

Cortesía del Gobierno de Colombia
MINISTERIO DE DESARROLLO ECONOMICO
(actual Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)
DIRECCION GENERAL DE TURISMO

**POLITICA DE COMPETITIVIDAD, MERCADEO Y
PROMOCION TURISTICA**

Versión definitiva
11 de marzo de 2002

POLITICA DE COMPETITIVIDAD, MERCADEO Y PROMOCION TURÍSTICA

I. INTRODUCCIÓN

Si se revisaran las decisiones del Estado en materia turística, comenzando con la creación del Servicio Oficial de Turismo en 1931, hasta la expedición y posterior reglamentación de la ley 300 de 1996, del decreto 219 del 2000 y de la *Política turística para una sociedad que construye la paz*, bien podría concluirse que todas ellas mantienen un hilo conductor: mejorar la competitividad del producto turístico colombiano.

El enfoque dado a este aspecto es posible deducirlo efectuando un análisis de esas decisiones: en un primer momento primó la necesidad de otorgar una institucionalidad al sector; posteriormente, se orientó hacia la regulación de algunos prestadores de servicio y ya en 1968, con la creación de la Corporación Nacional de Turismo se abarcó un gran abanico de actividades, desde la regulación misma de la prestación de los servicios, hasta la inversión, el financiamiento, el ordenamiento territorial y la promoción turística.

Transcurridos treinta años bajo las orientaciones de la Corporación Nacional de Turismo, se expidió un nuevo marco regulatorio que brindó mayor libertad y participación al sector privado en las decisiones atinentes al sector. Fue así como se creó una contribución parafiscal a cargo de los hoteleros, los agentes de viajes y los restaurantes turísticos con destino al Fondo de Promoción Turística, en cuyo Comité Directivo tienen participación representantes de estos tres sectores.

De acuerdo con la ley 300 de 1996, el Fondo de Promoción Turística se creó con la finalidad de ejecutar los planes de promoción y mercadeo turístico y de fortalecer y mejorar la competitividad con el propósito de incrementar el turismo receptivo y el turismo doméstico.

Según el artículo 37 de la ley, es función del Ministerio de Desarrollo Económico, previa consulta al Comité Directivo del Fondo de Promoción Turística, formular la política de promoción y mercadeo turístico que sirva de base a las decisiones que tome el Comité Directivo sobre la inversión de los recursos.

II. ANTECEDENTES

Tradicionalmente la política de promoción y mercadeo turísticos de Colombia ha estado enfocada hacia el turismo receptivo, sin desconocer que la Corporación Nacional de Turismo adelantó algunas campañas dirigidas al turismo doméstico, como fueron “Colombia, para amarla hay que andarla”, “Enamorándose de su Colombia” y “Colombia tu nuevo destino”, entre otras.

En el campo del turismo receptivo la Corporación Nacional de Turismo diseñó campañas como “Colombia, el país continente”.

La evolución de llegada de pasajeros extranjeros al país, según país de origen, en los años 1996, 1997, 1998 y 1999 presenta el siguiente comportamiento:

PAIS	1996	1997	1998	1999
Alemania	14.849	15.673		13.792
Antillas holandesas	7.198	8.359	8.434	7.646
Argentina	24.055	22.276	25.804	23.246
Bolivia	39	2.771	4.057	3.478
Brasil	11.401	13.688	15.860	12.512
Canadá	18.660	12.593	9.662	9.179
Chile	4.659	5.651	6.518	3.151
Costa Rica	21.704	11.362	13.900	21.626
Cuba	3.093	4.014	2.555	1.910
Ecuador	22.111	33.262	67.724	59.852
El Salvador	91		4	
España	27.140	30.373	31.330	24.820
Estados Unidos	183.431	200.574	193.884	162.422
Francia	14.250	15.782	18.825	17.653
Guadalupe			9	11

Guatemala	252	1.393	657	23
-----------	-----	-------	-----	----

PAIS	1996	1997	1998	1999
Guayana francesa	5	1	14	7
Italia	5.133	5.220	3.831	3
Jamaica	1.083	170	278	209
México	3.582	8.396	21.323	12.334
Nicaragua	21	7	214	1.063
Panamá	60.391	64.803	63.195	51.125
Paraguay	36	2		16
Perú	27.988	40.106	28.664	26.682
Puerto Rico	3.143	3.761	3.657	3.041
Reino Unido		2.749	15.678	14.349
Rep. Dominicana	96	191	230	301
Trinidad y Tobago	51	13		
Uruguay	54	630	327	76
Venezuela	106.740	78.956	94.322	75.412
No especificada	195.350	56.474	43.469	96
Total	756.606	639.250	674.425	546.035

Fuente: Dirección de Extranjería- DAS

De otra parte, el país ha asistido a ferias internacionales, a los que concurre con los empresarios interesados en esos mercados, ha apoyado viajes de familiarización de

periodistas y agentes de viajes extranjeros y, más recientemente, ha adelantado campañas conjuntas con turoperadores de ciertos mercados, en un esquema de inversión compartida.

La política de promoción y mercadeo turísticos para Colombia, actualmente en vigencia, determina unos productos, ciudades y mercados prioritarios, define elementos orientadores para las acciones de mercadeo, promoción y competitividad y establece los criterios para la asignación de recursos del Fondo de Promoción Turística, sobre la base de proyectos promocionales y de desarrollo de la competitividad y fija un procedimiento para la evaluación de los mismos.

Sin embargo, las acciones promocionales, tanto nacionales como internacionales, han carecido de suficiente soporte en materia de investigación de mercados. Tampoco ha existido una labor persistente y de largo plazo en la definición de productos y en la mejora de la competitividad de los destinos.

III. POLÍTICA TURÍSTICA

En diciembre de 2000, el señor Presidente de la República presentó la “Política turística para una sociedad que construye la paz”, según la cual el objetivo superior de la misma es el fortalecimiento de la competitividad, a partir de planteamientos integrales que permitan mejorar el entorno económico en el cual operan las empresas y respaldar las actividades o la dotación de factores de producción que el mercado no suministra adecuadamente, como son el fomento, la productividad macro, la eficiencia meso, la productividad micro y la estrategia empresarial.

“Las acciones de fomento materializan las políticas de mejoramiento del mercado, esto es, las destinadas a mejorar las condiciones estructurales de competitividad, al permitir que los mercados funcionen de manera eficiente y que corrijan sus imperfecciones sin distorsionar la competencia. Estas políticas incluyen medidas para estimular la investigación, el desarrollo y la capacitación, para superar las desventajas que enfrentan, y para asegurar el suministro eficiente (público y/o privado) de infraestructura. En este tipo de política es importante el fortalecimiento del potencial de crecimiento endógeno de las regiones, impulsando la dotación de infraestructura turística.

La productividad macro hace referencia a factores externos a las firmas pero que inciden directamente en su actividad productiva y en su capacidad para competir en los exigentes mercados internacionales.

La eficiencia meso se relaciona con la creación del entorno empresarial más adecuado y con la conformación de las estructuras necesarias para tal fin a través de políticas activas de asignación y coordinación entre los actores socio-económicos confluyentes en el mercado.

La productividad micro depende, exclusivamente, del desempeño de las empresas turísticas y de la manera como empleen adecuadamente los recursos, realicen una gestión productiva e incorporen los procesos más eficientes a su actividad”.¹

Por último conviene resaltar que el “criterio básico de la competitividad del turismo colombiano será la preservación de los ecosistemas donde se localizan los atractivos turísticos y su contribución para elevar la calidad de vida de las poblaciones residentes en las regiones con vocación turística”²

De acuerdo con la “Política turística para una sociedad que construye la paz” la competitividad se impulsará a través de acuerdos regionales de competitividad, en virtud de los cuales la Nación - representada por el Ministerio de Desarrollo Económico y diferentes ministerios o instituciones del orden nacional- , la región – representada por el departamento y/o diferentes instituciones del orden regional- y la o las localidades – representadas por los municipios y diferentes instituciones municipales- y los empresarios, identifican una visión de producto en el que los diferentes actores consideran que la región posee una ventaja comparativa importante, los obstáculos que existen para alcanzar esa visión (es decir, para consolidar ese producto), las acciones que habría que adelantar para superar esos obstáculos y las entidades que tendrían que comprometerse para la solución de cada uno de los problemas.

Alcanzando un consenso entre los diferentes actores acerca de las acciones y de los compromisos, se suscribe un acuerdo que compromete la voluntad de todos para trabajar mancomunadamente en la solución de los problemas que son de su competencia. El Ministerio de Desarrollo Económico se constituye en el coordinador del Acuerdo, verificando el cumplimiento de los compromisos.

IV. POLÍTICA DE COMPETITIVIDAD, MERCADEO Y PROMOCION TURÍSTICA

4.1 VISIÓN

Para el año 2020 Colombia habrá posicionado la actividad turística como una de las de mayor importancia para el desarrollo económico del país; por consiguiente, será un país que habrá fortalecido la competitividad de sus productos y destinos en un trabajo que permitirá una relación armónica nación-región, donde los sectores públicos nacional y local jugarán un papel determinante en la generación de condiciones óptimas para el desempeño empresarial.

En ese orden de ideas, Colombia habrá definido siete productos básicos en los que recogerá toda su oferta turística nacional. Esos productos son: sol y playa; historia y cultura; agroturismo; ecoturismo; deportes y aventura; ferias y fiestas y ciudades

¹ Política turística para una sociedad que construye la paz, Ministerio de Desarrollo Económico pag 22

² Ibid, pag 23

capitales. En este último, se conjugan subproductos como compras, salud, congresos, convenciones e incentivos.

En el plano nacional, el país habrá conseguido consolidar una cultura turística en la sociedad; el turismo habrá contribuido a preservar los valores sociales y patrimoniales y será un elemento fundamental para generar orgullo nacional. Las comunidades se habrán vinculado a la actividad turística, beneficiándose del desarrollo que proporciona esta industria.

Las regiones se habrán especializado en ofertas diferenciadas y los municipios se habrán comprometido en programas de mejoramiento en diferentes frentes teniendo como objetivo la competitividad de su producto turístico. Es así como se habrán consolidado ofertas como termalismo, crucerismo, parques temáticos y turismo náutico.

A nivel internacional Colombia se habrá concentrado en atraer turistas de altos ingresos con visión mucho más selectiva, no de volumen, para lo cual habrá fortalecido su capacidad de investigación de mercados y de promoción.

Existirá un trabajo mancomunado ente el sector público y privado y los diferentes prestadores de servicios turísticos se identificarán como parte de una cadena de valor amplia, en la que su aporte es definitivo para la competitividad del producto y del destino. En ese sentido, estarán comprometidos con la calidad y la diferenciación del producto.

El recurso humano vinculado al sector tendrá altos niveles de calidad, su formación corresponderá con las exigencias del mercado y será un personal bilingüe.

La investigación y el desarrollo tecnológico en turismo tendrán un apoyo decidido del Estado y la información y el análisis económico del sector se habrá consolidado y serán fundamentales para la toma de decisiones tanto en el sector público como privado.

4.2 OBJETIVOS

4.2.1. General

Fortalecer la competitividad de los productos y los destinos turísticos de tal forma que el turismo se convierta en una actividad económica estratégica del desarrollo nacional.

4.2.2. Específicos

- Impulsar la investigación de mercados para que las acciones de promoción y mercadeo se dirijan a mercados específicos y segmentados.
- Fortalecer el producto turístico para que la oferta turística colombiana se diferencie y motive el desplazamiento de los turistas desde el exterior y dentro del país.
- Fortalecer la formación turística para que el capital humano vinculado al sector sea competente.

- Impulsar la generación de estadísticas y de estudios sectoriales de tal forma que se tomen decisiones empresariales y públicas con suficiente respaldo de información.
- Impulsar la creación de una cultura de la calidad y la innovación tanto de los empresarios como de los destinos, para que el producto turístico sea competitivo.
- Fortalecer la presencia del Ministerio de Desarrollo Económico y de la entidad administradora del Fondo de Promoción Turística a nivel nacional e internacional para liderar procesos de mejoramiento competitivo a nivel nacional e internacional.
- Fortalecer la seguridad de los destinos turísticos y de los turistas, en un trabajo mancomunado con la Policía Nacional.
- Propender por una mayor ética turística.

4.3. DEFINICIONES

- Competitividad . 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 conjugue 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.

- Recurso Turístico: Es el mismo atractivo turístico y es el componente fundamental del producto turístico.
- Producto turístico: Es la combinación de un atractivo con unas facilidades, entendidas éstas como aeropuertos, vías, servicios públicos, hoteles, guías, transporte etc.
- Destino turístico: Es el área geográfica donde se localiza el atractivo turístico.
- Mercadeo: Proceso social y administrativo por medio del cual las personas obtienen lo que necesitan y desean mediante la creación de productos y/o servicios que les proporcionen valor a través del intercambio.
- 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.

4.4 FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

De acuerdo con la “Política turística para una sociedad que construye la paz”, “el Fondo trabajará en proyectos relacionados con la imagen internacional de Colombia como destino turístico, definirá criterios y pautas operativas para la participación en ferias, señalará los productos y clusters objeto de su actuación, favorecerá la investigación y el desarrollo de nuevos productos e impulsará el fortalecimiento de la competitividad turística regional”.³

Sobre la base anterior, la labor del Fondo girará sobre los siguientes programas:

- ❖ Más y mejores mercados
- ❖ Mejores productos
- ❖ Mejor capital humano
- ❖ Mejor promoción y comercialización
- ❖ Más y mejor información
- ❖ Más y mejor calidad e innovación
- ❖ Más presencia institucional
- ❖ Más seguridad
- ❖ Más ética

Los recursos destinados a la promoción, el mercadeo y la competitividad, tal como lo establece la ley 300 de 1996, provienen de dos fuentes principales:

- ⊕ El Presupuesto nacional
- ⊕ Los aportes parafiscales generados por los establecimientos de alojamiento y hospedaje, las agencias de viajes y los restaurantes turísticos.

En el caso de los recursos fiscales el Ministerio de Desarrollo Económico definirá su aplicación en el contrato que para su ejecución debe suscribir con la entidad administradora del Fondo de Promoción Turística.

Teniendo en cuenta los programas definidos en este documento, los recursos fiscales tendrán la siguiente distribución:

- ⊕ Más y mejores mercados. Hasta el 12%
- ⊕ Mejores productos: Hasta el 25%
- ⊕ Mejor capital humano: Hasta el 5%

³ Ibid, pag 25

- ⊕ Mayor promoción y comercialización: Hasta el 18%
- ⊕ Más y mejor información: Hasta el 10%
- ⊕ Más y mejor calidad e innovación: Hasta el 5%
- ⊕ Más presencia institucional: Hasta el 10%
- ⊕ Más ética: Hasta el 5%
- ⊕ Más seguridad : Hasta el 10%

La anterior distribución podrá ser replanteada en el mes de octubre de cada año por la Dirección General de Turismo teniendo en cuenta la ejecución presupuestal.

Los recursos parafiscales se distribuirán hasta en un 70% para apoyar iniciativas presentadas por la entidad administradora del Fondo de Promoción Turística y los gremios de los sectores aportantes de la contribución parafiscal y hasta en un 30% para las iniciativas que plantea la política con participación de recursos parafiscales, tales como asistencia a ferias, alianzas estratégicas, perfiles de mercados, vuelos charter y proyectos de tipo empresarial. Con recursos de este último porcentaje se apoyarán proyectos de otros gremios que agrupen entidades aportantes y que no conformen la entidad administradora del Fondo. Para que los empresarios turísticos puedan presentar proyectos deben estar inscritos en el Registro Nacional de Turismo.

Las entidades y personas que aspiren a recibir apoyo por parte del Fondo de Promoción Turística deberán presentar sus proyectos entre el 1 de octubre y el 31 de diciembre del año inmediatamente anterior para el cual se solicitan. Para el caso del año 2002 este período irá del 1 de enero al 30 de abril de ese año. El Comité Directivo del Fondo de Promoción Turística revisará las solicitudes en un comité especial que se reunirá, para ese único fin, a finales del mes de febrero de cada año, previo análisis del Comité de Evaluación. En el año 2002 esa reunión se efectuará en el mes de junio.

El plazo anterior no será aplicable a la entidad administradora del Fondo, a los gremios que la conforman ni al Ministerio de Desarrollo Económico.

Los proyectos que se presenten con posterioridad al período aquí establecido se considerarían el año siguiente, a no ser que la actividad deba realizarse ese mismo año, caso en el cual se devolverán.

4.5. PROGRAMAS

4.5.1 Más y mejores mercados

Con este programa se pretende privilegiar la investigación de mercados.

Como se indicó al inicio de este documento, las acciones promocionales que se han adelantado en el país, tanto a nivel nacional como regional, han carecido de investigación de mercados.

Las investigaciones podrán ser solicitadas por las entidades territoriales del orden departamental, a través de sus oficinas departamentales de turismo o asociaciones

territoriales de promoción turística, y solo excepcionalmente, por municipios, y solamente para investigar mercados del orden nacional.

Podrán investigarse mercados internacionales del Caribe, en el caso de los distritos turísticos y del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. Así mismo, podrán adelantar estas acciones los departamentos fronterizos y solo respecto de los países con los cuales conforman frontera.

Se consideran, para efectos de esta política, como departamentos fronterizos a Santander, respecto de Venezuela; al Valle del Cauca y Cauca, respecto de Ecuador y a Antioquia respecto de Panamá.

En las investigaciones de mercados, las entidades territoriales o la contraparte regional, deberán asumir el 30% del costo de la investigación, la cual en ningún caso podrá superar los 40 salarios mínimos legales mensuales. En caso de que el costo de la investigación supere este límite, la entidad solicitante deberá asumir el excedente. En ningún caso se apoyarán más de tres investigaciones anuales por entidad.

También podrán solicitar investigaciones de mercados, nacionales o extranjeros, los empresarios turísticos debidamente inscritos en el registro nacional de turismo, bajo la condición de que la solicitud sea suscrita por, al menos, cinco de ellos. En este caso el Fondo asumirá hasta el 50% del costo de la investigación con cargo a los recursos parafiscales y los mercados internacionales deberán ser los definidos en este documento como prioritarios. La solicitud se aprobará siempre y cuando no se haya realizado una investigación de similares características, bien para otros empresarios o para alguna entidad territorial. Las investigaciones de mercados impulsadas por los empresarios gozarán de una reserva de dos años, transcurridos los cuales, el Fondo podrá disponer de la información según lo considere conveniente.

Solo transcurridos cuatro años, podrán volverse a solicitar recursos para investigar los mismos mercados a no ser que el Comité Directivo del Fondo de Promoción Turística, previo análisis del comportamiento del mercado, decida efectuarlas en un plazo inferior. Los estudios de mercados de tipo cuantitativo deberán contemplar, como mínimo, la siguiente información:

- Procedencia y destino
- Edad
- Sexo
- Nivel de ingreso
- Nacionalidad
- Motivo de viaje

- Gasto promedio
- Estadía promedio
- Forma de reservación del viaje
- Medios de transporte utilizados
- Servicios turísticos utilizados
- Calidad y percepción de los servicios turísticos utilizados

Adicionalmente se podrán adelantar investigaciones cualitativas entre las que podrán incluirse, entre otras, sesiones de grupo, entrevistas en profundidad y mercados de prueba.

Por iniciativa del Ministerio de Desarrollo Económico o de la entidad administradora del Fondo de Promoción Turística se podrán efectuar perfiles de los mercados internacionales o domésticos que permitan establecer gustos y preferencias de los consumidores, considerando diferentes variables como edad, sexo, nivel de ingresos y otras que se consideren pertinentes. Igualmente se podrán efectuar labores de benchmarking con el fin de comparar productos colombianos con competidores internacionales.

A nivel internacional la labor del Fondo de Promoción Turística se concentrará en los siguientes mercados, de los cuales se podrán adelantar las investigaciones que permitan identificar los perfiles de la demanda.

- España
- Francia
- Venezuela
- Ecuador
- Panamá
- Reino Unido
- Alemania
- Italia
- Canadá
- Argentina

- Brasil
- Costa Rica
- México
- Perú

La labor de investigación de mercados internacionales constituirá, adicionalmente, la posibilidad de adquirir bases de datos y otros temas que a juicio del Comité Directivo sean de interés.

El Ministerio de Desarrollo Económico podrá incluir otros mercados que, a su juicio o a juicio del Comité Directivo del Fondo de Promoción, representen algún interés para Colombia, decisión que deberá estar sustentada.

4.5.2 Mejores productos

Uno de los aspectos que presenta mayores debilidades en el producto turístico colombiano es su deficiente diseño y falta de competitividad de los atractivos involucrados en el mismo.

Se entenderá por diseño de producto, para efecto de los proyectos que se presenten al Fondo, la 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. El proceso de diseño de producto deberá contemplar los siguientes aspectos: objetivo del producto, concepto (en qué consiste y cuál es el beneficio para la región); estructura del producto (el mix del producto: producto básico y productos complementarios); proceso de prestación (identificación de la cadena de servucción); viabilidad económica (análisis de la demanda del producto y sus costos).

Para proyectos encaminados a mejorar el diseño de producto, el Fondo destinará hasta 20 salarios mínimos legales mensuales, sin que las entidades territoriales puedan presentar más de un proyecto referido a este particular, para lo cual deberán asumir, como mínimo, el 50% del costo del proyecto.

La competitividad de los atractivos se refiere a su puesta en valor e incluye, entre otras, inversiones para la conservación o restauración de los mismos, así como la adecuación de infraestructura directamente vinculada con el atractivo.

Para que una inversión en competitividad de los atractivos sea elegible, deberá estar considerada en el acuerdo de competitividad del respectivo departamento o cluster (cuando exista convenio) o deberá estar contemplada en un diseño de producto que esté trabajando la región , para lo cual la Dirección General de Turismo expedirá la certificación correspondiente. Los proyectos elegibles no podrán superar los 200 salarios

mínimos, de los cuales el Fondo podrá aportar hasta el 50%. Un departamento o cluster podrá presentar varios proyectos para mejorar la competitividad de los atractivos, siempre y cuando la suma de todos ellos no supere el monto aquí establecido.

Los empresarios podrán presentar proyectos de diseño de producto, siempre y cuando la solicitud sea suscrita por al menos cinco de ellos. En este caso el Fondo asumirá hasta el 50% del proyecto con cargo a los recursos parafiscales. En este caso tampoco el proyecto podrá superar los 200 salarios mínimos legales.

Serán elegibles bajo este programa los estudios de factibilidad para el desarrollo de nuevos productos o el mejoramiento de algunos ya existentes, los cuales podrán adelantarse con el apoyo de Fonade.

Igualmente se podrán apoyar viajes de expertos, de funcionarios de la Dirección General de Turismo y de empresarios con el fin de asesorar o evaluar el desarrollo de ciertos productos turísticos. Estas solicitudes deberán ser presentadas por la Dirección General de Turismo o contar con su apoyo.

4.5.3 Mejor capital humano

La capacitación de los recursos humanos vinculados al sector debe ser una prioridad para mejorar la competitividad de los productos turísticos. Esta capacitación deberá ser pertinente frente a las realidades y necesidades empresariales

En consecuencia, la política de formación de capital humano para el sector turístico se apoyará en el programa de competencias laborales que adelanta el Sena. La formación que soliciten las entidades territoriales se impartirá con este enfoque y corresponderá con la visión que se haya definido para el cluster en el acuerdo de competitividad. En caso de que el Sena no haya determinado competencias laborales para el área para la cual se solicita formación, ésta deberá impartirse a través de talleres prácticos. En el caso de que la formación esté dirigida a empresarios ésta deberá involucrar asesoría o acompañamiento para la implantación de las orientaciones brindadas en los talleres.

Los empresarios aportantes podrán presentar proyectos de formación, los cuales se cubrirán con recursos parafiscales. La solicitud deberá suscribirse por lo menos por 20 empresarios, y el Fondo apoyará hasta con el 50% del valor del proyecto, con un tope máximo 30 salarios mínimos legales mensuales. Este tope incluye también las solicitudes regionales.

Los gremios que agrupan a los empresarios de los sectores aportantes también podrán proponer programas de formación con cargo a los recursos parafiscales, sin límite en la solicitud de recursos.

La Dirección General de Turismo podrá presentar, bajo este programa, proyectos que apunten a la sensibilización de las comunidades frente al turismo.

4.5.4 Mejor promoción y comercialización

Las acciones promocionales que se adelanten deberán ser el resultado de investigaciones previas de mercado.

En el caso de las entidades territoriales o clusters la promoción deberá buscar posicionar el producto que se determinó como prioritario en la visión del acuerdo de competitividad, para lo cual la Dirección General de Turismo expedirá la certificación correspondiente.

Las acciones de promoción de iniciativa territorial susceptibles de apoyo son, entre otras, las siguientes:

- Viajes de familiarización: El Fondo podrá apoyar hasta con el 50% del valor total del proyecto. El 50% restante puede ser aportado en dinero o en especie. Los viajes de familiarización serán nacionales, con excepción de los distritos turísticos y zonas de frontera.
- Material promocional impreso y electrónico. El Fondo podrá aportar hasta el 50% del valor total del proyecto, el cual no podrá superar los 50 salarios mínimos legales mensuales. El material debe enfocarse a la promoción del producto determinado en la visión del acuerdo de competitividad (cuando éste exista) como prioritario.
- Misiones comerciales y workshops: El Fondo podrá apoyar hasta el 50% del valor del proyecto. Las misiones comerciales y workshops deben ser de cubrimiento nacional. Se aceptarán misiones comerciales y workshops internacionales que realicen los distritos turísticos y el Departamento Archipiélago de San Andrés y Providencia, así como aquellos programados por los departamentos fronterizos únicamente hacia los países con los cuales tengan frontera.

Para efectos de este documento, se consideran como departamentos fronterizos Santander, respecto de Venezuela; Valle del Cauca y Cauca respecto de Ecuador y Antioquia respecto de Panamá.

- Participación en ferias: Los departamentos, distritos turísticos y clusters podrán participar en ferias turísticas del orden nacional, para lo cual podrán solicitar un apoyo de hasta el 50% del costo total de la participación, siempre y cuando éste no supere los 15 salarios mínimos legales mensuales.
- Campañas publicitarias: Los departamentos, distritos turísticos y clusters podrán adelantar campañas publicitarias enfocadas a la promoción del producto determinado en el acuerdo de competitividad (cuando exista) y hacia los mercados turísticos identificados, de todas formas teniendo en cuenta los lineamientos de las campañas nacionales, si las hubiere y los estudios de mercados. El Fondo apoyará hasta un 60% del valor total del proyecto, siempre y cuando éste no supere los 200 salarios mínimos legales mensuales.

El Ministerio de Desarrollo Económico y la entidad administradora del Fondo de Promoción Turística tendrán la iniciativa para presentar los proyectos de promoción internacional y también nacional. Tanto los unos como los otros podrán incluir los siguientes aspectos:

- Comunicaciones estratégicas, entendidas como las acciones que el Ministerio de Desarrollo Económico y el Fondo de Promoción Turística podrán adelantar con el fin de contrarrestar la mala prensa de Colombia en el exterior y de promover la marca/destino.
- Viajes de familiarización
- Elaboración de material promocional impreso y electrónico.
- Misiones comerciales/ workshops/ clínicas de ventas: El Fondo apoyará hasta con el 50% del valor de los tiquetes aéreos y hasta US\$ 80 diarios para alojamiento de los empresarios que asistan a este tipo de eventos de carácter internacional. En caso de eventos domésticos se reconocerá hasta una sexta parte de un salario mínimo legal mensual por persona y empresa para alojamiento. Adicionalmente cubrirá el costo de salones, ayudas audiovisuales, refrigerios, desayunos, almuerzos o cenas y materiales requeridos.

Para que un empresario sea elegible para participar en cualquiera de estos eventos deberá acreditar ante la entidad administradora del Fondo de Promoción Turística:

- ✓ Registro Nacional de Turismo vigente.
- ✓ Justificación del interés en ese mercado. Se dará prioridad a los empresarios que ya están trabajando ese mercado, lo cual deberán acreditar.

Si todos los empresarios cumplieran los anteriores requisitos, la elegibilidad se decidirá por la fecha en que presentaron la solicitud de inscripción.

- Alianzas estratégicas: Estos proyectos consisten en proyectos conjuntos del Fondo con empresarios turísticos nacionales inscritos en el Registro Nacional de Turismo y turoperadores nacionales o internacionales, tanto para turismo interno como para turismo receptivo.

Será indispensable la participación de por lo menos una empresa transportadora con compromiso de sillas para el proyecto.

Los recursos del Fondo se utilizarán para promocionar y comercializar exclusivamente el proyecto, en acciones que incluyen avisos y material publicitario, eventos de lanzamiento, viajes de familiarización y otros que se consideren apropiados para el mercado correspondiente.

El Fondo reconocerá, para proyectos de turismo receptivo, hasta US\$ 20 (veinte dólares) por pasajero. En el caso de cruceros, se reconocerán hasta US\$2 (dos dólares) por pasajero atendido en el puerto respectivo. Cuando se trate de programas de turismo

doméstico que incluyan transporte aéreo o terrestre, se reconocerán hasta \$5000 (cinco mil pesos) por pasajero movilizado. Esta última cifra se ajustará a partir del año 2003 con el índice de precios al consumidor del año inmediatamente anterior, certificado por el Dane.

El Fondo podrá asumir hasta el 60% del proyecto; la mitad de este porcentaje se cubrirá con recursos parafiscales.

- Vuelos charter: El Fondo podrá destinar recursos para la promoción de vuelos charter, hasta un límite del 60% del proyecto. La mitad de este porcentaje se cubrirá con recursos parafiscales. El Fondo reconocerá para este tipo de proyectos hasta US\$ 20 (veinte dólares) por pasajero

Los agentes de viajes dedicados al turismo receptivo que estén debidamente inscritos en el Registro Nacional de Turismo, podrán recibir apoyo del Fondo de Promoción Turística para la elaboración de paquetes turísticos receptivos, siempre y cuando la solicitud no supere los 20 salarios mínimos mensuales y esta suma no sea mayor al 50% del valor total del material .

- Ferias, fiestas, congresos, incentivos y eventos.
- ❖ Ferias: Las ferias son eventos turísticos, nacionales o internacionales a los que concurren oferentes y demandantes de productos turísticos. Se caracterizan porque normalmente los oferentes se organizan en stands en los que promueven sus productos.
- ❖ Fiestas: Se refieren fundamentalmente a las celebraciones organizadas en las entidades territoriales, de hondo raigambre popular, con contenido folclórico, cultural o histórico.
- ❖ Convenciones: Son reuniones en las que participan miembros de una misma organización, con el fin de analizar aspectos inherentes a la labor que desarrollan.
- ❖ Congresos: Son reuniones organizadas por diferentes entidades, con un eje temático, en las que participan personas que no necesariamente pertenecen a una misma empresa u organización.
- ❖ Incentivos: Son viajes organizados por las empresas para premiar a sus trabajadores o para generar motivación en el trabajo.
- ❖ Eventos: Son iniciativas puntuales, que no encajan en ninguna de las anteriores y que tienen la posibilidad de movilizar turistas.

El Fondo de Promoción Turística podrá participar en las ferias turísticas nacionales e internacionales que decida el Comité Directivo, siempre y cuando las mismas se orienten a los mercados determinados en este documento como prioritarios. El costo de la participación en ferias se asumirá en un 60% con recursos fiscales y en un 40% con recursos parafiscales. Colombia asistirá a estas ferias siempre y cuando existan al menos

cinco empresarios interesados en participar, los cuales deberán inscribirse con tres meses, como mínimo, de anticipación, cancelar US\$ 500.00 y estar inscritos en el Registro Nacional de Turismo.

Se podrán destinar recursos para cofinanciar fiestas, congresos, incentivos y eventos, siempre y cuando estos se destinen a la promoción de los mismos, hasta la suma de 30 salarios mínimos mensuales, siempre y cuando esta suma no supere el 30% del valor total del proyecto. En el caso de congresos e incentivos, el proyecto deberá ser presentado por un operador profesional de congresos y convenciones, debidamente inscrito en el Registro Nacional de Turismo. No se brindará apoyo a la realización de convenciones. En el caso de las fiestas y eventos, el proyecto lo podrá presentar la entidad pública o privada interesada. Si es un empresario turístico, deberá estar inscrito en el Registro Nacional de Turismo.

Las solicitudes de apoyo a eventos se considerarán, siempre y cuando se demuestre, a través de pre-reservas hoteleras, que el evento moverá más de 500 personas. En caso de que el Fondo apruebe el proyecto, el beneficiado deberá presentar un informe al final del evento en el que compruebe, mediante certificaciones de los hoteleros, que el evento cumplió la meta de movilización de personas. Si esta meta no se cumple, el organizador deberá restituir al Fondo el dinero aportado, para lo cual en el contrato se incluirá esta estipulación y la póliza correspondiente.

4.5.5. Más y mejor información técnica y estadística

El Ministerio de Desarrollo Económico y la entidad administradora del Fondo podrán presentar a consideración del Comité Directivo del Fondo proyectos que conduzcan a mejorar la información del sector. Estos proyectos podrán incluir análisis económicos, financieros y estadísticos; mejoramiento de material audiovisual, bibliográfico y del Centro de Información del Ministerio de Desarrollo Económico, entre otros.

4.5.6 Más y mejor calidad e innovación

El Fondo destinará recursos para apoyar proyectos de calidad, innovación y desarrollo tecnológico

- En relación con la calidad, los recursos se destinarán a apoyar la elaboración de normas técnicas en áreas definidas por el Ministerio de Desarrollo Económico y la unidad sectorial de normalización y calidad correspondiente, así como los estudios técnicos requeridos y la difusión de las normas.
- En innovación y desarrollo tecnológico, el Fondo podrá apoyar proyectos con cargo a recursos fiscales si la iniciativa es declarada viable por la Dirección General de Turismo o surge de esta Dirección.

En el caso de iniciativas empresariales de sectores aportantes o de centros de innovación y desarrollo tecnológico del sector turístico, distinto al que se llegue a concretar con el Sena, éstas se apoyarán con recursos parafiscales. El proyecto deberá

estar suscrito por al menos tres empresarios, por la agremiación correspondiente o por el representante legal del centro de innovación y desarrollo tecnológico. Podrán incluir, entre otros, proyectos de internet y de conectividad orientados a la capacitación y al desarrollo de negocios electrónicos y al mejoramiento de tecnologías de internet.

Los proyectos de innovación y desarrollo tecnológico deberán buscar, adicionalmente, apoyo de Fomipyme, por lo cual el Fondo no destinará recursos por más del 30% del valor total del proyecto.

4.5.7 Más presencia institucional

Los proyectos de presencia institucional serán de iniciativa del Ministerio de Desarrollo Económico y de la entidad administradora del Fondo de Promoción Turística.

Estos proyectos corresponderán a la participación de funcionarios de una y otra entidad en seminarios, seguimiento a los convenios de competitividad y otras actividades de la Dirección General de Turismo, programas de capacitación, eventos de difusión de las políticas de las entidades, pago de membresías en diferentes organizaciones, programas de cooperación técnica derivados de acuerdos internacionales, pasantías y publicación de material promocional y documentos elaborados por las entidades.

4.5.8. Más seguridad

Los proyectos de apoyo a la seguridad turística del país serán de iniciativa de la Dirección General de Turismo. Los proyectos corresponderán a la ejecución y aplicación de propuestas derivadas del Plan Estratégico de Seguridad Turística formulado por la Dirección General de Turismo y la Policía Nacional

4.5.9. Más ética

En cumplimiento con lo dispuesto por la ley 679 de 2001, el Comité Directivo del Fondo de Promoción, en coordinación con el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, determinará los programas de prevención del turismo sexual que deban apoyarse con recursos del Fondo.

Igualmente, el Ministerio de Desarrollo presentará los programas que contribuyan a difundir y comprometer a los diferentes actores involucrados con la actividad turística con el Código de Ética del Turismo, aprobado por la Organización Mundial del Turismo.

V. PRESENTACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS

Con el fin de que el Comité Directivo del Fondo de Promoción Turística estudie las solicitudes de recursos, los interesados deberán presentar proyectos, los cuales deberán

contener una descripción general, objetivo general, objetivos específicos y ajustarse a los siguientes parámetros, de acuerdo con el tipo de programa para el cual se esté aplicando.

5.1. Más y mejores mercados

Los proyectos deberán incluir la siguiente información:

- **Justificación:** En este apartado el solicitante deberá sustentar su petición con base en el comportamiento del mercado que pretende investigar, de tal forma que justifique el análisis del mismo. El mercado objetivo debe estar contemplado como prioritario en este documento; en caso de no ser así la solicitud deberá rechazarse.

Puntaje: Hasta 20 puntos. Si el puntaje es inferior a 10 puntos la propuesta deberá rechazarse.

- **Metodología propuesta para la investigación.** En este apartado el solicitante deberá especificar los mecanismos que utilizará para adelantar la investigación (encuestas, entrevistas, grupos foco u otros que se consideren apropiados) y deberá especificar los costos de cada actividad en particular. En el caso de entrevistas y encuestas deberá especificar el universo, el tamaño de la muestra con su base de cálculo y el error estadístico.

Puntaje: Hasta 50 puntos. Si el puntaje es inferior a 30 puntos la propuesta deberá rechazarse.

- **Aporte regional (para proyectos presentados por entidades territoriales)**

Puntaje: Hasta 30 puntos si el aporte solicitado corresponde al 30% del costo de la investigación. Si la región solicitante asume un porcentaje mayor, la solicitud tendrá 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales adicionales al 30%, que ofrezca de contrapartida. Este mayor puntaje se tendrá en cuenta en el momento de priorizar las solicitudes.

- **Aporte empresarial (para proyectos presentados por empresarios)**

Puntaje: Hasta 30 puntos si el aporte solicitado corresponde al 50% del costo de la investigación. Si los empresarios solicitantes asumen un porcentaje mayor, la solicitud tendrá 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales adicionales al 50% que ofrezcan de contrapartida. Este mayor puntaje se tendrá en cuenta en el momento de priorizar las solicitudes.

5.2. Mejores productos

Los proyectos deberán incluir la siguiente información:

5.2.1. Proyectos relacionados con el diseño del producto

- Propuesta técnica: Como quedó dicho en el acápite correspondiente, los proyectos deberán incluir objetivo del producto, concepto, estructura del producto, proceso de prestación y viabilidad económica y de mercado.

Puntaje: Hasta 50 puntos. Proyectos por debajo de 30 puntos deberán rechazarse.

- Aporte regional (para proyectos presentados por entidades territoriales)

Puntaje: Hasta 50 puntos si el aporte solicitado corresponde al 50% del costo del proyecto. Si la región solicitante asume un porcentaje mayor, la solicitud tendrá 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales adicionales al 50%, que ofrezca de contrapartida. Este mayor puntaje se tendrá en cuenta en el momento de priorizar las solicitudes.

- Aporte empresarial (para proyectos presentados por empresarios)

Puntaje: Hasta 50 puntos si el aporte solicitado corresponde al 50% del costo de la investigación. Si los empresarios solicitantes asumen un porcentaje mayor, la solicitud tendrá 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales adicionales al 50% que ofrezcan de contrapartida. Este mayor puntaje se tendrá en cuenta en el momento de priorizar las solicitudes.

5.3. Mejor capital humano

Los proyectos encaminados a mejorar la formación del capital humano deberán cumplir las siguientes especificaciones:

- Propuesta técnica. Deberá incluir justificación, análisis de pertinencia de la solicitud presentada y metodología de la capacitación.

Puntaje: Hasta 50 puntos. Solicitudes por debajo de 30 puntos serán rechazadas.

- Aporte regional (para proyectos presentados por entidades territoriales)

Puntaje: Hasta 50 puntos si el aporte solicitado corresponde al 50% del costo del proyecto. Si la región solicitante asume un porcentaje mayor, la solicitud tendrá 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales adicionales al 50%, que ofrezca de contrapartida. Este mayor puntaje se tendrá en cuenta en el momento de priorizar las solicitudes.

- Aporte empresarial (para proyectos presentados por empresarios)

Puntaje: Hasta 50 puntos si el aporte solicitado corresponde al 50% del costo de la investigación. Si los empresarios solicitantes asumen un porcentaje mayor, la solicitud tendrá 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales

adicionales al 50% que ofrezcan de contrapartida. Este mayor puntaje se tendrá en cuenta en el momento de priorizar las solicitudes.

En los proyectos presentados por las entidades gremiales de los sectores aportantes de la contribución parafiscal no se exigirá contrapartida.

5.4. Mejor promoción y comercialización

5.4.1. Los proyectos presentados por las entidades territoriales deberán cumplir las siguientes especificaciones:

Viajes de familiarización

- Propuesta técnica. Deberá estar sustentada con una investigación de mercados. Los viajes de familiarización deberán contemplar una capacitación en el producto turístico regional que se quiere promocionar. Los contenidos y enfoque de esta capacitación deberán consignarse en el proyecto, así como las visitas programadas a los atractivos turísticos.

Puntaje: Hasta 50 puntos. Proyectos por debajo de 30 puntos deberán rechazarse.

- Aporte regional

Puntaje: Hasta 50 puntos si el aporte solicitado corresponde al 50% del costo del proyecto. Si la región solicitante asume un porcentaje mayor, la solicitud tendrá 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales adicionales al 50%, que ofrezca de contrapartida. Este mayor puntaje se tendrá en cuenta en el momento de priorizar las solicitudes.

Cuando la contrapartida sea en especie, los apoyos en alojamiento y traslados deberán valorizarse a tarifas de mayoreo o corporativas. En el caso de la alimentación se valorizará al costo.

- Material promocional impreso y electrónico

Propuesta técnica. Deberán especificarse las piezas promocionales que se pretende elaborar, las cuales deberán corresponder con los resultados de investigaciones de mercados. El Fondo no apoyará la elaboración de afiches.

Puntaje: Hasta 50 puntos. Proyectos por debajo de 30 puntos deberán rechazarse.

- Aporte regional

Puntaje: Hasta 50 puntos si el aporte solicitado corresponde al 50% del costo del proyecto. Si la región solicitante asume un porcentaje mayor, la solicitud tendrá 2

puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales adicionales al 50%, que ofrezca de contrapartida. Este mayor puntaje se tendrá en cuenta en el momento de priorizar las solicitudes.

➤ Misiones comerciales y workshops

Propuesta técnica. Deberá estar sustentada en una investigación de mercados. El proyecto deberá indicar las empresas que participarán, el producto que se promocionará, el enfoque de la presentación y las empresas destinatarias de la invitación.

Puntaje: Hasta 50 puntos. Proyectos por debajo de 30 puntos deberán rechazarse.

➤ Aporte regional

Puntaje: Hasta 50 puntos si el aporte solicitado corresponde al 50% del costo del proyecto. Si la región solicitante asume un porcentaje mayor, la solicitud tendrá 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales adicionales al 50%, que ofrezca de contrapartida. Este mayor puntaje se tendrá en cuenta en el momento de priorizar las solicitudes.

➤ Participación en ferias

Propuesta técnica: Deberá especificar el producto que se promocionará y los empresarios participantes con las ofertas de producto que presentarán.

Puntaje: Hasta 50 puntos. Proyectos por debajo de 30 puntos deberán rechazarse.

➤ Aporte regional

Puntaje: Hasta 50 puntos si el aporte solicitado corresponde al 50% del costo del proyecto. Si la región solicitante asume un porcentaje mayor, la solicitud tendrá 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales adicionales al 50%, que ofrezca de contrapartida. Este mayor puntaje se tendrá en cuenta en el momento de priorizar las solicitudes.

Campanas publicitarias

- Propuesta técnica: Deberá especificar el producto que se quiere publicitar, el cual deberá corresponder con la visión del acuerdo de competitividad firmado con el Ministerio de Desarrollo (cuando exista acuerdo). El proyecto deberá indicar los medios en que se quiere adelantar la campaña publicitaria, justificando la escogencia en indicadores de audiencia o de lecturabilidad.

Puntaje: Hasta 50 puntos. Proyectos por debajo de 30 puntos deberán rechazarse.

➤ Aporte regional

Puntaje: Hasta 50 puntos si el aporte solicitado corresponde al 60% del costo del proyecto. Si la región solicitante asume un porcentaje mayor, la solicitud tendrá 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales adicionales al 60%, que ofrezca de contrapartida. Este mayor puntaje se tendrá en cuenta en el momento de priorizar las solicitudes.

5.4.2. Proyectos de promoción y mercadeo de iniciativa del Ministerio de Desarrollo Económico o de la Entidad Administradora del Fondo de Promoción Turística

Los proyectos liderados por cualquiera de estas dos entidades deberán ajustarse a lo establecido en el numeral 4.5.4. de este documento y no requerirán contrapartida.

Fiestas, congresos, incentivos y eventos.

Fiestas

➤ Propuesta técnica: Deberá contener, como mínimo, la siguiente información:

Tradición y continuidad de la fiesta. Deberá indicar la periodicidad del evento, su antigüedad y su historia financiera. Eventos de más de 25 años, tendrán 20 puntos. Entre 15 y 25 años, 15 puntos. Entre 10 y 15 años, 10 puntos. Entre 5 y 10 años, 5 puntos. Eventos de menos de 5 años no se considerarán.

Institucionalidad de la fiesta, es decir, su formalización legal, organizacional y administrativa. Hasta 15 puntos.

Enfoque turístico del evento, cobertura y su impacto en el número de visitantes. Este apartado se deberá justificar con estadísticas de ocupación hotelera en que se indique la procedencia de visitantes y el impacto que dicha festividad tiene en la ocupación promedio de la ciudad o región, mediante análisis comparativos. Ferias y fiestas que aumenten la ocupación hotelera en más de 30 puntos porcentuales tendrán 20 puntos. Entre 20 y 30 puntos porcentuales, 15 puntos. Entre 10 y 20 puntos porcentuales, 10 puntos. Las festividades que incrementen la ocupación hotelera por debajo de 10 puntos no se considerarán.

Participación de la comunidad y de generaciones de relevo. En este apartado se analizará el involucramiento de la comunidad en la organización del evento, así como la participación de las nuevas generaciones, de tal forma que se garantice la continuidad del mismo en el tiempo. Hasta 15 puntos.

Reconocimiento del evento en publicaciones regionales y nacionales y su despliegue en medios de comunicación. Hasta 10 puntos.

Servicios disponibles en la localidad: transporte, comercio, alimentación, guianza, salud, comunicaciones, seguridad. Hasta 10 puntos.

Ubicación de la localidad en relación con las principales ciudades emisoras de turistas (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga) y facilidades de acceso como vías y aeropuertos. Hasta 10 puntos.

Total puntaje: 70 puntos. Proyectos por debajo de 70 puntos deberán rechazarse.

➤ **Aporte regional**

Puntaje: Hasta 30 puntos si el aporte solicitado corresponde 30 salarios mínimos, sin que esta suma supere el 30% del costo del proyecto. Si la región solicitante asume un porcentaje mayor, la solicitud tendrá 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales adicionales al 30%, que ofrezca de contrapartida. Este mayor puntaje se tendrá en cuenta en el momento de priorizar las solicitudes.

Congresos e incentivos

- Propuesta técnica. Deberá especificar el tipo de evento y el número de visitantes. Reuniones entre 50 y 100 participantes, tendrán 10 puntos; entre 101 y 150 participantes, 15 puntos; entre 151 y 200 participantes, 20 puntos; entre 201 y 500 participantes, 30 puntos; más de 500 participantes, 50 puntos. No se considerarán solicitudes para reuniones menores a 50 participantes. Cuando los congresos o incentivos sean de tipo internacional, el proyecto tendrá un apoyo adicional del 20% del presupuesto inicialmente aprobado, previa comprobación de los asistentes internacionales que concurrieron al evento, siempre y cuando ellos superen las 50 personas.

➤ **Aporte empresarial**

Puntaje: Hasta 50 puntos si el aporte solicitado corresponde al 30% del costo de la promoción del evento. Si el operador profesional de congresos e incentivos solicitante asume un porcentaje mayor, la solicitud tendrá 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales adicionales al 30% que ofrezca de contrapartida. Este mayor puntaje se tendrá en cuenta en el momento de priorizar las solicitudes.

5.5. Más y mejor información técnica y estadística

- Propuesta técnica: Deberá contener, como mínimo, una justificación, un diagnóstico de la situación que se pretende enfrentar con el proyecto, las acciones que incluye dicha iniciativa y los indicadores que permitirán medir la efectividad de la acción adelantada.

Estos proyectos, de iniciativa del Ministerio de Desarrollo Económico o de la entidad administradora del Fondo de Promoción Turística, no requerirán de contrapartida.

5.6. Más y mejor calidad e innovación.

5.6.1 Proyectos originados en el Ministerio de Desarrollo Económico

- Propuesta técnica: Deberá contener, como mínimo, una justificación, un diagnóstico de la situación que se pretende enfrentar con el proyecto, las acciones que incluye dicha iniciativa y los indicadores que permitirán medir la efectividad de la acción adelantada.

Estos proyectos, de iniciativa del Ministerio de Desarrollo Económico, no requerirán de contrapartida.

5.6.2. Proyectos presentados por empresarios o entidades gremiales

- Propuesta técnica: Deberá contener, como mínimo, una justificación, un diagnóstico de la situación que se pretende enfrentar con el proyecto, las acciones que incluye dicha iniciativa y los indicadores que permitirán medir la efectividad en la acción adelantada.

Puntaje: Hasta 50 puntos. Proyectos por debajo de 30 puntos no serán elegibles.

- Aporte empresarial

Puntaje: Hasta 50 puntos si el aporte solicitado corresponde al 30% del costo del proyecto. Si los empresarios solicitantes asumen un porcentaje mayor, la solicitud tendrá 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales adicionales al 30% que ofrezca de contrapartida. Este mayor puntaje se tendrá en cuenta en el momento de priorizar las solicitudes.

En el caso de proyectos presentados por las asociaciones gremiales de los sectores aportantes de la contribución parafiscal, no se requerirá contrapartida.

5.7. Más presencia institucional

No se requerirá un proyecto específico; solamente la solicitud del Ministerio de Desarrollo Económico a la entidad administradora del Fondo de Promoción Turística. En el caso de eventos de presencia institucional en que se requiera la participación de funcionarios de la entidad administradora, la autorización la dará el Consejo de Dirección de dicha entidad.

5.8. Más seguridad

Estos proyectos serán de iniciativa del Ministerio de Desarrollo Económico-Dirección General de Turismo y deberán desprenderse del Plan de seguridad establecido por esa dependencia.

5.9. Más ética

Estos proyectos serán de iniciativa del Ministerio de Desarrollo Económico. En el caso de los proyectos que conduzcan a contrarrestar el turismo sexual deberá invitarse al Comité Directivo del Fondo de Promoción Turística al Director del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.

CONSIDERACIONES FINALES

Como quedó dicho más atrás, las personas y entidades tendrán plazo entre el 1 de octubre y el 31 de diciembre del año inmediatamente anterior para presentar sus proyectos. En el Comité Directivo que se decida la asignación de recursos se tendrá en cuenta la disponibilidad de los mismos.

Los proyectos deberán remitirse a la entidad administradora del Fondo de Promoción Turística, la cual verificará inmediatamente el cumplimiento de los requisitos formales, como el diligenciamiento completo del formato de proyecto, y la inclusión de los documentos que soportan la solicitud, tales como cartas de compromiso, estudios de mercado, etc., de acuerdo con el tipo de programa para el cual se está aplicando.

En caso de que la documentación esté incompleta o el proyecto no se ajuste al formato preestablecido, el mismo se devolverá para que el solicitante lo adecue a los términos establecidos en esta política dentro del plazo vigente para presentar los proyectos.

La entidad administradora deberá llevar un registro de los proyectos recibidos y del trámite dado a los mismos.

Cuando el proyecto se ajuste a los criterios y contenga todos los documentos requeridos, la entidad administradora lo pasará al Comité de Evaluación.

El Comité de Evaluación calificará los proyectos de acuerdo con el puntaje establecido en este documento. Este puntaje será el 70% del puntaje total, el otro 30% será asignado por el Comité Directivo en el momento en que el proyecto se presente a su consideración, para lo cual tendrá en cuenta la oportunidad y conveniencia del proyecto y la disponibilidad de recursos.

Los proyectos con calificaciones totales inferiores a 70 puntos deberán rechazarse. Proyectos con puntajes entre 70 y 80 puntos, recibirán un apoyo del 70% de la suma solicitada. Proyectos con puntajes entre 81 y 90 puntos, recibirán un apoyo del 80% de la suma solicitada. Proyectos con puntajes entre 91 y 99 puntos recibirán el 90% de la suma solicitada. Proyectos con un puntaje de 100, recibirán el apoyo total solicitado.

Cuando el puntaje sea inferior a 100 y superior a 70, el proyecto deberá devolverse para que el proponente lo presente con los ajustes correspondientes, teniendo en cuenta los recursos aprobados. Para estos efectos dispondrá de un mes a partir de la aprobación del Comité Directivo; si transcurrido ese plazo no ha efectuado los ajustes se entenderá que ha desistido de su solicitud y los recursos se liberarán.

ANEXOS

FORMATOS PARA LA PRESENTACION DE PROYECTOS

(Puede anexar una hoja adicional si lo requiere)

5. Objetivo General

6. Objetivos específicos

7. Justificación. Deberá sustentar su solicitud con base en el comportamiento del mercado que pretende investigar. El mercado a investigar debe estar contemplado como prioritario en este documento.

(Puede anexar una hoja si lo requiere)

8. Metodología y acciones de investigación de mercados que contempla el proyecto, indicando el presupuesto para cada una de ellas. Deberá indicar los mecanismos que utilizará para adelantar la investigación y especificar los costos de cada actividad en particular. En el caso de entrevistas y encuestas deberá indicar el universo, el tamaño de la muestra, su base de cálculo y el error estadístico.

Puede anexar una hoja para ampliar la metodología si lo requiere)

ACCION	PRESUPUESTO
TOTAL PRESUPUESTO	

9. Indique los mecanismos previstos para la financiación del proyecto. En el caso de que se prevea la participación de otras entidades o personas diferentes al solicitante, se deberán anexar cartas de compromiso de apoyo al proyecto.

10. Señale el porcentaje de participación de los recursos solicitados al Fondo de Promoción Turística frente a las otras fuentes de financiación

ESPACIO PARA EL FONDO DE PROMOCION TURISTICA

1. El proyecto se ajusta a la política de promoción, mercadeo y competitividad?

1.1. Sí_____

1.2. No_____ (En este caso deberá rechazarse)

Observaciones

2. La justificación está sustentada con análisis que permitan establecer la procedencia de la investigación? (Hasta 20 puntos)

2.1. Sí_____

2.2. No_____

Observaciones

3. La metodología propuesta, las acciones de investigación y los presupuestos permiten alcanzar el objetivo del proyecto? Están discriminadas las actividades de investigación que se llevarán a cabo, con sus presupuestos discriminados para cada una de ellas? Si se contemplan entrevistas y encuestas, se indicaron el universo y la muestra, su base de cálculo y el error estadístico? Los presupuestos son razonables?

Existen entidades diferentes al solicitante que aparentemente apoyan el proyecto? Se anexaron las cartas de compromiso correspondientes? (Hasta 50 puntos)

3.1. Sí_____

3.2. No_____

Observaciones

4. La contrapartida propuesta corresponde con el mínimo determinado en la política para este tipo de proyectos? La contrapartida supera ese límite? Si es así, en cuantos puntos porcentuales? (Hasta 30 puntos, con 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales)

4.1. Sí_____

4.2. No_____

Observaciones

PROGRAMA “MEJORES PRODUCTOS”

1. Nombre de la entidad/personas que presenta(n) el proyecto

2. Naturaleza de la entidad/personas que presenta(n) el proyecto

2.1. Pública_____

2.2. Privada_____

3. Tipo de proyecto

3.1. Diseño de producto_____

3.2. Competitividad de los atractivos_____

4. Descripción del proyecto

(Puede anexar una hoja adicional si lo requiere)

5. Objetivo General

6.Objetivos específicos

7. Propuesta técnica. En los proyectos de diseño de producto deberá incluir objetivo del producto, concepto, estructura del producto, proceso de prestación y viabilidad técnica y de mercados. En los proyectos de competitividad de los atractivos se deberán indicar los estudios que sustentan la solicitud y si el proyecto se enmarca en el acuerdo de competitividad suscrito con el Ministerio de Desarrollo Económico, cuando éste exista.

9. Señale el porcentaje de participación de los recursos solicitados al Fondo de Promoción Turística frente a las otras fuentes de financiación.

ESPACIO PARA EL FONDO DE PROMOCION TURISTICA

1. El proyecto se ajusta a la política de promoción, mercadeo y competitividad?

1.1. Sí _____

1.2. No _____ (En este caso deberá rechazarse)

Observaciones

2. La propuesta técnica y los presupuestos permiten alcanzar el objetivo del proyecto? Si el proyecto es de diseño de producto se incluye objetivo del producto, concepto, estructura del producto, proceso de prestación y viabilidad técnica y de mercados? Si el proyecto es de competitividad de los atractivos se indican los estudios que sustentan la solicitud y si el proyecto se enmarca en el acuerdo de competitividad suscrito con el Ministerio de Desarrollo Económico? (cuando éste exista).

2.1. Sí _____

2.2. No _____

Observaciones

3. Los presupuestos son razonables? Existen entidades diferentes al solicitante que aparentemente apoyan el proyecto? Se anexaron las cartas de compromiso correspondientes? (Hasta 50 puntos)

3.1. Sí_____

3.2. No_____

Observaciones

4. La contrapartida propuesta corresponde con el mínimo determinado en la política para este tipo de proyectos? La contrapartida supera ese límite? Si es así, en cuantos puntos porcentuales? (Hasta 50 puntos, con 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales)

4.1. Sí_____

4.2. No_____

Observaciones

4. Objetivo General

5. Objetivos específicos

2. La propuesta técnica, incluye la justificación, el análisis de pertinencia y la metodología prevista para impartir la capacitación? (Hasta 50 puntos)

2.1. Sí_____

2.2. No_____

Observaciones

3. La contrapartida propuesta corresponde con el mínimo determinado en la política para este tipo de proyectos? Los presupuestos permiten alcanzar el objetivo del proyecto? Los presupuestos son razonables? Existen entidades diferentes al solicitante que aparentemente apoyan el proyecto? Se anexaron las cartas de compromiso correspondientes? La contrapartida supera ese límite? Si es así, en cuantos puntos porcentuales? (Hasta 50 puntos, con 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales)

3.1. Sí_____

3.2. No_____

Observaciones

**PROGRAMA “MEJOR PROMOCION Y COMERCIALIZACION”
SUBPROGRAMA “VIAJES DE FAMILIARIZACION”**

1. Nombre de la entidad/personas que presenta(n) el proyecto

2. Naturaleza de la entidad/personas que presenta(n) el proyecto

2.1. Pública_____

2.2. Privada_____

3. Si se trata de una entidad territorial indique si es o no fronteriza o si es un distrito turístico

3.1. Fronteriza/distrito turístico_____

3.2. No Fronteriza_____

4. Descripción del proyecto

(Puede anexar una hoja adicional si lo requiere)

5. Objetivo General

6. Objetivos específicos

ESPACIO PARA EL FONDO DE PROMOCION TURISTICA

1. El proyecto se ajusta a la política de promoción, mercadeo y competitividad?

1.1. Sí _____

1.2. No _____ (En este caso deberá rechazarse)

Observaciones

2. La propuesta técnica incluye la sustentación en una investigación de mercados? Los viajes previstos son nacionales? (excepto si se trata de entidades fronterizas o distritos turísticos). El proyecto contempla un programa de capacitación en el producto turístico regional que se quiere promocionar? Los contenidos de esa capacitación están claramente identificados en el proyecto? El proyecto incluye las visitas programadas y los atractivos a visitar? (Hasta 50 puntos)

2.1. Sí _____

2.2. No _____

Observaciones

3. La contrapartida propuesta corresponde con el mínimo determinado en la política para este tipo de proyectos? La contrapartida supera ese límite? Si es así, en cuantos puntos porcentuales? Los presupuestos son razonables y los aportes en especie están valorados al costo? Si se plantean aportes en especie, existe autorización de los aportantes para que el Ministerio de Desarrollo verifique los costos? (Hasta 50 puntos, con 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales por encima del límite)

3.1. Sí _____

3.2. No _____

Observaciones

PROGRAMA “MEJOR PROMOCION Y COMERCIALIZACION”
SUBPROGRAMA “MATERIAL PROMOCIONAL IMPRESO Y
ELECTRONICO”

1. Nombre de la entidad/personas que presenta(n) el proyecto

2. Naturaleza de la entidad/personas que presenta(n) el proyecto

2.1. Pública_____

2.2. Privada_____

3. Descripción del proyecto

(Puede anexar una hoja adicional si lo requiere)

4. Objetivo General

5. Objetivos específicos

PIEZA PROMOCIONAL	COSTO
TOTAL	

(Puede anexar una hoja para ampliar la propuesta técnica si lo requiere)

7. Indique los mecanismos previstos para la financiación del proyecto. En el caso de que se prevea la participación de otras entidades o personas diferentes al solicitante, se deberán anexar cartas de compromiso de apoyo al proyecto.

8. Señale el porcentaje de participación de los recursos solicitados al Fondo de Promoción Turística frente a las otras fuentes de financiación

ESPACIO PARA EL FONDO DE PROMOCION TURISTICA

1. El proyecto se ajusta a la política de promoción, mercadeo y competitividad?

1.1. Sí_____

1.2. No_____ (En este caso deberá rechazarse)

Observaciones

2. La propuesta técnica incluye la sustentación en una investigación de mercados? Si existe acuerdo de competitividad con la entidad solicitante, el proyecto se ajusta al producto identificado como prioritario en ese acuerdo? (Hasta 50 puntos)

2.1. Sí_____

2.2. No_____

Observaciones

3. La contrapartida propuesta corresponde con el mínimo determinado en la política para este tipo de proyectos? La contrapartida supera ese límite? Si es así, en cuantos puntos porcentuales? Los presupuestos son razonables? (Hasta 50 puntos, con 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales por encima del límite)

3.1. Sí_____

3.2. No_____

Observaciones

**PROGRAMA “MEJOR PROMOCION Y COMERCIALIZACION”
SUBPROGRAMA “MISIONES COMERCIALES Y WORKSHOPS”**

1. Nombre de la entidad/personas que presenta(n) el proyecto

2. Naturaleza de la entidad/personas que presenta(n) el proyecto

2.1. Pública_____

2.2. Privada_____

3. Si se trata de una entidad territorial indique si es o no fronteriza o si es un distrito turístico

3.1. Fronteriza/distrito turístico_____

3.2. No Fronteriza_____

4. Descripción del proyecto

(Puede anexar una hoja adicional si lo requiere)

5. Objetivo General

6. Objetivos específicos

7.Propuesta técnica. Deberá señalar la investigación de mercados en que se sustenta la solicitud; las empresas participantes; el producto que se promocionará; el enfoque de la presentación y las empresas destinatarias de la invitación.

(Puede anexar una hoja para ampliar la propuesta técnica si lo requiere)

8. Indique los mecanismos previstos para la financiación del proyecto. En el caso de que se prevea la participación de otras entidades o personas diferentes al solicitante, se deberán anexar cartas de compromiso de apoyo al proyecto. Los tiquetes aéreos, en caso de conseguirse sin costo, deben cuantificarse a la menor tarifa disponible en esa ruta.

9. Señale el porcentaje de participación de los recursos solicitados al Fondo de Promoción Turística frente a las otras fuentes de financiación

ESPACIO PARA EL FONDO DE PROMOCION TURISTICA

1. El proyecto se ajusta a la política de promoción, mercadeo y competitividad?

1.1. Sí _____

1.2. No _____ (En este caso deberá rechazarse)

Observaciones

2. La propuesta técnica incluye la sustentación en una investigación de mercados? Los viajes previstos son nacionales? (excepto si se trata de entidades fronterizas o distritos turísticos). El proyecto contempla las empresas participantes, el producto que se promocionará, el enfoque de la presentación e indica las empresas destinatarias de la invitación? (Hasta 50 puntos)

2.1. Sí _____

2.2. No _____

Observaciones

3. La contrapartida propuesta corresponde con el mínimo determinado en la política para este tipo de proyectos? La contrapartida supera ese límite? Si es así, en cuantos puntos porcentuales? Los presupuestos son razonables y los aportes en especie están valorados al costo? (Hasta 50 puntos, con 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales por encima del límite)

3.1. Sí _____

3.2. No _____

Observaciones

4. Objetivo General

5. Objetivos específicos

2. La propuesta técnica incluye el producto que se promocionará? Las ferias propuestas son de tipo nacional? (Con excepción de los distritos turísticos y departamentos fronterizos). Se señalan los empresarios participantes con el producto que promocionará cada uno de ellos?

2.1. Sí_____

2.2. No_____

Observaciones

3. La contrapartida propuesta corresponde con el mínimo determinado en la política para este tipo de proyectos? La contrapartida supera ese límite? Si es así, en cuantos puntos porcentuales? Los presupuestos son razonables? (Hasta 50 puntos, con 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales por encima del límite)

3.1. Sí_____

3.2. No_____

Observaciones

4. Objetivo General

5. Objetivos específicos

Observaciones

2. La propuesta técnica incluye la sustentación en una investigación de mercados? El producto a promocionar está contemplado en el acuerdo de competitividad suscrito con el Ministerio de Desarrollo Económico? (cuando exista acuerdo). La campaña propuesta se enmarca dentro de los lineamientos de la campaña nacional? (cuando exista campaña nacional en el aire) . El proyecto discrimina el plan de medios y lo sustenta en indicadores de audiencia o lecturabilidad? (Hasta 50 puntos)

2.1. Sí_____

2.2. No_____

Observaciones

3. La contrapartida propuesta corresponde con el mínimo determinado en la política para este tipo de proyectos? La contrapartida supera ese límite? Si es así, en cuantos puntos porcentuales? Los presupuestos son razonables? (Hasta 50 puntos, con 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales por encima del límite)

3.1. Sí_____

3.2. No_____

Observaciones

4. Objetivo General

5. Objetivos específicos

Observaciones

2. La propuesta técnica incluye indicación de los siguientes aspectos: Tradición y continuidad de la fiesta? Institucionalidad de la fiesta? Enfoque turístico del evento? Participación de la comunidad y generaciones de relevo? Reconocimiento del evento en publicaciones? Servicios disponibles en la localidad? Ubicación de la localidad en relación con los principales mercados emisores del país? La propuesta discrimina las diferentes actividades promocionales que contempla la celebración, con indicación de su presupuesto? (Hasta 70 puntos)

2.1. Sí_____

2.2. No_____

Observaciones

3. La contrapartida propuesta corresponde con el mínimo determinado en la política para este tipo de proyectos? La contrapartida supera ese límite? Si es así, en cuantos puntos porcentuales? Los presupuestos son razonables? (Hasta 30 puntos, con 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales por encima del límite)

3.1. Sí_____

3.2. No_____

Observaciones

(Puede anexar una hoja adicional si lo requiere)

4. Objetivo General

5. Objetivos específicos

Observaciones

2. La propuesta técnica especifica el tipo de evento y el número de participantes previsto? (Hasta 50 puntos, dependiendo del número de participantes).

2.1. Sí_____

2.2. No_____

Observaciones

3. La contrapartida propuesta corresponde con el mínimo determinado en la política para este tipo de proyectos? La contrapartida supera ese límite? Si es así, en cuantos puntos porcentuales? Los presupuestos son razonables? (Hasta 50 puntos, con 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales por encima del límite)

3.1. Sí_____

3.2. No_____

Observaciones

5. Objetivo General

6. Objetivos específicos

Observaciones

2. La propuesta técnica especifica el tipo de evento y el número de participantes previsto? El solicitante manifiesta su disposición a devolver los recursos en caso de que la meta de participantes, superior a 500 personas, no se cumpla? (Hasta 50 puntos).

2.1. Sí_____

2.2. No_____

Observaciones

3. La contrapartida propuesta corresponde con el mínimo determinado en la política para este tipo de proyectos? La contrapartida supera ese límite? Si es así, en cuantos puntos porcentuales? Los presupuestos son razonables? (Hasta 50 puntos, con 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales por encima del límite)

3.1. Sí_____

3.2. No_____

Observaciones

ESPACIO PARA EL FONDO DE PROMOCION TURISTICA

1. El proyecto se ajusta a la política de promoción, mercadeo y competitividad?

1.1. Sí_____

1.2. No_____ (En este caso deberá rechazarse)

Observaciones

2. La propuesta técnica, incluye justificación, diagnóstico de la situación que se pretende enfrentar con el proyecto, las acciones que se incluyen y los indicadores que permitirán medir la efectividad del proyecto?

2.1. Sí_____

2.2. No_____

Observaciones

4. Objetivo General

5. Objetivos específicos

Observaciones

2. La propuesta técnica incluye justificación, diagnóstico de la situación que se pretende enfrentar con el proyecto, las acciones que se incluyen y los indicadores que permitirán medir la efectividad del proyecto.? (Hasta 50 puntos si la iniciativa es empresarial y 100 puntos si se origina en el Ministerio de Desarrollo Económico o en los gremios de los sectores aportantes de la contribución parafiscal).

2.1. Sí _____

2.2. No _____

Observaciones

3. Si el proyecto es empresarial, la contrapartida propuesta corresponde con el mínimo determinado en la política para este tipo de proyectos? La contrapartida supera ese límite? Si es así, en cuantos puntos porcentuales? Los presupuestos son razonables? (Hasta 50 puntos, con 2 puntos adicionales por cada cinco puntos porcentuales por encima del límite)

3.1. Sí _____

3.2. No _____

Observaciones

