



## **MANUAL PARA LA DESTINACIÓN DE RECURSOS Y PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

Fondo Nacional de Turismo – Fontur

Bogotá D.C, veintinueve de junio de 2018

## TABLA DE CONTENIDO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>PRESENTACIÓN .....</b>  | <b>7</b>  |
| <b>CAPÍTULO I: CONDICIONES GENERALES DE ASIGNACIÓN DE RECURSOS .....</b>                                     | <b>8</b>  |
| <b>1. CONDICIONES GENERALES .....</b>  | <b>8</b>  |
| <b>2. QUIÉNES PUEDEN PRESENTAR PROYECTOS .....</b>   | <b>9</b>  |
| <b>Recursos Fuente Fiscal.....</b>   | <b>9</b>  |
| <b>3. QUIÉNES NO PUEDEN PRESENTAR PROYECTOS .....</b>  | <b>9</b>  |
| <b>4. REQUISITOS MÍNIMOS PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS.....</b>  | <b>10</b> |
| Procolombia.....   | 10        |
| Entidades territoriales.....   | 10        |
| Corporaciones y fondos regionales de promoción turística.....  | 10        |
| Aportantes de la contribución parafiscal.....  | 10        |
| Gremios de aportantes de la contribución parafiscal.....   | 11        |
| Burós de convenciones que tengan como mínimo cinco miembros de aportantes de la contribución parafiscal..... | 11        |
| Cámaras de comercio.....   | 11        |
| <b>5. PLAZOS DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS.....</b>   | <b>11</b> |
| <b>6. PRESENTACIÓN DE PROYECTOS .....</b>  | <b>12</b> |
| <b>CAPÍTULO II: ROLES Y PROCEDIMIENTO PARA EL TRAMITE DE PROYECTOS .....</b>                                 | <b>14</b> |
| <b>1. RADICACIÓN DE PROYECTO, INICIATIVA O PROPUESTA.....</b>  | <b>14</b> |
| <b>2. CONCEPTO DE PERTINENCIA .....</b>  | <b>14</b> |
| <b>3. FORMULACIÓN DE PROYECTOS .....</b>   | <b>15</b> |
| <b>4. VIABILIDAD.....</b>  | <b>15</b> |
| <b>5. PROCESO DE APROBACIÓN DE PROYECTOS.....</b>  | <b>16</b> |
| <b>6. PROCESO DE CONTRATACIÓN.....</b>   | <b>17</b> |
| <b>7. PROCESO DE EJECUCIÓN .....</b>   | <b>18</b> |
| <b>8. INFORMACIÓN SOBRE EL ESTADO DEL PROYECTO.....</b>  | <b>18</b> |
| <b>9. CUÁLES SON LAS CAUSALES DE RECHAZO DE LOS PROYECTOS.....</b>   | <b>19</b> |
| <b>CAPÍTULO III: LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA LA ASIGNACIÓN DE RECURSOS .....</b>                                | <b>19</b> |
| <b>LÍNEA ESTRATÉGICA 1: MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.....</b>                                 | <b>19</b> |
| PROGRAMA 1: Planificación Turística.....   | 19        |
| Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a: .....                                     | 19        |
| Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....                      | 19        |

|   |    |
|---|----|
| Rubros cofinanciables.....  | 20 |
| Rubros no cofinanciables.....   | 20 |
| Contrapartida exigida.....  | 20 |
| PROGRAMA 2: Estudios e Implementación de Estudios para el Desarrollo Competitivo del Sector .....   | 21 |
| Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a: .....  | 21 |
| Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....   | 21 |
| Rubros cofinanciables.....  | 21 |
| Rubros no cofinanciables.....   | 21 |
| Contrapartida exigida.....  | 22 |
| PROGRAMA 3: Calidad Turística.....  | 22 |
| SUBPROGRAMA 3.1: Normas Técnicas Sectoriales.....   | 22 |
| Los proponentes que podrán acceder a este subprograma corresponden a: .....   | 22 |
| Bajo este subprograma, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....  | 22 |
| Rubros cofinanciables.....  | 22 |
| Rubros no cofinanciables.....   | 23 |
| Contrapartida exigida.....  | 23 |
| SUBPROGRAMA 3.2: Implementación y Certificación en Normas Técnicas Sectoriales de Turismo y Normas de Calidad Turística para destinos turísticos..... | 23 |
| Los proponentes que podrán acceder a este subprograma corresponden a: .....   | 23 |
| Bajo este subprograma, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....  | 23 |
| Rubros cofinanciables.....  | 23 |
| Rubros no cofinanciables.....   | 24 |
| Contrapartida exigida.....  | 24 |
| SUBPROGRAMA 3.3.: Implementación y Certificación de Normas Técnicas Sectoriales para Prestadores de Servicios Turísticos .....                        | 25 |
| Los proponentes que podrán acceder a este subprograma corresponden a: .....   | 25 |
| Bajo este subprograma, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....  | 25 |
| Rubros cofinanciables.....  | 25 |
| Rubros no cofinanciables.....   | 26 |
| Contrapartida exigida.....  | 26 |
| PROGRAMA 4: Seguridad Turística.....  | 26 |
| Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a: .....  | 26 |
| Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....   | 26 |

|  |           |
|--|-----------|
| Rubros cofinanciables.....   | 26        |
| Rubros no cofinanciables.....  | 27        |
| Contrapartida exigida.....   | 27        |
| PROGRAMA 5: Formación, Capacitación y Sensibilización Turística.....                                   | 27        |
| Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:.....                                | 27        |
| Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....                | 27        |
| Rubros cofinanciables.....   | 28        |
| Rubros no cofinanciables.....  | 28        |
| Contrapartida exigida.....   | 29        |
| PROGRAMA 6: Innovación y Desarrollo Tecnológico.....   | 29        |
| Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:.....                                | 29        |
| Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....                | 29        |
| Rubros cofinanciables.....   | 30        |
| Rubros no cofinanciables.....  | 30        |
| Contrapartida exigida.....   | 30        |
| PROGRAMA 7: Participación Institucional.....   | 31        |
| Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:.....                                | 31        |
| Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....                | 31        |
| Rubros cofinanciables.....   | 31        |
| Rubros no cofinanciables.....  | 31        |
| Contrapartida exigida.....   | 32        |
| <b>2. LÍNEA ESTRATÉGICA 2: INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA.....</b>  | <b>32</b> |
| PROGRAMA 1: Estudios de Pre-factibilidad y Factibilidad para Proyectos de Infraestructura Turística... | 32        |
| Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:.....                                | 32        |
| Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....                | 32        |
| Rubros cofinanciables.....   | 32        |
| Rubros no cofinanciables.....  | 32        |
| Contrapartida exigida.....   | 32        |
| PROGRAMA 2: Estudios y Diseños de Infraestructura Turística.....                                       | 32        |
| Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:.....                                | 32        |
| Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....                | 32        |
| Rubros cofinanciables.....   | 33        |
| Rubros no cofinanciables.....  | 33        |

|   |           |
|---|-----------|
| Contrapartida exigida.....  | 33        |
| PROGRAMA 3: Obras de Infraestructura Turística.....   | 34        |
| Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a: .....                    | 34        |
| Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....     | 34        |
| Rubros cofinanciables.....  | 34        |
| Rubros no cofinanciables.....   | 34        |
| Contrapartida exigida.....  | 34        |
| <b>3. LÍNEA ESTRATÉGICA 3: FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN Y EL MERCADEO TURÍSTICO.....</b> | <b>35</b> |
| PROGRAMA 1: Mercadeo y Promoción Turística Nacional y Regional.....                         | 35        |
| Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a: .....                    | 35        |
| Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....     | 35        |
| Rubros cofinanciables.....  | 36        |
| Rubros no cofinanciables.....   | 37        |
| Contrapartida exigida.....  | 38        |
| PROGRAMA 2: Mercadeo y promoción turística internacional.....                               | 38        |
| Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a: .....                    | 38        |
| Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....     | 39        |
| Rubros Cofinanciables.....  | 39        |
| Rubros no cofinanciables.....   | 40        |
| Contrapartida exigida.....  | 41        |
| PROGRAMA 3: Información Turística .....   | 41        |
| Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a: .....                    | 41        |
| Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....     | 42        |
| Rubros cofinanciables: .....  | 42        |
| Rubros no cofinanciables.....   | 43        |
| Contrapartida exigida.....  | 43        |
| PROGRAMA 4: Investigación de Mercados .....   | 44        |
| Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a: .....                    | 44        |
| Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....     | 44        |
| Rubros cofinanciables.....  | 44        |
| Rubros no cofinanciables.....   | 44        |
| Contrapartida exigida.....  | 45        |

|  |           |
|--|-----------|
| PROGRAMA 5: Promoción y difusión de calidad turística.....                                 | 45        |
| Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a: .....                   | 45        |
| Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....    | 45        |
| Rubros cofinanciables.....   | 46        |
| Rubros no cofinanciables.....  | 46        |
| Contrapartida exigida.....   | 46        |
| PROGRAMA 6: Participación Institucional .....  | 47        |
| Los proponentes que podrán acceder a este programa correspondiente a: .....                | 47        |
| Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:.....    | 47        |
| Rubros cofinanciables.....   | 47        |
| Contrapartida exigida.....   | 47        |
| <b>4. LÍNEA ESTRATÉGICA 4: TURISMO RESPONSABLE.....</b>                                    | <b>48</b> |
| Los proponentes que podrán acceder a esta línea y corresponden a: .....                    | 48        |
| Bajo esta línea, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas: .....      | 48        |
| Rubros cofinanciables.....   | 48        |
| Rubros no cofinanciables.....  | 49        |
| Contrapartida exigida.....   | 49        |
| <b>5. LÍNEA ESTRATÉGICA 5: BANCO DE PROYECTOS.....</b>                                     | <b>49</b> |
| Los proponentes que podrán acceder a esta línea corresponden a: .....                      | 49        |
| Bajo esta línea, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas: .....      | 49        |
| Rubros cofinanciables.....   | 50        |
| Rubros no cofinanciables.....  | 50        |
| Contrapartida exigida.....   | 50        |
| <b>6. LÍNEA ESTRATÉGICA 6: ADMINISTRACIÓN Y VENTA DE BIENES A CARGO DE FONTUR</b><br>..... | <b>50</b> |
| Los proponentes que podrán acceder a esta línea corresponden a: .....                      | 50        |
| Bajo esta línea, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas: .....      | 50        |
| Rubros no cofinanciables.....  | 50        |
| Contrapartida exigida.....   | 50        |
| Reembolso de los recursos:.....  | 50        |
| <b>CAPÍTULO IV: INDICADORES DE LOS PROYECTOS .....</b>                                     | <b>51</b> |
| <b>GLOSARIO.....</b>   | <b>52</b> |

## PRESENTACIÓN

De acuerdo con la Ley 300 de 1996, modificada por la Ley 1558 de 2012, se crea el Fondo Nacional del Turismo (Fontur) con naturaleza jurídica de patrimonio autónomo para ejecutar planes y programas de infraestructura, promoción, competitividad turística y bienes, siguiendo los lineamientos de la Política Turística definidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Los recursos de que trata el presente Manual son recursos públicos, de acuerdo con lo establecido en la Ley 1101 de 2006 y Ley 1558 de 2012, comprendidos por:

- Contribución parafiscal con destino al turismo.
- Recursos asignados en el Presupuesto General de la Nación.
- Los activos adquiridos con los recursos de la contribución parafiscal.
- Recursos provenientes del Impuesto al Turismo.
- Los recursos provenientes de patrocinios y actividades comerciales.
- Los recursos derivados de la explotación económica de los activos que fueron de propiedad de la Corporación Nacional de Turismo, en los términos de la reglamentación que expida el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- La contraprestación que reciba Fontur por la administración o venta de los bienes inmuebles con vocación turística asignados por la Ley, de conformidad con lo acordado con la Sociedad de Activos Especiales S.A.S. (SAE) y lo establecido en el Contrato de Administración del Patrimonio Autónomo.
- Los recursos que provengan de la cooperación internacional y cualquier otro recurso que se canalice a través de tesorería.
- Las donaciones.
- Las multas impuestas a los prestadores de servicios turísticos en ejecución de la Ley 679 de 2001 y la Ley 300 de 1996.
- Recursos provenientes de la explotación de marcas relacionadas con el turismo, de propiedad del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Los demás activos recibidos para el desarrollo de sus funciones.
- Los rendimientos financieros que se deriven del manejo de las anteriores partidas.
- Las utilidades generadas por la operación o ejecución de los proyectos.

Los recursos de Fontur se destinarán a la realización de proyectos de competitividad, promoción y mercadeo, bienes e infraestructura turística con el fin de incrementar el turismo interno y receptivo, de acuerdo con la Política de Turismo que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo le señale al Comité Directivo del Fondo.

Adicionalmente, se tendrá una partida especial proveniente de las multas, los recursos parafiscales y los fiscales que se invertirán en la prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes - ESCNNA, según la Ley 679 de 2001 y Ley 1101 de 2006 (artículo 10).

Este Manual presenta en cuatro capítulos los lineamientos para la destinación de recursos y presentación de proyectos. En el primer capítulo se definen las condiciones generales de asignación de recursos. El segundo capítulo trata sobre la presentación, formulación, evaluación y aprobación de proyectos. El tercer capítulo se ocupa de las líneas estratégicas para la asignación de recursos. El cuarto capítulo corresponde a los indicadores de gestión de proyectos.

## **CAPÍTULO I: CONDICIONES GENERALES DE ASIGNACIÓN DE RECURSOS**

### **1. CONDICIONES GENERALES**

Con el fin de ejecutar los recursos del Patrimonio Autónomo Fondo Nacional de Turismo - Fontur se establece las siguientes condiciones:

- La asignación de recursos se hará con base en la presentación de proyectos ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del Viceministerio de Turismo, quien emitirá concepto de pertinencia según la articulación con las políticas nacionales del sector turismo y los planes y programas derivados de las mismas.
- Los recursos asignados tendrán la calidad de no reembolsables. No obstante no se exoneran de responsabilidad a los beneficiarios de estos recursos.
- Los recursos se asignarán sobre la base de cofinanciación en porcentajes que se definen en el presente Manual, salvo excepciones contempladas en la Ley y los proyectos presentados directamente por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo y Procolombia.
- Fontur podrá presentar proyectos relacionados con los bienes perteneciente a la extinta Corporación Nacional de Turismo (CNT) y los inmuebles con vocación turística con medida cautelar de incautación o con extinción de dominio entregados por la Sociedad de Activos Especiales S.A.S. (SAE) al Fondo, para su administración, venta y operación.
- Los recursos aprobados para la ejecución de los proyectos relacionados con los bienes de la Sociedad de Activos Especiales S.A.S. (SAE) serán reembolsables, de conformidad con lo señalado en el Decreto 2503 de 2012. Para los demás proyectos cofinanciados por Fontur, los recursos tendrán la calidad de no reembolsables.
- Cuando el proponente esté conformado por un grupo de aportantes, todos los miembros del grupo son responsables del proyecto y deberán nombrar un representante de contacto. En caso de ser promoción internacional se deberá incluir el Logo de Procolombia.
- Los productos resultantes de los proyectos deben hacer mención a los créditos<sup>1</sup> del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y del Fondo Nacional de Turismo (Fontur) según las condiciones establecidas en el contrato.
- Los recursos aprobados para la ejecución de los proyectos, serán contratados directamente por Fontur; para proyectos de promoción internacional, de conformidad con lo previsto en la Ley 1101 de 2006, Fontur suscribirá convenio con Procolombia para la ejecución de dichos recursos.
- Si el presupuesto ejecutado fuera inferior al proyectado, la cofinanciación o contrapartida deberá ser ajustada proporcionalmente, garantizando la contrapartida mínima exigida para cada programa.
- Cuando el proyecto sea retirado sin justa causa, por el proponente del proyecto, después de seleccionado el proceso de contratación o celebrado el contrato, éste deberá asumir los perjuicios ocasionados a Fontur por este hecho.
- Para los proyectos presentados por entidades, organizaciones, instituciones o empresas, cuyo Representante Legal, directivos o miembros de Junta Directiva que tenga participación en el Comité Directivo de Fontur, éste se abstendrá de participar en las decisiones sobre el respectivo(s) proyecto(s), debiendo quedar constancia del hecho en el acta respectiva. No se afectará el quórum decisorio por esta circunstancia. En caso de que el proyecto sea presentado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo; éstos tendrán derecho a votar por sus propias iniciativas.

---

<sup>1</sup> Créditos: obligación del proponente y el contratista de emplear los logos o menciones del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y del Fondo Nacional de Turismo (Fontur), dentro de todos los productos que resulten de la ejecución del proyecto.

**NOTA:** la verificación del cumplimiento de todas las condiciones anteriores es responsabilidad del Fondo Nacional de Turismo (Fontur).

## **2. QUIÉNES PUEDEN PRESENTAR PROYECTOS**

### Recursos Fuente Fiscal

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo
- Procolombia
- Entidades territoriales
- Corporaciones y fondos regionales de promoción turística
- Cámaras de Comercio en asocio con entidades territoriales

### Recursos fuente Parafiscal

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo
- Procolombia
- Aportantes de la contribución parafiscal (en un grupo mínimo de cinco (5))
- Gremios de aportantes de la contribución parafiscal
- Burós de convenciones que tenga como mínimo 5 miembros aportantes de la contribución parafiscal con el aval de la Entidad Territorial.

**NOTA:** Las Entidades territoriales representadas por las asociaciones o autoridades indígenas, afro, raizales, palenquera y ROM, deberán acreditar su reconocimiento ante el Ministerio de Interior.

## **3. QUIÉNES NO PUEDEN PRESENTAR PROYECTOS**

- Personas naturales o jurídicas que se encuentren incurso en las causales de inhabilidad o incompatibilidad para contratar con el Estado, de acuerdo con lo establecido en la Constitución Política y las leyes vigentes.
- Entidades o empresas que no estén legalmente constituidas.
- Entidades territoriales, personas naturales, empresas públicas o privadas a las que se les haya declarado incumplimiento contractual por parte del Fondo Nacional de Turismo en los últimos 2 años.
- Entidades territoriales, organizaciones, instituciones o empresas, personas jurídicas o naturales que al momento de presentar el proyecto o dentro del término de evaluación del mismo, se encuentren registradas como responsables fiscales en el boletín expedido por la Contraloría General de la Nación.
- Aportantes de la contribución parafiscal, personas naturales y jurídicas, que estén reportados en el Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y de la Financiación del Terrorismo.
- Las empresas que estén en trámite concordatario o en proceso de liquidación obligatoria.
- Personas jurídicas cuyo Representante Legal sea cónyuge, compañero permanente, o quienes se encuentren hasta el segundo grado de consanguinidad o de afinidad con las personas que ejerzan cargos directivos o contratistas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Fontur y el Comité Directivo del Fondo.
- Los aportantes de contribución parafiscal que se encuentren en mora con esta obligación.
- Los proponentes de proyectos, que previa aprobación del proyecto, selección del proceso de contratación o celebrado el contrato, retire el proyecto sin justa causa y no cancele los perjuicios ocasionados a Fontur por este hecho.
- Entidades territoriales beneficiarias de proyectos de infraestructura turística, que al momento de

presentar el proyecto exista evidencia o reportes respecto a mal uso, abandono, falta de mantenimiento y sostenibilidad de las obras entregadas.

- Entidades territoriales beneficiarias de proyectos de competitividad y promoción turística, que en los tres años siguientes al recibo de los productos o entregables del proyecto, cofinanciado por Fontur, no los hayan implementado.
- En los casos en que el proponente no presente el informe final de ejecución de la contrapartida con sus respectivos soportes, de acuerdo con la solicitud que realice Fontur; estará inhabilitado para presentar nuevos proyectos.

#### **4. REQUISITOS MÍNIMOS PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

##### Procolombia

- Carta de compromiso de presentación del proyecto o iniciativa

##### Entidades territoriales

- Certificado del Ente Territorial donde conste que el turismo está incluido en los planes nacionales, departamentales o municipales tales como: plan o esquema de ordenamiento territorial, plan de desarrollo o planes sectoriales; evidenciándose la vocación turística del destino donde se pretende llevar a cabo el proyecto.
- Certificado de Disponibilidad Presupuestal, que soporte la contrapartida del proyecto, cuando aplique.
- Carta de compromiso de presentación del proyecto o iniciativa

##### Corporaciones y fondos regionales de promoción turística

- Certificado de existencia y representación legal con fecha de expedición no mayor a 45 días donde conste: la existencia legal mínima de un (1) año; y su representación legal.
- Los miembros de la corporación o fondo aportantes a la contribución parafiscal deberán encontrarse al día en el pago de la contribución parafiscal.
- Autorización del representante legal para la realización del proyecto; en caso de no estar autorizado debe anexar el aval de la Junta o Consejo Directivo para la realización del proyecto.
- Aval por parte de las entidades territoriales, donde se ejecutará el proyecto.
- Declaración donde conste que no se adeuda el pago de sanciones impuestas por parte de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo o la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Declaración de no tener obligaciones pendientes con el Estado.
- Carta de compromiso de presentación del proyecto o iniciativa

##### Aportantes de la contribución parafiscal

- Presentar el proyecto como mínimo cinco (5) aportantes de la contribución parafiscal
- Estar al día en el pago de la contribución parafiscal.
- Estar legalmente constituidos, con una existencia mínima legal de seis (6) meses.
- Estar inscritos en el Registro Nacional de Turismo, cuando además de aportantes de la contribución parafiscal sean prestadores de servicios turísticos.
- Certificación de Paz y Salvo expedida por la Superintendencia de Industria y Comercio, y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo, en donde conste la no imposición de sanciones o estar al día con las mismas.
- No tener obligaciones pendientes con el Estado.
- Carta de compromiso de presentación del proyecto o iniciativa

#### Gremios de aportantes de la contribución parafiscal

- Presentar proyectos que beneficien a todos los aportantes del sector, que se encuentren al día con la contribución parafiscal, independiente que haga parte o no del gremio.
- Los miembros del Gremio aportantes a la contribución parafiscal deberán encontrarse al día en el pago de la contribución parafiscal.
- Estar legalmente constituidos, con una existencia mínima legal de un (1) año.
- Los capítulos regionales que presenten proyectos, deberán adjuntar el aval de la Dirección Nacional del respectivo gremio.
- Adjuntar la autorización de su Junta o Consejo Directivo.
- Carta de compromiso de presentación del proyecto o iniciativa

#### Burós de convenciones que tengan como mínimo cinco miembros de aportantes de la contribución parafiscal

- Estar legalmente constituidos, con una existencia mínima legal de un (1) año.
- Los miembros del Buró, aportantes a la contribución parafiscal, deberán estar inscritos en el Registro Nacional de Turismo, cuando además de aportantes de la contribución parafiscal sean prestadores de servicios turísticos.
- Los miembros del Buró aportantes a la contribución parafiscal deberán encontrarse al día en el pago de la contribución parafiscal.
- El Buró deberá certificar que sus miembros aportantes, se encuentran a Paz y Salvo con la Superintendencia de Industria y Comercio, y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo, en donde conste la no imposición de sanciones o estar al día con las mismas.
- Adjuntar la autorización de su Junta o Consejo Directivo.
- Adjuntar certificación donde se evidencie la articulación con (5) aportantes de la contribución parafiscal y el aval de la Entidad Territorial.
- Carta de compromiso de presentación del proyecto o iniciativa

#### Cámaras de comercio

- Adjuntar autorización de su Junta o Consejo Directivo.
- Los miembros de las cámaras de comercio, aportantes a la contribución parafiscal deberán encontrarse al día en el pago de la contribución parafiscal.
- Presentar proyectos que beneficien a todos los aportantes al sector.
- Declaración de no tener obligaciones pendientes con el Estado.
- Aval por parte de las entidades territoriales para la ejecución del proyecto.
- Certificación de Paz y Salvo expedida por la Superintendencia de Industria y Comercio, en donde conste la no imposición de sanciones o estar al día con las mismas.
- Adjuntar certificación donde se evidencie el aval de la Entidad Territorial.
- Carta de compromiso de presentación del proyecto o iniciativa

**NOTA:** En los casos que la contrapartida aportada por el proponente, se transfiera al P.A. Fondo Nacional de Turismo, se suscribirán convenios de cooperación y el proponente asumirá los gastos administrativos y financieros que se deriven de la ejecución de las actividades establecidas en el proyecto aprobado por el Comité Directivo que están a cargo de la contrapartida.

#### **5. PLAZOS DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

- Los proyectos de competitividad, y promoción y mercadeo turístico podrán ser presentados entre el primero (1) de enero y el treinta y uno (31) de diciembre de cada año.

- Todos los proyectos de infraestructura turística presentados por los entes territoriales, para que puedan ser considerados, deben estar inscritos en el Banco de Proyectos de Infraestructura Turística, a más tardar el treinta (30) de junio de cada año. Los proyectos seleccionados integrarán el Programa Nacional de Inversiones Turísticas. Lo anterior, en virtud de lo establecido en la Ley 1558 de 2012.
- Los proyectos de promoción turística presentados por las Entidades Territoriales a través del Banco de Proyectos de Promoción Turística que trata la Ley 1101 de 2006, serán presentados entre el primero (1) de enero y el treinta (30) de junio de cada año.

## **6. PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

Los proponentes presentarán los proyectos o iniciativas ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo en la Calle 28 No. 13 A – 15 (Bogotá D.C.), en la ventanilla de correspondencia.

Cada proyecto se deberá presentar en original, debidamente foliado, legajado y embalado en un paquete, acompañado de una copia en medio magnético, o también podrán hacerlo a través del correo electrónico [proyectosturismo@mincit.gov.co](mailto:proyectosturismo@mincit.gov.co)

El paquete entregado deberá estar marcado de la siguiente manera:

DATOS DEL DESTINATARIO:

- Entidad ante quien se presenta
- Dirección

DATOS DEL REMITENTE:

- Nombre del proyecto
- Nombre del proponente
- Nombre del remitente
- Dirección

Los documentos presentados no serán devueltos al proponente y harán parte del archivo de Fontur, por lo tanto, se recomienda guardar copia de los documentos radicados.

Cada proyecto o iniciativa que se radique deberá estar acompañado de los documentos señalados en el Capítulo I Numeral 4 del presente Manual y podrá acompañarse de lo siguiente:

- Ficha de Presentación de Proyectos.
- Cotización que soporten los valores solicitados en la ficha del presupuesto del proyecto, con una fecha no mayor a tres (3) meses.
- Certificación donde conste la existencia o no de algún grado de consanguinidad o segundo de afinidad, con funcionarios y/o contratistas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o Fontur.
- Boletín de antecedentes fiscales expedido por la Contraloría General de la República.
- Impactos del proyecto: generación de empleos tanto directos como indirectos, incremento de turistas, divisas generadas, mitigación de impactos ambientales.
- Se podrán anexar los documentos que se consideren importantes en la formulación del proyecto, adicionales a los mínimos requeridos.

Para los proyectos de infraestructura turística, el proponente del proyecto, deberá aportar:

- Estudios de factibilidad que soporte la necesidad de desarrollar el proyecto.
- Documentos legales de la propiedad del lote a intervenir (Certificado de Tradición y Libertad con

fecha de expedición máximo 30 días calendario). Si el espacio a intervenir corresponde a espacio público deberá aportarse certificación suscrita por el Secretario de Planeación del ente territorial.

- Certificado que en el Plan de Ordenamiento Territorial, el uso del suelo es permitido para el desarrollo del proyecto.
- Certificado de Disponibilidad Presupuestal, que soporte la contrapartida del proyecto, cuando aplique.
- Certificado que el proyecto se encuentra incluido en el Plan de Desarrollo, en el Plan Sectorial de Turismo y en el presupuesto de la respectiva entidad territorial.
- Estudios técnicos, diseños arquitectónicos y de ingeniería de detalle (aplica para construcción) con el soporte de aprobación por parte de interventoría y supervisión interna del proponente del proyecto.
- Licencias y permisos.
- Todos los planos debidamente firmados por el responsable.
- Plan de sostenibilidad, mantenimiento o plan de negocios para el sostenimiento y puesta en funcionamiento de la obra.
- Constancia del Ministerio del Interior en el que se certifique que para la ejecución del proyecto en territorio donde habiten comunidades, se adelantó consulta previa, o no se requiere.

**NOTA:** Los recursos cofinanciados deberán ser en moneda colombiana incluyéndose en cada valor el costo del IVA y los demás impuestos a los que haya lugar y se deberá relacionar cada rubro por separado según la fuente de financiación.

## CAPÍTULO II: ROLES Y PROCEDIMIENTO PARA EL TRAMITE DE PROYECTOS

Ciclo de gestión para el trámite de proyectos a ser apoyados con recursos que conformen el Fondo Nacional de Turismo de acuerdo con lo establecido en la Ley 1558 de 2012.

|  |  |
|--|--|
| Radicación de proyecto, iniciativa o propuesta | PROPONENTE (En la ventanilla única del Mincit o al correo <a href="mailto:proyectoturismo@mincit.gov.co">proyectoturismo@mincit.gov.co</a> ) |
| Pertinencia                                    | MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO  |
| Formulación                                    | Fontur y Proponente  |
| Viabilidad                                     | Fontur o Entidad Externa   |
| Aprobación                                     | Comité Directivo   |
| Contratación                                   | Fiducoldex y Fontur  |
| Ejecución                                      | Fontur y Contratista   |
| Seguimiento                                    | Fontur y Contratista, Interventoría y Supervisión  |
| Liquidación                                    | Fiducoldex, Fontur y Contratista   |

### 1. RADICACIÓN DE PROYECTO, INICIATIVA O PROPUESTA

Todo proyecto a ser susceptible de apoyo de recursos por parte de Fontur deberá ser radicado en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en la ventanilla de correspondencia del primer piso, con un mínimo de cuatro meses de anterioridad al inicio de la primera actividad.

Las visitas de representantes de las entidades territoriales, aportantes de la contribución parafiscal, equipos técnicos regionales, empresarios u otra persona que requiera o solicite apoyo de recursos para proyectos de desarrollo turístico en las líneas de promoción, competitividad e infraestructura, serán atendidas única y exclusivamente por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo para el recibo de la iniciativa o proyecto respectivo.

Lo anterior, también aplica para solicitudes recibidas por correos electrónicos, durante visitas regionales o encuentros empresariales, para este fin el Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo dispondrá el correo electrónico [proyectoturismo@mincit.gov.co](mailto:proyectoturismo@mincit.gov.co), al cual serán remitidos los proyectos, iniciativas y propuestas que se reciban por otras fuentes.

### 2. CONCEPTO DE PERTINENCIA

Una vez recibido el proyecto o iniciativa por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo –

Viceministerio de Turismo, éste verificará que el proyecto esté acorde con las políticas nacionales del sector turístico y los planes y programas derivados de las mismas, y procederá a expedir dentro de los siguientes quince días calendario el concepto de pertinencia en el que autoriza el inicio del trámite del proyecto ante el Fontur, dada la coherencia y articulación con las líneas estratégicas de trabajo del Ministerio, para el desarrollo turístico.

El concepto de pertinencia emitido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo no equivale a la aprobación del proyecto ni a compromiso de recursos, es el punto de partida para su proceso de estudio dentro del Fontur.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo radicará ante Fontur los proyectos o iniciativas recibidas en el formato en que se haya recibido, con el correspondiente concepto de pertinencia. Dentro del mismo plazo, se emitirá comunicación oficial por parte del Viceministerio de Turismo acerca de la no pertinencia del proyecto.

### **3. FORMULACIÓN DE PROYECTOS**

Una vez recibidos los documentos informativos del proyecto propuesto y el correspondiente concepto de pertinencia, Fontur estará encargado de la estructuración de las fichas metodológicas correspondientes, solicitando al proponente la información suficiente para el diligenciamiento de las mismas y sostendrá las reuniones necesarias para la comprensión y coordinación de las acciones a apoyar por medio del proyecto.

En esta etapa Fontur, en directa concordancia con la iniciativa radicada originalmente ante el MinCIT, revisará técnica, administrativa, financiera y jurídicamente que el proyecto esté debidamente formulado en la ficha de presentación de proyectos y cuente con todos los documentos de soporte cuya lista estará publicada en la página web del Fontur para conocimiento de los proponentes.

Para la recepción de los documentos soporte para el cierre de la respectiva ficha, Fontur otorgará, notificando por escrito al proponente, un plazo máximo de 10 días hábiles para enviar ajustes, documentos y aclaraciones de los requisitos que sean solicitados a los proponentes. En caso de que el proyecto necesite una nueva solicitud de aclaraciones el proponente contará con máximo 3 días hábiles adicionales para cumplir con los requisitos. En caso de no cumplirse con los plazos por parte del proponente se le informará al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo y se devolverá la propuesta inicial con el concepto de pertinencia respectivo al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo, quien oficiará al proponente de dicha devolución.

Fontur llevará record de seguimiento y avance de cada una de las iniciativas y proyectos radicados, tramitados, en curso o devueltos.

### **4. VIABILIDAD**

Fontur, directamente o a través de una entidad externa según la especificidad, procederá con el análisis técnico, jurídico y presupuestal para emitir la pre-viabilidad de los proyectos formulados, teniendo en cuenta los criterios que establezca para tal fin.

Contando con el listado de los proyectos estructurados y pre-viabilizados, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo y el Fondo Nacional de Turismo, procederán con la

revisión conjunta, mínimo dos veces al mes, a través de un Comité Interno de Proyectos de Fontur, del cual se llevará acta y seguimiento, con el fin de determinar la viabilidad de los proyectos para ser presentados a aprobación ante el Comité Directivo.

El Comité Interno de Proyectos estará integrado por el Viceministro de Turismo y el Gerente de Fontur, quienes no podrán delegar su participación y podrán asistir con sus equipos técnicos.

El proyecto deberá contener información para ser evaluados en este Comité Interno que incluya como mínimo estos criterios: fecha de radicación del proyecto o fechas de las etapas que ha surtido, descripción, valor (cofinanciación), actividades a financiar o cofinanciar, concepto técnico por parte de Fontur de la propuesta, impacto, pre-viabilidad y la sostenibilidad futura del proyecto (plan de negocio, sostenibilidad, mantenimiento, etc.).

Una vez culminada la etapa de evaluación de viabilidad de proyectos, Fontur informará al proponente, con copia al Ministerio, el resultado de la evaluación para continuar o no con el trámite.

## **5. PROCESO DE APROBACIÓN DE PROYECTOS**

Los proyectos calificados viables serán presentados al Comité Directivo del Fondo, al cual le corresponde decidir sobre la aprobación o no aprobación de los mismos. Es pertinente manifestar, que dichos proyectos viables, deberán ser enviados al Secretario Técnico del Comité Directivo del Fontur, con por lo menos cinco (5) días hábiles de antelación a la reunión del Comité Directivo, quien los remitirá al Comité Directivo con la debida antelación.

Las sesiones del Comité Directivo serán convocadas por la Secretaria Técnica del Comité. El Secretario Técnico del Comité contará con tres (3) días hábiles posteriores a la sesión del Comité Directivo para expedir y radicar en Fontur las respectivas certificaciones de los proyectos aprobados.

Durante el proceso de aprobación, el proyecto podrá surtir los siguientes estados:

**APROBADO:** para los proyectos seleccionados que no requieran ajustes, se incluirá en la Ficha de Evaluación el término aprobado. Fontur dentro de los cinco días hábiles siguientes a la certificación del Secretario Técnico, comunicará por escrito al proponente sobre la decisión del Comité Directivo indicando la cofinanciación aprobada y el trámite a seguir.

El proponente, Fontur o cualquiera de las partes podrá solicitar una mesa técnica con los interesados, con un equipo interdisciplinario, con el objeto de afinar los lineamientos para proceder con la contratación.

**APROBADO SUJETO A AJUSTES:** el Comité Directivo podrá aprobar un proyecto sujeto a la posterior inclusión de ajustes y remisión de información aclaratoria y complementaria, caso en el cual Fontur, dentro de los cinco (5) días calendario siguientes a la decisión del Comité Directivo, la comunicará por escrito al proponente, indicando la cofinanciación aprobada y especificando las condiciones de aprobación con los ajustes que sean necesarios, si fuere el caso. Igualmente, en ésta se solicitará respuesta escrita del proponente sobre la aceptación o no aceptación de las condiciones de aprobación, respuesta que deberá dar dentro de los cinco (5) días calendario, contados a partir de la fecha de recibo de la comunicación respectiva.

- En caso de aceptación, se deberá remitir el proyecto presentado con la inclusión de los ajustes aceptados, con la respectiva información aclaratoria y complementaria solicitada por el Comité Directivo. Fontur revisará los ajustes y si los mismos cumplen con las condiciones de aprobación, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes, comunicará por escrito al proponente que el proyecto ha sido

aprobado e indicará los trámites a seguir.

- En caso de recibir no aceptación por parte del proponente o de no haber respuesta dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes, se entenderá que el proponente ha desistido de su solicitud y Fontur informará por escrito que el proyecto ha sido desistido.
- En caso de necesidad de expedición del Certificado de Disponibilidad Presupuestal por parte de la entidad territorial, se otorgará un plazo máximo de treinta (30) días calendario para su presentación.

**APLAZADO:** una vez presentado el proyecto ante el Comité Directivo, este podrá quedar aplazado hasta tanto el proponente o Fontur envíe los ajustes solicitados por el Comité, para lo cual Fontur, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la decisión del Comité Directivo, comunicará esta decisión al Proponente, indicando los motivos por los cuales ha sido aplazado; el proponente deberá subsanar las observaciones o dar respuesta a las mismas dentro de los cinco (5) días hábiles, contados a partir de la fecha de recibido de la comunicación respectiva. El proyecto será nuevamente sometido a consideración en el siguiente Comité Directivo.

En caso de no recibir respuesta satisfactoria por parte del proponente dentro del plazo establecido, se entenderá que el proponente ha desistido de su solicitud y Fontur informará por escrito que el proyecto ha sido desistido.

**NO APROBADO:** para los proyectos no aprobados, Fontur informará por escrito de este hecho al proponente dentro de los siguientes cinco (5) días hábiles, comunicando las razones de la no aprobación.

## **6. PROCESO DE CONTRATACIÓN**

Una vez aprobados los recursos y aceptadas las condiciones por parte de los proponentes, se procederá a realizar los trámites de contratación por parte de Fiducoldex S.A. como vocero y administrador del P.A. Fontur, de acuerdo con lo establecido en las normas y el Manual de Contratación correspondiente.

Para este propósito Fontur remitirá a Fiducoldex dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la recepción de la Certificación por parte del Secretario Técnico del Comité, la ficha, documentos de soporte, certificaciones presupuestales y demás documentos necesarios para iniciar el proceso contractual respectivo.

El plazo máximo para iniciar la contratación de los proyectos, luego de ser aprobados por el Comité Directivo, es de un mes y máximo un mes para dar inicio a su ejecución una vez seleccionado el (los) contratista(s). El plazo máximo para iniciar la contratación de los proyectos, luego de ser aprobados por el Comité Directivo, es de un mes y máximo un mes para dar inicio a su ejecución una vez seleccionado el (los) contratista(s). Fiducoldex S.A. como vocero y administrador del P.A. Fontur, velará porque el contratista cumpla con la celeridad suficiente para legalizar los contratos y todos los demás requisitos para que se dé inicio a la ejecución de proyecto. Si cumplido este plazo, el proponente seleccionado no llena los requisitos para dar inicio al contrato, se entenderá como no celebrado y se informará de ello a Fontur y al Ministerio. Fiducoldex informará al proponente dentro de los cinco días hábiles siguientes al vencimiento de los términos.

Fontur realizará la supervisión de cada uno de los contratos, de acuerdo con las técnicas y procedimientos establecidos en la Ley y en el Manual de Contratación, y Supervisión, bien sea directamente o mediante contratación de terceros. Los costos correspondientes a la supervisión deberán estar incluidos en el presupuesto del proyecto desde el inicio de la formulación, en el caso de los

proyectos de infraestructura turística.

**NOTA:** para los proyectos de promoción y competitividad, el rubro de supervisión, se establecerá en un porcentaje del presupuesto anual.

## **7. PROCESO DE EJECUCIÓN**

La realización, monitoreo y control de la ejecución de los proyectos y su contratación derivada estará a cargo de Fontur, para lo cual Fiducoldex enviará el contrato y documentos necesarios para el seguimiento respectivo.

Fontur vigilará que los ejecutores y beneficiarios del proyecto den los créditos al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y a Fontur, en todas las actividades del mismo.

El plazo máximo para la ejecución de proyectos, después de la fecha de aprobación del Comité Directivo es de seis (6) meses. En los casos que las causas de no iniciación de la ejecución del proyecto sean atribuibles al proponente, Fontur procederá a cancelar el proyecto y realizar la liberación de recursos que corresponda.

Los proponentes del proyecto, deberán presentar dentro de los tres (3) meses siguientes a la finalización del proyecto, el informe final de ejecución al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y a Fontur, presentando de manera ejecutiva los principales logros, resultados e impacto del proyecto.

En el evento de no ser presentado el informe final de ejecución por parte del proponente del proyecto, Fontur lo comunicará al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, quien se reservará el derecho de consideración de futuras solicitudes por parte del mismo.

Este informe deberá incluir como mínimo la siguiente información y material de soporte:

- Información general: nombre del proyecto, nombre de la entidad proponente, departamento, municipio, fecha de realización y número y nombre de los contratos ejecutados.
- Informe de gestión del proyecto: logros obtenidos, número de convocados, número de participantes o beneficiarios.
- Informe de actividades respecto al total del valor del proyecto, identificando en secciones separadas los dineros ejecutados de contrapartida propuestos en el proyecto y los recursos aprobados.
- Actividades desarrolladas de acuerdo con el cronograma presentado en el proyecto, servicios, beneficiarios, valor ejecutado para cada una de ellas.
- Impacto social: se debe incluir información sobre los indicadores enunciados en el proyecto.
- Fotografías, afiches, plegables, programa ejecutado, otros, que permitan determinar el cumplimiento de las obligaciones.
- Recomendaciones y aspectos a mejorar.
- Plan de sostenibilidad, mantenimiento o plan de negocios para el sostenimiento del proyecto para la entrada en operación (infraestructura).
- En virtud del principio de buena fe, la información que el proponente consigne en el informe final se presume veraz y ajustada a la realidad.

## **8. INFORMACIÓN SOBRE EL ESTADO DEL PROYECTO**

Fontur a través de su página web: [www.fontur.com.co](http://www.fontur.com.co) informará sobre los proyectos, indicando

número de registro, fecha de radicación, nombre del proyecto, entidad proponente, cobertura geográfica a la que pertenece/beneficia y los valores del proyecto.

Según se vaya dando el proceso se irá actualizando la información, con los avances y resultados de cada etapa, dando los siguientes avisos:

- Radicado
- Aprobado
- Negado
- Aplazado
- Desistido

#### **9. CUÁLES SON LAS CAUSALES DE RECHAZO DE LOS PROYECTOS**

- Que el proyecto no sea considerado pertinente por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Que no se adjunte toda la documentación requerida, dentro de los términos establecidos en las etapas de ajustes.
- Que el proponente no esté habilitado para presentar proyectos ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Que se compruebe que la información, los documentos o los certificados anexos al proyecto no correspondan a la realidad.
- Que el proponente se encuentre incurso en alguna de las causales de inhabilidad contempladas en la Constitución Política y en las normas.
- Que el proyecto exceda los topes y montos máximos de cofinanciación.
- Que se haya presentado por fuera de los plazos definidos para la presentación de proyectos.

### **CAPÍTULO III: LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA LA ASIGNACIÓN DE RECURSOS**

Podrán ser apoyados con recursos destinados para el turismo aquellos proyectos que se enmarquen dentro de los programas descritos en las siguientes líneas estratégicas:

#### **LÍNEA ESTRATÉGICA 1: MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA**

##### **PROGRAMA 1: Planificación Turística**

Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo.
- Las entidades territoriales.

Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Asistencia técnica en actividades necesarias para la inclusión del turismo en los planes de ordenamiento territorial, plan de desarrollo departamental o municipal.
- La estructuración o formulación de planes de desarrollo turístico, estos deben estar alineados con la Planeación Estratégica Sectorial del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Desarrollo de los estudios de ordenamiento turístico de destino.
- Diseño de productos turísticos; estos deben estar alineados con la Planeación Estratégica Sectorial

del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Las entidades territoriales podrán presentar proyectos para el diseño de máximo un producto turístico por año, o cuando se demuestre su implementación.

- Proyectos para financiar la creación o el fortalecimiento de redes temáticas de productos turísticos.

**NOTA:**

- Todos los proyectos enmarcados bajo este programa deberán incluir un capítulo de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica.
- Las entidades territoriales no podrán presentar proyectos para cofinanciar la elaboración de un nuevo Plan de Desarrollo Turístico, mientras el anterior se encuentre en vigencia.

Rubros cofinanciables

- Consultoría.
- Asistencia técnica.
- Honorarios de consultores.
- Estudios técnicos necesarios para el desarrollo de los proyectos de planificación de turística.
- Gastos de transporte y alojamiento para consultores y necesarios para el desarrollo de las actividades directamente relacionadas con el proyecto.
- Alquiler de salones o espacios y equipos audiovisuales destinados a la socialización de los resultados del proyecto de planificación turística. Esto siempre y cuando la actividad se haya considerado como parte integral del proyecto del programa.
- Diseño, elaboración, impresión y difusión de material didáctico y promocional para la presentación de los resultados del proyecto (no tiene fines de distribución masiva).

**NOTA:** Las actividades de socialización difieren de los eventos de promoción. Estos deberán ser presentados a través de la Línea Estratégica No. 3 Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico, de acuerdo con lo consignado en el presente Manual para esa Línea Estratégica.

Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Servicios públicos.
- Tiquetes en clase ejecutiva.
- Impuestos, aranceles, seguridad social o cualquier otra obligación de ley que no estén relacionados directamente con las actividades aprobadas de los proyectos.
- Adquisición de equipo, equipos de cómputo, muebles y enseres, licencias de software, terrenos y vehículos.
- Inversiones en otras empresas.
- Compra de acciones, de bonos, de derechos de empresas y de otros valores mobiliarios.
- Para los casos de eventos de lanzamiento de los productos turísticos o demás proyectos de planificación turística, los rubros no cofinanciables serán los mismos que para los eventos de la Línea 3: Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico.

Contrapartida exigida

- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se encuentra exento de aportes de contrapartida.
- Departamentos, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categoría especial, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categorías 1, 2, 3, 4, 5 y 6, la contrapartida será mínimo del 20% del valor total del proyecto.

**NOTA:** Los recursos de contrapartida deberán ser únicamente en efectivo, en moneda colombiana incluyéndose en cada valor el costo del IVA y se deberá relacionar cada rubro por separado según la fuente de financiación, no podrán existir rubros compartidos, es decir una misma actividad no podrá ser cofinanciada por el proponente y Fontur al mismo tiempo, a excepción de las referidas en cada uno de los programas.

## PROGRAMA 2: Estudios e Implementación de Estudios para el Desarrollo Competitivo del Sector

Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo.
- Las entidades territoriales.
- Gremios que agrupan a los aportantes a la contribución parafiscal con destino al turismo.
- Aportantes a la contribución parafiscal; agrupados en un número no inferior a 5 prestadores de servicios turísticos (no es requerido para ello una persona jurídica asociativa).
- Cámaras de Comercio que presenten proyectos de vocación turística.

**NOTA:** El proponente debe garantizar que los beneficiarios de los proyectos presentados por él, cuenten con el Registro Nacional de Turismo vigente.

Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Estudios y análisis que representen una herramienta e insumos necesarios para la toma de decisiones en el mejoramiento del ejercicio de la actividad turística.
- Levantamiento o actualización de inventarios de atractivos turísticos.
- Planes de acción e implementación de procesos de planificación turística. Las actividades relacionadas con estudios u obras de infraestructura deberán ser presentados por la Línea Estratégica No. 2 Infraestructura Turística, de acuerdo con lo consignado en el presente Manual para esa Línea Estratégica.

Rubros cofinanciables

- Consultoría.
- Asistencia técnica.
- Honorarios de consultores.
- Estudios técnicos necesarios para el desarrollo de los proyectos turísticos.
- Gastos de transporte y alojamiento necesarios para el desarrollo de las actividades directamente relacionadas con el proyecto.
- Alquiler de salones o espacios destinados a la socialización de los resultados de los estudios o análisis o implementación de estos para el desarrollo competitivo del sector. Esto siempre y cuando la actividad se haya considerado como parte integral del proyecto del programa.

**NOTA:** Las actividades de socialización difieren de los eventos de promoción. Estos deberán ser presentados a través de la Línea estratégica No. 3 Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico, de acuerdo con lo consignado en el presente Manual para esa Línea Estratégica.

Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Servicios públicos.
- Tiquetes en clase ejecutiva.

- Impuestos, aranceles, seguridad social o cualquier otra obligación de ley que no estén relacionados directamente con las actividades aprobadas de los proyectos.
- Adquisición de equipo, equipos de cómputo, muebles y enseres, licencias de software, terrenos y vehículos.
- Inversiones en otras empresas.
- Compra de acciones, de bonos, de derechos de empresas y de otros valores mobiliarios.
- Para los casos de eventos de lanzamiento los rubros no cofinanciables serán los mismos que para los eventos de la Línea 3: Fortalecimiento de Promoción y el Mercadeo y Turístico.

#### Contrapartida exigida

- La contrapartida aportada por el proponente en su totalidad podrá ser en efectivo con la ejecución de las actividades asignadas al proponente en el proyecto aprobado por el Comité Directivo o por transferencia al administrador del P.A. Fondo Nacional de Turismo (en este caso el proponente deberá tener en cuenta los gastos administrativos), para lo cual se suscribirán convenios de cooperación.
- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se encuentra exento de aportes de contrapartida.
- Departamentos, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categoría especial, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categorías 1, 2, 3, 4, 5 y 6, la contrapartida será mínimo del 20% del valor total del proyecto.
- Los proyectos presentados por gremios que agrupan a los aportantes a la contribución parafiscal con destino al turismo, aportantes a la contribución parafiscal; agrupados en un número no inferior a 5 prestadores de servicios turísticos (no es requerido para ello una persona jurídica asociativa) y Cámaras de Comercio que presenten proyectos de vocación turística por la línea de competitividad se ejecutarán con un máximo 80% de cofinanciación y mínimo 20% de contrapartida.

**NOTA:** Los recursos de contrapartida deberán ser únicamente en efectivo, en moneda colombiana incluyéndose en cada valor el costo del IVA y se deberá relacionar cada rubro por separado según la fuente de financiación, no podrán existir rubros compartidos, es decir una misma actividad no podrá ser cofinanciada por el proponente y Fontur al mismo tiempo, a excepción de las referidas en cada uno de los programas.

### PROGRAMA 3: Calidad Turística

#### *SUBPROGRAMA 3.1: Normas Técnicas Sectoriales*

##### Los proponentes que podrán acceder a este subprograma corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo.

##### Bajo este subprograma, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Apoyar y realizar los estudios técnicos para la elaboración de Normas Técnicas Sectoriales definidas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la Unidad Sectorial de Normalización y Calidad correspondiente; así como las actividades de difusión de las mismas.
- Desarrollar programas de asesoría y consultoría en Normas Técnicas Sectoriales.
- Honorarios y gastos de viaje de los coordinadores de las Unidades Sectoriales de Normalización.

##### Rubros cofinanciables

- Consultoría.

- Asistencia técnica.
- Honorarios de consultores.
- Honorarios de los coordinadores de las unidades sectoriales de normalización
- Estudios técnicos necesarios para el desarrollo de las actividades directamente relacionadas con el proyecto.
- Gastos de transporte y alojamiento necesarios para el desarrollo de las actividades directamente relacionadas con el proyecto.
- Diseño, elaboración, impresión y distribución de material didáctico y promocional para la presentación de los resultados del proyecto (no tiene fines de distribución masiva).
- Diseño, elaboración, impresión y distribución de material didáctico para el desarrollo de las actividades directamente relacionadas con el proyecto (no tiene fines de distribución masiva).
- Alquiler de salones o espacios destinados a la socialización de los resultados de los estudios o análisis o implementación de estos para el desarrollo competitivo del sector. Esto siempre y cuando la actividad se haya considerado como parte integral del proyecto del programa.

**NOTA:** Las actividades de socialización difieren de los eventos de promoción, estos deberán ser presentados a través de la Línea Estratégica No. 3 Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico, de acuerdo con lo consignado en el presente Manual para esa Línea Estratégica.

#### Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Servicios públicos.
- Tiquetes en clase ejecutiva.
- Impuestos, aranceles, seguridad social o cualquier otra obligación de ley que no estén relacionados directamente con las actividades aprobadas de los proyectos.
- Adquisición de equipo, equipos de cómputo, muebles y enseres, licencias de software, terrenos y vehículos.
- Inversiones en otras empresas.
- Compra de acciones, de bonos, de derechos de empresas y de otros valores mobiliarios.
- Para los casos de eventos de lanzamiento los rubros no cofinanciables serán los mismos que para los eventos de la Línea 3: Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico.

#### Contrapartida exigida

- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se encuentra exento de aportes de contrapartida.

### *SUBPROGRAMA 3.2: Implementación y Certificación en Normas Técnicas Sectoriales de Turismo y Normas de Calidad Turística para destinos turísticos*

#### Los proponentes que podrán acceder a este subprograma corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo
- Las entidades territoriales

#### Bajo este subprograma, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Desarrollar actividades de asesoría y consultoría para la implementación, certificación y mantenimiento en Normas Técnicas Sectoriales de Turismo y Normas de Calidad Turística para destinos turísticos.

#### Rubros cofinanciables

- Consultoría.

- Asistencia técnica.
- Honorarios de consultores.
- Estudios técnicos necesarios para el desarrollo de las actividades directamente relacionadas con el proyecto.
- Pre-auditoría para la certificación.
- Auditorías de certificación y seguimiento.
- Gastos de transporte y alojamiento necesarios para el desarrollo de las actividades directamente relacionadas con el proyecto.
- Diseño, elaboración, impresión y distribución de material didáctico y promocional para la presentación de los resultados del proyecto (no tiene fines de distribución masiva).
- Diseño, elaboración, impresión y distribución de material didáctico para el desarrollo de las actividades directamente relacionadas con el proyecto (no tiene fines de distribución masiva).
- Alquiler de salones o espacios destinados a la socialización de los resultados de los estudios o análisis o implementación de estos para el desarrollo competitivo del sector. Esto siempre y cuando la actividad se haya considerado como parte integral del proyecto del programa.

**NOTA:** las actividades de socialización difieren de los eventos de promoción. Estos deberán ser presentados a través de la Línea Estratégica No. 3 Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico, de acuerdo con lo consignado en el presente Manual para esa Línea Estratégica.

#### Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Adecuación del destino y cierre de brechas de las no conformidades evidenciadas en las auditorías.
- Servicios públicos.
- Tiquetes en clase ejecutiva.
- Impuestos, aranceles, seguridad social o cualquier otra obligación de ley que no estén relacionados directamente con las actividades aprobadas de los proyectos.
- Adquisición de equipo, equipos de cómputo, muebles y enseres, licencias de software, terrenos y vehículos.
- Inversiones en otras empresas.
- Compra de acciones, de bonos, de derechos de empresas y de otros valores mobiliarios.
- Para los casos de eventos de lanzamiento los rubros no cofinanciables serán los mismos que para los eventos de la Línea 3: Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico.

#### Contrapartida exigida

- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se encuentra exento de aportes de contrapartida.
- Departamentos, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categoría especial, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categorías 1, 2, 3, 4, 5 y 6, la contrapartida será mínimo del 20% del valor total del proyecto.

**NOTA:** Los recursos de contrapartida deberán ser únicamente en efectivo, en moneda colombiana incluyéndose en cada valor el costo del IVA y se deberá relacionar cada rubro por separado según la fuente de financiación, no podrán existir rubros compartidos, es decir una misma actividad no podrá ser cofinanciada por el proponente y Fontur al mismo tiempo, a excepción de las referidas en cada uno de los programas.

### *SUBPROGRAMA 3.3.: Implementación y Certificación de Normas Técnicas Sectoriales para Prestadores de Servicios Turísticos*

#### Los proponentes que podrán acceder a este subprograma corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo.
- Gremios que agrupan a los aportantes a la contribución parafiscal con destino al turismo. Los proyectos deberán estar dirigidos a todos los aportantes del sector, agremiados o no.
- Aportantes a la contribución parafiscal; agrupados en un número no inferior a 5 prestadores de servicios turísticos (no es requerido para ello una persona jurídica asociativa).

#### **NOTA:**

- El proponente debe garantizar que los beneficiarios de los proyectos presentados por él, cuenten con el Registro Nacional de Turismo vigente, en los casos de quienes son sujetos de cumplir con esta condición.
- El proponente deberá aportar el listado de beneficiarios máximo en 45 días calendario, contados a partir de la fecha de aprobación del proyecto. De no ser entregados, se dará por cancelado el proyecto. Hasta tanto no se reciba la totalidad de los beneficiarios, Fontur no iniciará el proceso de contratación que se requiera para la ejecución del proyecto aprobado por el Comité Directivo.
- En atención al cumplimiento de la Política Nacional de Turismo, los proyectos de cobertura nacional presentados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que incluyan al menos 500 prestadores de servicios inscritos en el Registro Nacional de Turismo, quedarán exentos del cumplimiento de los 45 días calendario, para iniciar su ejecución.

#### Bajo este subprograma, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Desarrollar actividades de asesoría y consultoría para la implementación y certificación en Normas Técnicas Sectoriales para prestadores de servicios turísticos.

#### Rubros cofinanciables

- Consultoría.
- Asistencia técnica.
- Honorarios de consultores.
- Estudios técnicos necesarios para el desarrollo de las actividades directamente relacionadas con el proyecto.
- Pre-auditoría para la certificación.
- Auditorías de certificación y seguimiento.
- Gastos de transporte y alojamiento necesarios para el desarrollo de las actividades directamente relacionadas con el proyecto.
- Diseño, elaboración, impresión y distribución de material didáctico y promocional para la presentación de los resultados del proyecto (no tiene fines de distribución masiva).
- Diseño, elaboración, impresión y distribución de material didáctico para el desarrollo de las actividades directamente relacionadas con el proyecto (no tiene fines de distribución masiva).
- Alquiler de salones o espacios destinados a la socialización de los resultados de los estudios o análisis o implementación de estos para el desarrollo competitivo del sector. Esto siempre y cuando la actividad se haya considerado como parte integral del proyecto del programa.

**NOTA:** Las actividades de socialización difieren de los eventos de promoción. Estos deberán ser presentados a través de la Línea estratégica No. 3 Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico, de acuerdo con lo consignado en el presente Manual para esa Línea Estratégica.

#### Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Los procesos de re-certificación de normas técnicas sectoriales de prestadores de servicios turísticos.
- Adecuación de los establecimientos y cierre de brechas de las no conformidades evidenciadas en las auditorias.
- Normas diferentes a las del sector turismo.
- Servicios públicos.
- Tiquetes en clase ejecutiva.
- Impuestos, aranceles, seguridad social o cualquier otra obligación de ley que no estén relacionados directamente con las actividades aprobadas de los proyectos.
- Adquisición de equipo, equipos de cómputo, muebles y enseres, licencias de software, terrenos y vehículos.
- Inversiones en otras empresas.
- Compra de acciones, de bonos, de derechos de empresas y de otros valores mobiliarios.
- Para los casos de eventos de lanzamiento los rubros no cofinanciables serán los mismos que para los eventos de la Línea 3: Fortalecimiento de la Promoción y el Mercedeo Turístico.

#### Contrapartida exigida

- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se encuentra exento de aportes de contrapartida.
- Los proyectos se ejecutarán con un máximo 80% de cofinanciación y mínimo 20% de contrapartida.

**NOTA:** Los recursos de contrapartida deberán ser únicamente en efectivo, en moneda colombiana incluyéndose en cada valor el costo del IVA y se deberá relacionar cada rubro por separado según la fuente de financiación, no podrán existir rubros compartidos, es decir una misma actividad no podrá ser cofinanciada por el proponente y Fontur al mismo tiempo, a excepción de las referidas en cada uno de los programas.

### PROGRAMA 4: Seguridad Turística

#### Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo.

#### Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Proyectos que apoyen programas de seguridad turística, alineados con el Plan Estratégico de Seguridad Turística del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o los que se deriven del Consejo Nacional de Seguridad Turística o Comités Departamentales de Seguridad Turística.

#### Rubros cofinanciables

- Consultoría.
- Asistencia técnica.
- Honorarios de consultores.
- Estudios técnicos necesarios para el desarrollo de proyectos de seguridad turística.
- Gastos de transporte y alojamiento necesarios para el desarrollo de las actividades directamente relacionadas con el proyecto.
- Diseño, elaboración, impresión y distribución de material didáctico y promocional para la presentación de los resultados del proyecto (no tiene fines de distribución masiva).
- Diseño, elaboración, impresión y distribución de material didáctico para el desarrollo de las

actividades directamente relacionadas con el proyecto (no tiene fines de distribución masiva).

- Alquiler de salones o espacios destinados a la socialización de los resultados de los estudios o análisis o implementación de estos para el desarrollo competitivo del sector. Esto siempre y cuando la actividad se haya considerado como parte integral del proyecto del programa.

**NOTA:** Las actividades de socialización difieren de los eventos de promoción. Estos deberán ser presentados a través de la Línea estratégica No. 3 Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico, de acuerdo con lo consignado en el presente Manual para esa Línea Estratégica.

#### Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Servicios públicos.
- Tiquetes en clase ejecutiva.
- Impuestos, aranceles, seguridad social o cualquier otra obligación de ley que no estén relacionados directamente con las actividades aprobadas de los proyectos.
- Adquisición de equipo, equipos de cómputo, muebles y enseres, licencias de software, terrenos y vehículos.
- Inversiones en otras empresas.
- Compra de acciones, de bonos, de derechos de empresas y de otros valores mobiliarios.
- Para los casos de eventos de lanzamiento los rubros no cofinanciables serán los mismos que para los eventos de la Línea 3: Fortalecimiento de la Promoción Mercadeo Turístico.

#### Contrapartida exigida

- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se encuentra exento de aportes de contrapartida.

### PROGRAMA 5: Formación, Capacitación y Sensibilización Turística

#### Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo.
- Las entidades territoriales.
- Gremios que agrupan a los aportantes a la contribución parafiscal con destino al turismo. Los proyectos deberán estar dirigidos a todos los aportantes del sector, agremiados o no.
- Aportantes a la contribución parafiscal; agrupados en un número no inferior a 5 prestadores de servicios turísticos (no es requerido para ello una persona jurídica asociativa).
- **NOTA:** El proponente debe garantizar que los beneficiarios de los proyectos presentados por él, cuenten con el Registro Nacional de Turismo vigente.

#### Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Proyectos de formación, entrenamiento, sensibilización y misiones académicas, a través de actividades como: cursos, diplomados, talleres, seminarios, congresos, foros, encuentros, y conferencias.  
Las actividades relacionadas con el contenido académico deberán representar mínimo el 60% del valor del proyecto.

#### **NOTA:**

- El proponente deberá aportar el listado de beneficiarios máximo en 45 días calendario, contados a partir de la fecha de aprobación del proyecto. De no ser entregados, se dará por cancelado el

proyecto. Hasta tanto no se reciba la totalidad de los beneficiarios, Fontur no iniciará el proceso de contratación que se requiera para la ejecución del proyecto aprobado por el Comité Directivo.

- En atención al cumplimiento de la Política Nacional de Turismo, los proyectos de cobertura nacional presentados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que incluyan al menos 500 prestadores de servicios inscritos en el Registro Nacional de Turismo, quedarán exentos del cumplimiento de los 45 días calendario, para iniciar su ejecución.

#### Rubros cofinanciables

- Consultoría y asistencia técnica.
- Honorarios de expertos, capacitadores nacionales o internacionales, traductores e intérpretes, coordinadores de las unidades sectoriales de normalización y guías turísticos.
- Gastos de transporte (terrestre, marítimo, fluvial, aéreo) alojamiento, alimentación a:
  - Expertos/consultores.
  - Capacitadores.
  - Conferencistas.
  - Invitados especiales.
- Alquiler de salones, área, diseño, montaje y desmontaje de stands para eventos especializados de turismo.
- Registro de participantes
- Alquiler de ayudas audiovisuales, menaje, silletería, graderías, equipos de cómputo y equipo de traducción, con su respectivo transporte.
- Diseño, elaboración, impresión y distribución de material didáctico y promocional de las actividades directamente relacionadas con el proyecto (no tiene fines de distribución masiva).
- Misiones de estudios al exterior.
- Gastos de transporte terrestre y aéreo que formen parte del programa de formación de participantes a misiones al exterior, hasta por el 50%.
- Alojamiento de participantes de misiones de estudio al exterior hasta por el 40%.
- Personal de apoyo logístico para la realización de las actividades directamente relacionadas con el proyecto.
- Software para coordinación de agendas de eventos de formación, capacitación y sensibilización turística.
- Refrigerios para los eventos de formación, capacitación y sensibilización turística.

#### Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Tiquetes en clase ejecutiva.
- Trámites de visas, impuestos de salida y tarjetas de asistencia médica.
- Eventos estatutarios de los gremios o asociaciones que por su naturaleza y denominación son propios de los asociados del gremio o asociación, así se abra a terceros, en calidad de invitados.
- Desarrollo de páginas web institucionales de gremios.
- Servicios públicos.
- Impuestos, aranceles, seguridad social o cualquier otra obligación de ley que no estén relacionados directamente con las actividades aprobadas de los proyectos.
- Pago de pasivos (capital e intereses), pago de dividendos y aumento del capital social de la empresa.
- Adquisición de maquinaria y equipo, equipos de cómputo, muebles y enseres, licencias de software, terrenos y vehículos.
- Inversiones en otras empresas.
- Compra de acciones, de bonos, de derechos de empresas y de otros valores mobiliarios.

#### Contrapartida exigida

- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se encuentra exento de aportes de contrapartida.
- Departamentos, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categoría especial, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categorías 1, 2, 3, 4, 5 y 6, la contrapartida será mínimo del 20% del valor total del proyecto.
- Gremios y aportantes de la contribución parafiscal, la contrapartida será mínimo el 20% del valor total del proyecto.

**NOTA:** Los recursos de contrapartida deberán ser únicamente en efectivo, en moneda colombiana incluyéndose en cada valor el costo del IVA y se deberá relacionar cada rubro por separado según la fuente de financiación, no podrán existir rubros compartidos, es decir una misma actividad no podrá ser cofinanciada por el proponente y Fontur al mismo tiempo, a excepción de las referidas en cada uno de los programas.

#### PROGRAMA 6: Innovación y Desarrollo Tecnológico

##### Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo.
- Corporaciones y fondos regionales de promoción turística.
- Gremios que agrupan a los aportantes a la contribución parafiscal con destino al turismo. Los proyectos deberán estar dirigidos a todos los aportantes del sector, agremiados o no.
- Aportantes a la contribución parafiscal; agrupados en un número no inferior a 5 prestadores de servicios turísticos (no es requerido para ello una persona jurídica asociativa).
- **NOTA:** El proponente debe garantizar que los beneficiarios de los proyectos presentados por él, cuenten con el Registro Nacional de Turismo vigente.

##### Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Proyectos que faciliten la aplicación de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC'S para la innovación de productos o servicios empresariales enfocados al mejoramiento de la competitividad turística y dirigidos a todos los aportantes del sector.
- Proyectos de innovación para el fortalecimiento de la competitividad turística.
- Asistencia técnica para el diseño y actualización de software especializado para la competitividad de sector.
- Diseño, montaje y aplicación de sistemas tecnológicos para inventarios de atractivos o de indicadores de competitividad turística.

#### **NOTA:**

- El proponente deberá aportar el listado de beneficiarios máximo en 45 días calendario, contados a partir de la fecha de aprobación del proyecto. De no ser entregados, se dará por cancelado el proyecto. Hasta tanto no se reciba la totalidad de los beneficiarios, Fontur no iniciará el proceso de contratación que se requiera para la ejecución del proyecto aprobado por el Comité Directivo.
- En atención al cumplimiento de la Política Nacional de Turismo, los proyectos de cobertura nacional presentados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que incluyan al menos 500 prestadores de servicios inscritos en el Registro Nacional de Turismo, quedarán exentos del

cumplimiento de los 45 días calendario, para iniciar su ejecución.

#### Rubros cofinanciables

- Consultoría.
- Asistencia técnica.
- Honorarios de consultores.
- Estudios técnicos necesarios para el desarrollo de los proyectos turísticos de innovación.
- Gastos de transporte y alojamiento necesarios para el desarrollo de las actividades directamente relacionadas con el proyecto.
- Diseño, elaboración, impresión y distribución de material para la presentación de los resultados del proyecto.
- Diseño, elaboración, impresión y distribución de material didáctico para el desarrollo de las actividades directamente relacionadas con el proyecto.
- Alquiler de salones o espacios destinados a la socialización de los resultados de los estudios o análisis o implementación de estos para el desarrollo competitivo del sector. Esto siempre y cuando la actividad se haya considerado como parte integral del proyecto del programa.

**NOTA:** las actividades de socialización difieren de los eventos de promoción. Estos deberán ser presentados a través de la Línea Estratégica No. 3 Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico, de acuerdo con lo consignado en el presente Manual para esa Línea Estratégica.

#### Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Servicios públicos.
- Tiquetes en clase ejecutiva.
- Impuestos, aranceles, seguridad social o cualquier otra obligación de ley que no estén relacionados directamente con las actividades aprobadas de los proyectos.
- Adquisición de equipo, equipos de cómputo, muebles y enseres, licencias de software, terrenos y vehículos.
- Desarrollo de páginas web de gremios, corporaciones y fondos cuyo objeto social sea de vocación turística y de aportantes a la contribución parafiscal.
- Inversiones en otras empresas.
- Compra de acciones, de bonos, de derechos de empresas y de otros valores mobiliarios.
- Para los casos de eventos de lanzamiento los rubros no cofinanciables serán los mismos que para los eventos de la Línea 3: Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico.
- Adquisición de hardware.
- Adquisición o mantenimiento de licencias software.

#### Contrapartida exigida

- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se encuentra exento de aportes de contrapartida.
- Los proyectos se ejecutarán con un máximo 80% de cofinanciación y mínimo 20% de contrapartida.

**NOTA:** Los recursos de contrapartida deberán ser únicamente en efectivo, en moneda colombiana incluyéndose en cada valor el costo del IVA y se deberá relacionar cada rubro por separado según la fuente de financiación, no podrán existir rubros compartidos, es decir una misma actividad no podrá ser cofinanciada por el proponente y Fontur al mismo tiempo, a excepción de las referidas en cada uno de los programas.

## PROGRAMA 7: Participación Institucional

Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo.

Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Pago de membresías en diferentes organizaciones relacionadas con la misión institucional de las entidades, de carácter nacional e internacional.

### Rubros cofinanciables

- Consultoría y asistencia técnica.
- Honorarios de expertos, capacitadores nacionales o internacionales, traductores e intérpretes, coordinadores de las unidades sectoriales de normalización y guías turísticos.
- Gastos de transporte (terrestre, marítimo, fluvial, aéreo) alojamiento, alimentación a:
  - Expertos/consultores.
  - Capacitadores.
  - Conferencistas.
  - Invitados especiales.
- Alquiler de salones, área, diseño, montaje y desmontaje de stands para eventos especializados de turismo.
- Alquiler de ayudas audiovisuales, menaje, silletería, graderías, equipos de cómputo y equipo de traducción, con su respectivo transporte.
- Diseño, elaboración, impresión y distribución de material didáctico y promocional de las actividades directamente relacionadas con el proyecto (no tiene fines de distribución masiva).
- Misiones de estudios al exterior.
- Gastos de transporte terrestre y aéreo que formen parte del programa de formación de participantes a misiones al exterior, hasta por el 50%.
- Alojamiento de participantes de misiones de estudio al exterior hasta por el 40%.
- Personal de apoyo logístico para la realización de las actividades directamente relacionadas con el proyecto.
- Software para coordinación de agendas de eventos de formación, capacitación y sensibilización turística.
- Refrigerios para los eventos de formación, capacitación y sensibilización turística.

### Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Tiquetes en clase ejecutiva.
- Trámites de visas, impuestos de salida y tarjetas de asistencia médica.
- Eventos estatutarios de los gremios o asociaciones que por su naturaleza y denominación son propios de los asociados del gremio o asociación, así se abra a terceros, en calidad de invitados.
- Desarrollo de páginas web y otros desarrollos tecnológicos institucionales de gremios.
- Servicios públicos.
- Impuestos, aranceles, seguridad social o cualquier otra obligación de ley que no estén relacionados directamente con las actividades aprobadas de los proyectos.
- Pago de pasivos (capital e intereses), pago de dividendos y aumento del capital social de la empresa.
- Adquisición de maquinaria y equipo, equipos de cómputo, muebles y enseres, licencias de software, terrenos y vehículos.
- Inversiones en otras empresas.
- Compra de acciones, de bonos, de derechos de empresas y de otros valores mobiliarios.

#### Contrapartida exigida

- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se encuentra exento de aportes de contrapartida.

## **2. LÍNEA ESTRATÉGICA 2: INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA**

### PROGRAMA 1: Estudios de Pre-factibilidad y Factibilidad para Proyectos de Infraestructura Turística

#### Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo

#### Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Estructuración de proyectos y Alianzas Estratégicas, y Asociaciones Público Privadas para el desarrollo de infraestructura turística.
- Estudios de pre-factibilidad y factibilidad de proyectos de infraestructura turística.

#### Rubros cofinanciables

- Estudios de Pre-factibilidad y Factibilidad para Proyectos de Infraestructura Turística.

#### Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Proyectos de señalización turística vial.
- Compra de acciones, de bonos, de derechos de empresas y de otros valores mobiliarios.
- Servicios públicos.
- Impuestos y aranceles no relacionados con la ejecución de los proyectos.
- Pago de pasivos (capital e intereses), pago de dividendos y aumento del capital social de la empresa.
- Adquisición de maquinaria y equipo, equipos de cómputo, muebles y enseres, licencias de software, terrenos y vehículos, salvo para los proyectos de infraestructura turística cuyo proponente sea el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, los concernientes a la Policía Nacional de Turismo en virtud del artículo 73 de la Ley 300 de 1996 y los contemplados en el Plan Estratégico de Seguridad Turística que expida el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Inversiones en otras empresas.

#### Contrapartida exigida

Al Ministerio de Comercio Industria y Turismo no le aplica contrapartida exigida.

### PROGRAMA 2: Estudios y Diseños de Infraestructura Turística

#### Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo
- Entidades territoriales

#### Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Diseños arquitectónicos, estudios técnicos y de ingeniería de detalle, para la construcción de obras de infraestructura turística y las respectivas licencias y permisos que se requieran para el desarrollo del proyecto.

**NOTA:**

- *Será obligación de la Entidad Territorial realizar la gestión y trámites presupuestales necesarios para la consecución de los recursos que garanticen la construcción de los estudios y diseños cofinanciados.*
- *Lo anterior no aplica para los proyectos presentados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*
- *La cofinanciación de este tipo de proyectos, no genera obligación posterior alguna para el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, relacionada con la financiación de la construcción de los diseños entregados.*

Rubros cofinanciables

- Diseños arquitectónicos, estudios técnicos y de ingeniería de detalle, para la construcción de obras de infraestructura turística y las respectivas licencias y permisos que se requieran para el desarrollo del proyecto, con su interventoría.

Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Proyectos de señalización turística vial.
- Compra de acciones, de bonos, de derechos de empresas y de otros valores mobiliarios.
- Servicios públicos.
- Impuestos y aranceles no relacionados con la ejecución de los proyectos.
- Pago de pasivos (capital e intereses), pago de dividendos y aumento del capital social de la empresa.
- Adquisición de maquinaria y equipo, equipos de cómputo, muebles y enseres, licencias de software, terrenos y vehículos, salvo para los proyectos de infraestructura turística cuyo proponente sea el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, los concernientes a la Policía Nacional de Turismo en virtud del artículo 73 de la Ley 300 de 1996 y los contemplados en el Plan Estratégico de Seguridad Turística que expida el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Inversiones en otras empresas.

Contrapartida exigida

Los recursos de contrapartida deberán ser únicamente en efectivo, en moneda colombiana incluyéndose en cada valor el costo del IVA, los costos administrativos en los que incurre la entidad administradora del Fontur y demás impuestos de ley. Al Ministerio de Comercio Industria y Turismo no le aplica contrapartida exigida.

Para los proyectos presentados por Entidades Territoriales la cofinanciación máxima para apoyar los proyectos del Programa 2: Estudios y Diseños de Infraestructura Turística, será de hasta 500 SMMLV; el valor del proyecto debe incluir los costos directos, indirectos y su interventoría.

**NOTA:** *los proyectos deben contar con cierre financiero, es decir, si el valor de las contrapartidas no es suficiente para el cierre financiero, los municipios o las gobernaciones deben aportar ese faltante, respaldado con su respectivo Certificado de Disponibilidad Presupuestal.*

Para el desarrollo y ejecución de proyectos de infraestructura turística, presentados por municipios de categoría especial, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.

Para el desarrollo y ejecución de proyectos de infraestructura turística, presentados por municipios de categorías 1, 2, 3, 4, 5 y 6, la contrapartida será mínimo del 20% del valor total del proyecto.

Para el desarrollo y ejecución de proyectos de infraestructura turística, presentados por Departamentos, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.

### PROGRAMA 3: Obras de Infraestructura Turística

Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo.
- Entidades territoriales.

Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Construcción de obras de infraestructura turística.

**NOTA:** en los proyectos de infraestructura turística que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo esté ejecutando a través del Fontur, se podrá incluir la dotación.

#### Rubros cofinanciables

- Construcción de obras de infraestructura turística, con su interventoría.

#### Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Proyectos de señalización turística vial.
- Compra de acciones, de bonos, de derechos de empresas y de otros valores mobiliarios.
- Servicios públicos.
- Impuestos y aranceles no relacionados con la ejecución de los proyectos.
- Pago de pasivos (capital e intereses), pago de dividendos y aumento del capital social de la empresa.
- Adquisición de maquinaria y equipo, equipos de cómputo, muebles y enseres, licencias de software, vehículos y terrenos, salvo para los proyectos de infraestructura turística cuyo proponente sea el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, los concernientes a la Policía Nacional de Turismo en virtud del artículo 73 de la Ley 300 de 1996 y los contemplados en el Plan Estratégico de Seguridad Turística que expida el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Inversiones en otras empresas.

#### Contrapartida exigida

Los recursos de contrapartida deberán ser únicamente en efectivo, en moneda colombiana incluyéndose en cada valor el costo del IVA, los costos administrativos en los que incurre la entidad administradora del Fontur y demás impuestos de ley. Al Ministerio de Comercio Industria y Turismo no le aplica contrapartida exigida.

Para los proyectos presentados por Entidades Territoriales la cofinanciación máxima para apoyar los proyectos del Programa 3: Obras de Infraestructura Turística, será de hasta 2.000 SMMLV, el valor del proyecto debe incluir los costos directos, indirectos y su interventoría.

**NOTA:** los proyectos deben contar con cierre financiero, es decir, si el valor de las contrapartidas no es suficiente para el cierre financiero, los distritos y municipios o las gobernaciones deben aportar ese faltante, respaldado con su respectivo Certificado de Disponibilidad Presupuestal.

Para el desarrollo y ejecución de proyectos de infraestructura turística, presentados por distritos y

municipios de categoría especial, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto. Para el desarrollo y ejecución de proyectos de infraestructura turística, presentados por distritos y municipios de categorías 1, 2, 3, 4, 5 y 6, la contrapartida será mínimo del 20% del valor total del proyecto.

Para el desarrollo y ejecución de proyectos de infraestructura turística, presentados por Departamentos, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.

### **3. LÍNEA ESTRATÉGICA 3: FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN Y EL MERCADEO TURÍSTICO**

#### PROGRAMA 1: Mercadeo y Promoción Turística Nacional y Regional

Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo.
- Entidades territoriales.
- Corporaciones y fondos regionales de promoción turística.
- Aportantes de la contribución parafiscal (en un grupo mínimo de cinco (5) cuya naturaleza de la actividad está asociada al producto turístico).
- Gremios de aportantes de la contribución parafiscal.
- Burós de convenciones que tenga como mínimo 5 miembros aportantes de la contribución parafiscal con el aval de la Entidad Territorial.

#### **NOTA:**

- El proponente debe garantizar que los beneficiarios de los proyectos presentados por él, cuenten con el Registro Nacional de Turismo vigente.
- Los Burós sólo pueden presentar proyectos para captación de eventos nacionales.
- Los proyectos de este programa que sean presentados por los entes territoriales harán parte del Banco de Proyectos de Promoción Turística y deberán ajustarse a lo contemplado en el artículo 18 de la Ley 1101 de 2006 modificado parcialmente por el artículo 23 de la Ley 1558 de 2012.

Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Realización de viajes de familiarización de periodistas, agencias de viajes mayoristas, agentes multiplicadores de mercado, entre otros.
- Apoyo para la apertura y consolidación de nuevas rutas aéreas para mejorar la conectividad.
- Apoyo a la promoción de vuelos chárter, para la apertura o consolidación de rutas, en beneficio de aquellos destinos de categorías 4, 5 y 6 del régimen municipal.
- Producción y distribución de material promocional del destino o de los productos turísticos que cumplan con las condiciones técnicas establecidas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo.
- Misiones comerciales y ruedas de negocios.
- Participación en ferias nacionales turísticas y eventos relacionados con el turismo a nivel regional, nacional.
- Campañas publicitarias de promoción nacional del turismo doméstico. En esta iniciativa, únicamente el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo podrán presentar proyectos orientados al diseño y ejecución de la campaña nacional de turismo y sus subcampañas.

- Campañas publicitarias de promoción para las regiones. Los proyectos deben ser presentados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y los entes territoriales, siempre y cuando estén enfocadas a la promoción del producto o del destino teniendo en cuenta los lineamientos de las campañas nacionales y los estudios de mercados.
- Diseño, producción de piezas publicitarias, plan de medios de campañas y piezas promocionales, deberán estar alineadas con el manejo de imagen institucional definida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo, Fontur y el proponente del proyecto.
- Ferias y fiestas regionales de impacto turístico. En esta iniciativa se podrá presentar proyectos para apoyar sólo las actividades de promoción de celebraciones organizadas en las entidades territoriales, de hondo raigambre popular, con contenido folclórico, cultural o histórico, que tiene la posibilidad de movilizar turistas.
- Promoción turística de destinos en el marco de eventos especiales que dinamicen su oferta.
- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través del Viceministerio de Turismo, podrá presentar propuestas para participar u organizar eventos para lo cual podrá cofinanciar el 100% del valor del proyecto en ítems como alquiler de áreas, diseño, montaje y desmontaje, activaciones, estrategia de medios de promoción, materiales y otros relacionados.
- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, podrá desarrollar acciones para reaccionar ante situaciones de emergencia o crisis, de los destinos turísticos del país, que requieran acompañamiento promocional.
- Promoción dirigida a segmentos del mercado turístico enmarcados en la Política de Turismo Social.
- Elaboración de publicaciones de la industria de viajes y turismo.
- Adquisición de publicaciones de la industria de viajes y turismo, facultad que sólo aplicará para el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Procolombia.
- Promoción de redes temáticas de turismo a nivel nacional o departamental (avistamiento de especies, observación de flora y fauna, espeleismo, buceo, religioso, náutico, etc.)
- Implementación y desarrollo tecnológico de apoyo a la promoción y comercialización.

**NOTA:**

- Para misiones comerciales y ruedas de negocios, el proponente deberá aportar el listado de beneficiarios máximo en 45 días calendario, contados a partir de la fecha de aprobación del proyecto. De no ser entregados, se dará por cancelado el proyecto. Hasta tanto no se reciba la totalidad de los beneficiarios, Fontur no iniciará el proceso de contratación que se requiera para la ejecución del proyecto aprobado por el Comité Directivo.
- En atención al cumplimiento de la Política Nacional de Turismo, los proyectos de cobertura nacional presentados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que incluyan al menos 500 prestadores de servicios inscritos en el Registro Nacional de Turismo, quedarán exentos del cumplimiento de los 45 días calendario, para iniciar su ejecución.

Rubros cofinanciables

- Consultoría o asesoría especializada.
- Honorarios de expertos, capacitadores nacionales o internacionales, traductores e intérpretes.
- Gastos de transporte (terrestre, marítimo, fluvial, aéreo) alojamiento, alimentación a:
  - Expertos/consultores.
  - Capacitadores.
  - Conferencistas.
  - Compradores partícipes de ruedas de negocios.
  - Vendedores partícipes de ruedas de negocios procedentes de regiones con baja

- conectividad.
  - Agentes de viajes.
  - Periodistas.
  - Invitados especiales.
- Alquiler de salones, área, diseño, montaje y desmontaje de stands para ferias comerciales y eventos especializados de turismo.
- Alquiler de ayudas audiovisuales, menaje, silletería, graderías, equipos de cómputo y equipo de traducción, con su respectivo transporte.
- Personal de apoyo logístico para eventos especializados de turismo.
- Material audiovisual y bibliográfico para centros de información institucionales.
- Participación en eventos especializados de turismo.
- Activaciones o estrategias BTL y la tarifa cobrada por las empresas que realicen actividades de BTL en proyectos promoción nacional de turismo.
- Software para coordinación de agendas de eventos especializados de turismo.
- Refrigerios para eventos especializados en turismo.
- Viajes de familiarización para agentes de viajes, periodistas e invitados especiales, incluyendo servicio de guía turístico, ingreso a los atractivos turísticos y asistencia médica.
- Misiones comerciales y ruedas de negocios, incluyendo arrendamiento de área, montaje, desmontaje de stands; publicidad y promoción del evento.
- Desarrollo de páginas web para eventos y programas propios del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Actividades de sensibilización en cumplimiento de normas, políticas y programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Actividades de apoyo, seguimiento y control al cumplimiento de normas, políticas y programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Incentivos para ganadores y honorarios de jurados en concursos desarrollados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Producción, edición, emisión y reproducción de material audiovisual e impreso; y distribución de los mismos en cumplimiento de normas, políticas y programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Elaboración de campañas publicitarias y planes de medios.
- Alianzas estratégicas en cumplimiento de normas, políticas y programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Estudios de impacto de proyectos.
- Impuestos de salida y tarjetas de asistencia médica, únicamente para invitados a eventos oficiales del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en caso de requerirse.

#### Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Eventos estatutarios de los gremios o asociaciones que por su naturaleza son propios de los asociados del gremio o asociación, así se encuentre apto para terceros, en calidad de invitados.
- Gastos de alojamiento, transporte y alimentación de organizadores en congresos, seminarios u otros eventos.
- Bebidas alcohólicas, excepto los eventos asociados a la estrategia de turismo y gastronomía.
- Estrategias publicitarias o herramientas de comercialización o promoción de prestadores de servicios turísticos, gremios o asociaciones que los agrupen.
- Desarrollo de páginas web regionales.
- Tiquetes aéreos en clase ejecutiva.
- Patrocinios.
- Subsidios.

- Eventos regionales o empresariales en su primera edición.

#### Contrapartida exigida

- Departamentos, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categoría especial, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categorías 1, 2 y 3 la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categorías 4, 5 y 6 la contrapartida será mínimo del 20% del valor total del proyecto.
- Los proyectos provenientes de los departamentos del Guaviare, Vaupés, Putumayo, Amazonas, Vichada, Caquetá, Guainía, el Chocó biogeográfico por poseer y comprometerse a preservar su rica biodiversidad y los municipios de sexta categoría de San Agustín e Isnos en el departamento del Huila, Inzá (Tierradentro) en el departamento del Cauca, y Santa Cruz de Mompox en el departamento de Bolívar, declarados Patrimonio Histórico de la Humanidad por la Unesco, quedan excluidos de los aportes de contrapartida. *Lo anterior de acuerdo con lo contemplado en el artículo 18 de la Ley 1101 de 2006 modificado parcialmente por el artículo 23 de la Ley 1558 de 2012.*
- Para proyectos presentados por los otros proponentes descritos en el programa, la contrapartida mínima es del 20%.
- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Procolombia se encuentran exentos de aportes de contrapartida.
- En ningún caso se aceptará que el porcentaje de contrapartida del proponente del proyecto sea inferior a lo aportado por los demás aportantes.

#### **NOTA:**

- *No se aceptará como contrapartida los aportes de seguridad social, parafiscales, impuestos, y/o gastos administrativos.*
- *Los rubros de contra partida deben ser de actividades de promoción.*
- *Los recursos de contrapartida deberán ser únicamente en efectivo, en moneda colombiana incluyéndose en cada valor el costo del IVA y los demás impuestos que haya lugar y se deberá relacionar cada rubro por separado según la fuente de financiación, no podrán existir rubros compartidos es decir una misma actividad no podrá ser cofinanciada por el proponente y Fontur al mismo tiempo, a excepción de las referidas en cada uno de los programas.*
- *Ningún proyecto recibirá recursos en cuantía superior al 10% de los recursos destinados para el Banco de Proyectos Turísticos en la respectiva anualidad.*

#### PROGRAMA 2: Mercadeo y promoción turística internacional

##### Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo
- Procolombia
- Entidades territoriales
- Corporaciones y fondos regionales de promoción turística
- Gremios de aportantes de la contribución parafiscal.
- Burós de convenciones que tenga como mínimo 5 miembros aportantes de la contribución parafiscal con el aval de la Entidad Territorial.

**NOTA:** El proponente debe garantizar que los beneficiarios de los proyectos presentados por él, cuenten con el Registro Nacional de Turismo vigente.

**NOTA:**

- Los proyectos de este programa que sean presentados por los entes territoriales harán parte del Banco de Proyectos de Promoción Turística y deberán ajustarse a lo contemplado en el artículo 18 de la Ley 1101 de 2006 modificado parcialmente por el artículo 23 de la Ley 1558 de 2012.
- Las entidades territoriales, Gremios de aportantes de la contribución parafiscal, Corporaciones y Fondos Regionales de Promoción Turística y Burós de convenciones que presenten proyectos de promoción internacional deberán contar con el visto bueno de Procolombia antes de ser radicadas ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Bajo este programa, los gremios solo podrán presentar proyectos para participar en workshops y ferias internacionales.
- Los Burós sólo pueden presentar proyectos para captación de eventos internacionales, en coordinación con Procolombia.

Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Realización y participación en eventos internacionales de interés para Colombia.
- Viajes de familiarización de periodistas, agencias de viajes mayoristas o agentes multiplicadores de mercado.
- Material promocional turístico de Colombia.
- Misiones comerciales para la promoción turística.
- Realización de workshops.
- Apoyo para la apertura y consolidación de rutas aéreas internacionales para mejorar y consolidar la oferta turística.
- Diseño, producción de piezas publicitarias y plan de medios de campañas de promoción internacional, entre las que se encuentran las activaciones o acciones de BTL y ATL.
- Captación de congresos, convenciones, incentivos y otros eventos para ser realizados en Colombia.
- Comunicaciones estratégicas. el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, podrá desarrollar acciones para reaccionar ante situaciones de emergencia o crisis que requieran acompañamiento promocional.
- Eventos y actividades de lanzamiento de productos o destinos turísticos.
- Apoyo al fortalecimiento del portal oficial de turismo.

**NOTA:**

- La ejecución de los proyectos propuestos por Procolombia quedará directamente a su cargo y los proyectos de otros proponentes deberán ejecutarse articulados con Procolombia.
- Para misiones comerciales y workshops, el proponente deberá aportar el listado de beneficiarios máximo en 45 días calendario, contados a partir de la fecha de aprobación del proyecto. De no ser entregados, se dará por cancelado el proyecto. Hasta tanto no se reciba la totalidad de los beneficiarios, Fontur no iniciará el proceso de contratación que se requiera para la ejecución del proyecto aprobado por el Comité Directivo.
- En atención al cumplimiento de la Política Nacional de Turismo, los proyectos de cobertura nacional presentados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que incluyan al menos 500 prestadores de servicios inscritos en el Registro Nacional de Turismo, quedarán exentos del cumplimiento de los 45 días calendario, para iniciar su ejecución.

Rubros Cofinanciables

- Honorarios de expertos, capacitadores nacionales o internacionales, traductores e intérpretes.
- Gastos de transporte (terrestre, marítimo, fluvial, aéreo) alojamiento, alimentación a:

- Expertos/consultores.
- Capacitadores.
- Conferencistas.
- Compradores partícipes de ruedas de negocios.
- Vendedores partícipes de ruedas de negocios procedentes de regiones con baja conectividad.
- Agentes de viajes.
- Periodistas.
- Invitados especiales.
- Alquiler de salones, área, diseño, montaje y desmontaje de stands para eventos especializados de turismo.
- Alquiler de ayudas audiovisuales, menaje, silletería, graderías, equipos de cómputo y equipo de traducción, con su respectivo transporte.
- Participación en eventos especializados de turismo.
- Activaciones o estrategias BTL y la tarifa cobrada por las empresas que realicen actividades de BTL en proyectos promoción internacional de turismo.
- Personal de apoyo logístico para eventos especializados de turismo.
- Software para coordinación de agendas de eventos especializados de turismo.
- Refrigerios para eventos especializados en turismo.
- Viajes de familiarización para agentes de viajes, periodistas e invitados especiales, incluyendo servicio de guía turístico, ingreso a los atractivos turísticos y asistencia médica.
- Misiones comerciales y Workshops, incluyendo arrendamiento de área, montaje, desmontaje de stands; publicidad y promoción del evento.
- Desarrollo de páginas web para eventos y programas propios del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Elaboración de campañas publicitarias y planes de medios.
- Actividades de sensibilización en cumplimiento de normas, políticas y programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Actividades de seguimiento y control al cumplimiento de normas, políticas y programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Incentivos para ganadores y honorarios de jurados en concursos desarrollados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Producción, edición, emisión y reproducción de material audiovisual e impreso y distribución de los mismos en cumplimiento de normas, políticas y programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Alianzas estratégicas en cumplimiento de normas, políticas y programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Estudios de impacto de proyectos.
- Impuestos de salida y tarjetas de asistencia médica, únicamente para invitados a eventos oficiales del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en caso de requerirse.
- Influenciadores, seminarios de entrenamiento comercial (presenciales o digitales), webinars, giras comerciales y presentaciones de destino.

#### Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Gastos de alojamiento, transporte y alimentación de participantes u organizadores de eventos.
- Gastos derivados en los viajes o eventos tales como: tiquetes aéreos en clase ejecutiva, llamadas internacionales, propinas, bebidas alcohólicas.
- Trámites de visas, impuestos de salida y tarjetas de asistencia médica, salvo para casos que involucren a conferencistas, invitados en eventos de interés del Ministerio de Comercio, Industria

y Turismo.

#### Contrapartida exigida

- Departamentos, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categoría especial, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categorías 1, 2 y 3 la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categorías 4, 5 y 6 la contrapartida será mínimo del 20% del valor total del proyecto.
- Los proyectos provenientes de los departamentos del Guaviare, Vaupés, Putumayo, Amazonas, Vichada, Caquetá, Guainía, el Chocó biogeográfico por poseer y comprometerse a preservar su rica biodiversidad y los municipios de sexta categoría de San Agustín e Isnos en el departamento del Huila, Inzá (Terraradentro) en el departamento del Cauca, y Santa Cruz de Mompox en el departamento de Bolívar, declarados Patrimonio Histórico de la Humanidad por la Unesco, quedan excluidos de los aportes de contrapartida. *Lo anterior de acuerdo con lo contemplado en el artículo 18 de la Ley 1101 de 2006 modificado parcialmente por el artículo 23 de la Ley 1558 de 2012.*
- Para proyectos presentados por los otros proponentes descritos en el programa, la contrapartida mínima es del 20%.
- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Procolombia se encuentran exentos de aportes de contrapartida.
- En ningún caso se aceptará que el porcentaje de contrapartida del proponente del proyecto sea inferior a lo aportado por los demás aportantes.

#### **NOTA:**

- *No se aceptará como contrapartida los aportes de seguridad social, parafiscales, impuestos, y/o gastos administrativos.*
- *Los rubros de contra partida deben ser de actividades de promoción.*
- *Los recursos de contrapartida deberán ser únicamente en efectivo, en moneda colombiana incluyéndose en cada valor el costo del IVA y los demás impuestos que haya lugar y se deberá relacionar cada rubro por separado según la fuente de financiación, no podrán existir rubros compartidos es decir una misma actividad no podrá ser cofinanciada por el proponente y Fontur al mismo tiempo, a excepción de las referidas en cada uno de los programas.*
- *Ningún proyecto recibirá recursos en cuantía superior al 10% de los recursos destinados para el Banco de Proyectos Turísticos en la respectiva anualidad.*

#### PROGRAMA 3: Información Turística

##### Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo.
- Procolombia (únicamente para el mejoramiento continuo del portal oficial del turismo).
- Entidades territoriales.
- Corporaciones y fondos regionales de promoción turística.
- Aportantes de la contribución parafiscal (en un grupo mínimo de cinco (5)).
- Gremios de aportantes de la contribución parafiscal.

**NOTA:** El proponente debe garantizar que los beneficiarios de los proyectos presentados por él,

cuenten con el Registro Nacional de Turismo vigente.

Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Estudios orientados al fortalecimiento sobre la información turística en el marco del Plan Estadístico Sectorial de Turismo.
- Fortalecimiento del Centro de Información Turística de Colombia - CITUR, únicamente para el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Estructuración, implementación y evaluación de los Sistemas de Información Turística Regionales – SITUR.
- Eventos de capacitación o participación en eventos nacionales o internacionales, con funcionarios de las entidades que producen, manejan o requieren información o estadísticas de turismo a nivel subsectorial, regionales o nacionales en el marco del Plan Estadístico Sectorial de Turismo.
- Actualización o fortalecimiento de las páginas web y otros desarrollos tecnológicos o portales de promoción integrados a los Sistemas de Información Turístico Regional - SITUR articulados al Centro de Información Turística de Colombia - CITUR
- Campañas de difusión del CITUR y los SITUR.
- Fortalecimiento de la Red de Puntos de Información Turística.
- Licencias, membresías y afiliaciones para el acceso de bases de datos o información de análisis sectorial.

Rubros cofinanciables:

- Honorarios de expertos, encuestadores, capacitadores nacionales o internacionales, traductores e intérpretes.
- Desarrollo tecnológico y actualización de plataformas web para el Centro de Información Turística –CITUR y los Sistemas de Información Turísticos Regionales -SITUR.
- Gastos de transporte (terrestre, marítimo, fluvial, aéreo) alojamiento, alimentación a:
  - Expertos/consultores.
  - Capacitadores.
  - Conferencistas.
  - Periodistas.
  - Invitados especiales.
- Alquiler de salones, área, diseño, montaje y desmontaje de stands para eventos especializados de turismo y Comités Técnicos de Estadísticas Turísticas.
- Personal de apoyo logístico para eventos especializados de turismo.
- Software para coordinación de agendas de eventos especializados de turismo.
- Refrigerios para eventos especializados en turismo y Comités Técnicos de Estadísticas Turísticas.
- Alquiler de ayudas audiovisuales, menaje, silletería, graderías, equipos de cómputo y equipo de traducción, con su respectivo transporte.
- Participación en eventos especializados de turismo y Comités Técnicos de Estadísticas Turísticas.
- Activaciones o estrategias BTL y la tarifa cobrada por las empresas que realicen actividades de BTL en proyectos promoción internacional de turismo.
- Actividades de sensibilización en cumplimiento de normas, políticas y programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Actividades de seguimiento y control al cumplimiento de normas, políticas y programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Producción, edición, emisión, y reproducción de material audiovisual e impreso; y distribución de los mismos en cumplimiento de normas, políticas y programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Alianzas estratégicas en cumplimiento de normas, políticas y programas del Ministerio de

Comercio, Industria y Turismo.

- Estudios de impacto de proyectos.
- Impuestos de salida y tarjetas de asistencia médica, únicamente para invitados a eventos oficiales del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en caso de requerirse.

#### Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Adquisición de hardware –excepto para el caso de implementación de los Sistemas de Información Turística.
- Gastos de administración.
- Servicios públicos.

#### Contrapartida exigida

- Departamentos, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categoría especial, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categorías 1, 2 y 3 la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categorías 4, 5 y 6 la contrapartida será mínimo del 20% del valor total del proyecto.
- Los proyectos provenientes de los departamentos del Guaviare, Vaupés, Putumayo, Amazonas, Vichada, Caquetá, Guainía, el Chocó biogeográfico por poseer y comprometerse a preservar su rica biodiversidad y los municipios de sexta categoría de San Agustín e Isnos en el departamento del Huila, Inzá (Tierradentro) en el departamento del Cauca, y Santa Cruz de Mompox en el departamento de Bolívar, declarados Patrimonio Histórico de la Humanidad por la Unesco, quedan excluidos de los aportes de contrapartida. *Lo anterior de acuerdo con lo contemplado en el artículo 18 de la Ley 1101 de 2006 modificado parcialmente por el artículo 23 de la Ley 1558 de 2012.*
- Para proyectos presentados por los otros proponentes descritos en el programa, la contrapartida mínima es del 20%.
- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Procolombia se encuentran exentos de aportes de contrapartida.
- En ningún caso se aceptará que el porcentaje de contrapartida del proponente del proyecto sea inferior a lo aportado por los demás aportantes.

#### **NOTA:**

- *No se aceptará como contrapartida los aportes de seguridad social, parafiscales, impuestos, y/o gastos administrativos.*
- *Los rubros de contra partida deben ser de actividades de promoción.*
- *Los recursos de contrapartida deberán ser únicamente en efectivo, en moneda colombiana incluyéndose en cada valor el costo del IVA y los demás impuestos que haya lugar y se deberá relacionar cada rubro por separado según la fuente de financiación, no podrán existir rubros compartidos es decir una misma actividad no podrá ser cofinanciada por el proponente y Fontur al mismo tiempo, a excepción de las referidas en cada uno de los programas.*
- *Ningún proyecto recibirá recursos en cuantía superior al 10% de los recursos destinados para el Banco de Proyectos Turísticos en la respectiva anualidad.*

## PROGRAMA 4: Investigación de Mercados

### Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo.
- Procolombia.
- Entidades territoriales.
- Corporaciones y fondos regionales de promoción turística.
- Aportantes de la contribución parafiscal (en un grupo mínimo de cinco (5)).
- Gremios de aportantes de la contribución parafiscal con destino al turismo.
- Cámaras de comercio que presenten proyectos enfocadas al sector turístico (aplica para iniciativas específicas).

**NOTA:** El proponente debe garantizar que los beneficiarios de los proyectos presentados por él, cuenten con el Registro Nacional de Turismo vigente.

### Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Proyectos para efectuar labores de “Benchmarking”, encuestas, estudios o perfiles de los mercados de un destino, del sector turístico o de los subsectores que permitan establecer gustos y preferencias de los consumidores, comportamiento o necesidades de: sector, los subsectores y los productos y destinos.
- Realización de estudios de análisis económicos, financieros y estadísticos del mercado turístico.
- Eventos de socialización sobre los resultados obtenidos en los estudios e investigaciones.

**NOTA:** en ningún caso se apoyarán más de dos investigaciones anuales por proponente, a excepción del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo quien no tendrá restricciones. La solicitud se evaluará siempre y cuando no se haya realizado una investigación de similares características en el sector o en el destino.

### Rubros cofinanciables

- Investigaciones de mercadeo, encuestas y estudios de Benchmarking.
- Alquiler de salones, área, diseño, montaje y desmontaje de stands para eventos especializados de turismo.
- Alquiler de ayudas audiovisuales, menaje, silletería, graderías, equipos de cómputo y equipo de traducción, con su respectivo transporte.
- Personal de apoyo logístico para eventos especializados de turismo.
- Refrigerios para eventos especializados en turismo.
- Gastos de transporte (terrestre, marítimo, fluvial, aéreo) alojamiento, alimentación a:
  - Expertos/consultores.
- Honorarios de consultores
- Desarrollo de páginas web para eventos y programas propios del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

### Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Servicios Públicos.
- Impuestos y aranceles.
- Adquisición de maquinaria y equipos, muebles y enseres, licencias de software, terrenos y vehículos.
- Inversiones en otras empresas.

- Compra de acciones, bonos, derechos de empresas y otros.
- Adecuaciones físicas.
- Gastos de legalización del contrato, pólizas, impuestos, publicaciones, entre otros.
- Gastos de administración del proyecto o comisiones.

#### Contrapartida exigida

- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Procolombia se encuentran exentos de aportes de contrapartida.
- Departamentos, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categoría especial, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categorías 1, 2 y 3 la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categorías 4, 5 y 6 la contrapartida será mínimo del 20% del valor total del proyecto.
- Para proyectos presentados por los otros proponentes descritos en el programa, la contrapartida mínima es del 20%.
- En ningún caso se aceptará que el porcentaje de contrapartida del proponente del proyecto sea inferior a lo aportado por los demás aportantes.

#### **NOTA:**

- *No se aceptará como contrapartida los aportes de seguridad social, parafiscales, impuestos, y/o gastos administrativos.*
- *Los rubros de contra partida deben ser de actividades de promoción.*
- *Los recursos de contrapartida deberán ser únicamente en efectivo, en moneda colombiana incluyéndose en cada valor el costo del IVA y los demás impuestos que haya lugar y se deberá relacionar cada rubro por separado según la fuente de financiación, no podrán existir rubros compartidos es decir una misma actividad no podrá ser cofinanciada por el proponente y Fontur al mismo tiempo, a excepción de las referidas en cada uno de los programas.*

#### PROGRAMA 5: Promoción y difusión de calidad turística

##### Los proponentes que podrán acceder a este programa corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo.
- Las entidades territoriales.
- Aportantes de la contribución parafiscal (en un grupo mínimo de cinco (5)).
- Los gremios que agrupan a los aportantes de la contribución parafiscal.

**NOTA:** El proponente debe garantizar que los beneficiarios de los proyectos presentados por él, cuenten con el Registro Nacional de Turismo vigente.

##### Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Difusión y promoción de normas técnicas sectoriales u otros documentos normativos, prestadores de servicios turísticos y destinos certificados y en general el programa de calidad turística (solo para proyectos presentados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo).
- Programas de difusión y promoción de la marca de calidad turística, bajo los parámetros que fije el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo.
- Publicaciones relacionadas con la calidad turística.

#### Rubros cofinanciables

- Activaciones o estrategias BTL y la tarifa cobrada por las empresas que realicen actividades de BTL en proyectos promoción internacional de turismo.
- Desarrollo de páginas web para eventos y programas propios del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Elaboración de campañas publicitarias y planes de medios.
- Actividades de sensibilización en cumplimiento de normas, políticas y programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Actividades de seguimiento y control al cumplimiento de normas, políticas y programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Incentivos para ganadores y honorarios de jurados en concursos desarrollados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Producción, edición, emisión y reproducción de material audiovisual e impreso; y distribución de los mismos en cumplimiento de normas, políticas y programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Alianzas estratégicas en cumplimiento de normas, políticas y programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Estudios de impacto de proyectos.

#### Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Eventos estatutarios de los gremios o asociaciones que por su naturaleza y denominación son propios de los asociados del gremio o asociación.
- Servicios públicos.
- Impuestos y aranceles no relacionados con la ejecución de los proyectos.
- Pago de pasivos (capital e intereses), pago de dividendos y aumento del capital social de la empresa.
- Adquisición de maquinaria y equipo, equipos de cómputo, muebles y enseres, licencias de software, vehículos y terrenos, salvo los proyectos de infraestructura turística del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, los concernientes a la Policía Nacional de Turismo en virtud del artículo 73 de la Ley 300 de 1996 y los contemplados en el Plan Estratégico de Seguridad Turística que expida el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Inversiones en otras empresas.
- Compra de acciones, de bonos, de derechos de empresas y de otros valores mobiliarios.

#### Contrapartida exigida

- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se encuentran exento de aportes de contrapartida.
- Departamentos, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categoría especial, la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categorías 1, 2 y 3 la contrapartida será mínimo del 50% del valor total del proyecto.
- Municipios de categorías 4, 5 y 6 la contrapartida será mínimo del 20% del valor total del proyecto.
- Para proyectos presentados por los otros proponentes descritos en el programa, la contrapartida mínima es del 20%.
- En ningún caso se aceptará que el porcentaje de contrapartida del proponente del proyecto sea inferior a lo aportado por los demás aportantes.

**NOTA:**

- No se aceptará como contrapartida los aportes de seguridad social, parafiscales, impuestos, y/o gastos administrativos.
- Los rubros de contra partida deben ser de actividades de promoción.
- Los recursos de contrapartida deberán ser únicamente en efectivo, en moneda colombiana incluyéndose en cada valor el costo del IVA y los demás impuestos que haya lugar y se deberá relacionar cada rubro por separado según la fuente de financiación, no podrán existir rubros compartidos es decir una misma actividad no podrá ser cofinanciada por el proponente y Fontur al mismo tiempo, a excepción de las referidas en cada uno de los programas.

**PROGRAMA 6: Participación Institucional**Los proponentes que podrán acceder a este programa correspondiente a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo.

**NOTA:** El proponente debe garantizar que los beneficiarios de los proyectos presentados por él, cuenten con el Registro Nacional de Turismo vigente.

Bajo este programa, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Proyectos de difusión y divulgación de las políticas, estrategias y programas.
- Pago de membresías en diferentes organizaciones, relacionadas con la misión institucional de las entidades, de carácter nacional e internacional.
- Además de todas aquellas actividades de participación institucional, de carácter nacional e internacional, relacionadas con el desarrollo del sector turístico.

Rubros cofinanciables

- Alquiler de salones, área, diseño, montaje y desmontaje de stands para eventos especializados de difusión y divulgación de las políticas, estrategias y programas.
- Alquiler de ayudas audiovisuales, menaje, silletería, graderías, equipos de cómputo y equipo de traducción, con su respectivo transporte.
- Participación en eventos especializados de turismo.
- Activaciones.
- Personal de apoyo logístico para eventos especializados de difusión y divulgación de las políticas, estrategias y programas.
- Producción, edición, emisión y reproducción de material audiovisual e impresión de publicaciones y distribución de los mismos en cumplimiento de normas, políticas y programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Refrigerios para eventos especializados de difusión y divulgación de las políticas, estrategias y programas.
- Pago de membresías en diferentes organizaciones, relacionadas con la misión institucional de las entidades, de carácter nacional e internacional.
- Tiquetes aéreos.
- Viáticos y gastos de viaje.

Contrapartida exigida

- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se encuentra exento de aportes de contrapartida.

#### 4. LÍNEA ESTRATÉGICA 4: TURISMO RESPONSABLE

Los proponentes que podrán acceder a esta línea y corresponden a:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo.

**NOTA:** El proponente debe garantizar que los beneficiarios de los proyectos presentados por él, cuenten con el Registro Nacional de Turismo vigente.

Bajo esta línea, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

Proyectos para ejecución de las estrategias o políticas de prevención de los delitos que atentan contra los derechos humanos, delitos asociados a la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes, trata de personas, narcotráfico, tráfico de especies, tráfico de bienes culturales entre otros, a través de campañas, capacitación, sensibilización, convenios, alianzas en relación con:

- Estrategia Nacional de Prevención de la Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes (Escnna) en el contexto de viajes y turismo en el marco del plan de trabajo con el ICBF. Proyectos para la ejecución del Plan de Acción dispuesto por el Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el marco de la ejecución de la estrategia nacional.
- Prevención de la trata de personas en Colombia y demás obligaciones que sean designadas al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo. Proyectos para consolidar las acciones nacionales y transnacionales de prevención de la trata de personas en Colombia y su concomitancia con el delito de la ESCNNA como cooperación a los esfuerzos y acciones realizadas desde la nación.
- Prevención del consumo de sustancias psicoactivas y el microtráfico en las zonas de desarrollo turístico en Colombia. Proyectos para sensibilizar a la industria turística respecto a la problemática del consumo de sustancias psicoactivas y el microtráfico en las zonas de desarrollo turístico en Colombia y los impactos negativos en la percepción del destino.
- Proyectos para la prevención de delitos que impactan la industria turística y son causantes del detrimento del patrimonio nacional, y demás relacionados con los derechos y deberes de turistas y de prestadores de servicios turísticos.

Rubros cofinanciables

- Honorarios de expertos, capacitadores nacionales o internacionales, traductores e intérpretes.
- Gastos de transporte (terrestre, marítimo, fluvial, aéreo) alojamiento, alimentación a:
  - Expertos/consultores.
  - Capacitadores.
  - Conferencistas.
  - Periodistas.
  - Invitados especiales.
- Alquiler de salones, área, diseño, montaje y desmontaje de stands para eventos especializados de turismo.
- Alquiler de ayudas audiovisuales, menaje, silletería, graderías, equipos de cómputo y equipo de traducción, con su respectivo transporte.
- Material didáctico y promocional.
- Honorarios de consultores.
- Investigaciones de mercadeo, encuestas y estudios de Benchmarking.
- Material audiovisual y bibliográfico para centros de información institucionales.
- Participación en eventos especializados de turismo.
- Activaciones.
- Personal de apoyo logístico para eventos especializados de turismo.

- Refrigerios para eventos especializados en turismo.
- La tarifa cobrada por las empresas que realicen actividades de BTL en proyectos promoción internacional de turismo.

#### Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Servicios públicos.
- Impuestos y aranceles.
- Adquisición de maquinaria y equipos, muebles y enseres, licencias de software, terrenos y vehículos.
- Software o plataformas para la promoción.
- Inversiones en otras empresas.
- Compra de acciones, bonos, derechos de empresas y otros.
- Adecuaciones físicas.
- Gastos de legalización del contrato, pólizas, impuestos, publicaciones, entre otros.
- Gastos de administración del proyecto o comisiones.

#### Contrapartida exigida

- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se encuentran exentos de aportes de contrapartida.

## **5. LÍNEA ESTRATÉGICA 5: BANCO DE PROYECTOS**

#### Los proponentes que podrán acceder a esta línea corresponden a:

- Entidades territoriales

Los proyectos de esta línea que sean presentados por los entes territoriales harán parte del Banco de Proyectos de Promoción Turística y deberán ajustarse a lo contemplado en el artículo 18 de la Ley 1101 de 2006 modificado parcialmente por el artículo 23 de la Ley 1558 de 2012 y las demás normas que lo adicionen o modifiquen.

El 30% de los recursos destinados para el Banco de Proyectos Turísticos en la respectiva anualidad, serán destinados en proyectos de turismo en las entidades territoriales.

**NOTA:** los proyectos provenientes de los departamentos del Guaviare, Vaupés, Putumayo, Amazonas, Vichada, Caquetá, Guainía, el Chocó biogeográfico por poseer y comprometerse a preservar su rica biodiversidad y los municipios de sexta categoría de San Agustín e Isnos en el departamento del Huila, Inzá (Tierradentro) en el departamento del Cauca, y Santa Cruz de Mompox en el departamento de Bolívar declarados Patrimonio Histórico de la Humanidad por la Unesco, quedan excluidos de los aportes de contrapartida de que tratan los numerales 2 y 3 del presente artículo. Lo anterior sin perjuicio de las normas que lo adicionen o modifiquen.

Para los proyectos presentados por los demás entes territoriales, en ningún caso se autorizarán cofinanciación superior al 50%.

Para municipio de categorías 4, 5 y 6 la cofinanciación podrá ser hasta del 80%.

#### Bajo esta línea, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

- Para Banco de Proyectos de Promoción Turística, se podrán desarrollar las diferentes iniciativas mencionas en los Programas 1, 2 y 3 de la Línea Estratégica 3: Fortalecimiento de la Promoción

y el Mercadeo Turístico.

#### Rubros cofinanciables

- Los rubros mencionados como cofinanciables en los Programas 1, 2 y 3 de la Línea Estratégica 3: Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico.

#### Rubros no cofinanciables

Los siguientes rubros no serán cofinanciables, ni aceptados en contrapartida:

- Los rubros mencionados como no cofinanciables en los Programas 1, 2 y 3 de la Línea Estratégica 3: Fortalecimiento del Mercadeo y la Promoción Turística.

#### Contrapartida exigida

- La contrapartida exigida en los Programas 1, 2 y 3 de la Línea de Línea Estratégica 3: Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico.

## **6. LÍNEA ESTRATÉGICA 6: ADMINISTRACIÓN Y VENTA DE BIENES A CARGO DE FONTUR**

#### Los proponentes que podrán acceder a esta línea corresponden a:

- El administrador del Patrimonio Autónomo Fondo Nacional de Turismo – Fontur.

#### Bajo esta línea, se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas:

Para cumplir con la función asignada por el artículo 22 de la Ley 1558 de 2012 y sus Decretos Reglamentarios, el administrador del Patrimonio Autónomo Fondo Nacional de Turismo – Fontur, podrá presentar proyectos para la administración y venta de bienes con medida cautelar de incautación o con extinción de dominio a cargo de Fontur.

Dichos proyectos estarán dirigidos a financiar las actividades necesarias para la venta de los bienes o para que éstos sean entregados en administración a terceros o particulares y cumplan con la finalidad de aprovechamiento turístico.

#### Rubros no cofinanciables

Fontur no podrá cancelar pasivos con un año de anticipación a la fecha de entrega del bien para su administración o venta, lo anterior aplica únicamente para los bienes con medida cautelar de incautación o con extinción de dominio entregados por la SAE.

**NOTA:** reembolso de pasivos, de acuerdo a lo establecido en el Decreto 2503 de 2012 “Por el cual se reglamenta parcialmente el artículo 22 de la Ley 1558 de 2012” o las normas que lo modifiquen.

#### Contrapartida exigida

- El Fondo Nacional de Turismo se encuentra exento de aportes de contrapartida.

#### Reembolso de los recursos:

Aplicará reembolso de los recursos únicamente para los bienes con vocación turística con medida cautelar de incautación o con extinción de dominio entregados por la SAE, para lo cual, los recursos utilizados en los proyectos deberán ser reembolsados al Fontur, una vez el bien objeto de administración se venda o sea productivo.

## **CAPÍTULO IV: INDICADORES DE LOS PROYECTOS**

Con el fin de medir el beneficio y la cobertura de las inversiones, programas, planes y proyectos aprobados por el Comité Directivo de Fontur, se definen los indicadores de gestión, producto, resultado e impacto que serán aplicados a los proyectos presentados por los proponentes que están articulados a la Política Pública de Turismo.

Estos indicadores serán establecidos en la Etapa de Formulación, entre el proponente y el líder de proyecto designado en Fontur; en la ejecución y cierre del proyecto, el líder realizará la medición a estos indicadores, conforme a la fuente de datos suministrada por el proponente y a los entregables que resulten de los contratos suscritos por Fontur.

Una vez cerrada cada vigencia, las Gerencias de Competitividad y Apoyo a las Regiones, Promoción y Mercadeo e Infraestructura de Fontur, presentarán al Comité Directivo de Fontur, durante el primer trimestre del año siguiente, un Informe del resultado de la medición de indicadores de gestión, producto, resultado e impacto a los proyectos aprobados por el Comité Directivo de cada línea estratégica: 1) Mejoramiento de competitividad Turística, 2) Infraestructura Turística, 3) Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico, 4) Turismo Responsable, 5) Banco de Proyectos y a los programas administrados por Fontur.

En el Anexo se relacionan los indicadores de gestión, resultado, producto e impacto definidos para las líneas estratégicas:

- Línea Estratégica 1: Mejoramiento de la Competitividad Turística
- Línea Estratégica 2: Infraestructura Turística
- Línea Estratégica 3: Fortalecimiento de la Promoción y Mercadeo Turístico
- Línea Estratégica 4: Turismo Responsable
- Línea Estratégica 5: Banco de Proyectos  
Para esta línea se retoman los indicadores definidos para los programas 1, 2 y 3 de la Línea Estratégica 3 Fortalecimiento del Mercadeo y la Promoción turística
- Programa Tarjeta Joven
- Programa Red Turística Pueblos Patrimonio de Colombia

Si en la Etapa de Formulación del proyecto, se considera necesario proponer otros indicadores que garanticen la medición de gestión e impacto del proyecto o iniciativa radicado por el proponente, se podrá definir entre el proponente y el líder de proyecto designado.

## GLOSARIO

**ACTIVIDADES:** son las tareas que deben ser realizadas para lograr los productos intermedios de un proyecto.

**ALIANZAS ESTRATÉGICAS:** proyectos del Fondo Nacional de Turismo - Fontur o Procolombia celebrados con empresarios turísticos nacionales y turoperadores nacionales e internacionales, tanto para turismo interno como para turismo receptivo.

**APLAZADO:** decisión del Comité Interno de Proyectos, frente a los proyectos que requieren ajustes, información aclaratoria y/o complementaria.

**APROBADO:** corresponde a la decisión de los miembros del Comité Directivo de Fontur, frente a los proyectos presentados a consideración, conforme al análisis de información presentada en la Ficha de Presentación, Ficha de Evaluación, el Word y Témplate de cada proyecto.

**APROBADO SUJETO A AJUSTES:** decisión del Comité Directivo de Fontur, frente a los proyectos que requieren ajustes, información aclaratoria y/o complementaria para iniciar su ejecución, para seguir los procedimientos.

**ATRACTIVO TURÍSTICO:** es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es el componente fundamental del producto turístico.

**BANCO DE PROYECTOS:** listado de proyectos de promoción presentados por las entidades aportantes o las entidades territoriales, para la promoción de los destinos o eventos, para ser financiados con recursos fiscales, de acuerdo con lo dispuesto por el artículo 18 de la Ley 1101 de 2006.

**BENCHMARKING:** técnica de gestión que pretende descubrir y definir los aspectos que hacen que un negocio sea más rentable que otro, para después adaptar el conocimiento adquirido a las características del propio negocio.

**BENEFICIARIOS:** se entiende por beneficiarios los habitantes de los destinos turísticos, los aportantes de la contribución parafiscal para la promoción del turismo<sup>2</sup>, policías de turismo, funcionarios públicos y contratistas vinculados al sector turismo favorecidos de manera implícita o explícita con la ejecución de la política de competitividad y promoción turística, así como las entidades territoriales, los destinos turísticos, los guías de turismo, los sectores de aportantes de la contribución parafiscal, definidos en el artículo 3 de la Ley 1101 de 2006.

**BENEFICIARIOS DIRECTOS:** Los beneficiarios directos son aquéllos que participarán directamente en el proyecto, y por consiguiente, se beneficiarán de su implementación.

**BURÓ DE CONVENCIONES:** son organismos sin fines lucrativos cuyo objetivo principal es la captación de turismo de negocio para la ciudad (o país) creados por instituciones públicas y con la participación de instituciones públicas o privadas, cámara de comercio u otras entidades profesionales del sector turístico tanto público como privado. Es en sí misma es una oficina que facilita información actualizada y objetiva sobre la infraestructura y servicio que tiene la ciudad (o país) para la organización de congresos, convenciones y viaje de incentivo.

**CALIDAD TURÍSTICA:** es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural.

**CAPACITACIÓN:** proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y

---

<sup>2</sup> Artículo 3 de la Ley 1101 de 2006.

ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal, como consecuencia de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas. La capacitación mejora los niveles de desempeño y es considerada como un factor de competitividad en el mercado actual.

**CERTIFICACIÓN:** procedimiento mediante el cual una entidad autorizada da constancia por escrito o por medio de un sello de conformidad de que un producto, un proceso o un servicio cumple los requisitos especificados.

**COFINANCIACIÓN:** es el mecanismo de financiación de proyectos a través de recursos No Reembolsables aportados por diversas fuentes, entre las cuales están el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Fondo Nacional de Turismo, Procolombia, los ejecutores de los recursos, los aportantes de la contribución parafiscal para la promoción del turismo y las entidades territoriales.

**COMERCIALIZACIÓN:** consiste en dar a un producto las condiciones y la organización adecuada para su venta; comprende aspectos como la distribución, la estrategia de venta, las condiciones de venta.

**COMPETITIVIDAD TURÍSTICA:** el concepto de competitividad turística comprende dos enfoques: el de producto y el netamente empresarial. La competitividad del producto es la capacidad de que un atractivo turístico conjugué a su alrededor unas condiciones que lo diferencien y lo hagan ofertable con posibilidades de venta. Por consiguiente, la competitividad del producto se refiere no solo a la calidad del recurso turístico en sí, sino también a los factores que lo diferencian y que lo hacen deseable para los turistas. Entre estos factores se incluye la accesibilidad, la infraestructura, la planta turística, la relación calidad/precio, la seguridad, la imagen y la calidad de la superestructura. La competitividad empresarial no es otra cosa que la capacidad de los empresarios de generar rentabilidad y de mantener el negocio en el tiempo.

**COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS:** las acciones que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Fondo Nacional de Turismo y Procolombia adelanten con el fin de promover una imagen positiva del país.

**CONFERENCIA INSTITUCIONAL GREMIAL:** Reunión de autoridades políticas o intelectuales para tratar un tema importante, en especial si se trata de representantes de países, organismos o entidades; dirigido a los afiliados de los gremios.

**CONFERENCIA SECTORIAL:** Reunión de autoridades políticas o intelectuales para tratar un tema importante, en especial si se trata de representantes de países, organismos o entidades; dirigido los miembros de la cadena de valor del sector turístico.

**CONGRESO INSTITUCIONAL GREMIAL:** son reuniones organizadas por Gremios, con un eje temático, en las que participan personas que no necesariamente pertenecen a una misma empresa u organización, dirigido a los afiliados de los gremios.

**CONGRESO SECTORIAL:** son reuniones organizadas por entidades, con un eje temático, en las que participan personas que no necesariamente pertenecen a una misma empresa u organización, dirigido los miembros de la cadena de valor del sector turístico.

**CONTRATO:** corresponde al documento jurídico firmado del que se derivan las actividades del proyecto aprobado por Comité Directivo, de acuerdo con los derechos y obligaciones, establecidos con los que lo suscriben.

**CONTRAPARTIDA:** son los recursos con los cuales se ejecutan los proyectos, distintos de los que aportan el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Fondo Nacional de Turismo y Procolombia. Pueden ser aportados por la entidad ejecutora, los beneficiarios, las entidades territoriales y por otras fuentes. Pueden ser en especie o efectivo.

**CONVENCIONES:** son reuniones en las que participan miembros de una misma organización, con el fin de analizar aspectos inherentes a la labor que desarrollan.

**COSTOS:** valores de los medios e insumos necesarios para producir un bien o servicio.

**CURSO:** se constituye en la unidad estructural de la formación, los cursos académicos se constituyen

en la unidad pedagógica y didáctica que articula el aprendizaje y la formación, dirigido a los miembros de la cadena de valor del sector turístico

**DESARROLLO TECNOLÓGICO:** todo proceso o práctica conducente a la incorporación de conocimiento con miras a elevar los estándares de productividad y/o competitividad de los beneficiarios.

**DESTINO TURÍSTICO:** es el área geográfica donde se localiza el atractivo turístico.

**DEVUELTO:** proyecto que no cumple con los requisitos del Manual para la Destinación de Recursos y Presentación de Proyectos del Fontur, o no cumplió con los plazos de formulación y documentos requeridos al proponente.

**DIPLOMADO INSTITUCIONAL GREMIAL:** Los diplomados hacen parte de la oferta educativa informal, son cursos inferiores a 160 horas, que conducen a una constancia de asistencia, no requiere de autorización por parte de la secretaría de educación o del Ministerio de Educación y los pueden ofrecer personas naturales o jurídicas, tanto de derecho público como derecho privado que tengan en su misión institucional realizarlos, dirigidos a los afiliados de los gremios.

**DIPLOMADO SECTORIAL:** Los diplomados hacen parte de la oferta educativa informal, son cursos inferiores a 160 horas, que conducen a una constancia de asistencia, no requiere de autorización por parte de la secretaría de educación o del Ministerio de Educación y los pueden ofrecer personas naturales o jurídicas, tanto de derecho público como derecho privado que tengan en su misión institucional realizarlos, dirigido a los miembros de la cadena de valor del sector turístico.

**DISEÑO DE PRODUCTO:** identificación de atractivos, su interrelación a través de circuitos, las investigaciones requeridas para conocer la historia del atractivo y la preparación de los guiones en lenguaje encaminado a la *venta turística*.

**ENTIDADES TERRITORIALES:** son entidades territoriales los departamentos, los distritos, los municipios, los territorios indígenas, las regiones y las provincias.

**EN FORMULACIÓN:** proyecto que se encuentra dentro de los días hábiles de estructuración, solicitud de ajustes y/o aclaración de información.

**EN CONTRATACIÓN:** proyecto que se encuentra en proceso contractual por parte del área jurídica.

**ENCUENTRO INSTITUCIONAL GREMIAL:** Reunión de interesados en alguna materia o tema específico con el fin de intercambiar opiniones y experiencias, dirigidos a los afiliados de los gremios.

**ENCUENTRO SECTORIAL:** Reunión de interesados en alguna materia o tema específico con el fin de intercambiar opiniones y experiencias, dirigido a los miembros de la cadena de valor del sector turístico.

**EN PRE-VIABILIDAD:** proyecto que se encuentra dentro de los días hábiles de la evaluación técnica, jurídica y presupuestal.

**EN EJECUCIÓN:** estado que indica que el proyecto se adelanta en normal desarrollo de las actividades pactadas, en los términos acordados contractualmente.

**EJECUTOR DE RECURSOS:** el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo, la Entidad Administradora del Fondo Nacional de Turismo o Procolombia.

**EVENTOS REGIONALES DE IMPACTO TURÍSTICO:** se refieren a las celebraciones organizadas en las entidades territoriales, de hondo raigambre popular, con contenido folclórico, cultural o histórico, que tienen la posibilidad de movilizar turistas.

**FERIAS:** eventos turísticos, nacionales o internacionales, a los que concurren oferentes y demandantes de productos turísticos, que se caracterizan porque normalmente los oferentes se organizan en stands en los que promueven sus productos y servicios.

**FIDUCOLDEX S.A.:** Sociedad Fiduciaria legalmente constituida, que de conformidad con el Contrato de Fiducia Mercantil No. 137 de 2013 suscrito con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ejerce la vocería y administración del Patrimonio Autónomo Fontur.

**FINALIZADO:** cuando el proyecto contenga informe final de ejecución del proyecto del proponente radicado en Fontur, informe final de seguimiento del responsable del proyecto y acta de entrega al

proponente.

**FORMULADO:** cuando el proyecto fue estructurado y cumple con los requisitos del Manual para la Destinación de Recursos y Presentación de Proyectos del Fontur.

**FORO:** Reunión de personas para tratar un asunto de interés, a menudo expertos ante un público que también puede expresar su opinión dirigido a los miembros de la cadena de valor del sector turístico.

**GREMIO:** entidad sin ánimo de lucro que agrupa a sectores aportantes de la contribución parafiscal para la promoción del turismo. Se entiende también por gremio, la organización regional que, formando parte del gremio nacional del sector aportante, tiene entidad y personería jurídica propias; es decir, diferentes a las de la nacional.

**IMPACTO:** resultado de los efectos de un proyecto. Es el cambio fundamental y sostenible en las condiciones de vida o en las actitudes y prácticas de los usuarios que son atribuibles (total o parcialmente) a un proyecto; corresponden a los cambios previstos o alcanzados en el nivel del Propósito General del proyecto.

**INDICADOR:** es el resultado de establecer la relación numérica entre dos cantidades que permite medir explícitos y objetivamente verificables, significar lo mismo para todos, y cualquiera que lo aplique debe obtener el mismo dato. Para ello, se requiere que sean definidos de manera precisa y concertada.

**INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA:** toda construcción o instalación directamente vinculada con el atractivo o que tenga relación estrecha y funcional con el desarrollo turístico del destino.

**INICIATIVA:** propuesta formulada por un miembro del Comité Directivo que de ser aprobada debe convertirse en un proyecto que cumplirá el trámite respectivo ante el Grupo Evaluador y el comité para que pueda ser ejecutado.

**LIBERADO:** se entenderá liberado, cuando el proyecto contenga el acta de liberación y el acta de Comité Directivo aprobando el ajuste presupuestal.

**LIQUIDADO:** una vez se han cumplido todas las actividades del contrato, y se haya realizado, la entrega mediante acta, se realiza liquidación del mismo.

**MERCADEO:** proceso social y administrativo por medio del cual las personas obtiene lo que necesitan y desean mediante la creación de productos y/o servicios que les proporcionen valor a través del intercambio.

**META:** resultados y logros específicos del proyecto en términos de calidad, cantidad y tiempo, que se refieren a sus actividades, resultados esperados y propósito general.

**NO APROBADO:** corresponde a la decisión negativa de los miembros del Comité Directivo de Fontur, frente a los proyectos presentados a consideración, conforme al análisis de información presentada en la Ficha de Presentación, Ficha de Evaluación, el Word y Témplate de cada proyecto.

**NORMALIZACIÓN:** actividad que establece, en relación con problemas actuales o potenciales, soluciones para aplicaciones repetitivas y comunes, con el objeto de lograr un grado óptimo de orden en un contexto dado. En particular consiste en la elaboración, la adopción y la publicación de las normas técnicas (Decreto 2269 de 1993).

**NORMAS DIFERENTES A LAS DEL SECTOR TURISMO:** son las normas o requisitos que deben cumplirse en el ejercicio de la actividad turística, pueden ser de carácter nacional o internacional y son diferentes a las Normas Técnicas Sectoriales de Turismo.

**NORMAS TECNICAS SECTORIALES DE TURISMO:** Son las que contemplan los requisitos que deben cumplirse en ejercicio de la actividad turística en Colombia, las cuales son establecidas por las Unidades Sectoriales de Normalización del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

**NO PRE-VIABLE:** proyecto que no cumple con los parámetros de evaluación: técnica, jurídica y presupuestal.

**NO VIABLE:** corresponde a la decisión de los miembros del Comité Interno de Proyectos, frente a los proyectos que no podrán ser presentados a consideración del Comité Directivo, conforme al análisis de información presentada en el Word y Témplate de cada proyecto.

**PRE-VIABLE:** proyecto que cumple con los parámetros de evaluación: técnica, jurídica y presupuestal.

**PRODUCTO TURÍSTICO:** es la combinación de un atractivo con unas facilidades, entendidas éstas como aeropuertos, vías, servicios públicos, hoteles, guías, transporte, y la oferta de diversos prestadores de servicio turístico etc.

**PROMOCIÓN:** es una acción dentro de la mezcla de comunicaciones del proceso de mercadeo, que pretende motivar la decisión de compra del mercado objetivo, en conjunto con acciones de publicidad y relaciones públicas.

**PROPONENTE:** entidad, gremio, aportante o institución con atribución para la presentación de proyectos.

**PROYECTO:** conjunto de actividades interrelacionadas y coordinadas, con el fin de alcanzar unos objetivos específicos dentro de los límites de un presupuesto y período de tiempo dados, y se constituye como el principal instrumento de acceso a las líneas de apoyo.

**PUEBLO INDÍGENA:** se entiende por pueblos indígenas los grupos, comunidades, parcialidades e individuos descendientes de los pobladores originarios de América que tengan conciencia de su identidad étnica y cultural, manteniendo usos y valores de su cultura tradicional, así como instituciones de gobierno, de control social y sistemas normativos propios.

**RADICADO:** Iniciativa o proyecto que cuenta con la pertinencia del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, quién lo radica en Fiducoldex y es recibido por Fontur para iniciar su etapa de formulación.

**RETIRADO:** proyecto que es retirado por parte del proponente.

**RUBROS:** actividades que forman parte de un proyecto. Cuentas, partidas o registros que expresan los medios e insumos necesarios para producir un bien o servicio.

**SEGURIDAD TURÍSTICA:** la seguridad turística comprende la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios turísticos y miembros de las comunidades receptoras, aspectos que pueden englobarse en: seguridad pública; seguridad social; seguridad médica; seguridad informativa; seguridad económica; seguridad de los servicios turísticos; seguridad en eventos; seguridad vial y del transporte.

**SEMINARIO INSTITUCIONAL GREMIAL:** Conjunto de actividades que realizan en común profesores y alumnos, y que tiene la finalidad de encaminarlos a la práctica y la investigación de alguna disciplina, dirigidos a los afiliados de los gremios.

**SEMINARIO SECTORIAL:** Conjunto de actividades que realizan en común profesores y alumnos, y que tiene la finalidad de encaminarlos a la práctica y la investigación de alguna disciplina, dirigido a los miembros de la cadena de valor del sector turístico.

**SUSPENDIDO:** suspensión de la ejecución del estado del proyecto, que impide el desarrollo normal de las actividades, que da por resultado, documentos jurídicos por acuerdo de las partes.

**TALLER INSTITUCIONAL GREMIAL:** Curso, generalmente breve, en el que se enseña una determinada actividad práctica, dirigidos a los afiliados de los gremios.

**TALLER SECTORIAL:** Curso, generalmente breve, en el que se enseña una determinada actividad práctica, dirigido a los miembros de la cadena de valor del sector turístico.

**TERMINADO:** proyecto que ha terminado su cronograma de actividades y ejecución de las mismas y los negocios jurídicos que se derivan del proyecto, están liquidados.

**TERRITORIOS INDÍGENAS:** se entiende por territorios indígenas las áreas poseídas en forma regular y permanente por un pueblo indígena y aquellas que, aunque no están poseídas en dicha forma, constituyen su hábitat o el ámbito tradicional de sus actividades sagradas o espirituales, sociales, económicas y culturales, a pesar de que otros grupos étnicos o poblacionales habiten en dicho territorio.


**TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA:** comprende la negociación, apropiación, desagregación, asimilación, adaptación y aplicación de nuevas tecnologías nacionales o extranjeras (Decreto Ley número 591 de 1991, por el cual se regulan las modalidades específicas de contratos de fomento de actividades científicas y tecnológicas).


**VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN:** viajes de cortesía preparados especialmente para: a) agentes de


viaje y/o mayoristas, con el objetivo de familiarizarlos con un determinado destino turístico o para facilitar el contacto con los prestadores de servicios locales y estimular de esta forma las negociaciones destinadas a incorporar la oferta del lugar, en la programación de venta de los agentes de viajes; b) para periodistas, con el propósito de que su visita al destino turístico, surjan notas y reportajes periodísticos en los medios de difusión a los cuales representan.

**VIAJES DE INCENTIVO:** son viajes organizados por las empresas para premiar a sus trabajadores o para generar motivación en el trabajo.


**VIAJE:** es la decisión de los miembros del Comité Interno de Proyectos, frente a los proyectos que podrán ser presentados a consideración del Comité Directivo, conforme al análisis de información presentada en el Word y Témplate de cada proyecto.

| <div>  <b>ANEXO DE INDICADORES DE GESTIÓN, IMPACTO, PRODUCTO Y RESULTADO AL MANUAL PARA LA DESTINACIÓN DE RECURSOS Y PRESENTACIÓN DE PROYECTOS, VIGENCIA: 29 DE JUNIO DE 2018</b> </div> |   |           |   |  |  |           |  |                  |  |  |   |  |  |
|---|---|-----------|---|--|--|-----------|--|------------------|--|--|---|--|--|
| Nombre del Indicador  | Línea                                       | Indicador | Tipo (área)                               | Programa   | Subprograma  | Categoría | Fórmula  | Unidad de Medida | Interpretación   | Frecuencia   | Fuente de datos   | Observaciones  |  |
| 01._Atractivos_turísticos_identificados   | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Planificación turística  | Diseño de productos turísticos.  | Producto  | No. atractivos turísticos identificados antes del proyecto / No. de atractivos turísticos identificados en el proyecto   | Porcentaje       | 100% es mejor, mínimo 50%  | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de supervisión<br>Información inicial del destino proponente  | Se debe tener en cuenta que la producción del indicador, depende del horizonte de ejecución del proyecto |  |
| 02._No._de._estrategias_implementadas   | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Planificación turística  | Planificación turística.   | Impacto   | No. de estrategias implementadas / No. de estrategias totales propuestas   | Porcentaje       | 100% es mejor, mínimo 50%  | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A  |  |
| 03._Socialización_del_producto_turístico  | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Planificación turística  | Diseño de productos turísticos.  | Producto  | No. de prestadores de servicios turísticos asistentes al evento / No. de prestadores de servicios turísticos del área de influencia del proyecto                               | Porcentaje       | 100% es mejor, mínimo 50%  | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Listados de asistencia<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A  |  |
| 04._%_de_aumento_en_el_número_de_turistas   | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Calidad turística  | Implementación y Certificación en Normas Técnicas Sectoriales de Turismo y Normas de Calidad Turística para destinos turísticos. | Resultado | (No. de turistas a los 18 meses de obtener la certificación / No. de turistas iniciales) *100  | Porcentaje       | 100% es mejor, mínimo 50%  | Diez y ocho meses después de obtenida la certificación   | Informe de supervisión<br>Agencias de viajes<br>Migración Colombia<br>Registros en terminales de transporte<br>Información suministrada por el proponente<br>DANE<br>MinCIT | Teniendo en cuenta, la máxima capacidad de cada destino  |  |
| 05._Destinos_certificados   | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Calidad turística  | Implementación y Certificación en Normas Técnicas Sectoriales de Turismo y Normas de Calidad Turística para destinos turísticos. | Producto  | No. de destinos certificados   | Número           | Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70% | Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser anual                                   | Informe de supervisión<br>MinCIT<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>Entidades territoriales  | N/A  |  |
| 06._Estrategia_de_Seguridad_Turística_en_Los_atractivos_turísticos  | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Seguridad turística  | Seguridad turística.   | Producto  | No. de atractivos turísticos con cobertura de estrategia de seguridad turística  | Número           | Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70% | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A  |  |
| 07._Atención_de_problemas_en_materia_de_Seguridad_Turística   | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Seguridad turística  | Seguridad turística.   | Impacto   | (No. de problemáticas en materia de seguridad turística integral atendidas / No. de problemáticas en materia de seguridad turística integral identificadas o priorizadas) *100 | Porcentaje       | 100% es mejor, mínimo 50%  | A los seis meses después de finalizada la etapa de ejecución   | Informes del MinCIT<br>Informe de supervisión<br>Policía  | N/A  |  |
| 08._Socialización_del_Plan_de_De_sarrollo_Turístico   | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Planificación turística  | Planificación turística.   | Producto  | No. de actores de turismo en el territorio asistentes al o los eventos / No. de actores convocados) *100   | Porcentaje       | 100% es mejor, mínimo 50%  | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Listados de asistencia<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A  |  |
| 09._Personas_capacitadas  | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Formación capacitación y sensibilización turística                                     | Formación capacitación y sensibilización turística.  | Producto  | No. de prestadores de servicios turísticos informados o capacitados / No. de prestadores de servicios turísticos en el área de influencia del proyecto                         | Número           | Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70% | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>Información suministrada por el proponente   | N/A  |  |
| 10._%_de_espacios_de_formación  | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Formación capacitación y sensibilización turística                                     | Formación capacitación y sensibilización turística.  | Producto  | (No. de cursos o capacitación efectivamente ofrecidos / No. de cursos o capacitación efectivamente programados) *100   | Porcentaje       | 100% es mejor, mínimo 50%  | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de supervisión<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A  |  |
| 11._Prestadores_de_servicios_turísticos_certificados  | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Calidad turística  | Implementación y certificación de Normas Técnicas Sectoriales para prestadores de servicios turísticos                           | Producto  | No. de prestadores de servicios turísticos certificados en calidad y sostenibilidad  | Número           | Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70% | Con la finalización de la etapa de ejecución y posteriormente periódicamente cada año  | Informe de supervisión<br>Reporte de gremios<br>MinCIT<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A  |  |
| 12._Asesoría_y_acompañamiento   | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Calidad turística  | Implementación y certificación de Normas Técnicas Sectoriales para prestadores de servicios turísticos                           | Producto  | No. prestadores de servicios turísticos asesores / No. prestadores de servicios turísticos programados   | Número           | Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70% | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de supervisión<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A  |  |
| 12.1._Asesoría_y_acompañamiento   | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Calidad turística  | Normas técnicas sectoriales  | Producto  | No. prestadores de servicios turísticos informados / No. de actividades para la innovación entregados  | Número           | Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70% | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de supervisión<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A  |  |
| 13._%_de_actividades_para_la_innovación_implementadas   | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Innovación y desarrollo tecnológico  | Innovación y desarrollo tecnológico.   | Impacto   | No. de actividades para la innovación implementados / No. de actividades para la innovación entregados   | Porcentaje       | 100% es mejor, mínimo 50%  | A partir de los 6 meses de finalizada la etapa de ejecución y posteriormente de manera periódica hasta 2 años                      | Informe de supervisión<br>Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>Hoteles  | N/A  |  |
| 14._Uso_del_aplicativo_y_plataforma_diseñados   | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Innovación y desarrollo tecnológico  | Innovación y desarrollo tecnológico.   | Producto  | No. de descargas del aplicativo diseñado o No. de visitas a la plataforma diseñada   | Número           | Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70% | Tres meses después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual            | Control de manejo del aplicativo<br>Plataforma web  | N/A  |  |
| 15._Personas_capacitadas  | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Participación institucional  | Participación institucional.   | Producto  | No. de personas informados o capacitados   | Número           | Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70% | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de supervisión<br>Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>Información suministrada por el proponente   | N/A  |  |
| 16._%_de_estudios_implementados   | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Estudios e implementación de estudios para el desarrollo competitivo del sector        | Estudios e implementación de estudios para el desarrollo competitivo del sector.   | Impacto   | No. de estudios implementados / No. de estudios entregados   | Número           | Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70% | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A  |  |
| 17._Recomendaciones_del_estudio_adaptadas   | Mejoramiento de la Competitividad Turística | Impacto   | Indicadores de Impacto de Competitividad  | Estudios e implementación de estudios para el desarrollo competitivo del sector        | Estudios e implementación de estudios para el desarrollo competitivo del sector.   | Producto  | (No. de recomendaciones adoptadas / No. de recomendaciones propuestas en el estudio) *100  | Porcentaje       | 100% es mejor, mínimo 50%  | Al año de finalizada la etapa de ejecución (corto plazo). Entre los 2 y 4 años de finalizada la etapa de ejecución (mediano plazo) | Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A  |  |
| 18._Generación_de_empleo  | Infraestructura Turística                   | Impacto   | Indicadores de Impacto de Infraestructura | Estudios de prefactibilidad y factibilidad para proyectos de infraestructura turística | Estudios de prefactibilidad y factibilidad para proyectos de infraestructura turística.  | Resultado | No. de empleos generados por el proyecto   | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica de forma semestral                                | Interventoría del proyecto<br>Beneficiario  | N/A  |  |

| <div>  <div>ANEXO DE INDICADORES DE GESTIÓN, IMPACTO, PRODUCTO Y RESULTADO AL MANUAL PARA LA DESTINACIÓN DE RECURSOS Y PRESENTACIÓN DE PROYECTOS, VIGENCIA: 29 DE JUNIO DE 2018</div> </div> |  |           |   |  |  |           |  |                  |                |  |  |   |
|---|--|-----------|---|--|--|-----------|--|------------------|----------------|--|--|---|
| Nombre del Indicador  | Línea  | Indicador | Tipo (área)                               | Programa   | Subprograma  | Categoría | Fórmula  | Unidad de Medida | Interpretación | Frecuencia   | Fuente de datos  | Observaciones   |
| 18.1_Generación_de_empleo   | Infraestructura Turística                              | Impacto   | Indicadores de Impacto de Infraestructura | Estudios y diseños de infraestructura turística  | Estudios y diseños de infraestructura turística.   | Resultado | No. de empleos generados por el proyecto   | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica de forma semestral                      | Interventoría del proyecto Beneficiario  | N/A   |
| 18.2_Generación_de_empleo   | Infraestructura Turística                              | Impacto   | Indicadores de Impacto de Infraestructura | Obras de infraestructura turística   | Obras de infraestructura turística.  | Resultado | No. de empleos generados por el proyecto   | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica de forma semestral                      | Interventoría del proyecto Beneficiario  | N/A   |
| 19_Obra_construida  | Infraestructura Turística                              | Impacto   | Indicadores de Impacto de Infraestructura | Obras de infraestructura turística   | Obras de infraestructura turística.  | Producto  | Porcentaje de avance de obra   | Porcentaje       | 100%           | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Interventoría MinCIT Fontur  | N/A   |
| 20_Estudios_y_diseños_aplicados   | Infraestructura Turística                              | Impacto   | Indicadores de Impacto de Infraestructura | Estudios de prefactibilidad y factibilidad para proyectos de infraestructura turística | Estudios de prefactibilidad y factibilidad para proyectos de infraestructura turística.    | Impacto   | Porcentaje de avance de los estudios y diseños   | Porcentaje       | 100%           | Al año de finalizada la etapa de cierre del proyecto   | Interventoría MinCIT Fontur  | N/A   |
| 20.1_Estudios_y_diseños_aplicados   | Infraestructura Turística                              | Impacto   | Indicadores de Impacto de Infraestructura | Estudios y diseños de infraestructura turística  | Estudios y diseños de infraestructura turística.   | Impacto   | Porcentaje de avance de los estudios y diseños   | Porcentaje       | 100%           | Al año de finalizada la etapa de cierre del proyecto   | Interventoría MinCIT Fontur  | N/A   |
| 21_Campañas_de_promoción_para_TU  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Proyectos especiales o Transversales   | Vive Colombia Joven  | Producto  | No. de campañas de promoción realizadas  | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto                 | N/A   |
| 22_Contribución_al_sector   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Proyectos especiales o Transversales   | Vive Colombia Joven  | Resultado | (Ingresos generados por el programa / total de ingresos generados en el sector) *100<br>Redenciones realizadas a través del programa   | Porcentaje       | Más es mejor   | Al año de iniciada la etapa de operación   | Información suministrada por el proponente DANE Encuestas Estadísticas MinCIT  | N/A   |
| 23_No_de_tarjetahabientes   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Proyectos especiales o Transversales   | Vive Colombia Joven  | Resultado | Número de tarjetahabientes activos   | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser trimestral, semestral o anual | Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente                          | N/A   |
| 24_No_de_aliados  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Proyectos especiales o Transversales   | Vive Colombia Joven  | Resultado | Número de aliados activos  | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser trimestral, semestral o anual | Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente                          | N/A   |
| 25_Aumento_en_la_atención_de_los_PIT  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Información turística  | Red Nacional de Puntos de Información Turística  | Resultado | (Turistas atendidos en los PIT en el año t-1- Turistas atendidos en el año t-1) / turistas atendidos en el año t-1) *100   | Porcentaje       | 20% es mejor   | Tres meses después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual  | Reportes de los PITs   | N/A   |
| 26_Calidad_de_la_atención_en_los_PIT  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Información turística  | Red Nacional de Puntos de Información Turística  | Resultado | Turistas satisfechos con la información suministrada en los puntos de información turística / Turistas entrevistados-encuestados   | Porcentaje       | 80% es mejor   | Tres meses después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual  | Informe de interventoría Informe de supervisión  | Se deben diseñar las entrevistas o encuestas  |
| 27_Material_distribuido   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Información turística  | Red Nacional de Puntos de Información Turística  | Producto  | Cantidad de material promocional distribuido   | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente | N/A   |
| 28_Consultas_atendidas  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Información turística  | Red Nacional de Puntos de Información Turística  | Resultado | Cantidad de consultas atendidas a los turistas en el portal web  | Número           | Más es mejor   | Tres meses después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual  | Informe de interventoría Informe de supervisión  | N/A   |
| 29_Acciones_de_fortalecimiento_de_los_PIT   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Información turística  | Red Nacional de Puntos de Información Turística  | Producto  | Cantidad de puntos de información turística fortalecidos al año con base 0   | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto                 | N/A   |
| 30_Visitas_al_portal  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Información turística  | Mejoramiento continuo del portal oficial de turismo CITUR                                  | Resultado | ((Visitas al portal en el momento t-1- visitas al portal en el momento t-1) / visitas al portal en el momento t-1) *100  | Porcentaje       | Más es mejor   | Un año después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual      | Informe de interventoría Informe de supervisión DANE MinCIT  | Hay que analizar el histórico de visitas para construir una línea base y calcular el porcentaje esperado de aumento anual |
| 31_Visitas_al_portal  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Información turística  | Mejoramiento continuo de los portales de Sistema de Información Turística Regionales SITUR | Resultado | ((Visitas al portal en el momento t-1- visitas al portal en el momento t-1) / visitas al portal en el momento t-1) *100  | Porcentaje       | Más es mejor   | Un año después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual      | Informe de interventoría Informe de supervisión DANE MinCIT  | Hay que analizar el histórico de visitas para construir una línea base y calcular el porcentaje esperado de aumento anual |
| 32_Mejoramiento_de_calidad_de_la_atención_en_los_PITs   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Puntos de información turística  | Fortalecimiento y mejoramiento de la red nacional de puntos de información turística.      | Impacto   | % de turistas satisfechos con el servicio suministrado en los puntos de información turística en el año t-1 % de turistas satisfechos con la información suministrada en los puntos de información turística en el año t-1 | Porcentaje       | 100% es mejor  | Tres meses después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual  | Informe de supervisión Resultados de encuestas Cifras MinCIT   | Se deben diseñar las entrevistas o encuestas  |

| <div>  <div>ANEXO DE INDICADORES DE GESTIÓN, IMPACTO, PRODUCTO Y RESULTADO AL MANUAL PARA LA DESTINACIÓN DE RECURSOS Y PRESENTACIÓN DE PROYECTOS, VIGENCIA: 29 DE JUNIO DE 2018</div> </div> |  |           |                                     |  |  |           |  |                  |                |  |   |  |  |
|---|--|-----------|-------------------------------------|--|--|-----------|--|------------------|----------------|--|---|--|--|
| Nombre del Indicador  | Línea  | Indicador | Tipo (área)                         | Programa   | Subprograma  | Categoría | Fórmula  | Unidad de Medida | Interpretación | Frecuencia   | Fuente de datos   | Observaciones  |  |
| 33._%_de_estudios_socializados  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Investigación de mercados                        | Benchmarking encuestas estudios y perfiles de los mercados                         | Resultado | No. de estudios socializados / No. de estudios entregados  | Porcentaje       | 100% es mejor  | A partir de los 6 meses de finalizada la etapa de ejecución y posteriormente de manera periódica                         | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>Hoteles  | N/A  |  |
| 34._%_de_participación  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercao y promoción turística internacional       | Viajes de familiarización Agentes de viajes  | Resultado | No. de asistentes / No. participantes proyectados  | Porcentaje       | Más es mejor   | Una vez finalizado el proyecto   | Proponente del proyecto   | N/A  |  |
| 34.1._%_de_participación  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Promoción y difusión de calidad turística        | Eventos feriales regionales.   | Resultado | No. de asistentes / No. participantes proyectados  | Porcentaje       | Más es mejor   | Una vez finalizado el proyecto   | Proponente del proyecto   | N/A  |  |
| 35._%_de_participación  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercao y promoción turística internacional       | Viajes de familiarización Corporativos   | Resultado | No. de asistentes / No. participantes proyectados  | Porcentaje       | Más es mejor   | Una vez finalizado el proyecto   | Proponente del proyecto   | N/A  |  |
| 36._%_de_participación  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercao y promoción turística internacional       | Viajes de familiarización Medios de comunicación                                   | Resultado | No. de asistentes / No. participantes proyectados  | Porcentaje       | Más es mejor   | Una vez finalizado el proyecto   | Proponente del proyecto   | N/A  |  |
| 37._Destinos_turísticos_promocionados   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercao y promoción turística internacional       | Participación de Colombia en ferias internacionales                                | Resultado | No. de destinos promocionados  | Número           | Más es mejor   | Tres meses después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual  | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Reporte de las agencias<br>Reportes Anato<br>Reportes Cotelco<br>MinCIT   | N/A  |  |
| 38._Material_distribuido  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercao y promoción turística internacional       | Material promocional institucional turístico de Colombia y sus diferentes destinos | Producto  | Cantidad de material promocional distribuido   | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>Información suministrada por el proponente   | N/A  |  |
| 39._No._de_destinos_promocionados   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercao y promoción turística internacional       | Participación de Colombia en ferias internacionales                                | Producto  | No. de destinos promocionados  | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A  |  |
| 40._Contribución_al_sector  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercao y promoción turística internacional       | Participación de Colombia en ferias internacionales                                | Impacto   | No. de negocios generados por la participación<br>Valor en pesos de los negocios generados en la participación   | Porcentaje       | Más es mejor   | Al año de iniciada la etapa de operación   | DANE<br>Encuestas<br>Estadísticas MinCIT  | N/A  |  |
| 41._Gestión_en_la_promoción_de_destinos_turísticos  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercao y promoción turística internacional       | Participación de Colombia en ferias internacionales                                | Resultado | Cantidad de empresarios participantes (si aplica)<br>Cantidad de personas impactadas en la feria<br>Cantidad de material producido<br>Destinos promocionados | Porcentaje       | 100% es mejor  | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>MinCIT<br>Encuestas   | N/A  |  |
| 42._Material_distribuido_(clasificar_por_material_Colombia_material_empresarial_y_versionesimpresa_y_detal)   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercao y promoción turística internacional       | Participación de Colombia en ferias internacionales                                | Resultado | Cantidad de material promocional distribuido   | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información de cierre del proyecto  | N/A  |  |
| 43._Participación_en_ferias_de_importancia_estrategica_para_el_desarrollo_del_sector  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercao y promoción turística internacional       | Participación de Colombia en ferias internacionales                                | Resultado | No. de participaciones en ferias (discriminar por ferias. Discriminar por empresarios y entidades)   | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Listados de asistencia<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A  |  |
| 44._Personas_atendidas_en_el_stand  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercao y promoción turística internacional       | Participación de Colombia en ferias internacionales                                | Resultado | No. de personas atendidas en el stand / No. definido en la meta  | Porcentaje       | Más es mejor   | Tres meses después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual  | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Listados de asistencia  | Definir meta de acuerdo con el evento en el que se participa   |  |
| 45._Turismo_receptivo_(divisas generadas)   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercao y promoción turística internacional       | Participación de Colombia en ferias internacionales                                | Impacto   | Valor en pesos de las divisas generadas  | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser trimestral, semestral o anual | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>Información suministrada por el proponente<br>DANE<br>MinCIT<br>MinTrabajo                                   | N/A  |  |
| 46._Gestión_en_la_promoción_de_destinos_turísticos  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercao y promoción turística internacional       | Campañas publicitarias internacionales   | Resultado | No. de eventos ejecutados / No. de eventos programados   | Porcentaje       | 100% es mejor  | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>MinCIT<br>Encuestas   | N/A  |  |
| 47._Promoción_de_destinos_con_oferia_corporativa  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercao y promoción turística internacional       | Campañas publicitarias internacionales   | Producto  | No. de destinos turísticos promocionados   | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A  |  |
| 48._%_de_participación  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercao y promoción turística nacional y regional | Viajes de familiarización Agentes de viajes.                                       | Resultado | No. de participantes / No. de convocatorias realizadas   | Porcentaje       | Más es mejor   | Un año después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual      | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Agencias de viajes<br>Migración Colombia<br>Registros en terminales de transporte<br>Información suministrada por el proponente<br>DANE<br>MinCIT | Revisar indicador para la efectividad de la convocatoria de los participantes (quienes son efectivos en cuanto a resultados positivos de propuestas) |  |
| 49._%_de_participación  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercao y promoción turística nacional y regional | Viajes de familiarización Corporativos.  | Resultado | No. de participantes / No. de convocatorias realizadas   | Porcentaje       | Más es mejor   | Un año después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual      | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Agencias de viajes<br>Migración Colombia<br>Registros en terminales de transporte<br>Información suministrada por el proponente<br>DANE<br>MinCIT | N/A  |  |
| 50._%_de_participación  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercao y promoción turística nacional y regional | Viajes de familiarización Medios de comunicación.                                  | Resultado | No. de participantes / No. de convocatorias realizadas   | Porcentaje       | Más es mejor   | Un año después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual      | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Agencias de viajes<br>Migración Colombia<br>Registros en terminales de transporte<br>Información suministrada por el proponente<br>DANE<br>MinCIT | N/A  |  |

| ANEXO DE INDICADORES DE GESTIÓN, IMPACTO, PRODUCTO Y RESULTADO AL MANUAL PARA LA DESTINACIÓN DE RECURSOS Y PRESENTACIÓN DE PROYECTOS, VIGENCIA: 29 DE JUNIO DE 2018 |  |           |                                     |  |  |           |  |                  |                |  |   |               |
|---|--|-----------|-------------------------------------|--|--|-----------|--|------------------|----------------|--|---|---------------|
| Nombre del Indicador  | Línea  | Indicador | Tipo (área)                         | Programa   | Subprograma  | Categoría | Fórmula  | Unidad de Medida | Interpretación | Frecuencia   | Fuente de datos   | Observaciones |
| 51_Material_distribuido   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Promoción y distribución de material promocional                               | Producto  | Cantidad de material promocional distribuido / cantidad de material promocional producido                | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>Información suministrada por el proponente                                 | N/A           |
| 51.1_Material_distribuido   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Promoción y difusión de calidad turística          | Promoción y distribución de material promocional.                              | Producto  | Cantidad de material promocional distribuido / cantidad de material promocional producido                | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>Información suministrada por el proponente                                 | N/A           |
| 51.2_Material_distribuido   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Participación institucional                        | Participación institucional.   | Producto  | Cantidad de material promocional distribuido / cantidad de material promocional producido                | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>Información suministrada por el proponente                                 | N/A           |
| 52_Promoción_de_destinos_turísticos, Comunicaciones   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Promoción y distribución de material promocional                               | Producto  | No. de pautas realizadas (clasificar por tipo de publicación: reportajes, cuñas, espacios publicitarios) | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A           |
| 53_Material_distribuido   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Participación en ferias nacionales turísticas                                  | Producto  | Cantidad de material promocional distribuido   | Número           | 100% mejor     | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>Información suministrada por el proponente                                 | N/A           |
| 54_Promoción_de_destinos_turísticos   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Participación en ferias nacionales turísticas                                  | Producto  | No. de destinos turísticos promocionados   | Número           | 100% mejor     | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A           |
| 55_Estrategias_de_difusión  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Campañas publicitarias de promoción del turismo doméstico y para las regiones  | Producto  | No. de estrategias de difusión y comercialización de alto impacto realizadas                             | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>MinCIT                                       | N/A           |
| 55.1_Estrategias_de_difusión  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Promoción y difusión de calidad turística          | Campañas publicitarias de promoción del turismo doméstico y para las regiones. | Producto  | No. de estrategias de difusión y comercialización de alto impacto realizadas                             | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>MinCIT                                       | N/A           |
| 55.2_Estrategias_de_difusión  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Participación institucional                        | Participación institucional.   | Producto  | No. de estrategias de difusión y comercialización de alto impacto realizadas                             | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>MinCIT                                       | N/A           |
| 56_Generación_de_empleo   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Participación en ferias nacionales turísticas                                  | Resultado | No. de empleos temporales generados por el proyecto  | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser trimestral, semestral o anual | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>Información suministrada por el proponente<br>DANE<br>MinCIT<br>MinTrabajo | N/A           |
| 57_Gestión_en_la_promoción_de_destinos_turísticos   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Participación en ferias nacionales turísticas                                  | Resultado | No. de eventos ejecutados / No. de eventos programados en el proyecto                                    | Porcentaje       | 100% es mejor  | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>MinCIT<br>Encuestas   | N/A           |
| 58_Promoción_de_destinos_turísticos   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Campañas publicitarias de promoción del turismo doméstico y para las regiones  | Producto  | No. de destinos turísticos promocionados   | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A           |
| 59_Material_distribuido   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Eventos feriales regionales  | Producto  | Cantidad de material promocional distribuido   | Número           | 100% mejor     | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>Información suministrada por el proponente                                 | N/A           |
| 60_Expositores_participantes  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Participación en ferias nacionales turísticas                                  | Resultado | Cantidad de destinos, gremios, entidades, empresas participantes en el evento                            | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Listados de asistencia<br>Informe del proponente<br>Informe de cierre del proyecto  | N/A           |
| 61_Asistentes_participantes   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Participación en ferias nacionales turísticas                                  | Resultado | No. de personas asistentes al evento ferial  | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Listados de asistencia<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A           |
| 62_Promoción_de_productos_y_destinos_turísticos   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Eventos feriales regionales  | Producto  | No. de productos y destinos turísticos promocionados   | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A           |
| 63_%_de_destinos_turísticos_promocionados_Agencias  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Campañas publicitarias de promoción del turismo doméstico y para las regiones  | Resultado | Cantidad de destinos promocionados / cantidad de destinos programados                                    | Porcentaje       | 100% es mejor  | Tres meses después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual  | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Reporte de las agencias<br>Reportes de Anato<br>Reportes Cotelco<br>MinCIT                                      | N/A           |
| 64_%_eventos_efectuados   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Apoyo de congresos incentivos y otros eventos                                  | Producto  | No. de eventos realizados / No. de eventos programados en el proyecto                                    | Número           | 100% es mejor  | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A           |
| 64.1_%_eventos_efectuados   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Promoción y difusión de calidad turística          | Apoyo de congresos incentivos y otros eventos.                                 | Producto  | No. de eventos realizados / No. de eventos programados en el proyecto                                    | Número           | 100% es mejor  | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A           |
| 65_Asistentes_participantes   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Apoyo de congresos incentivos y otros eventos                                  | Producto  | No. de personas asistentes al evento y/o congreso  | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>Información suministrada por el proponente                                 | N/A           |
| 66_Generación_de_empleo   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Eventos feriales regionales  | Resultado | No. de empleos temporales generados por el proyecto  | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser trimestral, semestral o anual | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>Información suministrada por el proponente<br>DANE<br>MinCIT<br>MinTrabajo | N/A           |

| <div>  <div>ANEXO DE INDICADORES DE GESTIÓN, IMPACTO, PRODUCTO Y RESULTADO AL MANUAL PARA LA DESTINACIÓN DE RECURSOS Y PRESENTACIÓN DE PROYECTOS, VIGENCIA: 29 DE JUNIO DE 2018</div> </div> |  |           |   |  |  |            |   |                  |  |  |   |   |  |
|---|--|-----------|---|--|--|------------|---|------------------|--|--|---|---|--|
| Nombre del Indicador  | Línea  | Indicador | Tipo (área)                               | Programa   | Subprograma  | Categoría  | Fórmula   | Unidad de Medida | Interpretación                                       | Frecuencia   | Fuente de datos   | Observaciones   |  |
| 67_Gestión_en_la_promoción_de_destinos_turísticos   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Eventos feriales regionales                            | Resultado  | No. de eventos ejecutados / No. de eventos programados en el proyecto   | Porcentaje       | 100% es mejor  | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>MinCIT<br>Encuestas   | N/A   |  |
| 68_%_acuerdos_de_negocios   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Ruedas de negocios y workshops de cubrimiento nacional | Producto   | (Cantidad de acuerdos de negocios efectuados / Cantidad de oportunidades identificadas (citas agendadas)) *100                                    | Porcentaje       | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser trimestral, semestral o anual | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A   |  |
| 69_Ruedas_de_negocios   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Ruedas de negocios y workshops de cubrimiento nacional | Producto   | No. de ruedas de negocios efectuadas  | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>MinCIT                                       | N/A   |  |
| 70_Generación_de_empleo   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Apoyo de congresos incentivos y otros eventos          | Resultado  | No. de empleos temporales generados por el proyecto   | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser trimestral, semestral o anual | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>Información suministrada por el proponente<br>DANE<br>MinCIT<br>MinTrabajo | N/A   |  |
| 71_Generación_de_empleo   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Ruedas de negocios y workshops de cubrimiento nacional | Resultado  | No. de empleos temporales generados por el proyecto   | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser trimestral, semestral o anual | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>Información suministrada por el proponente<br>DANE<br>MinCIT<br>MinTrabajo | N/A   |  |
| 72_Turismo_de_negocios_Compradores  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Ruedas de negocios y workshops de cubrimiento nacional | Resultado  | No. de asistentes (compradores) a las ruedas de negocios  | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Listados de asistencia<br>Informe de interventoría<br>Informe de supervisión  | N/A   |  |
| 73_Turismo_de_negocios_Vendedores   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Mercadeo y promoción turística nacional y regional | Ruedas de negocios y workshops de cubrimiento nacional | Resultado  | No. de asistentes (vendedores) a las ruedas de negocios   | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Listados de asistencia<br>Informe de interventoría<br>Informe de supervisión  | N/A   |  |
| 74_Promoción_de_destinos_turísticos_Estrategias_para_la_RTPP  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Proyectos especiales o Transversales               | Red Turística de Pueblos Patrimonio                    | Producto   | No. de estrategias de difusión y comercialización programadas / No. de estrategias de difusión y comercialización realizadas                      | Porcentaje       | 100%   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto   | N/A   |  |
| 75_Documentos_distribuidos  | Turismo Responsable                                    | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Prevención ESCNNA                                  | Prevención ESCNNA.                                     | Producto   | No. de documentos distribuidos / No. documentos producidos  | Porcentaje       | 100% es mejor  | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>MinCIT                                       | N/A   |  |
| 76_Publicaciones_editadas_y_divulgadas  | Turismo Responsable                                    | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Prevención ESCNNA                                  | Prevención ESCNNA.                                     | Producto   | No. personas impactadas / No. de publicaciones en medios (digitales y tradicionales)  | Porcentaje       | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>MinCIT                                       | N/A   |  |
| 77_Prevenición_de_la_ESCNNA   | Turismo Responsable                                    | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Prevención ESCNNA                                  | Prevención ESCNNA.                                     | Producto   | No. de eventos efectuados con el objeto de sensibilizar sobre ESCNNA  | Número           | Más es mejor   | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto   | Medición contra la meta del proyecto  |  |
| 78_Sensibilización_ESCNNA   | Turismo Responsable                                    | Impacto   | Indicadores de Impacto de Promoción       | Prevención ESCNNA                                  | Prevención ESCNNA.                                     | Producto   | (No. de asistentes a eventos efectuados con el objeto de sensibilizar sobre ESCNNA / No. de personas objeto de la intervención del proyecto) *100 | Porcentaje       | 100% es mejor  | Con la finalización de la etapa de ejecución   | Listados de asistencia<br>Informe de interventoría<br>Informe de supervisión<br>Información del proponente<br>Evaluación de cierre del proyecto<br>MinCIT             | Las personas objeto de las jornadas de prevención son prestadores de servicios turísticos formalizados y autoridades con competencias en la materia. Otros actores de la cadena turística   |  |
| 79_Cumplimiento_de_entregas   | Mejoramiento de la Competitividad Turística            | Gestión   | Indicadores de Gestión de Competitividad  | N/A  | N/A  | Avance     | (Núm. de entregas realizadas / núm. de entregas programadas) *100   | Porcentaje       | 100% es mejor  | Cada corte programado para entrega   | Supervisión del proyecto<br>Informe del contratista<br>Informe de la interventoría  | N/A   |  |
| 80_Eficiencia_en_la_planeación_del_presupuesto_del_proyecto   | Mejoramiento de la Competitividad Turística            | Gestión   | Indicadores de Gestión de Competitividad  | N/A  | N/A  | Eficiencia | (Costo total del proyecto hasta finalización / costo total presupuestado) *100  | Porcentaje       | 100% es mejor  | Mensual  | Supervisión del proyecto<br>Informe del contratista<br>Informe de la interventoría  | Este indicador deber revisarse integralmente con el cumplimiento de los objetivos del proyecto y con el desarrollo del mismo durante todo el horizonte de ejecución   |  |
| 81_Cumplimiento_de_pagos  | Mejoramiento de la Competitividad Turística            | Gestión   | Indicadores de Gestión de Competitividad  | N/A  | N/A  | Control    | (Número de facturas pagadas / total de facturas tramitadas) *100  | Porcentaje       | 100% es mejor  | Mensual  | Supervisión del proyecto<br>Facturas  | N/A   |  |
| 82_Cumplimiento_de_entregas   | Infraestructura Turística                              | Gestión   | Indicadores de Gestión de Infraestructura | N/A  | N/A  | Avance     | (Núm. de entregas realizadas / núm. de entregas programadas) *100   | Porcentaje       | 100%   | Cada corte programado para entrega   | Supervisión del proyecto<br>Informe de la interventoría   | N/A   |  |
| 83_Eficiencia_en_la_planeación_del_presupuesto_del_proyecto   | Infraestructura Turística                              | Gestión   | Indicadores de Gestión de Infraestructura | N/A  | N/A  | Eficiencia | (Costo total del proyecto hasta finalización / costo total presupuestado) *100  | Porcentaje       | Desviación por encima del 10% representa alerta roja | Mensual  | Supervisión del proyecto<br>Informe de la interventoría   | N/A   |  |
| 84_Precisión_en_el_tiempo_de_ejecución_de_las_actividades   | Infraestructura Turística                              | Gestión   | Indicadores de Gestión de Infraestructura | N/A  | N/A  | Eficiencia | Duración total real proyectado hoy hasta finalizar en días / duración total prevista en días  | Porcentaje       | Desviación por encima del 10% representa alerta roja | Mensual  | Supervisión del proyecto<br>Informe de la interventoría   | N/A   |  |
| 85_Cumplimiento_de_entregas   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Gestión   | Indicadores de Gestión de Promoción       | N/A  | N/A  | Avance     | (Núm. de entregas realizadas / núm. de entregas programadas) * 100  | Porcentaje       | 100% es mejor  | Cada corte programado para entrega   | Supervisión del proyecto<br>Informe del contratista<br>Informe de la interventoría  | N/A   |  |
| 86_Precisión_en_la_ejecución_del_cronograma   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Gestión   | Indicadores de Gestión de Promoción       | N/A  | N/A  | Eficiencia | (Valor de los costos incurridos hasta mes actual / valor de los costos presupuestados hasta mes actual) *100                                      | Porcentaje       | 100% es mejor  | Mensual  | Supervisión del proyecto<br>Informe del contratista<br>Informe de la interventoría  | Este indicador deber revisarse integralmente con el cumplimiento de los objetivos del proyecto, en el marco del cronograma, del cumplimiento de las actividades establecidas en este y de los incidentes que generen sobre costos |  |
| 87_Eficiencia_en_la_planeación_del_presupuesto_del_proyecto   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Gestión   | Indicadores de Gestión de Promoción       | N/A  | N/A  | Eficiencia | (Valor total del proyecto hasta finalización / valor total presupuestado) *100  | Porcentaje       | 100% es mejor  | Mensual  | Supervisión del proyecto<br>Informe del contratista<br>Informe de la interventoría  | Este indicador deber revisarse integralmente con el cumplimiento de los objetivos del proyecto y con el desarrollo del mismo durante todo el horizonte de ejecución   |  |
| 88_Precisión_en_el_tiempo_de_ejecución_de_las_actividades   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico | Gestión   | Indicadores de Gestión de Promoción       | N/A  | N/A  | Eficiencia | Duración total real proyectado hoy hasta finalizar en días / duración total prevista en días  | Porcentaje       | 100% es mejor  | Mensual  | Supervisión del proyecto  | N/A   |  |

| Nombre del Indicador   | Línea   | Indicador | Tipo (área)                         | Programa | Subprograma | Categoría     | Fórmula   | Unidad de Medida | Interpretación  | Frecuencia                            | Fuente de datos  | Observaciones  |
|--|---|-----------|-------------------------------------|----------|-------------|---------------|---|------------------|---|---------------------------------------|--|--|
| 89_Eficiencia_en_la_ejecución_del_plan_de_trabajo                      | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico | Gestión   | Indicadores de Gestión de Promoción | N/A      | N/A         | Avance        | Tiempo de ejecución real incurrido hasta hoy / tiempo de ejecución programado hasta hoy   | Porcentaje       | 1 es lo ideal, >1 se presenta retraso en la ejecución de la obra y no se está cumpliendo el cronograma inicial <1 se presenta mayor avance en la ejecución de la obra y no se está cumpliendo el cronograma inicial | Mensual                               | Supervisión del proyecto<br>Informe del contratista<br>Informe de la interventoría | Este indicador deber revisarse integralmente con el desarrollo del proyecto durante todo el horizonte de su ejecución y con las dificultades que se presentan durante este horizonte |
| 90_Dificultades_que_implican_retrazos                                  | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico | Gestión   | Indicadores de Gestión de Promoción | N/A      | N/A         | Avance        | Número y tipo de incidentes que generan retrasos. (Caracterizar por internos y externos)  | Número           | Menor es mejor  | Mensual                               | Supervisión del proyecto<br>Informe del contratista<br>Informe de la interventoría | N/A  |
| 91_Impacto_en_días_de_las_dificultades_que_implican_retrazos           | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico | Gestión   | Indicadores de Gestión de Promoción | N/A      | N/A         | Avance        | Número de días de retraso debido a los incidentes que los generan   | Número           | Menor es mejor  | Mensual                               | Supervisión del proyecto<br>Informe del contratista<br>Informe de la interventoría | N/A  |
| 92_Impacto_en_presupuesto_de_las_dificultades_que_implican_retrazos    | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico | Gestión   | Indicadores de Gestión de Promoción | N/A      | N/A         | Productividad | Valor de los recursos adicionales requeridos para solventar los incidentes que generan retrasos / valor total del proyecto                                      | Pesos            | Menor es mejor  | Mensual                               | Supervisión del proyecto<br>Informe del contratista<br>Informe de la interventoría | N/A  |
| 93_Modificaciones_en_las_especificaciones_planificadas                 | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico | Gestión   | Indicadores de Gestión de Promoción | N/A      | N/A         | Eficiencia    | (Núm. de especificaciones modificadas durante la ejecución / total de especificaciones) *100 (Identificar cuantas modificaciones se hacen durante la ejecución) | Porcentaje       | Menor es mejor  | Mensual                               | Supervisión del proyecto<br>Actas  | N/A  |
| 94_Cumplimiento_de_reuniones_de_seguimiento                            | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico | Gestión   | Indicadores de Gestión de Promoción | N/A      | N/A         | Control       | (Número de visitas de supervisión realizadas / total visitas programadas) *100  | Porcentaje       | Mayor es mejor  | Mensual                               | Supervisión del proyecto<br>Actas  | N/A  |
| 95_Poder_de_convocatoria_(viajes_de_familiarización_workshops_eventos) | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico | Gestión   | Indicadores de Gestión de Promoción | N/A      | N/A         | Eficiencia    | (Inscritos / convocados) *100   | Porcentaje       | 100% es mejor   | Al inicio o finalización del proyecto | Proyecto formulado<br>Supervisión del proyecto                                     | N/A  |
| 96_Aptos_para_proyecto_(viajes_de_familiarización_workshops_eventos)   | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico | Gestión   | Indicadores de Gestión de Promoción | N/A      | N/A         | Eficiencia    | (Seleccionados / inscritos) *100  | Porcentaje       | 100% es mejor   | Al inicio o finalización del proyecto | Proyecto formulado<br>Supervisión del proyecto                                     | N/A  |
| 97_%_de_la_línea_de_la_línea_ejecutados_en_el_proyecto                 | Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico | Gestión   | Indicadores de Gestión de Promoción | N/A      | N/A         | Control       | (Total de recursos ejecutados / total de recursos aprobados) *100   | Porcentaje       | No tiene interpretación, se presenta el dato que sirve para orientar al tomador de decisiones   | Al inicio o finalización del proyecto | Proyecto formulado<br>Supervisión del proyecto                                     | N/A  |