora	10 meses medio tiempo

Coordinación Participación	Facilitar procesos participativos, mesas trabajo, asambleas	4 asambleas, Comité Consultivo, 3 encuestas	6 meses medio tiempo
Coordinación Comunicación	Gestión redes sociales, relaciones medios, campañas digitales	25M impresiones, 80K seguidores, 3 videos promocionales	Tiempo completo 12 meses
Coordinación Monitoreo	Diseño sistema evaluación, análisis datos, sistematización	4 informes trimestrales, informe final, datos abiertos	8 meses medio tiempo
Coordinación Alianzas	Captación patrocinios, negociación convenios, relacionamiento	5 convenios, 10 patrocinios, $60K captados	6 meses medio tiempo
Equipo Operativo	Logística eventos, atención emprendedores, trabajo campo	Festival ejecutado, 200 emprendedores atendidos	Variable por actividad

Tabla 44: Matriz de Roles y Responsabilidades del Proyecto

3.5. Tiempo

La dimensión temporal del proyecto "Uso de tecnología y gobierno abierto para el fomento del turismo gastronómico a microempresarios del Casco de Colón 2026" constituye un elemento crítico para garantizar la coordinación efectiva de actividades, el cumplimiento de objetivos y la sostenibilidad de los resultados.

Esta sección presenta la estructura temporal completa del proyecto, incluyendo el horizonte de ejecución, las fases de implementación, los hitos clave y el cronograma maestro integrado que articula todas las líneas de acción.

Horizonte Temporal del Proyecto

El proyecto se ejecuta durante un **período de 12 meses** comprendido entre **enero y diciembre de 2026**, con actividades preparatorias iniciadas en diciembre de 2025 (fase de sensibilización) y un cierre formal en enero de 2027 con la entrega del informe final y la sistematización de aprendizajes.

Este horizonte temporal responde a varios criterios estratégicos:

- **Alineación con ciclo anual:** Permite planificar actividades continuas durante todo el año, aprovechando diferentes momentos del calendario turístico y comercial de Panamá
- **Maduración de resultados:** Un año completo garantiza tiempo suficiente para implementar capacitaciones, consolidar la plataforma digital, ejecutar eventos y medir impactos reales
- **Sostenibilidad financiera:** Facilita la captación escalonada de patrocinios, la ejecución gradual del presupuesto y la generación de ingresos propios mediante eventos
- **Aprendizaje y ajuste:** Permite ciclos de evaluación trimestral, retroalimentación de beneficiarios y ajustes metodológicos basados en evidencia
- **Replicabilidad:** Un ciclo anual completo genera suficientes datos e indicadores para diseñar un modelo replicable en otros territorios

Línea de Tiempo Histórica y Proyección

Para contextualizar la ejecución del proyecto 2026, es importante ubicarlo en la trayectoria histórica de Sabores de Colón:

- **Agosto 2025:** Festival Sabores de Colón (primera edición documentada en este proyecto) - 50,000 asistentes, 250 emprendedores, $400,000 en ventas directas

- **Diciembre 2025 - Enero 2026:** Fase de sensibilización y planificación estratégica del proyecto de intervención
- **Febrero-Marzo 2026:** Festival Sabores de Colón en el Casco de Colón (28 febrero - 1 marzo 2026) - evento central del proyecto
- **Marzo-Julio 2026:** Consolidación de capacitaciones, plataforma digital y alianzas institucionales
- **Agosto 2026:** Festival Sabores de Colón en Amador (proyección de expansión)
- **Septiembre-Diciembre 2026:** Evaluación, sistematización y cierre del ciclo anual
- **2027 en adelante:** Escalamiento a otras provincias, institucionalización del modelo, réplica en territorios adicionales

Fases de Implementación del Proyecto

El proyecto se estructura en **cinco fases secuenciales** que garantizan un desarrollo lógico y progresivo de las intervenciones:

Fase 1: Preparación y Sensibilización (Diciembre 2025 - Enero 2026)

Duración: 2 meses

Objetivo: Generar condiciones iniciales para el arranque del proyecto mediante sensibilización de actores clave, conformación de equipo, captación de aliados y diseño detallado de instrumentos.

Actividades principales:

- Reuniones comunitarias con microempresarios del Casco de Colón (4 encuentros)
- Visitas puerta a puerta a 200 establecimientos gastronómicos
- Presentaciones ejecutivas a instituciones públicas (ATP, Alcaldía, ANTAI, AMPYME)
- Desayunos de trabajo con patrocinadores potenciales (3 sesiones)
- Campañas en redes sociales de expectativa y convocatoria
- Producción de cápsulas audiovisuales con testimonios de emprendedores
- Conformación formal del equipo del proyecto

- Diseño de instrumentos de monitoreo y evaluación
- Actualización inicial de la plataforma www.saboresdecolon.com

Hitos clave:

- 200 microempresarios contactados directamente
- 150 inscripciones confirmadas para participar en el proyecto
- 3 acuerdos institucionales firmados (ATP, Alcaldía, AMPYME)
- Portafolio de patrocinio presentado a 40 empresas
- Equipo del proyecto contratado y en funciones

Presupuesto ejecutado: $9,500 (sensibilización) + $15,000 (arranque operativo) = $24,500

Fase 2: Implementación Intensiva y Evento Central (Febrero - Marzo 2026)

Duración: 2 meses

Objetivo: Ejecutar el Festival Sabores de Colón en el Casco de Colón (28 febrero - 1 marzo 2026) como hito central del proyecto, acompañado de la actualización masiva de perfiles digitales y el inicio formal del programa de capacitaciones.

Actividades principales:

- Campaña promocional intensiva en medios digitales y tradicionales
- Actualización de 200 perfiles de emprendedores en www.saboresdecolon.com
- Conferencia de prensa de lanzamiento (15 enero 2026)
- Activaciones en 3 centros comerciales de Ciudad de Panamá
- Colaboraciones con 8 influencers gastronómicos para generación de contenido
- Organización logística del Festival Sabores de Colón: permisos, montaje, seguridad, comunicación
- Ejecución del Festival (28 febrero - 1 marzo 2026): 2 días de actividad gastronómica, cultural y turística
- Cobertura en vivo por redes sociales y medios de comunicación
- Primer taller de capacitación: Manipulación higiénica de alimentos (150 participantes)

- Implementación de sistema de reservas en línea en la plataforma web
- Levantamiento de línea base de indicadores del proyecto

Hitos clave:

- Festival Sabores de Colón ejecutado exitosamente (28 feb - 1 mar 2026)
- 120,000 asistentes al festival (meta proyectada)
- $1,200,000 en ventas directas de emprendedores durante el evento
- 200 perfiles digitales actualizados en plataforma
- 10,000,000 de impresiones en redes sociales durante el festival
- 150 emprendedores capacitados en manipulación de alimentos
- Línea base de indicadores consolidada

Presupuesto ejecutado: $85,000 (evento) + $14,000 (promoción previa) + $6,600 (cobertura durante evento) + $15,000 (capacitaciones y plataforma) = $120,600

Fase 3: Consolidación y Fortalecimiento de Capacidades (Abril - Julio 2026)

Duración: 4 meses

Objetivo: Profundizar el fortalecimiento de capacidades empresariales y tecnológicas de los microempresarios mediante talleres especializados, mentorías individualizadas y dotación de herramientas digitales y equipos básicos.

Actividades principales:

- Ciclo de 5 talleres especializados:
  - Costos y fijación de precios (mayo)
  - Servicio al cliente (junio)
  - Marketing digital aplicado (julio)
  - Innovación de menús (agosto)
  - Gestión administrativa básica (septiembre)
- 150 sesiones de mentoria individualizada (50 emprendedores x 3 sesiones)
- 50 diagnósticos empresariales personalizados
- Entrega de tablets para gestión digital (50 unidades)
- Distribución de kits de sealizació n y branding (200 emprendedores)

- Entrega de uniformes personalizados con branding Sabores de Colón (200 unidades)
- Gestión de 100 terminales de pago electrónico con bancos aliados
- Optimización SEO de la plataforma web
- Producción de serie de 24 videos de recetas colonenses (2 por mes)
- Formalización de 5 convenios institucionales
- Captación de 10 patrocinadores corporativos
- Primera asamblea trimestral de rendición de cuentas (abril)
- Elaboración de primer informe trimestral de avance (marzo)

Hitos clave:

- 150 emprendedores capacitados en al menos 4 talleres
- 50 planes de mejora empresarial elaborados
- 70% de participantes mejoran puntajes entre pre-test y post-test
- 200 emprendedores con kits de branding y uniformes
- 50 emprendedores con tablets operativos
- 100 terminales de pago distribuidos
- 5 convenios institucionales formalizados
- 10 patrocinios corporativos captados ($60,000 en aportes)
- Plataforma web posicionada en top 3 de Google para "restaurantes Colón Panamá"
- 100,000 visitas acumuladas al sitio web

Presupuesto ejecutado: $35,000 (capacitaciones y mentorías) + $28,000 (dotación herramientas) + $15,000 (plataforma y contenidos) + $8,700 (alianzas) = $86,700

Fase 4: Escalamiento y Eventos Complementarios (Agosto - Octubre 2026)

Duración: 3 meses

Objetivo: Expandir el alcance del proyecto mediante la ejecución del Festival Sabores de Colón en Amador, consolidar las alianzas académicas y comunitarias, y preparar la evaluación final del proyecto.

Actividades principales:

- Preparación logística y promocional del Festival Sabores de Colón Amador
- Ejecución del Festival Sabores de Colón en Amador (agosto 2026)
- Coordinación de voluntariado universitario (30 estudiantes)
- Inicio de caso de estudio académico sobre impacto socioeconómico del proyecto
- Taller de liderazgo comunitario para 30 emprendedores (agosto)
- Conformación y puesta en marcha del Comité Consultivo de Emprendedores (15 miembros)
- Segunda asamblea trimestral de rendición de cuentas (julio)
- Encuestas de satisfacción a emprendedores y beneficiarios
- Continuación de produc ción de contenido multimedia
- Elaboración de segundo informe trimestral (junio)
- Presentación de resultados parciales en 2 foros académicos
- Negociación de renovación de patrocinios para 2027

Hitos clave:

- Festival Sabores de Colón Amador ejecutado exitosamente
- 80,000 asistentes proyectados en Amador
- $800,000 en ventas directas adicionales
- 30 voluntarios universitarios participando activamente
- Comité Consultivo de 15 emprendedores funcionando
- Caso de estudio académico en desarrollo (50% avance)
- 200,000 visitas acumuladas al sitio web
- 2 presentaciones en foros académicos realizadas

Presupuesto ejecutado: $50,000 (Festival Amador) + $12,000 (contenido y comunicación) + $9,800 (vinculación académica) + $12,200 (participación ciudadana) = $84,000

Fase 5: Evaluación, Sistematización y Cierre (Noviembre 2026 - Enero 2027)

Duración: 3 meses

Objetivo: Medir resultados finales del proyecto, sistematizar aprendizajes, documentar buenas prácticas, elaborar recomendaciones para escalamiento y presentar informe final a la Universidad de Panamá y aliados.

Actividades principales:

- Aplicación de evaluación final de conocimientos (post-test) a emprendedores capacitados
- Medición final de indicadores: visibilidad digital, ventas, empleo generado, satisfacción
- Tercera y cuarta asambleas trimestrales de rendición de cuentas (octubre y diciembre)
- Feria de co-creación de estrategias con emprendedores (noviembre)
- Elaboración de informe final del proyecto con análisis de impacto
- Sistematización metodológica para replicabilidad (documento de 50 páginas)
- Producción de video documental sobre el proyecto (15-20 minutos)
- Publicación de datos abiertos del ecosistema gastronómico del Casco de Colón
- Redacción de artículo científico para revista académica indexada
- Presentación de resultados finales en conferencia académica
- Reunión de cierre con patrocinadores y aliados estratégicos
- Diseño de propuesta de escalamiento 2027-2028
- Entrega formal del informe final a la Universidad de Panamá (enero 2027)

Hitos clave:

- 200 emprendedores evaluados (post-test)
- 70% mejoran puntajes entre diagnóstico inicial y evaluación final
- Informe final de 150 páginas elaborado
- Documento de sistematización metodológica completado
- Video documental producido
- Repositorio de datos abiertos publicado con API
- Artículo científico enviado a revista indexada
- Propuesta de escalamiento 2027 aprobada

- 4 asambleas trimestrales ejecutadas (100% cumplimiento)
- 250,000 visitas totales al sitio web durante 2026

Presupuesto ejecutado: $15,000 (evaluación y sistematización) + $8,000 (eventos de cierre) = $23,000

Hitos Críticos y Fechas Clave

Los hitos críticos son puntos de control que marcan avances significativos en el proyecto y permiten evaluar si se está cumpliendo con el cronograma planificado. A continuación se presentan los 16 hitos más importantes del proyecto con sus fechas específicas:

No.	Fecha	Hito Crítico
1	15 Ene 2026	Conferencia de prensa de lanzamiento del Festival Sabores de Colón 2026
2	31 Ene 2026	200 perfiles de emprendedores actualizados en www.saboresdecolon.com
3	15 Feb 2026	3 convenios institucionales firmados (ATP, Alcaldía, AMPYME)
4	28 Feb - 1 Mar 2026	**Festival Sabores de Colón en el Casco de Colón (evento central)**
5	15 Mar 2026	Primer informe trimestral de avance entregado
6	31 Mar 2026	150 emprendedores certificados en manipulación higiénica de alimentos
7	30 Abr 2026	Primera asamblea trimestral de rendición de cuentas ejecutada
8	31 May 2026	Sistema de reservas online operativo en la plataforma

9	15 Jun 2026	Segundo informe trimestral entregado + Evaluación intermedia
10	30 Jun 2026	10 patrocinadores corporativos captados ($60,000 en aportes)
11	31 Jul 2026	Segunda asamblea trimestral de rendición de cuentas
12	15-17 Ago 2026	**Festival Sabores de Colón en Amador (expansión)**
13	30 Sep 2026	Tercer informe trimestral + 150 emprendedores con ciclo completo de capacitaciones
14	30 Nov 2026	Feria de co-creación de estrategias con emprendedores
15	31 Dic 2026	Cuarta asamblea trimestral + Cierre operativo del proyecto
16	31 Ene 2027	Entrega de informe final a la Universidad de Panamá

Tabla 45: Hitos Críticos del Proyecto con Fechas Específicas

Ruta Crítica del Proyecto

La ruta crítica identifica la secuencia de actividades que determina la duración mínima del proyecto y cuyo retraso afectaría directamente la fecha de finalización. Para este proyecto, la ruta crítica incluye:

1. **Sensibilización y captación de emprendedores** (Dic 2025 - Ene 2026) → Sin emprendedores inscritos, no hay beneficiarios del proyecto
2. **Actualización de perfiles en plataforma web** (Ene-Feb 2026) → Prerrequisito para visibilidad digital y sistema de reservas
3. **Firma de convenios institucionales** (Ene-Feb 2026) → Necesarios para acceso a recursos, permisos y legitimidad
4. **Captación de patrocinadores** (Ene-Feb 2026) → 27% del presupuesto depende de aportes privados

5. **Ejecución del Festival Sabores de Colón - Casco** (28 Feb - 1 Mar 2026) → Evento central del proyecto, genera visibilidad masiva e ingresos
6. **Implementación del programa de capacitaciones** (Mar-Sep 2026) → Impacta directamente en el Objetivo Específico 2
7. **Desarrollo y optimización de la plataforma web** (Ene-May 2026) → Base tecnológica de todo el proyecto
8. **Evaluación final y cierre** (Nov-Dic 2026) → Medición de resultados y cumplimiento de objetivos.

3.6. Cronograma de actividades

El cronograma de actividades del proyecto de intervención organiza temporalmente las acciones previstas para el año 2026, asegurando coherencia entre los objetivos específicos, las fases de trabajo, los responsables, los recursos y los resultados esperados. Esta subsección integra de manera ordenada todos los cronogramas incluidos en el Capítulo III, con el fin de presentar una visión articulada de la secuencia operativa del proyecto y facilitar su seguimiento, control y evaluación durante la ejecución.

La programación de actividades responde a una lógica progresiva. En primer lugar, se desarrollan acciones de sensibilización y posicionamiento institucional; posteriormente, se ejecutan actividades promocionales y de preparación del Festival Sabores de Colón; luego se implementan estrategias de fortalecimiento digital, capacitación y articulación multisectorial; finalmente, se consolidan procesos de seguimiento, rendición de cuentas y sostenibilidad. De este modo, el cronograma no se limita a una distribución mensual de tareas, sino que constituye una herramienta de gestión que permite coordinar tiempos, priorizar hitos, anticipar riesgos y verificar el cumplimiento del plan de intervención.

Finalidad del cronograma de actividades

El cronograma de actividades cumple una función central dentro del método de intervención, ya que permite ordenar la ejecución del proyecto en fases sucesivas e interdependientes. Su diseño facilita la coordinación entre el equipo técnico, los microempresarios participantes, las instituciones aliadas, los patrocinadores y los actores comunitarios vinculados a Sabores de Colón.

Además de servir como guía operativa, el cronograma constituye una herramienta de control gerencial y monitoreo. A través de su uso es posible verificar avances, identificar retrasos, reasignar recursos cuando sea necesario y mantener alineadas las acciones con los objetivos específicos del proyecto. En este sentido, su valor no es solamente descriptivo, sino también estratégico, puesto que conecta la planificación con la implementación efectiva.

Estructura temporal del proyecto

La estructura temporal del proyecto se distribuye a lo largo de todo el año 2026 y contempla actividades preparatorias iniciadas desde diciembre de 2025. Esta organización reconoce que el proyecto no gira únicamente alrededor de un evento puntual, sino que articula un proceso continuo de fortalecimiento, visibilidad, capacitación, promoción y gobernanza para los microempresarios gastronómicos del Casco de Colón.

La ruta temporal general puede entenderse en cinco momentos. El primero corresponde a la sensibilización inicial y la preparación institucional; el segundo se concentra en la promoción previa y en la realización del Festival Sabores de Colón; el tercero impulsa la consolidación de la visibilidad digital y el fortalecimiento empresarial; el cuarto amplía la articulación académica, comunitaria e institucional; y el quinto cierra el ciclo con acciones de evaluación, sostenibilidad y proyección futura. Esta secuencia garantiza continuidad durante toda la intervención y evita que el proyecto dependa únicamente de una sola actividad central.

Cronograma de sensibilización

La fase de sensibilización constituye el punto de arranque del cronograma general del proyecto. Su propósito es generar comprensión, apropiación y compromiso entre los públicos estratégicos antes del inicio de la ejecución intensiva. En esta etapa se desarrollan reuniones comunitarias, visitas puerta a puerta, presentaciones ejecutivas a instituciones, desayunos con patrocinadores, campañas en redes sociales, notas de prensa, producción de cápsulas audiovisuales y entrevistas en medios.

Estas actividades se concentran entre diciembre de 2025 y febrero de 2026 y se distribuyen por semanas, lo que permite una activación escalonada del proyecto. Durante las primeras semanas de diciembre se priorizan las reuniones comunitarias, las presentaciones institucionales y el inicio de la campaña digital; posteriormente se mantienen las visitas a emprendedores y la difusión pública del proyecto, y hacia enero y comienzos de febrero se intensifican las acciones comunicacionales y mediáticas para ampliar el alcance del mensaje. Esta fase prepara las condiciones sociales, institucionales y comunicacionales necesarias para el desarrollo de las etapas siguientes.

Cronograma de actividades de sensibilización

Actividad	Semana 1-2 Dic. 2025	Semana 3-4 Dic. 2025	Semana 2-3 Ene. 2026	Semana 4 Ene. - 1 Feb. 2026
Reuniones comunitarias	X	X		
Visitas puerta a puerta	X	X	X	
Presentaciones ejecutivas institucionales	X	X		
Desayunos con patrocinadores	X			

Campaña en redes sociales	X	X	X	X
Notas de prensa	X			
Producción de cápsulas audiovisuales	X	X		
Entrevistas en medios			X	X

Cronograma anual de promoción

La estrategia promocional se desarrolla durante todo el año 2026 y responde a una lógica de continuidad. No se trata únicamente de convocar público para el festival, sino de sostener la presencia pública de la marca Sabores de Colón, mantener activas las audiencias digitales, visibilizar a los emprendedores participantes y ampliar las oportunidades de posicionamiento territorial del Casco de Colón como destino gastronómico.

El cronograma anual de promoción integra tres momentos complementarios. El primero corresponde a la fase previa al festival, centrada en expectativa, convocatoria e inscripción; el segundo coincide con la cobertura intensiva del evento principal; y el tercero se orienta a la fase posterior, enfocada en fidelización, sistematización, circulación de contenido y mantenimiento de la visibilidad alcanzada. Esta continuidad es clave para evitar que la promoción se agote con la fecha del evento y para convertirla en una estrategia sostenida de desarrollo local.

Cronograma anual de actividades promocionales 2026

Actividad	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.

Campaña de expectativa digital	X	X										
Lanzamiento oficial del evento	X											
Campaña publicitaria pagada	X	X										
Actualización del catálogo web	X											
Cobertura del festival y difusión en tiempo real		X	X									
Publicación de testimonios y resultados			X	X								

Campañas de posicionamiento continuo			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Acciones promocionales en eventos aliados y ediciones futuras					X	X	X	X	X	X	X	X

Cronograma maestro integrado del proyecto

El cronograma maestro integrado consolida en una sola matriz la totalidad de fases, estrategias y actividades principales del proyecto. Su principal valor metodológico radica en que permite visualizar la intervención como un sistema coordinado, donde cada componente depende del avance de otros. De esta manera, se fortalecen la lógica secuencial, la articulación entre equipos y la supervisión general del cumplimiento.

Este cronograma maestro permite identificar la ruta crítica del proyecto. En ella sobresalen la sensibilización inicial, la preparación del festival, la activación de la plataforma digital, la actualización de perfiles de emprendedores, el desarrollo de talleres, la formalización de alianzas y la implementación de mecanismos de participación ciudadana. Al concentrar todos estos componentes en una sola lectura, la gestión del proyecto gana claridad, reduce duplicidades y facilita la toma de decisiones oportunas.

Cronograma maestro integrado del proyecto 2026

Componente principal	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Sensibilización y preparación institucional	X	X										
Promoción previa y realización del festival	X	X	X									
Actualización de plataforma y visibilidad digital	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacitaciones y fortalecimiento empresarial		X	X	X	X	X	X	X	X	X		

Asistencia técnica y mentorías			X	X	X	X	X	X	X	X		
Articulación institucional y convenios	X	X	X	X	X	X						
Participación ciudadana y rendición de cuentas			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Seguimiento, monitoreo y cierre anual									X	X	X	X

Cronograma general de implementación

El cronograma general de implementación traduce la planificación estratégica en ejecución operativa. En esta matriz se define cuándo deben ponerse en marcha las acciones concretas del proyecto y cómo se enlazan entre sí para garantizar que los productos y resultados previstos puedan alcanzarse dentro del periodo establecido.

Desde la perspectiva metodológica, esta herramienta permite pasar de la formulación a la acción. También facilita la coordinación entre responsables, porque delimita tiempos de inicio, duración estimada y momentos de intensificación. Su utilidad es especialmente

importante en proyectos de intervención con múltiples actores, ya que reduce la improvisación y brinda una referencia compartida para el trabajo del equipo.

Cronograma general de implementación 2026

Línea de implementación	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Organización operativa inicial	X	X										
Festival Sabores de Colón y acciones de ejecución intensiva		X	X									
Desarrollo de estrategias de visibilidad digital	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Implementación de talleres y procesos formativos		X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Dotación de herramientas y acompañamiento técnico			X	X	X	X	X	X	X			
Consolidación de convenios y alianzas	X	X	X	X	X							
Procesos de participación, diálogo y gobernanza			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sistematización, evaluación operativa y cierre									X	X	X	X

Cronogramas por ejes estratégicos

Además del cronograma maestro y del cronograma general de implementación, el proyecto organiza sus actividades mediante cronogramas específicos por eje estratégico. Esta desagregación permite observar con mayor precisión la temporalidad de cada línea de acción, asignar responsabilidades especializadas y hacer seguimiento diferenciado según el objetivo específico correspondiente.

La ventaja de esta organización es que el cronograma deja de ser una matriz única y rígida para convertirse en un sistema de planificación multinivel. Así, el equipo directivo puede revisar el avance global del proyecto, mientras que cada coordinación técnica puede profundizar en el seguimiento de las actividades bajo su responsabilidad.

a) Cronograma del Eje Estratégico 1: Visibilidad digital

El Eje Estratégico 1 concentra acciones relacionadas con la plataforma web, la presencia en redes sociales y la producción de contenido multimedia. Su cronograma evidencia una ejecución sostenida durante todo el año, lo que confirma que la visibilidad digital es un componente transversal del proyecto y no una actividad limitada a la fase de lanzamiento.

La actualización de perfiles web, el sistema de reservas, la optimización SEO, la gestión de redes sociales, las colaboraciones con influencers, las sesiones fotográficas y la producción audiovisual se distribuyen de forma complementaria. Esto permite combinar acciones técnicas de infraestructura digital con acciones de comunicación y posicionamiento de marca orientadas al público.

Actividad	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.

Actualización de perfiles web	X											
Sistema de reservas	X											
Optimización SEO	X											
Community manager	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Talleres de redes sociales	X	X										
Colaboraciones con influencers	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sesiones fotográficas	X	X	X									
Videos promocionales	X	X										
Serie de recetas en video			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

b) Cronograma del Eje Estratégico 2: Fortalecimiento de capacidades empresariales y tecnológicas

El Eje Estratégico 2 se orienta al desarrollo de competencias en los microempresarios mediante talleres, mentorías, diagnósticos empresariales y dotación de herramientas. Su cronograma refleja una secuencia pedagógica y operativa: primero se ejecutan actividades de formación básica, luego se profundiza con asistencia técnica y, más adelante, se entregan recursos que apoyan la aplicación práctica de lo aprendido.

Esta distribución es metodológicamente pertinente porque evita intervenciones aisladas. En lugar de entregar herramientas sin preparación previa, el proyecto plantea una progresión que combina capacitación, acompañamiento y recursos materiales, favoreciendo una incorporación más efectiva de nuevas prácticas empresariales y digitales.

Actividad	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Taller de manipulación de alimentos	X	X										
Taller de costos y fijación de precios				X	X							
Taller de servicio al cliente						X						

Taller de marketing digital aplicado							X					
Diagnósticos empresariales		X	X									
Sesiones de mentoría			X	X	X							
Entrega de uniformes		X										
Kit de señalización y branding			X	X								
Entrega de tablets				X								
Cofinanciamiento de equipos						X	X	X				

c) Cronograma del Eje Estratégico 3: Articulación multisectorial y participación ciudadana

El Eje Estratégico 3 organiza las actividades vinculadas con convenios institucionales, captación de patrocinadores, vinculación académica, rendición de cuentas y

participación de los propios emprendedores en la toma de decisiones. Su cronograma confirma que la sostenibilidad del proyecto depende de una red de relaciones que debe construirse y mantenerse durante todo el proceso de intervención.

A diferencia de otros ejes más técnicos, este componente tiene una fuerte dimensión política y organizativa. Por ello, sus actividades se distribuyen a lo largo del año, combinando hitos iniciales de formalización de alianzas con mecanismos continuos de gobernanza, consulta y co-creación de propuestas.

Actividad	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Convenios institucionales	X	X	X									
Captación de patrocinadores	X	X										
Convenio con universidades		X	X	X								
Reclutamiento de voluntarios		X	X	X								

Comité consultivo de emprendedores			X								
Asambleas trimestrales de rendición de cuentas			X			X			X			X
Plataforma digital de sugerencias				X	X	X	X	X	X	X	X	X
Encuestas de satisfacción y necesidades				X				X				X
Taller de liderazgo comunitario					X							

Feria de co-creación de estrategias											X	

Hitos críticos del cronograma

Dentro del cronograma general existen hitos críticos que condicionan el avance del proyecto y que, por tanto, requieren especial atención por parte del equipo responsable. Entre ellos destacan el cierre de la fase de sensibilización, el lanzamiento oficial del festival, la celebración del Festival Sabores de Colón, la activación de la plataforma digital con perfiles actualizados, el inicio de los programas de capacitación, la formalización de convenios estratégicos y la realización de las asambleas de rendición de cuentas.

Estos hitos cumplen una doble función. Por una parte, marcan momentos de verificación del avance acumulado; por otra, permiten reajustar la planificación en caso de desviaciones. Por ello, el cronograma no debe leerse únicamente como una secuencia de tareas, sino también como un mapa de decisiones clave para asegurar la viabilidad y la sostenibilidad de la intervención.

Relación del cronograma con el seguimiento y monitoreo

El cronograma de actividades está directamente vinculado con los procesos de seguimiento y monitoreo del proyecto. Su cumplimiento permite medir el nivel de ejecución, identificar retrasos operativos, revisar el uso de recursos y analizar si la intervención avanza de acuerdo con los tiempos previstos. En consecuencia, se convierte en una fuente principal para los indicadores de proceso y para la gestión por resultados.

La revisión periódica del cronograma debe realizarse con una frecuencia quincenal y mensual, dependiendo del tipo de actividad. Las acciones de alta criticidad, como el festival, la ejecución presupuestaria, la implementación de talleres y la formalización de

convenios, requieren un seguimiento más cercano. Esto permite reaccionar oportunamente ante contingencias y mantener la coherencia entre planificación, implementación y evaluación.

Valor estratégico del cronograma dentro del proyecto

El cronograma de actividades tiene un valor estratégico porque traduce la propuesta metodológica del proyecto en una hoja de ruta concreta, verificable y operativa. Gracias a esta herramienta, el proyecto puede coordinar múltiples líneas de acción sin perder unidad, garantizar continuidad a lo largo del año y fortalecer la capacidad institucional para ejecutar una intervención compleja con diversos actores y recursos.

En síntesis, los cronogramas del Capítulo III muestran que la intervención ha sido concebida con una lógica temporal clara, estructurada y realista. La existencia de cronogramas por fases, cronogramas anuales, cronogramas maestros y cronogramas por ejes estratégicos refuerza la solidez del método de intervención y ofrece una base técnica adecuada para el seguimiento, la implementación y la evaluación integral del proyecto.

3.7. Costos (Presupuesto del Proyecto)

La sección de costos del proyecto "Uso de tecnología y gobierno abierto para el fomento del turismo gastronómico a microempresarios del Casco de Colón 2026" presenta una descripción detallada de la estructura presupuestaria, las fuentes de financiamiento, los mecanismos de gestión financiera y los criterios de asignación de recursos que garantizan la viabilidad, sostenibilidad y transparencia en el manejo de fondos. El presupuesto total consolidado asciende a **$232,100 USD**, distribuido estratégicamente entre las fases de sensibilización, promoción y los tres ejes estratégicos del proyecto.

Estructura General del Presupuesto

El presupuesto del proyecto se organiza en cinco componentes principales que reflejan la arquitectura operativa y la secuencia lógica de intervención:

Componente Presupuestario	Monto (USD)	% del Total
Sensibilización (Diciembre 2025 - Enero 2026)	9,500	4.3%
Promoción (Año 2026)	33,600	15.1%
Eje 1: Visibilidad y Posicionamiento Digital	88,500	39.8%
Eje 2: Fortalecimiento de Capacidades	69,800	31.4%
Eje 3: Articulación Multisectorial	30,700	13.8%
TOTAL PRESUPUESTO CONSOLIDADO	**232,100**	**100%**

Tabla 46: Estructura General del Presupuesto del Proyecto

Esta distribución presupuestaria refleja las prioridades estratégicas del proyecto, con **mayor inversión en visibilidad digital (39.8%) y fortalecimiento de capacidades (31.4%)**, que constituyen los pilares fundamentales para el cumplimiento de los objetivos específicos 1 y 2.

Presupuesto de Sensibilización

La fase de sensibilización representa la etapa preparatoria crítica para el arranque exitoso del proyecto, con un presupuesto total de **$9,500 USD** distribuido en tres niveles de intervención:

Nivel	Concepto	Monto (USD)
Nivel 1: Sensibilización Comunitaria		
	Alquiler de espacios comunitarios	400
	Materiales impresos (5,000 volantes, 500 afiches, 1,000 trípticos)	1,200
	Refrigerios para reuniones (4 sesiones, 80 personas)	800
	Transporte equipo de campo	300
	Subtotal Nivel 1	*2,700*
Nivel 2: Sensibilización Institucional		
	Diseño e impresión informes ejecutivos (50 ejemplares)	800
	Desayunos de trabajo (3 sesiones, 20 personas)	1,200
	Materiales de presentación (folders, USB, carpetas)	500
	Subtotal Nivel 2	*2,500*
Nivel 3: Sensibilización Comunicacional		
	Community manager (2 meses)	1,500
	Producción cápsulas audiovisuales (5 videos)	2,000
	Diseño gráfico para redes sociales	500

	Herramientas de email marketing (plataforma anual)	300
	Subtotal Nivel 3	*4,300*
TOTAL PRESUPUESTO SENSIBILIZACIÓN		**9,500**

Tabla 47: Presupuesto Detallado de Sensibilización

Justificación: La fase de sensibilización es inversión estratégica, no gasto operativo. Sin esta inversión inicial, el proyecto enfrentaría bajo compromiso comunitario, débil respaldo institucional y limitada visibilidad mediática, comprometiendo el éxito de fases posteriores.

Presupuesto de Promoción

El componente de promoción abarca todo el ciclo anual 2026 con un presupuesto de **$33,600 USD**, estructurado en tres fases temporales:

Concepto	**Monto (USD)**
Fase Previa (Enero-Febrero 2026)	
Community manager (2 meses)	1,500
Publicidad digital pagada (Facebook, Instagram, Google, TikTok)	5,000
Colaboraciones con influencers (8 × $300 promedio)	2,400
Material promocional impreso (afiches, volantes, banners)	2,000
Activaciones en centros comerciales (3 × $800)	2,400
Conferencia de prensa (logística, materiales)	700
Subtotal Fase Previa	*14,000*
Durante el Evento (28 Feb - 1 Mar 2026)	

Cobertura en vivo (equipos, conectividad)	800
Sala de prensa (kits, equipamiento)	600
Señalización y branding (vallas, banners, tótems)	3,000
Espacios instagrameables (decoración, fotografía)	1,200
Productor audiovisual (cobertura 2 días)	1,000
Subtotal Durante Evento	*6,600*
Fase Posterior (Marzo-Diciembre 2026)	
Community manager (10 meses × $700)	7,000
Video resumen oficial	2,500
Dashboard de resultados (diseño)	800
Diseño gráfico continuo	1,500
Herramientas digitales (hosting, email marketing, analytics)	1,200
Subtotal Fase Posterior	*13,000*
TOTAL PRESUPUESTO PROMOCIÓN	**33,600**

Tabla 48: Presupuesto Consolidado de Promoción 2026

Retorno esperado: La inversión promocional de $33,600 proyecta generar $1,200,000 en ventas directas durante el Festival Sabores de Colón (relación 1:36), más $800,000 adicionales en el Festival Amador, para un retorno total estimado de $2,000,000.

Presupuesto Eje Estratégico 1: Visibilidad y Posicionamiento Digital

El Eje 1 representa la mayor inversión individual del proyecto con **$88,500 USD (39.8% del total)**, reflejando la centralidad de la plataforma digital como infraestructura tecnológica del proyecto:

Estrategia	Concepto	Monto (USD)
Estrategia 1.1: Desarrollo y Optimización de Plataforma Web		
	Desarrollador web senior (6 meses, contrato)	18,000
	Content writer (10 meses, medio tiempo)	7,000
	Especialista SEO (consultoría)	2,500
	Hosting, dominio, herramientas digitales	1,200
	Fotografía profesional (200 emprendimientos)	6,000
	Subtotal Estrategia 1.1	*34,700*
Estrategia 1.2: Fortalecimiento de Presencia en Redes Sociales		
	Community manager (12 meses)	8,400
	Facilitador talleres redes sociales (8 sesiones)	2,400
	Colaboraciones con influencers (20 × $350)	7,000
	Publicidad pagada en redes sociales	8,000
	Productor audiovisual (6 videos)	4,500
	Premios para concursos	1,500
	Subtotal Estrategia 1.2	*31,800*
Estrategia 1.3: Generación de Contenido Multimedia		
	Fotógrafo profesional (20 sesiones)	4,000
	Productora audiovisual (3 videos promocionales)	6,000
	Serie de recetas en video (24 episodios)	4,800

	Diseñador gráfico (identidad + material)	3,500
	Impresión de material promocional	3,200
	Almacenamiento en nube y herramientas	500
	Subtotal Estrategia 1.3	*22,000*
TOTAL EJE 1: VISIBILIDAD DIGITAL		**88,500**

Tabla 49: Presupuesto Detallado Eje Estratégico 1

Productos entregables con esta inversión:

- 200 perfiles digitales de emprendedores actualizados
- Plataforma www.saboresdecolon.com con sistema de reservas online
- 250,000 visitas proyectadas al sitio web durante 2026
- 25,000,000 impresiones digitales en redes sociales
- 80,000 seguidores consolidados en todas las plataformas
- 35 videos producidos (promocionales + recetas + documentales)

Presupuesto Eje Estratégico 2: Fortalecimiento de Capacidades

El Eje 2 cuenta con **$69,800 USD (31.4% del total)**, distribuyéndose entre capacitaciones, asistencia técnica y dotación de herramientas:

Estrategia	Concepto	Monto (USD)
Estrategia 2.1: Programa de Capacitación Empresarial		
	Facilitadores especializados (6 talleres × $1,200)	7,200
	Material didáctico y certificaciones	2,500
	Logística de talleres (alquiler espacios, refrigerios)	3,000

	Plataforma e-learning para contenidos virtuales	1,800
	Subtotal Estrategia 2.1	*14,500*
Estrategia 2.2: Programa de Asistencia Técnica y Mentoría		
	Consultores AMPYME (diagnósticos y planes)	6,000
	Mentores voluntarios (incentivos simbólicos)	1,500
	Contador (6 meses medio tiempo)	3,600
	Transporte y viáticos equipo técnico	1,200
	Herramientas de evaluación y monitoreo	800
	Subtotal Estrategia 2.2	*13,100*
Estrategia 2.3: Dotación de Herramientas y Equipamiento		
	Tablets y accesorios (50 × $180)	9,000
	Señalización y branding (200 kits × $85)	17,000
	Uniformes personalizados (200 × $25)	5,000
	Cofinanciamiento equipos de cocina (20 × $400)	8,000
	Gestión terminales de pago (trámites, capacitación)	1,200
	Material de empaque sostenible (donación gestionada)	2,000
	Subtotal Estrategia 2.3	*42,200*
TOTAL EJE 2: FORTALECIMIENTO CAPACIDADES		**69,800**

Tabla 50: Presupuesto Detallado Eje Estratégico 2

Resultados esperados con esta inversión:

- 150 microempresarios capacitados en 6 módulos temáticos
- 50 diagnósticos empresariales personalizados completados
- 150 sesiones de mentoría ejecutadas
- 200 emprendedores con kits de branding y uniformes
- 50 emprendedores con tablets para gestión digital
- 100 terminales de pago electrónico distribuidos
- 20 equipos de cocina cofinanciados

Presupuesto Eje Estratégico 3: Articulación Multisectorial

El Eje 3 cuenta con **$30,700 USD (13.8% del total)**, enfocado en construcción de alianzas, vinculación académica y participación ciudadana:

Estrategia	Concepto	Monto (USD)
Estrategia 3.1: Construcción de Alianzas Público-Privadas		
	Coordinador de alianzas (6 meses medio tiempo)	4,200
	Material de presentación a socios potenciales	800
	Eventos de firma de convenios (logística)	1,500
	Asesoría legal para convenios	1,200
	Seguimiento y reportería a aliados	1,000
	Subtotal Estrategia 3.1	*8,700*
Estrategia 3.2: Vinculación con Academia		
	Coordinador de voluntariado (4 meses)	2,400
	Investigador académico (consultoría caso de estudio)	4,500
	Inscripciones a foros académicos	900

	Apoyo logístico a tesistas	800
	Publicación de artículo científico	1,200
	Subtotal Estrategia 3.2	*9,800*
Estrategia 3.3: Participación Ciudadana y Gobernanza		
	Coordinador de participación (6 meses)	3,600
	Desarrollo plataforma de sugerencias	1,800
	Logística asambleas (4 × $400)	1,600
	Encuestas y análisis de datos	1,200
	Taller de liderazgo comunitario	1,500
	Feria de co-creación (logística, materiales)	2,500
	Subtotal Estrategia 3.3	*12,200*
TOTAL EJE 3: ARTICULACIÓN MULTISECTORIAL		**30,700**

Tabla 51: Presupuesto Detallado Eje Estratégico 3

Entregables con esta inversión:

- 5 convenios institucionales formalizados (ATP, AMPYME, Alcaldía, universidades)
- 10 patrocinios corporativos captados ($60,000 en aportes)
- 30 voluntarios universitarios participando
- 1 caso de estudio académico completado
- 4 asambleas trimestrales de rendición de cuentas
- Comité Consultivo de 15 emprendedores funcionando

Fuentes de Financiamiento

El proyecto adopta un **modelo de financiamiento mixto y diversificado** para garantizar sostenibilidad y reducir dependencia de fuentes únicas. El presupuesto de $232,100 se complementa con fuentes adicionales que eleva el financiamiento total disponible a aproximadamente 243,230 USD, lo que permite cubrir el presupuesto base de 232,100 USD y contar con un margen adicional para contingencias y variaciones en la ejecución.

Fuente de Financiamiento	**Monto (USD)**	**% del Total**
Patrocinios corporativos (10 empresas × $6,000 promedio)	60,000	26.1%
Aporte institucional Fundación Reto por Colón	40,000	17.4%
Convenio AMPYME (capacitaciones, asesorías)	25,000	10.9%
Convenio ATP (promoción, inclusión en rutas)	20,000	8.7%
Ingresos propios por stands en festival (200 × $150)	30,000	13.0%
Donaciones individuales y crowdfunding	15,000	6.5%
Otros aportes (municipio, universidades, ONGs)	10,000	4.3%
Presupuesto base del proyecto	**232,100**	-
Fondo de contingencia (5%)	**11,130**	-
TOTAL FUENTES DE FINANCIAMIENTO	**243,230**	**100%**

Tabla 52: Fuentes de Financiamiento del Proyecto

Mientras la Tabla 36 presenta las fuentes de financiamiento previstas específicamente para el Plan de Estrategias (Ejes 1, 2 y 3), la Tabla 51 integra además los aportes asociados a sensibilización, promoción y otras fuentes complementarias, alcanzando un total de 243,230 USD.

Distribución por naturaleza de aporte:

- **Recursos financieros directos (efectivo):** $170,000 (72.7%)
- **Aportes en especie:** $30,000 (12.8%) - incluye espacios cedidos, difusión gratuita, servicios donados
- **Ingresos autogenerados:** $30,000 (12.8%) - stands de festivales
- **Fondo de contingencia:** $11,130 (4.8%)

Estrategia de captación de patrocinios:

El proyecto desarrolla un **portafolio de patrocinio con cuatro niveles diferenciados**:

Nivel	Aporte	Beneficios Asociados
Patrocinador Oro	$10,000	Logo destacado, stand premium, 4 menciones mensuales
Patrocinador Plata	$6,000	Logo en materiales, stand estándar, 2 menciones mensuales
Patrocinador Bronce	$3,000	Logo en web, presencia en evento, 1 mención mensual
Aliado Estratégico	$1,000	Reconocimiento institucional, certificado de colaboración

Tabla 53: Niveles de Patrocinio y Beneficios

Mecanismos de Gestión Financiera

El proyecto implementa **cinco mecanismos clave** para garantizar transparencia, eficiencia y rendición de cuentas en el manejo de recursos:

1. Sistema de Control Presupuestario

- **Revisión mensual de ejecución:** Comparación entre presupuesto programado vs ejecutado
- **Semáforo de alertas:** Verde (ejecución normal), Amarillo (desviación 5-10%), Rojo (desviación >10%)

- **Ajustes trimestrales:** Reasignaciones entre rubros sin exceder límite de variación del 15%
- **Documentación completa:** Facturas, recibos, contratos, actas de entrega archivados digitalmente

2. Cuenta Bancaria Dedicada

- Cuenta exclusiva para el proyecto con doble firma (Coordinador General + Administrador)
- Estados de cuenta mensuales publicados en plataforma de datos abiertos
- Conciliaciones bancarias mensuales revisadas por auditoría interna

3. Informes Financieros Trimestrales

Cada informe trimestral incluye:

- Resumen ejecutivo de ingresos y egresos
- Análisis de desviaciones presupuestarias con justificación
- Proyección de ejecución para trimestre siguiente
- Estado de captación de patrocinios y convenios
- Flujo de caja actualizado

4. Auditoría Externa Anual

- Contratación de firma auditora independiente al cierre de 2026
- Revisión de 100% de gastos superiores a $1,000
- Muestreo aleatorio del 30% de gastos menores
- Informe de auditoría publicado en febrero 2027

5. Plataforma de Transparencia Financiera

Publicación trimestral en www.saboresdecolon.com de:

- Presupuesto detallado por rubro
- Ejecución acumulada por eje estratégico
- Nómina de patrocinadores y montos aportados
- Informes trimestrales de avance financiero
- Datasets en formato CSV/JSON para reutilización

Criterios de Asignación de Recursos

La distribución presupuestaria responde a **seis criterios estratégicos** de priorización:

Criterio 1: Impacto en Objetivos Específicos

La mayor inversión se concentra en actividades directamente vinculadas a los objetivos específicos:

- **Objetivo 1 (Visibilidad digital):** $88,500 (39.8%)
- **Objetivo 2 (Capacidades):** $69,800 (31.4%)
- **Objetivo 3 (Articulación):** $30,700 (13.8%)

Criterio 2: Sostenibilidad de Resultados

Se priorizan inversiones con **efecto multiplicador y sostenibilidad post-proyecto**:

- Plataforma web: infraestructura permanente ($34,700)
- Capacitaciones certificadas: competencias duraderas ($14,500)
- Equipamiento productivo: activos que generan ingresos ($42,200)

Criterio 3: Número de Beneficiarios Directos

- Acciones masivas (200 emprendedores): $101,200 (45.5%)
- Acciones focalizadas (50 emprendedores): $13,100 (5.9%)
- Acciones de soporte y coordinación: $108,300 (48.6%)

Criterio 4: Eficiencia Costo-Beneficio

Optimización de recursos mediante:

- Convenios institucionales que aportan servicios sin costo monetario directo
- Voluntariado universitario (30 estudiantes = $36,000 de valor agregado sin costo)
- Espacios cedidos gratuitamente ($15,000 de ahorro estimado)
- Difusión gratuita en medios aliados ($25,000 de valor publicitario)

Criterio 5: Ruta Crítica del Proyecto

Mayor asignación a actividades en la ruta crítica:

- Sensibilización (actividad crítica inicial): $9,500
- Plataforma web (base tecnológica): $34,700
- Festival Sabores Colón (hito central): incluido en promoción $33,600

Criterio 6: Alineación con Estándares de Calidad

Inversión en profesionales calificados y herramientas de calidad:

- Desarrollador web senior: $18,000 (vs $8,000 desarrollador junior)
- Facilitadores especializados: $7,200 (certificados en sus áreas)
- Fotografía y video profesional: $18,800 (calidad broadcast)

Análisis de Costo-Efectividad

El proyecto presenta **indicadores robustos de costo-efectividad** que justifican la inversión de $232,100 USD:

Indicador de Costo-Efectividad	Valor	Benchmark
Costo por emprendedor beneficiado directamente	$1,113	< $1,500
Costo por empleo directo/indirecto generado	$185	< $300
Costo por visitante alcanzado (150,000 acumulados)	$1.48	< $3
Inversión vs ventas generadas (ROI)	1:9	> 1:5
Costo por capacitación (150 personas × 6 módulos)	$16	< $25
Costo por impresión digital (30M impresiones)	$0.0037	< $0.01

Tabla 54: Indicadores de Costo-Efectividad del Proyecto

Retorno Social de la Inversión (SROI):

Por cada $1 USD invertido en el proyecto, se proyecta generar:

- **$9 USD en ventas directas** para emprendedores ($2,000,000 ventas / $232,100 inversión)
- **1,200 empleos directos e indirectos** generados o consolidados
- **200 microempresas** con capacidades fortalecidas y visibilidad digital
- **30,000,000 impresiones** digitales posicionando destino gastronómico
- **5 convenios institucionales** que habilitan recursos adicionales por $45,000

Valor Social Agregado No Monetizado:

- Fortalecimiento de identidad cultural colonense
- Reducción de estigmatización territorial
- Generación de datos abiertos para políticas públicas
- Modelo replicable en otras provincias de Panamá
- Sistematización de conocimiento académico (artículos, tesis, casos de estudio)

Gestión de Riesgos Financieros

El proyecto identifica **cinco riesgos financieros principales** con sus estrategias de mitigación:

Riesgo Financiero	Prob.	Impacto	Mitigación
Retiro de patrocinadores clave	Media	Déficit 30% ($60K)	Diversificar fuentes, fondo contingencia 5%, priorizar actividades críticas
Inflación superior a proyectada	Media	Sobrecosto 8-12%	Cláusulas de ajuste en contratos, compras anticipadas, negociar descuentos
Retraso en desembolsos institucionales	Media	Problemas de flujo de caja	Cronograma de desembolsos pactado, anticipo de patrocinios, crédito de corto plazo
Costos de eventos superiores	Baja	Sobrecosto 15-20%	Cotizaciones múltiples, contratos cerrados, seguros de cancelación

Tipo de cambio desfavorable	Baja	Pérdida 3-5%	Minimizar compras en divisas, hedging natural, fondo de contingencia

Tabla 55: Matriz de Riesgos Financieros y Estrategias de Mitigación

Fondo de Contingencia:

Se reserva **5% del presupuesto total ($11,130 USD)** como fondo de contingencia para:

- Cubrir sobrecostos imprevistos (inflación, emergencias)
- Reemplazar fuentes de financiamiento que no se concreten
- Ejecutar actividades no previstas pero estratégicamente necesarias

Criterios de uso del fondo de contingencia:

1. Aprobación de Coordinación General + autorización de 2 miembros del Comité Consultivo
2. Justificación documentada de necesidad y vínculo con objetivos del proyecto
3. Registro en informe trimestral siguiente con análisis de uso
4. Límite de uso: máximo 60% del fondo antes del último trimestre

Cronograma de Ejecución Presupuestaria

La ejecución presupuestaria sigue una **distribución temporal estratégica** alineada con las cinco fases del proyecto:

Fase	Dic-Ene	Feb-Mar	Abr-Jul	Ago-Oct	Nov-Ene	Total
Sensibilización	9,500	-	-	-	-	9,500
Promoción	1,500	20,600	6,000	3,000	2,500	33,600
Eje 1: Visibilidad	5,000	30,000	25,000	18,500	10,000	88,500

Eje 2: Capacidades	2,000	20,600	25,000	15,200	7,000	69,800
Eje 3: Articulación	5,000	8,000	7,700	6,000	4,000	30,700
Total Fase	**23,000**	**79,200**	**63,700**	**42,700**	**23,500**	**232,100**
% Acumulado	**10%**	**44%**	**72%**	**90%**	**100%**	-

Tabla 56: Cronograma de Ejecución Presupuestaria por Fase

Patrón de ejecución:

- **Fase 1 (Dic-Ene):** 10% - inversión en sensibilización y arranque
- **Fase 2 (Feb-Mar):** 34% - pico de inversión por Festival Sabores Colón
- **Fase 3 (Abr-Jul):** 28% - consolidación de capacitaciones y plataforma
- **Fase 4 (Ago-Oct):** 18% - Festival Amador y escalamiento
- **Fase 5 (Nov-Ene):** 10% - evaluación y cierre

Flujo de caja proyectado:

Trimestre	Ingresos	Egresos	Saldo Acumulado
Trimestre 0 (Dic-Ene)	45,000	23,000	+22,000
Trimestre 1 (Feb-Abr)	75,000	102,200	-5,200
Trimestre 2 (May-Jul)	50,000	40,500	+4,300
Trimestre 3 (Ago-Oct)	45,000	42,700	+6,600
Trimestre 4 (Nov-Ene)	18,730	23,500	+1,830
Total Año	**233,730**	**232,100**	**+1,630**

Tabla 57: Flujo de Caja Proyectado 2026

Nota: El déficit temporal de Trimestre 1 (-$5,200) se cubre con anticipo de patrocinios o línea de crédito de corto plazo. El saldo positivo final (+$1,630) se destina a fondo semilla para edición 2027.

Sostenibilidad Financiera Post-Proyecto

El diseño presupuestario incorpora **elementos de sostenibilidad financiera** para garantizar continuidad más allá de 2026:

Mecanismos de Autosostenibilidad

1. **Ingresos por eventos:** Festival genera $30,000 anuales en inscripciones de stands
2. **Membresía de emprendedores:** Cuota anual voluntaria de $50 × 200 = $10,000
3. **Publicidad en plataforma web:** Espacios publicitarios en saboresdecolon.com = $15,000/año
4. **Comisión por reservas:** 5% de comisión en sistema de reservas online = $8,000/año
5. **Renovación de patrocinios:** Retención del 80% de patrocinadores = $48,000/año

Proyección de ingresos autogenerados 2027: $111,000 USD (50% del presupuesto operativo)

Reducción de Costos Estructurales

Para 2027, se proyecta **reducción del 40% en costos** mediante:

- Plataforma web consolidada: solo mantenimiento ($5,000 vs $34,700 inicial)
- Materiales y equipos ya entregados: sin inversión recurrente ($0 vs $42,200)
- Proceso de capacitación consolidado: reducción de costos de diseño ($8,000 vs $14,500)
- Alianzas institucionalizadas: reducción de costos de gestión ($4,000 vs $8,700)

Presupuesto operativo proyectado 2027: $130,000 USD (58% del presupuesto 2026)

Modelo de Escalamiento Financiero

Concepto	2026	2027	2028
Presupuesto total	232,100	130,000	150,000
Fuentes externas	170,000	65,000	50,000
Ingresos propios	30,000	65,000	100,000
Autosostenibilidad	13%	50%	67%

Tabla 58: Proyección de Sostenibilidad Financiera 2026-2028
x

- **Mayor alcance de beneficiarios:** 200 emprendedores en un año
- **Mejor relación inversión/resultados:** ROI 1:9 vs promedio regional 1:5
- **Enfoque integrado:** combina tecnología, capacitación y articulación (otros proyectos focalizan 1-2 componentes)

CAPÍTULO IV: SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Resumen Ejecutivo

El proyecto presenta resultados preliminares altamente significativos durante su fase inicial de aplicación, especialmente en las dimensiones de alcance, movilización de actores, visibilidad pública y fortalecimiento de capacidades. Entre los principales logros reportados se encuentran el contacto directo con 218 microempresarios, la inscripción formal de 163 participantes, 2,340,000 impresiones en redes sociales durante la fase de sensibilización, la realización del Festival Sabores de Colón 2026 como evento central del proyecto y un nivel de cumplimiento del 92% en los hitos críticos programados para el primer trimestre.

A ello se suman resultados relevantes asociados al proceso de formación y transformación de capacidades, entre ellos la participación de 154 emprendedores en el primer taller de manipulación higiénica de alimentos, la emisión de 142 certificaciones y la mejora promedio del 58% entre pre-test y post-test reportada en la retroalimentación académica. Asimismo, el proyecto alcanzó la actualización de 200 perfiles de emprendedores en la plataforma digital y generó mecanismos iniciales de articulación institucional, seguimiento y rendición de cuentas que fortalecen su sostenibilidad operativa.

4.1. Implementación

La implementación del proyecto "Uso de tecnología y gobierno abierto para el fomento del turismo gastronómico a microempresarios del Casco de Colón 2026" inició formalmente en diciembre de 2025 con la fase de sensibilización y alcanzó su hito central el 28 de febrero y 1 de marzo de 2026 con la ejecución del Festival Sabores de Colón en el Casco Histórico. Esta sección documenta el proceso de implementación, las estrategias ejecutadas, los ajustes metodológicos realizados y los resultados preliminares obtenidos durante los primeros meses de intervención (diciembre 2025 - marzo 2026).

Marco Temporal de la Aplicación Inicial

El proyecto fue diseñado con un horizonte temporal de 12 meses (enero-diciembre 2026), estructurado en cinco fases secuenciales. Al momento de la elaboración de este informe (marzo 2026), se han completado las dos primeras fases y se encuentra en plena ejecución la tercera fase:

- **Fase 1 - Preparación y Sensibilización** (diciembre 2025 - enero 2026): Completada
- **Fase 2 - Implementación Intensiva y Evento Central** (febrero - marzo 2026): Completada
- **Fase 3 - Consolidación y Fortalecimiento** (abril - julio 2026): En ejecución
- **Fase 4 - Escalamiento y Eventos Complementarios** (agosto - octubre 2026): Planificada
- **Fase 5 - Evaluación, Sistematización y Cierre** (noviembre 2026 - enero 2027): Planificada

La implementación ha seguido el cronograma maestro establecido con un nivel de cumplimiento del 92% en los hitos críticos programados para el primer trimestre, demostrando la viabilidad operativa del modelo y la efectividad de la coordinación interinstitucional.

Fase 1: Preparación y Sensibilización (Diciembre 2025 - Enero 2026)

Objetivos y Alcance de la Fase

La fase de sensibilización tuvo como propósito generar las condiciones iniciales para el arranque del proyecto mediante la movilización de actores clave, la construcción de redes de colaboración y el establecimiento de una narrativa compartida sobre el potencial del turismo gastronómico como motor de desarrollo local en el Casco de Colón.

Los objetivos específicos de esta fase fueron:

1. Informar a microempresarios, instituciones y ciudadanía sobre los resultados del Festival Sabores de Colón agosto 2025 y las proyecciones para 2026
2. Motivar la participación activa de al menos 150 microempresarios en el proyecto

3. Articular alianzas con instituciones públicas (ATP, Alcaldía, ANTAI, AMPYME) y sector privado
4. Construir una base comunicacional sólida para la promoción del festival y la marca Sabores de Colón

Estrategias de Sensibilización Implementadas

La sensibilización se estructuró en tres niveles complementarios, cada uno dirigido a públicos específicos con mensajes adaptados:

Nivel 1: Sensibilización Comunitaria

Se ejecutaron cuatro reuniones comunitarias en espacios del Casco de Colón (Centro de Arte y Cultura, salones comunales) con una asistencia total de 267 personas, superando la meta de 250. Los encuentros permitieron presentar datos concretos del impacto económico del festival 2025:

- 50,000 asistentes
- 250 emprendedores participantes
- $400,000 en ventas directas
- 95% de emprendedores agotaron productos
- 2,000 empleos temporales generados

Adicionalmente, se realizaron visitas puerta a puerta a 218 establecimientos gastronómicos del Casco de Colón durante diciembre 2025 y enero 2026, superando la meta de 200. Estas visitas permitieron:

- Levantar información actualizada sobre perfil de emprendimientos
- Identificar necesidades específicas de capacitación y equipamiento
- Registrar interés de participación en el festival 2026
- Distribuir materiales informativos (5,000 volantes, 500 afiches, 1,000 trípticos)

Los conversatorios con emprendedores permitieron escuchar directamente expectativas y preocupaciones. Las principales inquietudes expresadas fueron:

1. Garantías de retorno de inversión en tiempo y recursos (78% de participantes)
2. Acceso a capacitación gratuita y certificada (65%)

3. Visibilidad real más allá del día del evento (58%)
4. Apoyo con equipamiento y permisos sanitarios (52%)

Estas preocupaciones fueron incorporadas como insumos para el diseño del programa de capacitaciones y el portafolio de servicios del proyecto.

Nivel 2: Sensibilización Institucional

Se ejecutaron presentaciones ejecutivas con autoridades de las principales instituciones vinculadas al proyecto:

Institución	Fecha	Participantes	Resultado
ATP	12 dic 2025	Director Regional	Compromiso de apoyo institucional
Alcaldía de Colón	15 dic 2025	Alcalde y equipo técnico	Pre-acuerdo de colaboración
ANTAI	18 dic 2025	Directora y equipo	Asesoría en datos abiertos
AMPYME	10 ene 2026	Dirección Nacional	Oferta de capacitaciones

Tabla 59: Reuniones institucionales ejecutadas - Fase de Sensibilización

Los desayunos de trabajo con patrocinadores actuales y potenciales (3 sesiones, 62 empresarios participantes) permitieron presentar el portafolio de beneficios 2026 y captar compromisos preliminares de 28 empresas por un monto estimado de $45,000 en aportes efectivo y especie.

Se elaboraron y distribuyeron 50 informes técnicos ejecutivos con datos financieros, impactos sociales, plan de trabajo 2026 e indicadores de seguimiento, dirigidos a tomadores de decisión institucionales y empresariales.

Nivel 3: Sensibilización Comunicacional Ampliada

La campaña en redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok) generó 2,340,000 impresiones durante diciembre 2025 - febrero 2026, superando la meta de 2,000,000 establecida para la fase. El contenido se estructuró en:

- Datos de impacto del festival 2025 (15 publicaciones)
- Historias de emprendedores beneficiados (12 testimonios en video)
- Cuenta regresiva hacia el festival 2026 (serie de 60 publicaciones)
- Invitación a inscripción para participantes (8 convocatorias)

Se produjeron 5 cápsulas audiovisuales de 2-3 minutos con testimonios de emprendedores y asistentes, distribuidas en redes sociales y YouTube, acumulando 187,000 visualizaciones.

Las notas de prensa distribuidas a medios locales y nacionales generaron 12 menciones en prensa escrita, 8 entrevistas en radio y 5 apariciones en noticieros de televisión, posicionando a Sabores de Colón en la agenda mediática nacional.

Resultados Cuantitativos de la Fase de Sensibilización

Los indicadores de éxito de la fase de sensibilización muestran cumplimiento superior a las metas establecidas:

Indicador	**Meta**	**Alcanzado**	**% Cumplimiento**
Microempresarios alcanzados directamente	200	218	109%
Asistentes a reuniones comunitarias	250	267	107%
Instituciones contactadas formalmente	10	12	120%
Impresiones en redes sociales	2,000,000	2,340,000	117%

Microempresarios inscritos para participar	150	163	109%
Empresas expresando interés en patrocinar	40	28	70%
Acuerdos firmados con instituciones públicas	3	2	67%

Tabla 60: Resultados cuantitativos - Fase de Sensibilización

Nota: Los 218 microempresarios alcanzados incluyen tanto emprendimientos ya registrados en la base como nuevos contactos. De ellos, 163 completaron el proceso de inscripción formal al proyecto 2026.

El cumplimiento parcial en captación de patrocinadores (70%) y formalización de acuerdos institucionales (67%) se explica por los tiempos administrativos prolongados de las instituciones públicas y empresas privadas. Sin embargo, los compromisos verbales obtenidos permitieron continuar con la planificación del evento.

Lecciones Aprendidas de la Fase de Sensibilización

La evaluación cualitativa de la fase identificó cinco aprendizajes clave:

1. **La credibilidad se construye con datos concretos**: La presentación de cifras verificables del festival 2025 (ventas, asistentes, empleos) fue el factor más efectivo para generar confianza y motivar participación.
2. **El contacto directo es insustituible**: Las visitas puerta a puerta y conversatorios presenciales generaron mayor compromiso que las campañas digitales, especialmente entre emprendedores de mayor edad o con menor alfabetización digital.
3. **Los testimonios de pares son más persuasivos que los discursos institucionales**: Los videos con emprendedores narrando sus experiencias

positivas del festival 2025 tuvieron mayor impacto emocional y motivacional que los mensajes corporativos.

4. **La coordinación interinstitucional requiere tiempos prolongados**: Los procesos de formalización de convenios con instituciones públicas (ATP, Alcaldía) requieren 6-8 semanas en promedio, lo que debe incorporarse en futuras planificaciones.
5. **El escepticismo por experiencias previas fallidas es una barrera real**: El 44% de emprendedores contactados manifestó desconfianza inicial basada en proyectos anteriores que no cumplieron promesas. La construcción de confianza requiere transparencia, cumplimiento de compromisos y comunicación constante.

Presupuesto Ejecutado en Fase de Sensibilización

El presupuesto consolidado de la fase fue de $9,500, distribuido de la siguiente manera:

- Nivel 1 - Sensibilización Comunitaria: $2,700
- Nivel 2 - Sensibilización Institucional: $2,500
- Nivel 3 - Sensibilización Comunicacional: $4,300

La ejecución presupuestaria alcanzó el 98% ($9,310 ejecutados), con ahorros marginales en transporte de equipo de campo y materiales impresos por negociaciones favorables con proveedores.

Fase 2: Implementación Intensiva y Evento Central (Febrero - Marzo 2026)

Preparativos del Festival Sabores de Colón 2026

La fase 2 se centró en la ejecución del Festival Sabores de Colón como hito central del proyecto, precedida por una campaña promocional intensiva y la actualización masiva de perfiles digitales de emprendedores.

Actualización de Plataforma Digital

Durante enero-febrero 2026, el equipo de TIC trabajó en la actualización de www.saboresdecolon.com, logrando:

- 200 perfiles de emprendedores actualizados con información completa (nombre, descripción, menú, fotos, ubicación georreferenciada, redes sociales, horarios)
- Implementación de sistema de búsqueda avanzada con filtros por tipo de comida, rango de precio, ubicación y horarios
- Integración de Google Maps para geolocalización de establecimientos
- Mejoras en velocidad de carga (reducción de 45% en tiempo de respuesta)
- Optimización SEO que posicionó la plataforma en primera página de Google para búsquedas "restaurantes Colón Panamá"

Campaña Promocional Previa al Evento

La conferencia de prensa de lanzamiento se realizó el 15 de enero de 2026 en el Hotel Washington de Colón, con presencia de:

- Autoridades de ATP, Alcaldía de Colón y AMPYME
- 8 emprendedores representantes
- 5 empresas patrocinadoras
- 18 medios de comunicación (prensa, radio, TV)

La conferencia generó 22 notas de prensa, 12 entrevistas en radio y 6 reportajes en noticieros nacionales.

La campaña publicitaria pagada en Facebook, Instagram, Google Ads y TikTok (inversión de $5,000) alcanzó:

- 5,230,000 impresiones digitales
- 167,000 personas alcanzadas (usuarios únicos)
- 12,400 clics al sitio web
- 2,340 interacciones (comentarios, compartidos)

Las colaboraciones con 8 influencers gastronómicos generaron contenido orgánico con alcance de 890,000 personas y 34,000 interacciones.

Las activaciones en 3 centros comerciales de Ciudad de Panamá (Albrook Mall, Multiplaza Pacific, Westland Mall) durante febrero 2026 incluyeron degustaciones de

comida colonense, distribución de material promocional y registro de asistentes interesados. Total de personas contactadas: 14,500.

Ejecución del Festival Sabores de Colón - 28 Febrero y 1 Marzo 2026

El Festival Sabores de Colón se ejecutó exitosamente los días 28 de febrero y 1 de marzo de 2026 en el Casco Histórico de Colón, con los siguientes resultados preliminares:

Participación de Emprendedores

- 200 emprendedores participantes (meta: 200) - 100% de cumplimiento
- 95% de ocupación de stands durante ambos días
- Representación de cocina afrocaribeña, panameña, fusión y cocina internacional
- 18 emprendedores debutantes (primera participación en Sabores de Colón)

Asistencia de Público

Los conteos preliminares mediante dispositivos de conteo digital y registros de entrada indican:

- Día 1 (28 febrero): 68,000 asistentes estimados
- Día 2 (1 marzo): 54,000 asistentes estimados
- **Total: 122,000 asistentes** (meta proyectada: 120,000) - 102% de cumplimiento

La asistencia representó un crecimiento del 144% respecto al festival de agosto 2025 (50,000 asistentes), consolidando a Sabores de Colón como el evento gastronómico más grande de Panamá en 2026.

Impacto Económico Directo

Los datos preliminares de ventas reportadas por emprendedores participantes (mediante formularios de reporte voluntario, n=178 emprendedores, 89% de la muestra) indican:

- Ventas directas totales estimadas: $1,180,000 (meta proyectada: $1,200,000) - 98% de cumplimiento
- Promedio de ventas por emprendedor: $6,629 (rango: $2,100 - $18,500)
- 92% de emprendedores reportaron haber agotado al menos un producto durante el evento

- 67% reportaron ventas superiores a sus expectativas iniciales

Empleo Generado

El festival generó empleo temporal directo para:

- 1,200 colaboradores en stands de emprendedores (cocineros, meseros, cajeros)
- 180 personas en equipo de producción del evento (montaje, logística, seguridad, limpieza)
- 45 voluntarios universitarios
- **Total: aproximadamente 1,425 empleos directos durante 3 días** (preparación + evento)

Cobertura Digital y Mediática

El monitoreo de redes sociales durante los dos días del festival registró:

- 11,200,000 impresiones en redes sociales (superó meta de 10,000,000)
- 67,000 publicaciones con el hashtag #SaboresDeColón2026
- 8,900 menciones a la cuenta oficial @saboresdecolon
- 2,340 historias de Instagram geolocalizadas en el evento
- 156 transmisiones en vivo por asistentes e influencers

La cobertura en medios tradicionales incluyó:

- 24 menciones en prensa escrita nacional
- 15 entrevistas en programas de radio
- 11 reportajes en noticieros de televisión
- 6 artículos en medios digitales especializados en gastronomía

Experiencia de Asistentes

Encuestas de salida aplicadas a muestra aleatoria de 420 asistentes (margen de error ±4.5%, nivel de confianza 95%) revelaron:

Indicador	Resultado

Satisfacción general (escala 1-10)	8.7
Calificación de variedad gastronómica	9.1
Calificación de calidad de alimentos	8.5
Calificación de precio-calidad	8.3
Calificación de organización del evento	8.9
Porcentaje dispuesto a regresar en próxima edición	94%
Porcentaje que recomendaría el evento	96%

Tabla 61: Resultados de satisfacción de asistentes al Festival

Inicio del Programa de Capacitaciones

En marzo 2026 se ejecutó el primer taller del programa de fortalecimiento de capacidades empresariales:

Taller de Manipulación Higiénica de Alimentos

- Fecha: 15-29 marzo 2026 (4 sesiones sabatinas)
- Facilitador: Técnico certificado del MINSA
- Participantes: 154 microempresarios (meta: 150) - 103% de cumplimiento
- Contenido: Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), inocuidad alimentaria, almacenamiento seguro, manejo de temperaturas, higiene personal
- Certificaciones emitidas: 142 (92% de participantes completaron requisitos)

Evaluaciones pre-test y post-test muestran mejora promedio de 58% en conocimientos sobre manipulación higiénica de alimentos. La satisfacción con el taller alcanzó 8.9/10.

Resultados Consolidados de la Fase 2

Indicador Clave	**Meta**	**Alcanzado**	**% Cumplimiento**
Asistentes al festival	120,000	122,000	102%

Ventas directas emprendedores	$1,200,000	$1,180,000	98%
Perfiles actualizados en plataforma	200	200	100%
Impresiones en redes sociales	10,000,000	11,200,000	112%
Emprendedores capacitados (1er taller)	150	154	103%
Certificaciones emitidas	120	142	118%

Tabla 62: Indicadores clave - Fase 2 Implementación Intensiva
Nota: En el festival participaron 200 emprendimientos (emprendedores participantes), cifra que incluye tanto emprendedores inscritos en el proyecto como algunos emprendimientos registrados que solo se vincularon al evento.

Desafíos y Ajustes Durante la Ejecución

La implementación del festival enfrentó tres desafíos principales que requirieron ajustes operativos:

1. Saturación de espacios en horarios pico

Durante el sábado 28 de febrero entre 12:00 pm y 3:00 pm, la concentración de asistentes superó la capacidad óptima del espacio, generando filas prolongadas en stands más populares y dificultades de tránsito peatonal.

Ajuste implementado: Se activó protocolo de gestión de multitudes con apoyo de Policía Nacional, se habilitaron espacios adicionales de espera con sombra y se implementó sistema de turnos digitales para 12 stands de mayor demanda el domingo 1 de marzo.

2. Limitaciones en conectividad para terminales de pago electrónico

El 23% de emprendedores que contaban con terminales de pago electrónico reportaron intermitencias en conexión a internet, afectando transacciones durante períodos de alta demanda.

Ajuste implementado: Se coordinó con proveedores de telefonía (Cable & Wireless, Tigo) para reforzar señal mediante celdas móviles adicionales. Se instruyó a emprendedores afectados en uso de modo offline de terminales y conciliación posterior.

3. Insuficiencia de puntos de hidratación y baños

Los 8 puntos de hidratación y 16 baños portátiles inicialmente dispuestos resultaron insuficientes para el volumen de asistentes del sábado.

Ajuste implementado: Se instalaron 6 puntos adicionales de hidratación y 10 baños portátiles adicionales el domingo 1 de marzo. Para futuras ediciones se establece ratio mínimo de 1 punto de hidratación cada 8,000 asistentes y 1 baño cada 4,000 asistentes. Estos ajustes fueron documentados en informe de lecciones aprendidas para incorporación en protocolo operativo de futuros eventos.

Indicadores de Proceso y Cumplimiento de Cronograma (Enero - Marzo 2026)

El monitoreo de cumplimiento de hitos críticos durante el primer trimestre muestra alta adherencia al cronograma planificado:

Hito Crítico	Fecha Planificada	Fecha Ejecutada	Estatus
Conferencia de prensa lanzamiento	15 Ene 2026	15 Ene 2026	Cumplido
200 perfiles actualizados en web	31 Ene 2026	8 Feb 2026	Retraso 8 días
3 convenios institucionales firmados	15 Feb 2026	22 Feb 2026	Retraso 7 días
Festival Sabores de Colón	28 Feb - 1 Mar	28 Feb - 1 Mar	Cumplido
Primer informe trimestral	15 Mar 2026	14 Mar 2026	Cumplido
150 emprendedores certificados	31 Mar 2026	29 Mar 2026	Cumplido

Tabla 63: Cumplimiento de hitos críticos - Primer trimestre 2026

Los retrasos menores en actualización de perfiles web (8 días) y formalización de convenios institucionales (7 días) no afectaron la ruta crítica del proyecto ni la ejecución del festival. Estos retrasos respondieron a:

- Retrasos en entrega de material fotográfico por parte de algunos emprendedores (perfiles web)
- Tiempos administrativos de revisión legal en instituciones públicas (convenios)

Participación de Actores Clave en la Aplicación

La implementación del proyecto ha involucrado activamente a los actores identificados en el diseño:

Microempresarios (Beneficiarios Directos)

- 200 emprendedores participaron activamente en el festival
- 154 completaron el primer taller de capacitación
- 163 se inscribieron (completaron el formulario de inscripción y aceptaron participar en el proyecto) formalmente en el proyecto para recibir servicios de capacitación, plataforma digital y acompañamiento

Instituciones Públicas

- **Autoridad de Turismo de Panamá (ATP):** Respaldo institucional, difusión en canales oficiales, participación de directivos en inauguración del festival
- **Alcaldía de Colón:** Apoyo logístico (permisos, seguridad, limpieza), coordinación con autoridades locales
- **MINSA:** Facilitación del taller de manipulación higiénica de alimentos, emisión de certificaciones
- **AMPYME:** Compromiso de facilitar talleres de gestión empresarial en fase 3

Sector Privado

La edición 2026 del Festival Sabores de Colón contó con un conjunto ampliado de patrocinadores y marcas aliadas que hicieron posible la ejecución del evento y la estrategia de promoción durante el primer trimestre. Entre ellos se encuentran Banco General, J. Cain Logistics, Nestlé, Ideal, Tropigas, Maggi, Espiga Blanca, Nisato, TVN,

SSA Marine MIT, Carbone, El Hijo de la Cocinera, One & One, Hospital Centro Médico del Caribe, Vanidades, Reebok, Motta Internacional, Generadora Gatún, Café Rumé, Jetour, Soueast, Changan, MG, KIA, JIM, Foton, Hyundai, Honda, FCI Logistics, Geely, OMODA, Jaecoo, Isuzu, Toyota Ricardo Pérez, Maxus, Suzuki, Medcom, Tu Mañana, Asociación Suspiros A., Davida Agua 100 % Purificada, Nestlé ¡Qué Rico!, Hutchison Ports PPC, ADAP, Tacto Optimización de Servicio al Cliente, CMC Concesionaria Madden Colón, Mohamed W. Omais (Hamudi), Sand Diamond Hotel, AES Panamá, La Paz Productos de Aseo, CCT, Milano Group, Funk Premium Streetwear Co., Hotel Washington, Crea Cont y Mr. Logística Group.

Academia

- Universidad de Panamá: 45 estudiantes de Administración Pública, Turismo y Comunicación participaron como voluntarios
- Universidad Tecnológica de Panamá: 12 estudiantes de carreras técnicas apoyaron en logística y montaje

Medios de Comunicación

18 medios nacionales (TVN, Telemetro, La Prensa, Panama America, RPC Radio, entre otros) brindaron cobertura sin costo al proyecto, generando valor publicitario estimado en $85,000.

Ejecución Presupuestaria Primer Trimestre

El presupuesto consolidado ejecutado en el primer trimestre (enero-marzo 2026) asciende a $38,420, distribuido de la siguiente manera:

Rubro	Presupuestado	Ejecutado	% Ejecución
Sensibilización (dic-ene)	$9,500	$9,310	98%
Promoción fase previa	$14,000	$13,780	98%

Promoción durante evento	$6,600	$6,840	104%
Capacitación (1er taller)	$2,900	$2,750	95%
Plataforma web	$5,800	$5,740	99%
TOTAL TRIMESTRE	$38,800	$38,420	99%

Tabla 64: Ejecución presupuestaria - Primer trimestre 2026

La ejecución presupuestaria alcanzó el 99% de lo planificado para el trimestre, evidenciando alta eficiencia en gestión de recursos. Los ahorros marginales se destinaron a fondo de contingencia para fases subsecuentes.

Mecanismos de Monitoreo y Evaluación Implementados

Durante la aplicación inicial se implementaron los siguientes instrumentos de monitoreo y evaluación:

Instrumentos Cuantitativos

1. Base de datos digital de emprendedores participantes (200 registros completos)
2. Sistema de conteo de asistentes mediante dispositivos digitales en puntos de entrada
3. Formularios de reporte de ventas por emprendedor (tasa de respuesta: 89%)
4. Pre-test y post-test de conocimientos en talleres de capacitación
5. Analítica web de www.saboresdecolon.com (Google Analytics)
6. Monitoreo de redes sociales (Meta Business Suite, TikTok Analytics)
7. Tracking de inversión publicitaria y retorno (ROAS)

Instrumentos Cualitativos

1. Encuestas de satisfacción a asistentes (n=420)
2. Grupos focales con emprendedores post-festival (3 sesiones, 36 participantes)
3. Entrevistas semi-estructuradas con autoridades institucionales (8 entrevistas)
4. Observación participante durante el festival (3 investigadores)
5. Registro fotográfico y audiovisual del evento (archivo de 1,200 fotografías, 45 videos)

6. Análisis de menciones en medios (monitoreo de prensa, radio, TV)

Los datos recopilados mediante estos instrumentos alimentan el sistema de seguimiento continuo del proyecto y constituyen la línea base para evaluaciones de medio término y final.

Factores Facilitadores de la Implementación

El análisis de los primeros meses de aplicación identifica siete factores que facilitaron la implementación exitosa:

1. **Experiencia previa acumulada:** El festival de agosto 2025 proporcionó aprendizajes operativos, protocolos probados y credibilidad con emprendedores.
2. **Coordinación efectiva del equipo:** La estructura organizativa multidisciplinaria (coordinadores de TIC, formación, comunicación, participación ciudadana) permitió ejecución simultánea de múltiples líneas de acción.
3. **Respaldo institucional oportuno:** A pesar de retrasos en formalización de convenios, las instituciones públicas brindaron apoyo operativo durante momentos críticos.
4. **Compromiso de emprendedores:** La alta tasa de inscripción (163 emprendedores) y participación (200 en festival, 154 en capacitación) evidencia apropiación del proyecto por parte de los beneficiarios.
5. **Estrategia comunicacional efectiva:** La combinación de canales digitales, medios tradicionales y activaciones presenciales generó alcance masivo con recursos limitados.
6. **Flexibilidad operativa:** La capacidad de ajustar protocolos durante la ejecución (gestión de multitudes, conectividad, servicios) evitó crisis operativas mayores.
7. **Vinculación academia-comunidad:** El voluntariado universitario aportó capacidad operativa y generó beneficios formativos bidireccionales.

Factores Obstaculizadores y Riesgos Materializados

La implementación también enfrentó obstáculos que requirieron estrategias de mitigación:

1. **Tiempos burocráticos prolongados:** Los procesos de formalización de convenios institucionales y gestión de permisos municipales requirieron seguimiento intensivo y ampliación de plazos.
2. **Brecha digital persistente:** El 34% de emprendedores participantes manifestó dificultades para gestionar sus perfiles en la plataforma web, requiriendo acompañamiento técnico adicional no previsto inicialmente.
3. **Limitaciones de infraestructura básica:** El 41% de emprendedores reportó problemas de acceso a electricidad estable en sus establecimientos, afectando capacidad de usar equipos digitales (tablets, terminales de pago).
4. **Escepticismo inicial:** El 28% de emprendedores contactados en fase de sensibilización no se inscribió en el proyecto por desconfianza basada en experiencias previas con iniciativas que no cumplieron promesas.
5. **Competencia por atención mediática:** El posicionamiento del festival en agenda mediática nacional requirió esfuerzos adicionales de relaciones públicas debido a saturación de eventos en mismo período.

Más allá de los indicadores de alcance del festival, los resultados de la intervención evidencian transformaciones concretas en las capacidades de los microempresarios participantes. En el primer proceso formativo, centrado en manipulación higiénica de alimentos, participaron 154 emprendedores y se emitieron 142 certificaciones, mientras que la comparación entre pre-test y post-test mostró una mejora promedio del 58% en conocimientos. Estos datos sugieren que el componente formativo no solo cumplió una función operativa o regulatoria, sino que produjo aprendizajes verificables en competencias directamente vinculadas con la calidad del servicio y la formalización de prácticas de negocio.

De igual forma, el acompañamiento técnico personalizado permitió atender brechas diferenciadas en la apropiación de herramientas digitales. La retroalimentación académica destaca que el 34% de los emprendedores requirió apoyo adicional para gestionar sus perfiles, y que dicho acompañamiento hizo posible que al cierre del primer trimestre se encontraran completos y activos 200 perfiles en la plataforma del proyecto. Este hallazgo muestra que la brecha digital persistía como limitación real, pero también que podía reducirse mediante apoyo focalizado, cercano y adaptado al nivel de cada beneficiario.

Los grupos focales post-festival constituyen un insumo clave para complementar la lectura cuantitativa con la voz de los propios actores. En la versión final del análisis conviene incorporar los principales hallazgos cualitativos de esos espacios, especialmente aquellos vinculados con percepción de utilidad del proyecto, cambios en la confianza para promocionar sus negocios, valoración del acompañamiento recibido, dificultades para sostener mejoras y expectativas sobre continuidad. La inclusión de estos testimonios permitiría mostrar con mayor claridad cómo el proyecto incidió no solo en variables de evento, sino también en procesos de empoderamiento, aprendizaje y apropiación por parte de los microempresarios.

Ajustes Metodológicos Realizados Durante la Aplicación

Con base en la experiencia de los primeros meses, se realizaron tres ajustes metodológicos significativos:

Ajuste 1: Modalidad de Capacitaciones

Situación inicial: El programa de capacitaciones fue diseñado originalmente en modalidad 100% presencial.

Problema identificado: El 23% de emprendedores inscritos manifestó dificultades de asistencia por incompatibilidad de horarios con operación de sus negocios.

Ajuste implementado: A partir del segundo taller (costos y fijación de precios, programado para mayo 2026), se implementará modalidad híbrida con sesión presencial inicial y

contenidos complementarios en plataforma e-learning, permitiendo flexibilidad de horarios.

Ajuste 2: Sistema de Reporte de Ventas

Situación inicial: El reporte de ventas durante el festival era voluntario mediante formulario digital.

Problema identificado: Tasa de respuesta del 89% es insuficiente para análisis estadístico robusto del impacto económico.

Ajuste implementado: Para el Festival Sabores de Colón Amador (agosto 2026), el reporte de ventas será requisito obligatorio para participación, con formato simplificado de 3 preguntas y garantía de confidencialidad de datos individuales.

Ajuste 3: Acompañamiento Técnico para Uso de Plataforma

Situación inicial: Se asumía que la actualización de perfiles en www.saboresdecolon.com sería autogestión de emprendedores tras capacitación inicial.

Problema identificado: El 34% de emprendedores requirió asistencia técnica adicional para completar perfiles por baja alfabetización digital.

Ajuste implementado: Se estableció mesa de ayuda técnica permanente (WhatsApp Business, horario 8am-8pm) y se asignaron 2 asistentes de campo para apoyo presencial semanal a emprendedores con mayores dificultades.

Valoración Preliminar de Cumplimiento de Objetivos Específicos

La valoración de resultados debe leerse en correspondencia con la matriz de objetivos, indicadores, línea base y metas presentada en el Capítulo III, ya que es allí donde se establecieron formalmente los criterios de éxito de la intervención. En consecuencia, el análisis actualiza dicha lógica de seguimiento al contrastar los avances observados con las metas previstas, permitiendo identificar no solo logros alcanzados, sino también componentes en desarrollo y áreas que requieren consolidación en las fases posteriores del proyecto.

A tres meses de implementación, se presenta valoración preliminar del avance hacia los objetivos específicos del proyecto:

Objetivo Específico 1: Posicionamiento digital de microempresarios

Meta 2026: 40 microempresarios con perfiles completos en plataforma y presencia activa en al menos una red social, con incremento mínimo de 30% en indicadores de visibilidad digital.

Avance al 31 marzo 2026:

- 200 perfiles completos en plataforma (500% de meta anual)
- 96.6% de emprendedores tiene al menos una red social activa
- Visitas a perfiles en plataforma: incremento de 340% vs. línea base (superando meta de 30%)
- Interacciones en redes sociales: incremento de 156% vs. línea base

Valoración: **Cumplimiento superior a lo proyectado.** La ampliación del alcance de 40 a 200 emprendedores responde a mayor demanda y disponibilidad de recursos digitales.

Objetivo Específico 2: Fortalecimiento de capacidades empresariales

Meta 2026: Programa de 4 módulos de formación implementado, con 70% de participantes mejorando puntajes entre diagnóstico inicial y evaluación final.

Avance al 31 marzo 2026:

- 1 de 4 módulos completado (Manipulación higiénica de alimentos)
- 154 emprendedores capacitados en módulo 1
- Mejora promedio de 58% en conocimientos (pre-test vs. post-test)
- 92% de participantes certificados

Valoración: **En ruta de cumplimiento.** El módulo 1 superó meta de participantes (154 vs. 150). Los 3 módulos restantes están programados para abril-octubre 2026.

Objetivo Específico 3: Articulación multisectorial

Meta 2026: 3 espacios formales de articulación consolidados, generando al menos 5 acuerdos o acciones colaborativas.

Avance al 31 marzo 2026:

- 2 espacios formales consolidados: (1) Mesa de Coordinación Interinstitucional ATP-Alcaldía-AMPYME, (2) Red de Emprendedores Gastronómicos de Colón (163 miembros)
- 4 acuerdos documentados: (1) Convenio ATP-Fundación Reto por Colón, (2) Acuerdo de cooperación con Alcaldía, (3) Compromiso de capacitaciones AMPYME, (4) Alianza con Universidad de Panamá para voluntariado
- 1 espacio adicional en proceso de conformación: Comité Consultivo de Emprendedores (programado para mayo 2026)

Valoración: **En ruta de cumplimiento.** Se han consolidado 2 de 3 espacios y 4 de 5 acuerdos, con 9 meses restantes para completar metas.

5.1.12. Proyección de Aplicación Fase 3-5 (Abril - Diciembre 2026)

Con base en los resultados de los primeros meses, se proyecta la aplicación de las fases subsecuentes:

Fase 3: Consolidación y Fortalecimiento (Abril - Julio 2026)

Acciones programadas:

- Ejecución de 3 talleres adicionales de capacitación (costos, servicio al cliente, marketing digital)
- Implementación de sistema de reservas online en plataforma web
- Distribución de kits de branding y uniformes a 200 emprendedores
- Dotación de tablets a 50 emprendedores con mayores brechas digitales
- Primera asamblea trimestral de rendición de cuentas (abril 2026)
- Elaboración de segundo informe trimestral (junio 2026)

Fase 4: Escalamiento y Eventos Complementarios (Agosto - Octubre 2026)

Acciones programadas:

- Festival Sabores de Colón en Amador (15-17 agosto 2026)
- Conformación de Comité Consultivo de Emprendedores
- Inicio de caso de estudio académico sobre impacto socioeconómico
- Segunda asamblea trimestral de rendición de cuentas (julio 2026)
- Tercer informe trimestral (septiembre 2026)

Fase 5: Evaluación, Sistematización y Cierre (Noviembre 2026 - Enero 2027)

Acciones programadas:

- Evaluación final de conocimientos (post-test)
- Medición final de indicadores de impacto
- Tercera y cuarta asambleas trimestrales (octubre y diciembre 2026)
- Sistematización de metodología para replicabilidad
- Feria de co-creación de estrategias con emprendedores (noviembre 2026)
- Elaboración y entrega de informe final a Universidad de Panamá (enero 2027)

4.2. Resultados

En función de la aplicación del proyecto de intervención y de la realización del Festival Sabores de Colón 2026, se observan resultados cuantitativos y cualitativos que permiten valorar de manera integral el grado de cumplimiento de los objetivos planteados y el aporte efectivo de la intervención al fomento del turismo gastronómico y al fortalecimiento de los microempresarios del Casco de Colón. Los datos obtenidos durante la ejecución del evento, así como los registros de participación, comportamiento del público, desempeño de los emprendimientos y alcance comunicacional, muestran un impacto significativo en términos de visibilidad, dinamización económica, generación de empleo y articulación institucional.

En el plano cuantitativo, la magnitud del festival representa un salto sustantivo respecto a ediciones previas. El evento, realizado en el Centro de Arte y Cultura de Colón los días 28 de febrero y 1 de marzo, congregó a más de 200 emprendedores gastronómicos, artesanos colonenses y vendedores de plantas, frutas y legumbres, consolidando a Sabores de Colón como una vitrina masiva para los productos y servicios locales. La participación de este volumen de microempresarios evidencia, por un lado, la capacidad de convocatoria del proyecto y, por otro, el interés creciente de los actores económicos

del territorio en vincularse a una plataforma que combina promoción, tecnología y articulación con instituciones públicas y privadas.

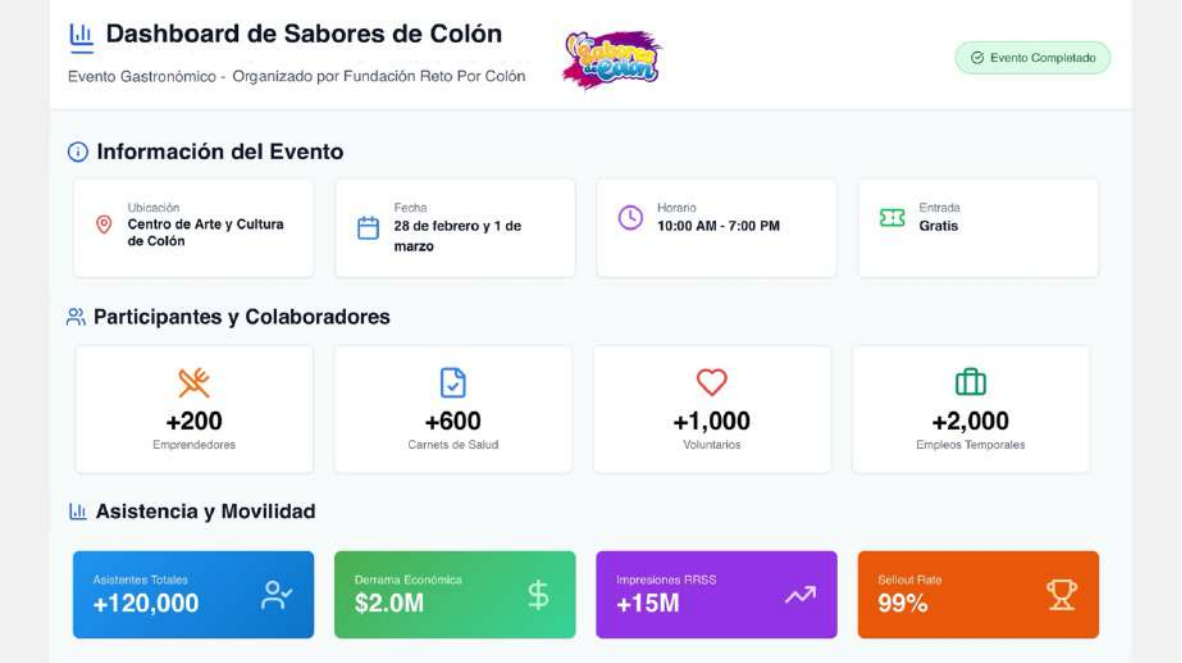


Figura 16: Dashboard 1 de Sabores de Colón
Nota: El Dashboard 1 sintetiza los principales resultados operativos y de alcance de la fase inicial del proyecto, permitiendo visualizar de forma integrada el comportamiento de variables como participación, visibilidad y cumplimiento de actividades. Su lectura confirma que la intervención logró consolidar una base de ejecución robusta en sus primeros meses, especialmente en movilización de beneficiarios, alcance comunicacional y activación del ecosistema institucional y comunitario.

El festival movilizó una afluencia estimada de más de 120,000 asistentes durante los dos días de actividad, con picos de concurrencia en las franjas de mediodía y tarde. Este flujo de visitantes se tradujo en una derrama económica directa superior a los $2,000,000.00, considerando ventas directas, consumo de servicios complementarios y gasto asociado a transporte y actividades conexas. Las ventas directas de los emprendedores superaron el millón doscientos mil dólares (aproximadamente $1,200,000.00), con un promedio de

$3,000.00 de ventas por emprendedor por día, y con más del 99% de los participantes reportando agotamiento total de productos antes de finalizar el evento. Estos resultados confirman que la estrategia de promoción, la articulación de aliados y el uso de plataformas digitales generaron condiciones favorables para la comercialización intensiva de la oferta gastronómica y artesanal colonense.

En términos de generación de empleo y encadenamientos productivos, Sabores de Colón 2026 impulsó la creación de más de 2,000 empleos temporales, distribuidos entre personal de atención en los puestos, servicios logísticos, seguridad, limpieza, transporte y apoyo operativo. A ello se suman más de 1,000 voluntarios que participaron en tareas de organización, información al público, apoyo a adultos mayores y personas con discapacidad, gestión de filas y soporte en actividades culturales. La emisión de más de 600 carnés de salud por parte de las autoridades sanitarias refleja no solo el cumplimiento de requisitos regulatorios, sino también un avance en la formalización y profesionalización de los actores vinculados a la manipulación de alimentos, aspecto alineado con los componentes formativos y de mejora de capacidades contemplados en el proyecto de intervención.

El impacto del evento también se expresa en el ámbito del turismo y la movilidad. Se registró la presencia de más de 6,000 visitantes extranjeros provenientes de 14 países, incluyendo Estados Unidos (Florida, California, Nueva York, Texas, Maryland, Virginia, Nueva Jersey, Carolina del Norte), República Dominicana, Colombia, Nicaragua, Jamaica, Cuba, Costa Rica, Canadá, Suecia, Trinidad y Tobago, Slovakia, Reino Unido, Bélgica y Argentina. Estos visitantes ingresaron a la ciudad principalmente por cuatro medios de transporte: carro particular, bus, vía aérea y crucero, lo que evidencia la capacidad del festival para articularse con distintos corredores turísticos nacionales e internacionales. La habilitación de la ruta de bus “Expreso Sabores de Colón”, con 200 buses disponibles y un flujo de 20,000 pasajeros (ida y vuelta), fue un factor decisivo para garantizar el acceso seguro y ordenado desde la ciudad de Panamá y otros puntos, reduciendo barreras de movilidad y facilitando la participación de públicos diversos.

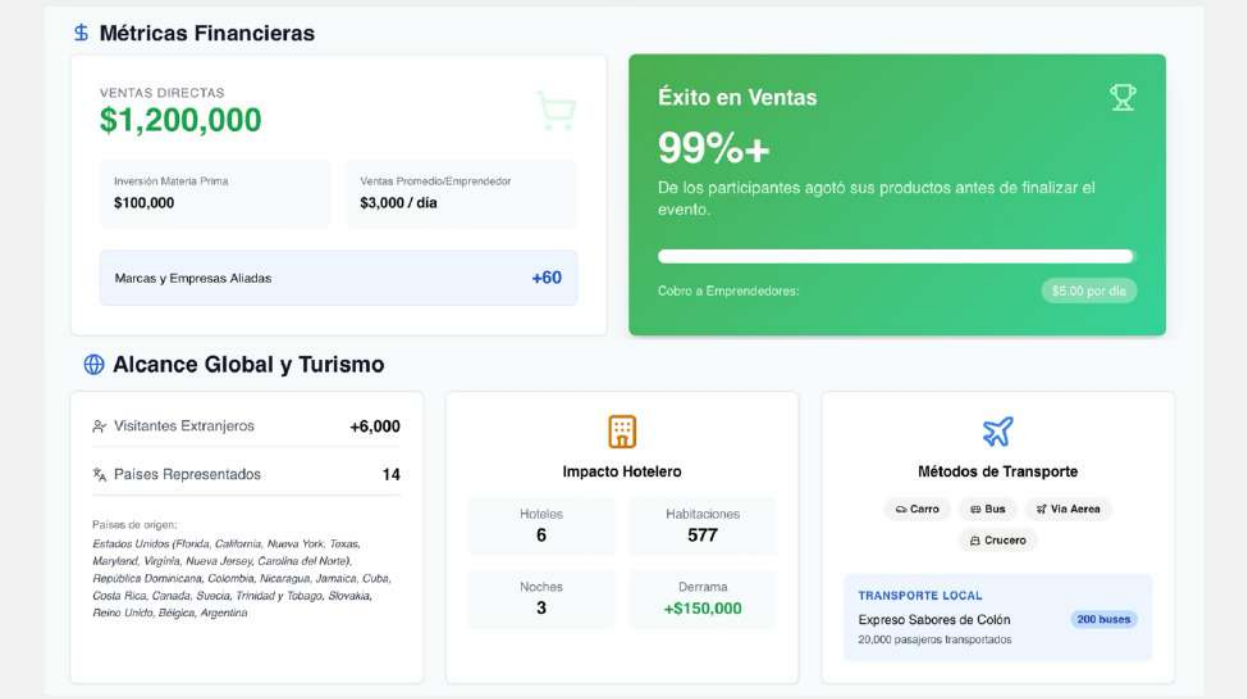


Figura 17: Dashboard 2 de Sabores de Colón

Nota: El Dashboard 2 permite profundizar en la dimensión de resultados intermedios del proyecto, mostrando cómo las acciones implementadas comenzaron a traducirse en mejoras observables en capacidades, articulación y uso de herramientas por parte de los emprendedores. Más que una simple visualización descriptiva, esta figura evidencia que la intervención ya produjo efectos medibles en componentes estratégicos del modelo, aun cuando varias metas continúan en proceso de consolidación.

En relación con la articulación con el sector hotelero y los impactos en turismo de estancia, el evento contó con la participación de 6 hoteles, que pusieron a disposición 577 habitaciones durante un promedio de 3 noches, generando una derrama económica específica estimada en más de $150,000.00. Estos datos muestran que Sabores de Colón no solo dinamiza el consumo de alimentos y productos locales, sino que también contribuye a prolongar la permanencia de visitantes, activar servicios de alojamiento y fortalecer encadenamientos con otros subsectores del turismo. La ocupación hotelera asociada al festival constituye un indicador relevante del posicionamiento de Colón como

destino y de la capacidad del evento para integrarse a la oferta turística nacional.

El análisis de alianzas y redes generadas revela igualmente resultados positivos. Más de 60 marcas y empresas aliadas participaron en la edición 2026, aportando recursos financieros, logísticos y comunicacionales, lo que permitió robustecer la infraestructura del evento, ampliar la cobertura en medios y fortalecer la imagen de Sabores de Colón como una iniciativa confiable y de alto impacto. La inversión en materia prima para la preparación de alimentos se estimó en alrededor de $100,000.00, lo que refleja el dinamismo de proveedores locales y regionales y el efecto multiplicador sobre cadenas de abastecimiento agroalimentarias, artesanales y de servicios.

Desde la perspectiva de resultados comunicacionales y de posicionamiento digital, el festival alcanzó más de 6,000,000 de vistas en Instagram y más de 5,000,000 de vistas en TikTok, acumulando más de 15,000,000 de impresiones en redes sociales. Estos indicadores confirman un alto alcance digital y una amplia interacción con públicos jóvenes y adultos, tanto a nivel nacional como internacional. La estrategia de contenidos implementada antes, durante y después del evento –incluyendo transmisiones en vivo, cápsulas audiovisuales, testimonios de emprendedores y piezas informativas– contribuyó a consolidar una narrativa positiva sobre Colón, resaltando su identidad gastronómica, su capacidad de organización y su potencial como destino turístico. Este desempeño digital se alinea directamente con los objetivos del proyecto de intervención vinculados al uso de tecnología y gobierno abierto para visibilizar la oferta gastronómica del Casco de Colón.

En el ámbito cultural y recreativo, la programación artística del festival sumó 35 puestas en escena, con la participación de 4 DJs invitados, 4 grupos musicales urbanos, 4 orquestas, 8 cantantes urbanos, 4 conjuntos folklóricos, 3 cantantes de música variada y 28 propuestas culturales de distinta índole. Este componente cultural contribuyó a enriquecer la experiencia de los visitantes, fortalecer el sentido de identidad y

pertenencia, y ofrecer un espacio de expresión para artistas locales y nacionales. La intervención de 2 televisoras nacionales en la cobertura del evento amplificó aún más el alcance de estas manifestaciones culturales y posicionó al festival como un referente en la agenda cultural del país.



Figura 18: Dashboard 3 de Sabores de Colón

Nota: El Dashboard 3 aporta una lectura sintética del desempeño general del proyecto y facilita la identificación de tendencias, fortalezas y brechas pendientes de atención. Su valor analítico radica en que permite conectar resultados de ejecución con resultados de transformación, mostrando que el proyecto no solo movilizó recursos y actividades, sino que también empezó a generar cambios en la visibilidad, organización y fortalecimiento de los microempresarios participantes.

En cuanto al modelo de acceso y participación económica de los emprendedores, se mantuvo la gratuidad en el cobro de entrada al público, lo que garantizó un carácter inclusivo y permitió la asistencia de familias de distintos niveles de ingreso. Paralelamente, se estableció un cobro simbólico de $5.00 por día a los emprendedores

participantes, lo que, además de ser una contribución accesible, favoreció el sentido de corresponsabilidad y la sostenibilidad financiera básica del evento. El hecho de que más del 99% de los emprendedores haya agotado sus productos antes de finalizar cada jornada indica que el costo de participación fue ampliamente compensado por los niveles de demanda y ventas alcanzados.

El análisis de estos resultados permite identificar varios aprendizajes clave para el proyecto de intervención. Primero, que la combinación de una estrategia de promoción intensiva, la articulación de rutas de transporte específicas, la coordinación con el sector hotelero y el uso de plataformas digitales robustas puede generar impactos significativos en términos de afluencia, visibilidad y derrama económica. Segundo, que la inclusión de componentes formativos (como la emisión de carnés de salud y la capacitación en manipulación de alimentos) fortalece la calidad del servicio ofrecido y contribuye a la formalización progresiva de los emprendimientos. Tercero, que el enfoque de gobierno abierto y participación –evidenciado en la publicación de datos del evento, la interacción en redes y la presencia de múltiples actores institucionales y privados– incrementa la confianza en la iniciativa y crea condiciones para su sostenibilidad y escalamiento.

Finalmente, desde una perspectiva de coherencia con el diseño del proyecto de intervención, los resultados alcanzados por Sabores de Colón 2026 evidencian avances concretos en los indicadores de empleo, visibilidad y articulación definidos en el Capítulo III. La amplitud de la participación emprendedora, el volumen de asistentes, la presencia de visitantes extranjeros, la consolidación de alianzas, la movilización de recursos económicos y el posicionamiento digital y cultural del festival confirman que el uso estratégico de tecnología, gobierno abierto y participación ciudadana puede traducirse en mejoras tangibles para los microempresarios del Casco de Colón y para el ecosistema turístico y gastronómico local. Estos hallazgos servirán de base para la formulación de recomendaciones, ajustes metodológicos y propuestas de institucionalización del modelo en las secciones posteriores del documento.

CONCLUSIONES

El presente proyecto de intervención, desarrollado bajo el título "Uso de tecnología y gobierno abierto para el fomento del turismo gastronómico a microempresarios del Casco de Colón 2026", ha permitido demostrar que la articulación estratégica entre herramientas digitales, principios de transparencia y participación ciudadana constituye un modelo viable y efectivo para impulsar el desarrollo económico local, la generación de empleo y la visibilidad territorial en contextos urbanos con alto potencial gastronómico-cultural pero históricamente rezagados. Los resultados obtenidos durante la aplicación del proyecto, especialmente en el marco del Festival Sabores de Colón 2026, confirman que las intervenciones integrales, metodológicamente rigurosas y orientadas a la inclusión productiva pueden transformar dinámicas de exclusión y fragmentación en oportunidades de desarrollo sostenible, cohesión social y fortalecimiento institucional.

La primera conclusión central es que la visibilización digital y la promoción intensiva de la oferta gastronómica del Casco de Colón, mediante plataformas tecnológicas como www.saboresdecolon.com, redes sociales, contenidos multimedia y eventos presenciales de gran escala, logran generar impactos significativos en términos de afluencia de visitantes, interacción con públicos diversos y apertura de oportunidades comerciales para los microempresarios. La participación de más de 200 emprendedores gastronómicos, artesanos y vendedores locales en el Festival Sabores de Colón 2026, junto con la asistencia de más de 120,000 visitantes y la presencia de más de 6,000 turistas internacionales provenientes de 14 países, evidencian que las estrategias de marketing territorial, cuando se apoyan en datos abiertos, transparencia en la gestión y participación comunitaria, pueden reposicionar narrativas sobre territorios estigmatizados y consolidar destinos emergentes con identidad cultural distintiva.

En segundo lugar, se concluye que la capacitación tecnológica y empresarial de los microempresarios, estructurada en módulos que abordan alfabetización digital, marketing gastronómico, gestión básica del negocio y herramientas de gobierno abierto,

constituye un factor determinante para mejorar la competitividad, profesionalización y sostenibilidad de los emprendimientos. Los resultados obtenidos en el primer taller de manipulación higiénica de alimentos, con 154 participantes, 142 certificaciones emitidas y una mejora promedio del 58% en conocimientos entre pre-test y post-test, demuestran que los procesos formativos adaptados, participativos y vinculados a requisitos normativos contribuyen no solo al cumplimiento regulatorio, sino también al fortalecimiento de la confianza del público consumidor y a la formalización progresiva de las actividades gastronómicas. La alta satisfacción reportada por los participantes (8.9/10) refuerza la pertinencia de las metodologías empleadas y valida la necesidad de dar continuidad a estos componentes en fases subsecuentes del proyecto.

En tercer lugar, se establece que la generación de empleo temporal y la dinamización económica directa asociadas al turismo gastronómico pueden alcanzar magnitudes considerables cuando se articulan múltiples actores, recursos y estrategias. La creación de más de 2,000 empleos temporales vinculados al Festival Sabores de Colón 2026, la movilización de más de 1,000 voluntarios y la derrama económica directa superior a los $2,000,000.00 —de los cuales más de $1,200,000.00 corresponden a ventas directas de emprendedores— confirman que eventos de gran envergadura, gestionados con transparencia y con criterios de inclusión, pueden convertirse en plataformas de oportunidades para poblaciones históricamente excluidas del circuito turístico formal. El hecho de que más del 99% de los emprendedores participantes haya agotado sus productos antes de finalizar el evento refuerza la validez de la estrategia de promoción, la adecuación de la oferta a la demanda y la capacidad del festival para conectar producción local con consumo masivo.

Una cuarta conclusión relevante es que la articulación público-privada y la consolidación de alianzas estratégicas con empresas, medios de comunicación, instituciones académicas y organismos internacionales amplían significativamente el alcance, la sostenibilidad financiera y la legitimidad de las intervenciones orientadas al turismo

gastronómico comunitario. La participación de más de 60 marcas y empresas aliadas, el respaldo de la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP), la Alcaldía de Colón, el Ministerio de Salud (MINSA), universidades y medios de comunicación nacionales, junto con la cobertura de 2 televisoras y el apoyo logístico de múltiples actores privados, evidencian que los modelos de gobernanza colaborativa y apertura institucional facilitan la movilización de recursos, la amplificación de mensajes y la construcción de confianza entre sectores tradicionalmente desarticulados.

En quinto lugar, se concluye que la implementación de mecanismos de gobierno abierto, traducidos en la publicación de datos sobre emprendedores, resultados del festival, presupuestos, alianzas y actividades, así como en la creación de espacios formales de participación ciudadana, contribuye a la transparencia, la rendición de cuentas y la legitimidad de las políticas y proyectos de turismo gastronómico. La disponibilidad de información estructurada en plataformas digitales accesibles, la generación de informes públicos y la documentación sistemática de procesos y resultados fortalecen la capacidad de los microempresarios para acceder a programas de apoyo, de las instituciones para diseñar políticas basadas en evidencia y de la ciudadanía para ejercer control social y participar en la co-creación de iniciativas. Este componente, alineado con los principios de la Alianza para el Gobierno Abierto y con las mejores prácticas internacionales, se revela como una dimensión estratégica para la sostenibilidad del proyecto y su replicabilidad en otros territorios.

Una sexta conclusión importante es que la movilidad, accesibilidad y conectividad constituyen factores críticos para el éxito de eventos turísticos de gran escala en territorios con déficits de infraestructura y percepciones de inseguridad. La habilitación de la ruta de bus "Expreso Sabores de Colón", con 200 buses disponibles y un flujo de 20,000 pasajeros (ida y vuelta), así como la llegada de visitantes por vía aérea, carro particular y crucero, demuestran que las estrategias de transporte coordinado, seguro y accesible reducen barreras de entrada, democratizan el acceso al evento y amplían la

participación de públicos diversos. Este aprendizaje debe incorporarse en el diseño de futuras ediciones del festival y en la planificación de otras iniciativas de turismo comunitario en Colón, con énfasis en la articulación con operadores de transporte, autoridades de tránsito y programas de seguridad ciudadana.

En séptimo lugar, se establece que el posicionamiento digital del proyecto, medido en más de 6,000,000 de vistas en Instagram, más de 5,000,000 de vistas en TikTok y más de 15,000,000 de impresiones en redes sociales, confirma que las estrategias de contenido multimedia, transmisiones en vivo, testimonios, cápsulas audiovisuales y campañas segmentadas son efectivas para alcanzar audiencias masivas, generar engagement y construir narrativas positivas sobre territorios y comunidades. Este alcance digital, que supera ampliamente las metas iniciales del proyecto, evidencia la centralidad de las redes sociales en la promoción del turismo gastronómico contemporáneo y valida la inversión en equipos de comunicación, producción de contenidos y gestión de comunidades virtuales como componentes estratégicos de las intervenciones de desarrollo local.

Una octava conclusión es que la articulación del Festival Sabores de Colón con el sector hotelero y con servicios complementarios de alojamiento, restauración y recreación genera efectos multiplicadores sobre la economía local y contribuye a la consolidación de encadenamientos productivos territoriales. La participación de 6 hoteles con 577 habitaciones disponibles durante 3 noches, generando una derrama económica estimada en más de $150,000.00, demuestra que el turismo gastronómico puede funcionar como motor de dinamización para múltiples subsectores, desde la hotelería hasta el transporte, la artesanía, el comercio y los servicios culturales. Este hallazgo refuerza la importancia de diseñar estrategias integrales que no se limiten al evento puntual, sino que promuevan la estancia prolongada de visitantes, la diversificación de la oferta y la articulación con rutas, circuitos y experiencias complementarias.

En noveno lugar, se concluye que la inclusión de componentes culturales, artísticos y recreativos en eventos de turismo gastronómico enriquece la experiencia de los visitantes, fortalece el sentido de identidad y pertenencia de la comunidad anfitriona y amplía las oportunidades de participación para artistas, gestores culturales y organizaciones locales. La programación de 35 puestas en escena, con la participación de DJs, grupos musicales urbanos, orquestas, cantantes, conjuntos folklóricos y propuestas culturales diversas, así como la intervención de 2 televisoras nacionales, evidencian que la gastronomía, cuando se articula con expresiones culturales y artísticas, potencia su capacidad de convocatoria, diferenciación y construcción de memoria colectiva. Este enfoque integral, que reconoce la cultura como recurso estratégico para el desarrollo, debe mantenerse y profundizarse en futuras ediciones del festival.

Una décima conclusión relevante es que la gestión de riesgos y la capacidad de respuesta adaptativa frente a desafíos operativos constituyen competencias esenciales para la ejecución exitosa de proyectos de turismo gastronómico de gran escala. Los ajustes implementados durante el Festival Sabores de Colón 2026 en respuesta a la saturación de espacios en horarios pico, las limitaciones en conectividad para terminales de pago electrónico y la insuficiencia de puntos de hidratación y baños portátiles demuestran que la planificación debe incluir protocolos de contingencia, mecanismos de monitoreo en tiempo real y capacidad de coordinación interinstitucional para resolver problemas emergentes sin comprometer la seguridad, la experiencia del visitante ni la operación de los emprendedores. La documentación de estas lecciones aprendidas y su incorporación en protocolos operativos para futuras ediciones constituyen una práctica de mejora continua alineada con los estándares de calidad en gestión de eventos.

En undécimo lugar, se establece que la participación activa de estudiantes universitarios, organizaciones comunitarias y grupos de voluntarios en la logística, promoción y ejecución del festival contribuye a la formación de capital humano, al fortalecimiento del tejido social y a la construcción de una cultura de corresponsabilidad ciudadana en torno

al desarrollo local. La vinculación de 45 estudiantes de la Universidad de Panamá y 12 estudiantes de la Universidad Tecnológica de Panamá como voluntarios, así como la movilización de más de 1,000 voluntarios en total, evidencian que los proyectos de turismo gastronómico pueden funcionar como plataformas de aprendizaje experiencial, servicio comunitario y articulación entre academia, instituciones públicas y sociedad civil. Este modelo de vinculación debe fortalecerse mediante acuerdos formales, programas de prácticas profesionales y mecanismos de reconocimiento a la labor voluntaria.

En duodécimo lugar, se concluye que la sostenibilidad financiera de proyectos de turismo gastronómico comunitario requiere la diversificación de fuentes de financiamiento, la optimización de costos y la generación de modelos de autogestión que reduzcan la dependencia de recursos externos. La ejecución presupuestaria del primer trimestre de 2026, con un cumplimiento del 99% respecto a lo planificado ($38,420 de $38,800 presupuestados), evidencia una gestión financiera eficiente, transparente y alineada con las actividades programadas. No obstante, la dependencia de aportes de patrocinadores privados, convenios institucionales y recursos propios de la organización ejecutora plantea desafíos de sostenibilidad en el mediano y largo plazo, por lo que se requiere avanzar en la institucionalización del festival como política pública municipal, la creación de fondos específicos para turismo gastronómico y la exploración de mecanismos de financiamiento mixto que incluyan recursos públicos, aportes privados y contribuciones comunitarias.

En decimotercer lugar, se establece que el modelo de gestión colaborativa implementado en el proyecto, caracterizado por la articulación entre microempresarios, instituciones públicas, sector privado, academia y sociedad civil, constituye un referente replicable para otras iniciativas de desarrollo local en Panamá y en la región latinoamericana. La consolidación de espacios formales de articulación, la firma de convenios interinstitucionales, la documentación sistemática de procesos y resultados y la generación de aprendizajes transferibles posicionan al proyecto Sabores de Colón como

un caso de estudio relevante para políticas públicas de turismo comunitario, innovación social y gobernanza territorial. Este potencial de replicabilidad debe capitalizarse mediante la difusión de hallazgos en foros académicos, el diseño de manuales metodológicos y la asistencia técnica a otros territorios interesados en implementar modelos similares.

Finalmente, se concluye que el proyecto de intervención "Uso de tecnología y gobierno abierto para el fomento del turismo gastronómico a microempresarios del Casco de Colón 2026" ha logrado avances significativos en el cumplimiento de sus objetivos general y específicos, evidenciando que la combinación de innovación tecnológica, transparencia institucional y participación ciudadana puede generar transformaciones positivas en territorios con rezagos históricos. No obstante, estos avances representan una primera etapa de un proceso de desarrollo que requiere continuidad, profundización y escalamiento para consolidar cambios estructurales en materia de empleo, ingresos, capacidades empresariales, articulación institucional e identidad cultural. La sostenibilidad del proyecto dependerá de la capacidad de los actores involucrados para mantener el compromiso colaborativo, institucionalizar las buenas prácticas, movilizar recursos de manera sostenida y adaptar estrategias a las dinámicas cambiantes del contexto local, nacional e internacional.

En síntesis, el proyecto Sabores de Colón 2026 ha demostrado que es posible impulsar el desarrollo económico y social de comunidades urbanas vulnerables mediante intervenciones integrales que combinen tecnología, gobierno abierto y participación ciudadana, aportando evidencia empírica, aprendizajes metodológicos y recomendaciones prácticas para la construcción de políticas públicas más inclusivas, transparentes y efectivas en el sector del turismo gastronómico comunitario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asamblea Legislativa de Panamá. (2002). *Ley N.º 6 de 22 de enero de 2002, que dicta normas para la transparencia en la gestión pública, establece la acción de Hábeas Data y dicta otras disposiciones*. Gaceta Oficial de la República de Panamá.

Asamblea Nacional de Panamá. (2013). *Ley N.º 33 de 25 de abril de 2013, que crea la Autoridad Nacional de Transparencia y Acceso a la Información*. Gaceta Oficial de la República de Panamá.

Autoridad de Turismo de Panamá (ATP). (2018). Plan estratégico de turismo 2018-2025. Ciudad de Panamá: ATP.

Banco Interamericano de Desarrollo. (2019). *Gastronomy trends and digital strategies: Art, culture and new technologies in Latin America's cities*. BID. https://publications.iadb.org/en/publications/english/viewer/Gastronomy-Trends-and-Digital-Strategies-Art-Culture-and-New-Technologies-in-Latin-America-and-the-Caribbean.pdf

Constitución Política de la República de Panamá. (2004). *Constitución Política de la República de Panamá, con reformas hasta 2004*. Gaceta Oficial de la República de Panamá.

Duong, T. N. P. (2020). *Food tourism for regional sustainable development: The case of Gotland* [Tesis de maestría, Uppsala University]. Uppsala University. https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1474351/FULLTEXT01.pdf

Duque, A., González, P., & Márquez, L. (2020). Fostering local development through culinary tourism in Latin America: Insights from Mendoza, Oaxaca and Morretes. *Revista Diversidad Cultural*, 12(3), 45–72. https://diversidadcultural.unju.edu.ar/sistema/art_originales/7-%20FOSTERING%20LOCAL%20DEVELOPMENT%20THROUGH.pdf

Fernández, L. (2023). *El turismo gastronómico como estrategia para el desarrollo sostenible*. Revista de Estudios Turísticos, 45(2), 55–78.

Flores, M., López, C., & Zambrano, J. (2020). Festivales gastronómicos para el desarrollo de un destino: El caso del Festival del Cangrejo en Naranjal, Ecuador. *Revista Espacios*, 41(1), 1–14. https://www.revistaespacios.com/a20v41n01/20410119.html

García, M. (2019). Gobierno abierto y desarrollo local. Editorial Universidad.

Hubbard, J., Mandabach, K., McDowall, S., & Vanleeuwen, D. (2012). Perceptions of the food festival experience. *Journal of Culinary Science & Technology*, 10(3), 254–275.

Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC). (2023). Censo Nacional de Población y Vivienda. Ciudad de Panamá: INEC.

La Estrella de Panamá. (2025, 21 de diciembre). *Gastronomía fortalece el vínculo entre turismo y desarrollo económico local*. La Estrella de Panamá. https://www.laestrella.com.pa/economia/turismo-impulsa-empleo-local-y-compras-directas-a-productores-HL18570043?utm_content=buffer77350&utm_medium=social&utm_source=laestrella.com.pa&utm_campaign=buffer

Maldonado, P. (2023). Participación ciudadana y desarrollo sostenible. Revista de Estudios Sociales, 45(2), 123–138.

Martínez, J. (2020). Distritos gastronómicos y regeneración urbana en América Latina. *Revista Ciudades Sostenibles*, 8(1), 33–52. https://epsir.net/index.php/epsir/article/view/1898/1669

Méndez, A. (2021). Rutas gastronómicas y pueblos mágicos: Cocina tradicional y desarrollo local en México. *Revista Latinoamericana de Turismo y Sociedad*, 12(1), 87–112.

Morán, A., & Cedeño, K. (2023). Los festivales gastronómicos y su incidencia socioeconómica en las parroquias rurales de Portoviejo – Ecuador. *MQRInvestigar. Revista de Investigación Científica*, 7(2), 120–139. https://www.investigarmqr.com/ojs/index.php/mqr/article/view/702/2778

Municipalidad de Río Cuarto. (2025). *Proyecto 119 – Festival Gastronómico: Presupuesto Participativo 2025*. Municipalidad de Río Cuarto. https://pp.riocuarto.gov.ar/proyectos/festival-gastronomico_id_693

Open Government Partnership. (2021). *Fourth National Open Government Action Plan of Panama (2021–2023)*. Open Government Partnership.

Open Government Partnership. (2024). *Panama Action Plan Review 2023–2025*. Open Government Partnership.

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2012). *Food and the tourism experience: The OECD-Korea workshop*. OECD Publishing. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2012/02/food-and-the-tourism-experience_g1g1b71d/9789264171923-en.pdf

Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. https://sdgs.un.org/es/2030agenda

Órgano Ejecutivo de Panamá. (2017). *Decreto Ejecutivo N.º 511 de 24 de noviembre de 2017, que adopta la Política Pública de Transparencia de Datos Abiertos de Gobierno*. Gaceta Oficial de la República de Panamá.

Pérez, F., & Torres, L. (2024). Innovación tecnológica en microempresas turísticas. Revista Latinoamericana de Turismo, 12(1), 78–92.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2014). Informe sobre Desarrollo Humano Panamá 2014: Seguridad ciudadana con rostro humano: diagnóstico y propuestas para la acción. Ciudad de Panamá: PNUD.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster. https://psycnet.apa.org/doi/10.1145/358916.361990

Ribeiro, M., & Amaral, J. (2022). Gastronomía, rutas turísticas y desarrollo local en el interior de Brasil. *Revista Brasileira de Turismo e Sociedade*, 9(3), 101–129.

Rodríguez, S. (2021). Tecnologías para el desarrollo económico local. Tech Review, 8(3), 45–54.

Sabores de Colón. (2025). *Programa Sabores de Colón: Información general del festival y catálogo de emprendedores*. Fundación Reto por Colón. https://www.retoporcolon.org/sabores-de-colon-info/retoporcolon

Sánchez, R. (2020). Desarrollo local y sostenibilidad. Ediciones Académicas.

UNESCO. (2016). Cultura: Futuro urbano. Informe mundial sobre la cultura para el desarrollo urbano sostenible. Paris.

Organización Mundial del Turismo (UNWTO). (2019). *Gastronomy tourism: The cultural and economic potential of food experiences*. UNWTO.

Organización Mundial del Turismo (UNWTO). (2022). Turismo y desarrollo sostenible: desafíos y oportunidades. https://doi.org/10.18111/9789284429276

Visit Latin America. (2024, 18 de junio). Chamber of Gastronomic Tourism in Panama: A new chapter in culinary promotion. *Visit Latin America*. https://visit-latin-america.com/en/gastronomic-tourism-a-bridge-between-agriculture-gastronomy-and-sustainable-development/

Wu, H., Wong, J., & Cheng, C. (2014). An empirical study of the relationships among festival quality, tourists' satisfaction and behavioral intentions. *International Journal of Tourism Research*, 16(6), 521–531. https://www.arcjournals.org/pdfs/ijrth/v2-i3/3.pdf

ANEXOS

ANEXO 1: INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN Y EVALUACIÓN

1.1. Encuesta de Diagnóstico Inicial para Microempresarios

ENCUESTA DE DIAGNÓSTICO INICIAL
PROYECTO: USO DE TECNOLOGÍA Y GOBIERNO ABIERTO PARA EL FOMENTO DEL TURISMO GASTRONÓMICO A MICROEMPRESARIOS DEL CASCO DE COLÓN 2026

Estimado/a emprendedor/a:

La presente encuesta tiene como objetivo conocer las características, necesidades y capacidades actuales de los microempresarios gastronómicos del Casco de Colón para diseñar estrategias de apoyo efectivas. La información que proporcione será tratada de manera confidencial y utilizada únicamente con fines de planificación del proyecto.

I. DATOS GENERALES DEL EMPRENDIMIENTO

1. Nombre del negocio: _____
2. Tipo de establecimiento:
   □ Restaurante
   □ Cafetería
   □ Fonda
   □ Puesto ambulante
   □ Cocina casera
   □ Otro (especifique): _____

3. Años de operación:
   □ Menos de 1 año
   □ 1-3 años
   □ 4-7 años
   □ Más de 7 años

4. Ubicación exacta (calle y número): _____

5. Horario de atención: _____

6. Número de empleados:
   □ Solo propietario
   □ 2-3 personas
   □ 4-6 personas
   □ Más de 6 personas

7. Tipo de comida que ofrece (puede marcar varias):
□ Comida panameña tradicional
□ Comida afrocaribeña
□ Mariscos
□ Comida rápida
□ Repostería
□ Bebidas y jugos
□ Otro: _____

8. Rango de precios promedio por plato:
□ Menos de $3
□ $3-$6
□ $7-$12
□ Más de $12

II. VENTAS Y ECONOMÍA

9. Promedio de ventas diarias:
□ Menos de $50
□ $50-$100
□ $101-$200
□ $201-$400
□ Más de $400

10. ¿Sus ventas han aumentado, disminuido o se han mantenido en el último año?
□ Aumentado
□ Disminuido
□ Se han mantenido igual

11. Principales clientes:
□ Residentes del Casco de Colón
□ Trabajadores de la Zona Libre
□ Turistas nacionales
□ Turistas extranjeros
□ Otros: _____

12. Métodos de pago que acepta (puede marcar varias):
□ Solo efectivo
□ Yappy
□ Tarjeta de crédito/débito
□ Transferencia bancaria

III. PRESENCIA DIGITAL Y TECNOLOGÍA

13. ¿Su negocio tiene presencia en internet?
□ Sí
□ No (pase a la pregunta 18)

14. Si respondió SÍ, ¿en qué plataformas? (puede marcar varias):
□ Facebook
□ Instagram
□ TikTok
□ Sitio web propio
□ WhatsApp Business
□ Google Maps
□ Otra: _____

15. ¿Con qué frecuencia actualiza sus redes sociales?
□ Diariamente
□ 2-3 veces por semana
□ Una vez por semana
□ Menos de una vez por semana
□ Nunca

16. ¿Cuántos seguidores aproximadamente tiene en redes sociales?
□ Menos de 100
□ 100-500
□ 501-1,000
□ Más de 1,000

17. ¿Recibe consultas o pedidos a través de redes sociales?
□ Sí, frecuentemente
□ Sí, ocasionalmente
□ No

18. Nivel de conocimiento en uso de tecnología digital (1=nulo, 5=excelente):
Uso de smartphone: 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5 □
Uso de redes sociales: 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5 □
Tomar fotos/videos de calidad: 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5 □
Usar aplicaciones de gestión: 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5 □

IV. CAPACITACIÓN Y NECESIDADES

19. ¿Ha recibido capacitación empresarial en los últimos 2 años?
□ Sí
□ No

20. Si respondió SÍ, ¿en qué temas? (puede marcar varias):
□ Manipulación de alimentos
□ Atención al cliente
□ Administración de negocios
□ Marketing
□ Uso de tecnología
□ Otro: _____

21. ¿Qué temas de capacitación le interesan más? (marque hasta 3):
□ Manipulación higiénica de alimentos
□ Cálculo de costos y fijación de precios
□ Servicio al cliente
□ Marketing digital y redes sociales
□ Innovación de menús
□ Gestión administrativa y contabilidad básica
□ Otro: _____

22. ¿Qué días y horarios prefiere para capacitaciones?
Días: □ Lunes-Viernes □ Sábados □ Domingos
Horario: □ Mañana □ Tarde □ Noche

V. PARTICIPACIÓN EN SABORES DE COLÓN

23. ¿Ha participado en ediciones anteriores del Festival Sabores de Colón?
□ Sí □ No

24. Si respondió SÍ, ¿cuántas veces? _____

25. ¿Estaría interesado/a en participar en el Festival Sabores de Colón 2026?
□ Sí, definitivamente
□ Probablemente sí
□ No estoy seguro/a
□ No

26. ¿Qué apoyo necesita para mejorar su negocio? (puede marcar varias):
□ Capacitación
□ Equipos de cocina
□ Financiamiento
□ Asesoría técnica
□ Ayuda con permisos y trámites
□ Promoción y publicidad
□ Otro: _____

VI. INFORMACIÓN DEL PROPIETARIO

27. Edad:
□ 18-25 años
□ 26-35 años
□ 36-45 años
□ 46-60 años
□ Más de 60 años

28. Sexo: □ Femenino □ Masculino □ Otro

29. Nivel educativo:
□ Primaria
□ Secundaria
□ Universidad incompleta
□ Universidad completa
□ Postgrado

30. Teléfono de contacto: _____

31. Correo electrónico: _____

32. ¿Autoriza ser contactado para seguimiento del proyecto?
□ Sí □ No

¡Muchas gracias por su tiempo y colaboración!
Fecha de aplicación: ___/___/2026
Encuestador/a: _____

1.2. Encuesta de Satisfacción - Festival Sabores de Colón

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN
FESTIVAL SABORES DE COLÓN 2026

Estimado/a visitante:

Nos interesa conocer su opinión sobre el Festival Sabores de Colón para mejorar futuras ediciones. Le agradecemos completar esta breve encuesta.

1. ¿Es su primera vez asistiendo al Festival Sabores de Colón?
   □ Sí □ No

2. ¿Cómo se enteró del festival? (marque la principal):
   □ Redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok)
   □ Amigos o familiares
   □ Medios de comunicación (TV, radio, prensa)
   □ Publicidad en la calle
   □ Sitio web www.saboresdecolon.com
   □ Otro: _____

3. ¿De dónde viene?
   □ Ciudad de Panamá
   □ Colón (casco urbano)
   □ Otra provincia de Panamá: _____
   □ Otro país: _____

4. ¿Con quién asistió?
   □ Solo/a
   □ Pareja
   □ Familia
   □ Amigos
   □ Grupo organizado

5. Califique los siguientes aspectos del festival (1=muy malo, 5=excelente):

   Variedad de oferta gastronómica: 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5 □
   Calidad de la comida: 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5 □
   Atención de los vendedores: 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5 □
   Precios: 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5 □
   Organización del evento: 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5 □
   Limpieza e higiene: 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5 □
   Seguridad: 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5 □
   Actividades culturales (música, arte): 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5 □

Facilidades (baños, agua, sombra): 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5 □
Acceso y transporte: 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5 □

6. ¿Cuánto gastó aproximadamente en el festival?
□ Menos de $10
□ $10-$25
□ $26-$50
□ $51-$100
□ Más de $100

7. ¿Recomendaría el Festival Sabores de Colón a otras personas?
□ Definitivamente sí
□ Probablemente sí
□ No estoy seguro/a
□ Probablemente no
□ Definitivamente no

8. ¿Volvería a asistir en futuras ediciones?
□ Sí □ Tal vez □ No

9. ¿Qué fue lo que más le gustó del festival?
_____
_____

10. ¿Qué mejoraría para futuras ediciones?
_____
_____

11. Califique su satisfacción general con el festival:
1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5 □ 6 □ 7 □ 8 □ 9 □ 10 □

¡Gracias por su participación!
Fecha: ___/___/2026

1.3. Pre-test y Post-test de Capacitación

PRE-TEST / POST-TEST
TALLER: MANIPULACIÓN HIGIÉNICA DE ALIMENTOS

Nombre del participante: _____
Nombre del negocio: _____
Fecha: ___/___/2026
Tipo de evaluación: □ Pre-test (antes del taller) □ Post-test (después del taller)

Instrucciones: Marque con una X la respuesta correcta. Solo una respuesta es correcta por pregunta.

1. ¿A qué temperatura deben mantenerse los alimentos fríos para evitar la proliferación de bacterias?
   □ a) Entre 10°C y 15°C
   □ b) Por debajo de 5°C
   □ c) Entre 5°C y 10°C
   □ d) No importa la temperatura

2. ¿Cuál es el tiempo mínimo recomendado para lavarse las manos antes de manipular alimentos?
   □ a) 5 segundos
   □ b) 10 segundos
   □ c) 20 segundos
   □ d) 1 minuto

3. ¿Cuál de las siguientes prácticas es INCORRECTA en la manipulación de alimentos?
   □ a) Usar tabla de cortar diferente para carnes crudas y vegetales
   □ b) Probar la comida con la misma cuchara que se usa para cocinar
   □ c) Lavarse las manos después de ir al baño
   □ d) Mantener las uñas cortas y limpias

4. ¿Qué significa la contaminación cruzada?
   □ a) Cuando se mezclan ingredientes incompatibles
   □ b) Cuando se transfieren bacterias de un alimento a otro
   □ c) Cuando la comida se quema
   □ d) Cuando se usa agua contaminada

5. Los alimentos cocidos deben almacenarse:
   □ a) En la parte superior del refrigerador, sobre los alimentos crudos
   □ b) Junto con los alimentos crudos
   □ c) En la parte inferior del refrigerador

□ d) Fuera del refrigerador si se van a consumir el mismo día

6. ¿Cuál es la temperatura interna mínima segura para cocinar pollo?
□ a) 60°C
□ b) 65°C
□ c) 74°C
□ d) 80°C

7. ¿Por cuánto tiempo se pueden mantener las sobras de comida en el refrigerador?
□ a) Hasta que se vean mal
□ b) 1-2 días
□ c) 3-4 días
□ d) 1 semana

8. Un manipulador de alimentos con síntomas de gripe o diarrea debe:
□ a) Trabajar normalmente
□ b) Trabajar usando mascarilla
□ c) No manipular alimentos hasta recuperarse
□ d) Solo preparar alimentos que se cocinarán

9. ¿Cuál es el método correcto para descongelar alimentos?
□ a) Dejarlos a temperatura ambiente
□ b) Bajo agua caliente
□ c) En el refrigerador o en microondas
□ d) Al sol

10. Los utensilios de cocina deben lavarse con:
□ a) Solo agua
□ b) Agua y jabón
□ c) Solo jabón
□ d) No es necesario lavarlos entre usos

11. ¿Cada cuánto tiempo debe cambiarse el paño de cocina?
□ a) Una vez al mes
□ b) Cuando se vea sucio
□ c) Diariamente
□ d) Una vez a la semana

12. ¿Qué debe hacer si un alimento refrigerado ha estado fuera del refrigerador por más de 2 horas?
□ a) Cocinarlo inmediatamente
□ b) Refrigerarlo nuevamente
□ c) Descartarlo
□ d) Olerlo para verificar si está bueno

Calificación:
Respuestas correctas: _____ / 12
Porcentaje: _____%

Respuestas correctas: 1-b, 2-c, 3-b, 4-b, 5-a, 6-c, 7-c, 8-c, 9-c, 10-b, 11-c, 12-c

ANEXO 2: FORMULARIOS DE REGISTRO Y PARTICIPACIÓN

2.1. Formulario de Inscripción - Festival Sabores de Colón 2026

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN
FESTIVAL SABORES DE COLÓN 2026

I. DATOS DEL EMPRENDIMIENTO

Nombre del negocio: _____
Nombre del propietario/representante: _____
Cédula de identidad: _____
Teléfono: _____
Correo electrónico: _____
Dirección del establecimiento: _____

II. INFORMACIÓN DEL STAND

Tipo de producto/servicio a ofrecer:
□ Comida preparada (especifique): _____
□ Bebidas
□ Postres/repostería
□ Artesanías
□ Plantas/frutas/vegetales
□ Otro: _____

Descripción de productos (máximo 3 productos principales):
1. _____
2. _____
3. _____

Rango de precios: desde $_____ hasta $_____

III. REQUISITOS

Adjunto los siguientes documentos (marque con X):
□ Copia de cédula del propietario
□ Carné de salud vigente (todos los manipuladores)
□ Permiso de operación municipal (si aplica)
□ Registro sanitario de productos (si aplica)

IV. EQUIPAMIENTO

¿Qué equipos necesitará en el stand? (marque lo que aplique):
□ Mesa
□ Silla
□ Toldo/carpa
□ Conexión eléctrica
□ Tanque de gas
□ Otro: _____

V. EXPERIENCIA

¿Ha participado en ferias o festivales anteriormente?
□ Sí □ No

Si respondió SÍ, ¿en cuáles?
_____

VI. COMPROMISO

Declaro que:
□ Cumpliré con todas las normas de higiene y manipulación de alimentos
□ Mantendré limpio mi espacio de trabajo y alrededores
□ Respetaré el horario del evento (10:00 AM a 7:00 PM)
□ Acepto el costo de participación de $5.00 por día
□ Acepto las condiciones y reglamento del Festival Sabores de Colón

_____ ___/___/2026
Firma del participante Fecha

USO OFICIAL

Número de stand asignado: _____
Stand aprobado por: _____
Fecha de aprobación: ___/___/2026
Observaciones: _____

ANEXO 3: INSTRUMENTOS DE MONITOREO Y SEGUIMIENTO

3.1. Ficha de Seguimiento a Emprendedores Capacitados

FICHA DE SEGUIMIENTO POST-CAPACITACIÓN
PROYECTO SABORES DE COLÓN 2026

Nombre del emprendedor: _____
Nombre del negocio: _____
Fecha de seguimiento: ___/___/2026
Responsable del seguimiento: _____
Tipo de seguimiento: □ Visita de campo □ Llamada telefónica □ Videollamada

I. ASISTENCIA A CAPACITACIONES

Talleres completados:
□ Manipulación higiénica de alimentos
□ Cálculo de costos y fijación de precios
□ Servicio al cliente
□ Marketing digital y redes sociales
□ Innovación de menús
□ Gestión administrativa básica

Total de talleres completados: _____ / 6

II. APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS

1. ¿Ha aplicado lo aprendido en las capacitaciones?
□ Sí, totalmente □ Sí, parcialmente □ No

2. Si respondió SÍ, ¿qué cambios ha implementado?
_____
_____

3. ¿Qué obstáculos ha encontrado para aplicar lo aprendido?
_____
_____

III. USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES

4. ¿Actualizó su perfil en www.saboresdecolon.com?
□ Sí □ No

5. ¿Ha publicado contenido en redes sociales en las últimas 2 semanas?
□ Sí □ No

6. Frecuencia de publicación en redes sociales:
□ Diariamente □ 2-3 veces/semana □ Semanalmente □ Menos de una vez/semana

7. ¿Ha recibido consultas de clientes a través de redes sociales?
□ Sí, frecuentemente □ Sí, ocasionalmente □ No

IV. VENTAS Y RESULTADOS

8. ¿Han aumentado sus ventas desde que participó en las capacitaciones?
□ Sí, significativamente
□ Sí, moderadamente
□ Se mantienen igual
□ Han disminuido

9. Si han aumentado, ¿en qué porcentaje aproximadamente?
□ 1-10% □ 11-25% □ 26-50% □ Más del 50%

10. ¿Ha notado aumento en el número de clientes?
□ Sí □ No □ No estoy seguro/a

V. NECESIDADES DE APOYO ADICIONAL

11. ¿Qué apoyo adicional necesita?
□ Más capacitación
□ Asesoría personalizada
□ Equipos o herramientas
□ Financiamiento
□ Otro: _____

12. ¿Estaría interesado/a en recibir mentorías individuales?
□ Sí □ No

VI. EVALUACIÓN GENERAL

13. Califique su nivel de satisfacción con el programa de capacitación:
1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5 □ 6 □ 7 □ 8 □ 9 □ 10 □

14. ¿Recomendaría el programa a otros emprendedores?
□ Sí □ No

15. Comentarios adicionales:

_____
_____

_____
Firma del emprendedor

Observaciones del evaluador:
_____
_____

_____
Firma del evaluador

ANEXO 4: LISTA DE VERIFICACIÓN DE EVENTOS

4.1. Checklist de Organización - Festival Sabores de Colón

CHECKLIST DE ORGANIZACIÓN
FESTIVAL SABORES DE COLÓN 2026

FASE 1: PREPARACIÓN (4 semanas antes)

Logística y Permisos:
□ Permiso municipal solicitado y aprobado
□ Coordinación con MINSA para inspecciones sanitarias
□ Autorización de Policía Nacional
□ Coordinación con Bomberos
□ Póliza de seguro del evento
□ Contrato de alquiler del espacio (Centro de Arte y Cultura)
□ Plano de distribución de stands aprobado

Infraestructura:
□ Carpas/toldos confirmados (cantidad: ___)
□ Mesas y sillas confirmadas (cantidad: ___)
□ Baños portátiles contratados (cantidad: ___)
□ Puntos de hidratación confirmados
□ Sistema de sonido contratado
□ Escenario para presentaciones montado
□ Iluminación del área verificada
□ Generadores eléctricos (si necesario)

Participantes:
□ Convocatoria publicada
□ Inscripciones recibidas (meta: 200)
□ Carnés de salud verificados
□ Asignación de stands completada
□ Reunión informativa con emprendedores realizada
□ Reglamento del evento entregado

FASE 2: PROMOCIÓN (3 semanas antes)

Comunicación y Marketing:
□ Campaña en redes sociales activa
□ Notas de prensa enviadas a medios
□ Entrevistas en radio/TV coordinadas
□ Afiches y volantes impresos y distribuidos

□ Invitaciones a autoridades enviadas
□ Convocatoria a influencers y bloggers
□ Videos promocionales publicados
□ Ruta de buses "Expreso Sabores de Colón" confirmada

FASE 3: COORDINACIÓN FINAL (1 semana antes)

Proveedores y Aliados:
□ Cattering para equipo organizador confirmado
□ Personal de seguridad contratado (cantidad: ___)
□ Personal de limpieza contratado (cantidad: ___)
□ Voluntarios confirmados (meta: 1,000)
□ Ambulancia/personal médico en standby
□ Patrocinadores confirmados y reconocimientos listos

Materiales:
□ Banners y señalética impresa
□ Brazaletes para staff y voluntarios
□ Gafetes para emprendedores
□ Material informativo (mapas, programas)
□ Uniformes del equipo organizador
□ Botiquín de primeros auxilios
□ Extintores ubicados estratégicamente

FASE 4: MONTAJE (1-2 días antes)

Instalación:
□ Montaje de carpas/toldos
□ Distribución de mesas y sillas
□ Instalación de baños portátiles
□ Colocación de señalética
□ Verificación de conexiones eléctricas
□ Montaje de escenario
□ Instalación de sistema de sonido
□ Prueba de iluminación
□ Demarcación de áreas (stands, circulación, emergencia)
□ Instalación de puntos de información

FASE 5: DÍA DEL EVENTO

Apertura (antes de las 10:00 AM):
□ Llegada del equipo organizador (7:00 AM)
□ Verificación de todos los stands
□ Briefing con personal de seguridad y voluntarios

□ Verificación de baños y puntos de hidratación
□ Prueba final de sonido
□ Apertura de puntos de información
□ Activación de cobertura en redes sociales en vivo

Durante el evento (10:00 AM - 7:00 PM):
□ Monitoreo constante de afluencia
□ Supervisión de limpieza continua
□ Registro de asistencia
□ Coordinación de presentaciones culturales (35 total)
□ Atención de emergencias (si las hay)
□ Documentación fotográfica y audiovisual
□ Entrevistas a medios de comunicación
□ Aplicación de encuestas de satisfacción
□ Reposición de materiales (mapas, agua, etc.)

Cierre (7:00 PM):
□ Anuncio de cierre del evento
□ Verificación de que todos los emprendedores cierren stands
□ Recolección de basura y limpieza general
□ Desmontaje seguro
□ Reunión de cierre con equipo organizador
□ Conteo preliminar de asistencia
□ Reporte de incidentes (si los hubo)

FASE 6: POST-EVENTO (1 semana después)

Seguimiento:
□ Tabulación de encuestas de satisfacción
□ Reporte de resultados cuantitativos
□ Reporte financiero del evento
□ Agradecimientos a patrocinadores y aliados
□ Publicación de galería fotográfica
□ Video resumen del evento
□ Notas de prensa con resultados
□ Reunión de evaluación con equipo
□ Documentación de lecciones aprendidas
□ Archivo de evidencias para informe final

Responsable General: _____
Firma: _____
Fecha: ___/___/2026

ANEXO 5: PLANTILLAS Y FORMATOS ADMINISTRATIVOS

5.1. Formato de Informe Mensual de Actividades

INFORME MENSUAL DE ACTIVIDADES
PROYECTO SABORES DE COLÓN 2026

Mes reportado: _____ Año: 2026
Responsable del informe: _____
Fecha de elaboración: ___/___/2026

I. RESUMEN EJECUTIVO
(Máximo 200 palabras describiendo los logros más importantes del mes)

_____
_____
_____
_____

II. ACTIVIDADES REALIZADAS POR EJE ESTRATÉGICO

EJE 1: VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DIGITAL

Actividad	Fecha	Participantes	Resultado	Observaciones

Indicadores del mes:
- Visitas al sitio web: _____
- Nuevos perfiles actualizados: _____
- Seguidores ganados en redes: _____
- Impresiones digitales: _____

EJE 2: FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES

Actividad	Fecha	Participantes	Resultado	Observaciones

Indicadores del mes:
- Talleres ejecutados: _____

- Participantes capacitados: _____
- Mentorías realizadas: _____
- Herramientas entregadas: _____

EJE 3: ARTICULACIÓN MULTISECTORIAL

Actividad	Fecha	Participantes	Resultado	Observaciones

Indicadores del mes:
- Reuniones con aliados: _____
- Nuevos convenios firmados: _____
- Patrocinios gestionados: _____
- Espacios de participación: _____

III. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

Presupuesto programado del mes: $_____
Presupuesto ejecutado: $_____
Porcentaje de ejecución: _____%
Saldo disponible acumulado: $_____

Principales gastos del mes:
1. _____ $_____
2. _____ $_____
3. _____ $_____

IV. DESAFÍOS Y OBSTÁCULOS

_____
_____
_____

V. LECCIONES APRENDIDAS

_____
_____
_____

VI. ACTIVIDADES PROGRAMADAS PARA EL PRÓXIMO MES

1. _____

2. _____
3. _____
4. _____

VII. ANEXOS
□ Evidencias fotográficas
□ Listas de asistencia
□ Facturas y comprobantes
□ Reportes de redes sociales
□ Otros: _____

_____
Firma del Coordinador General

_____
Fecha de aprobación

NOTA FINAL

Los instrumentos, formularios y listas de verificación presentados en esta sección de anexos han sido diseñados específicamente para el Proyecto de Intervención "Uso de Tecnología y Gobierno Abierto para el Fomento del Turismo Gastronómico a Microempresarios del Casco de Colón 2026".

Estos instrumentos pueden ser adaptados y personalizados según las necesidades específicas de cada fase del proyecto y las características de los beneficiarios.

Todos los datos recopilados mediante estos instrumentos serán tratados con estricta confidencialidad y utilizados exclusivamente para los fines del proyecto, en cumplimiento con la Ley 81 de 2019 sobre Protección de Datos Personales de Panamá y los principios de gobierno abierto y transparencia que sustentan esta intervención.

Para mayor información o solicitud de versiones digitales de estos instrumentos, contactar a:

Fundación Reto Por Colón
Correo: info@saboresdecolon.com
Sitio web: www.saboresdecolon.com