

 FONTUR COLOMBIA		FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Turismo Fondo Nacional de Turismo - FONTUR		Código: FDMI-01 (F-GIN-01) Versión: 16 Vigencia: 7 de diciembre de 2023	
Versión ficha: (V00, V01, ...)	1	Fecha formulación: (DD/MM/AAAA)	19/01/2026		
Código del proyecto:	AD1-FNTP-2025-265	Plazo: (en meses)	11 meses		
Nombre del proyecto:	Promoción de Colombia en el marco sus ferias, fiestas y eventos nacionales	Valor Total:	\$	3.000.000.000	100%
Proponente:	Ministerio de Comercio Industria y Turismo	Cofinanciación Fondo Nacional de Turismo:	\$	3.000.000.000	100%
Nombre Profesional(es) Formulator Fontur:	Daniela Suárez Patiño	Contrapartida Proponente:	\$	-	0%
		Otros aportantes:	\$	-	0%
I. INFORMACIÓN DEL PROPONENTE					
Tipo:	Ministerio de Comercio Industria y Turismo				
Nombre o razón social:	Ministerio de Comercio Industria y Turismo				
NIT:	830115297				
Nombre del responsable del proyecto:	Juan Sebastián Sánchez				
Cargo:	Director (E) Analisis Sectorial y Promoción				
Teléfono móvil:	Teléfono: (571) 601 6067676 Ext 1431				
E-mail:	jsanchez@mincit.gov.co				
II. CONTEXTO DEL PROYECTO					
Línea Estratégica, Programa y Subprograma					
Línea estratégica a la que aplica (1):	Fortalecimiento_de_la_Promoción_y_el_Mercadeo_Turístico				
Programa en el que se enmarca el proyecto (1):	Programa_1_Mercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional				
Subprograma (1):					
Sólo MinCIT: Si el proyecto aplica a más de una línea estratégica, indique:					
Línea estratégica a la que aplica (2):					
Programa en el que se enmarca el proyecto (2):					
Programa en el que se enmarca el proyecto (3):					
Contribución a la Política Pública					
Objetivo de Desarrollo Sostenible:	8. Trabajo decente y crecimiento económico				
Plan Nacional de Desarrollo (PND)	2022 -2026: Colombia, potencia mundial de la vida				
	Transformación del PND:	Transformación_productiva_internalización_y_acción_climática			
	Catalizador de la Transformación:	4. Economía productiva a través de la reindustrialización y la bioeconomía			
Plan Sectorial de Turismo (PST)	2022-2026: Turismo en armonía con la vida				
	Eje Estratégico:	Turismo_dinamizador_de_la_economía_para_la_vida_y_la_justicia_social			
	Indicador del Eje:	2. Número de actores de la cadena de valor del turismo fortalecidos			
	Magnitud con la que el proyecto aporta al indicador del PST:	Fortalecer a 20.000 actores durante el cuatrienio			

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Turismo Fondo Nacional de Turismo - FONTUR	Código: FDMI-01 (F-GIN-01) Versión: 16 Vigencia: 7 de diciembre de 2023
Relevancia del proyecto: (Indique la relevancia/importancia de la iniciativa. Soporte la justificación con antecedentes del proyecto, estadísticas y características o potencial turístico del destino)		
Turismo Cultural en Colombia: Motor de Identidad, Economía y Desarrollo Local De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019), el turismo cultural es una actividad turística cuya motivación principal es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos culturales —materiales e inmateriales— de un destino. Estos incluyen elementos distintivos de una sociedad como las artes, arquitectura, patrimonio histórico y gastronómico, literatura, música, industrias creativas y culturas vivas, con sus sistemas de valores, creencias y tradiciones. La Convención de la UNESCO sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (2005) reconoce la importancia de proteger y promover estas expresiones como productos de la creatividad con valor simbólico, artístico y cultural, que reflejan las identidades de los pueblos. En este contexto, Colombia, país de celebraciones, cuenta con aproximadamente 942 ferias, fiestas y carnavales, que preservan y exaltan la cultura, música, gastronomía y danzas tradicionales. Estos eventos no solo fortalecen la identidad cultural, sino que también dinamizan la economía local y fomentan el turismo en los territorios donde se realizan. Según el DANE, el 29,8% de los colombianos consumen turismo cultural, específicamente en eventos como ferias, fiestas y carnavales. Este indicador refleja una consolidación del interés por este tipo de turismo, que ha mostrado un crecimiento respecto a años anteriores. Feria de Cali (2023): La edición 67 alcanzó una ocupación hotelera promedio del 86%, superando el año anterior. Se generaron más de 10.000 empleos directos y 30.000 empleos indirectos, con ingresos turísticos superiores a \$49.000 millones. La ciudad recibió más de 73.000 visitantes, de los cuales el 22% fueron extranjeros, consolidando a Cali como un referente cultural y económico nacional. Festival Nacional del Porro en San Pelayo, Córdoba (2023): Aunque no se reportaron cifras oficiales actualizadas de ocupación hotelera, el evento mantuvo su relevancia cultural y turística, con una programación robusta que atrajo a cientos de visitantes de distintas regiones del país, reafirmando su papel como patrimonio cultural y motor de turismo regional. Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco en Neiva (2023): La versión 62 del festival contó con más de 40 actividades culturales, incluyendo desfiles, muestras artísticas y concursos, con una gran asistencia que fortaleció el posicionamiento del Huila como destino cultural. Aunque no se especificó el número exacto de turistas, se destacó la participación masiva y el impacto positivo en la economía local. Estos eventos generan ingresos significativos para toda la cadena de valor del turismo, al tiempo que promueven la conservación del patrimonio cultural y fortalecen el orgullo comunitario. Reto y Propuesta Estratégica El principal reto es sostener los indicadores de consumo turístico más allá de la realización de los eventos. Por ello, se propone un proyecto de gran alcance que promueva el disfrute de las festividades y el consumo de atractivos turísticos durante y después de las celebraciones. Colombia cuenta con cerca de 50 eventos culturales destacados, entre ellos: - Festival de la Leyenda Vallenata - Feria de las Flores - Fiestas del Mar - Festival del Viento y las Cometas (Villa de Leyva) - Green Moon Festival - Feria de Cali - Feria de Manizales - Festival de Negros y Blancos - Carnaval de Riosucio - ¡Hay Festival! - Carnaval del Fuego - Carnaval de Barranquilla - Festival del Porro Pelayero - Festival Internacional de Música Popular Amazonense "El Pirarucú de Oro" - Festival de la Confraternidad Amazónica - Festival Internacional Yurupary de Oro - Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco - Festival Iberoamericano de Teatro - Festival Petronio Álvarez - Festival Nacional de Gaitas, entre otros. Alineación con el Plan Sectorial de Turismo 2022–2026 Esta iniciativa se enmarca en el Plan Sectorial de Turismo 2022–2026 "Turismo en armonía con la vida", específicamente en el pilar 6.4: "Turismo, dinamizador de la economía para la vida y la justicia social", y en la estrategia 6.4.3.6: "Estrategias de mercadeo y promoción para el posicionamiento de Colombia en el mapa global del turismo". La visión es fortalecer la economía popular, comunitaria y solidaria en la cadena de valor del turismo, promoviendo el trabajo decente, el comercio justo y el turismo comunitario. Se busca incorporar los oficios, el arte y la economía local en el desarrollo turístico, generando oportunidades sostenibles para las comunidades. El objetivo del proyecto es rediseñar la política de mercadeo y promoción turística, así como ejecutar campañas que fomenten la cultura de paz, posicionen la marca país y aumenten la competitividad turística nacional e internacional. La Política de Turismo Cultural (MinCIT, 2021) establece como estrategia el fomento al acceso, conocimiento, apropiación, difusión y promoción del patrimonio y activos culturales, con el fin de posicionar a Colombia como destino de turismo cultural y creativo. Con esta iniciativa, se busca impulsar un enfoque transformador del turismo, que promueva la justicia social, el desarrollo sostenible y la participación activa de las comunidades locales en la cadena de valor del turismo. Se pretende fortalecer la economía popular y comunitaria, destacando los oficios y el arte local, y promocionando una imagen positiva de Colombia en el escenario turístico global. Esto contribuirá a generar un impacto económico y social positivo en las comunidades locales, impulsando el desarrollo turístico de manera inclusiva y sostenible en el país.		

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Turismo Fondo Nacional de Turismo - FONTUR	Código: FDMI-01 (F-GIN-01)
		Versión:16
		Vigencia: 7 de diciembre de 2023

Adición 1:

El 17 de enero del 2026 el proponente del proyecto Ministerio de Comercio, Industria y Turismo solicitó realizar adición en recursos por valor de TRES MIL MILLONES DE PESOS M/CTE (3.000.000.000) al proyecto FNTF-2025-265 "Promoción de Colombia en el marco sus ferias, fiestas y eventos nacionales", cuyo objetivo es realizar acciones de promoción de destinos turísticos nacionales consolidados y emergentes, en el marco de sus ferias, fiestas y eventos.

El proyecto FNTF 2025 265 presenta a la fecha un avance del 70% en su ejecución, evidenciando un cumplimiento satisfactorio de las actividades programadas y un impacto positivo en la promoción de Colombia como destino turístico en el contexto de sus ferias, fiestas y eventos nacionales. No obstante, con base en el análisis técnico, presupuestal y operativo realizado por el equipo ejecutor, se identifica la necesidad de adicionar recursos con el fin de garantizar el logro pleno de los objetivos estratégicos establecidos para el periodo de ejecución, cuyo cronograma finaliza el 31 de agosto de 2026.

Ampliación del alcance requerido por la demanda territorial

Durante la ejecución del proyecto se ha evidenciado un incremento significativo en el interés de entidades territoriales, organizadores de eventos y actores locales por incorporarse a la estrategia nacional de promoción. Este aumento se debe al fortalecimiento de la oferta turística cultural y al crecimiento de eventos que cumplen con los criterios técnicos del proyecto. Para atender esta demanda emergente y asegurar una cobertura representativa del territorio, se requiere destinar recursos adicionales por TRES MIL MILLONES DE PESOS M/CTE \$3.000.000.000 que permitan incluir nuevos destinos según la priorización del Ministerio.

Garantía de continuidad, sostenibilidad y cierre efectivo

La adición presupuestal permitirá asegurar un cierre técnico adecuado del proyecto en agosto de 2026, garantizando:

- la continuidad de las acciones de promoción programadas
- la cobertura total del ciclo de seguimiento y monitoreo
- la consolidación y entrega de los productos finales
- la sostenibilidad de las acciones adelantadas con los territorios.

La adición se realiza al objetivo específico 1 "Visibilizar y comercializar la oferta de destinos priorizados en el marco de sus ferias, fiestas y eventos, alineadas a la campaña "Viaja por Colombia: El País de la Belleza", con base en una metodología de evaluación definida por el MinCIT".

III. IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Problema Central:

A pesar de que Colombia cuenta con una amplia oferta de eventos culturales —alrededor de 942 ferias, fiestas y eventos— que reflejan su diversidad y patrimonio inmaterial, existe una baja promoción y consumo de productos turísticos asociados a estas manifestaciones. Esta situación limita el aprovechamiento del potencial turístico y afecta el ejercicio de derechos económicos, sociales y culturales en las comunidades.

Fuente: Política de Turismo Cultural – MinCIT

Descripción de la situación existente respecto del problema:

(Describe la situación actual que genera el problema central identificado. Puede incluir características del sector o zona de estudio, análisis de los factores que hacen parte del problema, antecedentes, evolución reciente de la situación negativa y demás elementos que permitan caracterizar la situación problema)

Durante los años 2023, 2024 y el primer semestre de 2025, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, junto con FONTUR, ha ejecutaron se el proyecto FNTF-088-2023 ""Promoción de Colombia en el marco de 20 ferias, fiestas y carnavales nacionales 2023-2024"", mediante el cual se apoyó la promoción turística de destinos en el contexto de sus festividades. Esta intervención benefició a más de 50 eventos culturales y turísticos en todo el país, alcanzando 18 departamentos y 45 municipios, y contribuyendo significativamente al fortalecimiento del turismo regional y la preservación de la identidad cultural.

El presente proyecto tiene como objetivo dar continuidad a las actividades de promoción turística, consolidando la campaña ""Colombia, el País de la Belleza"" y su aporte al cumplimiento de las metas establecidas en el Plan Sectorial de Turismo 2022-2026.

Además, busca respaldar la promoción turística de los territorios en el marco de sus fiestas, ferias y eventos, mediante una metodología de convocatoria y evaluación que permita priorizar los recursos en aquellas iniciativas que generen mayor impacto en el fortalecimiento del sector turístico como motor de desarrollo económico y social para las regiones.

El problema central identificado es la baja visibilidad y posicionamiento turístico de la región, lo que limita su capacidad para atraer visitantes, generar ingresos y consolidarse como destino turístico competitivo. A pesar de contar con recursos naturales, culturales y humanos valiosos, la región no ha sido suficientemente integrada en las estrategias nacionales de promoción turística.

Actualmente, la oferta turística local es fragmentada, con escasa articulación entre actores públicos y privados, limitada infraestructura, y baja inversión en promoción. Las acciones de marketing son esporádicas y no responden a una estrategia sostenida ni a estudios de mercado. Esto ha generado una percepción débil del destino, tanto a nivel nacional como internacional.

La falta de promoción ha afectado el desarrollo económico local, restringiendo oportunidades de empleo, emprendimiento y fortalecimiento de la identidad cultural. Además, los territorios PDET, que son prioritarios en la campaña nacional, siguen enfrentando barreras estructurales para su inclusión efectiva en el turismo.

La evolución reciente muestra que, aunque se han realizado esfuerzos como el apoyo a ferias y fiestas, estos no han sido suficientes para consolidar una imagen turística robusta ni para atraer turistas de forma continua. La región requiere una intervención estratégica que combine promoció, fortalecimiento institucional y participación comunitaria.

Este proyecto busca revertir esta situación mediante una estrategia integral de promoción turística, alineada con la narrativa de Colombia El País De La Belleza, que permita posicionar la región como un destino de belleza, cultura y transformación social."

Magnitud del problema

(Se describe a través de indicadores asociados al problema central, sus causas y/o sus efectos)

Indicador:	Porcentaje de Turismo Cultural consumido por los colombianos (Ferias, Fiestas y Eventos)
------------	--

Página 3 de 8

 		FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Turismo Fondo Nacional de Turismo - FONTUR		Código: FDMI-01 (F-GIN-01)	
				Versión: 16	
				Vigencia: 7 de diciembre de 2023	
Unidad de medida:		Porcentaje			
Magnitud:		29,80%			
Fuente de información:		DANE			
Causas que generan el problema (Relacione la causa directa del problema central identificado)					
No.	Causa directa	Causa indirecta			
1	Falta de inversión en promoción turística regional	Ausencia de estudios de mercado y segmentación de públicos			
		Escasa articulación con campañas nacionales			
2	Escasa financiación por parte de entes gubernamentales al desarrollo de ferias, fiestas y/o eventos con enfoque turístico.	Falta de articulación entre entidades gubernamentales			
		Bajo interés en el desarrollo de este tipo de eventos.			
3	Oferta turística no diferenciada ni estructurada en la promoción	Falta de promoción de productos turísticos con identidad local			
		Ausencia de estrategias de comercialización y empaquetamiento			
Efectos generados por el problema (Relacione los efectos directos del problema central identificado)					
No.	Efectos directos	Efectos indirectos			
1	Baja llegada de turistas nacionales e internacionales	Reducción de ingresos por turismo			
		Pérdida de competitividad frente a otros destinos			
2	Débil dinamización económica local y de promoción de destinos con potencial turístico	Escasas oportunidades de empleo y emprendimiento			
		Migración de talento local hacia otras regiones			
3	Baja percepción del destino en el mercado turístico	Dificultad para atraer inversión privada			
		Escasa participación en ferias y vitrinas turísticas			
IV. CADENA DE VALOR DEL PROYECTO					
Objetivo General: (Debe ser claro, medible, alcanzable y consistente con el proyecto que se está formulando. Se recomienda redactar como Acción a Realizar + Objeto + Descripción)					
Realizar acciones de promoción de destinos turísticos nacionales consolidados y emergentes, en el marco de sus ferias, fiestas y eventos					

 		FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Turismo Fondo Nacional de Turismo - FONTUR		Código: FDMI-01 (F-GIN-01) Versión: 16 Vigencia: 7 de diciembre de 2023	
No.	Objetivo Específico (Es un medio para alcanzar el objetivo general y contribuir a la solución del problema. Se recomienda redactar como la expresión en positivo de las causas del problema central)	Producto esperado (Describir el producto que se espera obtener con cada uno de los objetivos específicos propuestos, de manera tal que contribuyan al logro del Objetivo General)	Actividades a ejecutar (Indicar las actividades/acciones, esenciales para lograr el producto esperado)	Ruta Crítica Si / No	
1	Visibilizar y comercializar la oferta de destinos priorizados en el marco de sus ferias, fiestas y eventos, alineadas a la campaña "Viaja por Colombia: El País de la Belleza", con base en una metodología de evaluación definida por el MinCIT.	Estrategia integral de promoción turística implementada en destinos priorizados por el MinCIT en el marco de sus ferias, fiestas y eventos, que incluye la producción de piezas promocionales con enfoque turístico, la ejecución de planes de medios y activaciones BTL para el posicionamiento nacional de los destinos, la realización de viajes de familiarización dirigidos a actores clave del sector, y el desarrollo técnico y logístico de eventos conforme a los lineamientos establecidos en el Manual para la destinación de recursos y presentación de proyectos del 22 de septiembre de 2023.	Diseñar, desarrollar y producir piezas promocionales con enfoque turístico que contribuyan a la visibilización de destinos nacionales en el contexto de sus ferias, fiestas y eventos.	SI	
			Implementar planes de medios y activaciones BTL para la promoción de la oferta de los destinos turísticos en el contexto de sus ferias, fiestas y eventos, con el fin de aumentar su posicionamiento a nivel nacional.	SI	
			Aunar esfuerzos para ejecutar la logística necesaria para realizar viajes de familiarización dirigidos a periodistas, influencers y agencias de viajes, con el propósito de promover destinos nacionales en el marco de sus ferias, fiestas y eventos.	SI	
			Realizar la ejecución técnica y logística de las ferias, fiestas y eventos realizados en los destinos priorizados por el MinCIT, conforme a la metodología de selección establecida.	SI	
Nota 1: Lo anterior teniendo en cuenta los rubros cofinanciables establecidos en el Manual para la destinación de recursos y presentación de proyectos vigente)					
2	Verificar el cumplimiento de las actividades conforme a los lineamientos establecidos y contribuir a la mejora continua de los procesos, mediante el seguimiento jurídico, técnico y de gestión del proyecto de promoción turística, apoyado por personal especializado.	Informes que evidencien el seguimiento y cumplimiento de las actividades del proyecto, garantizando el control y la ejecución de las acciones de promoción turística en los destinos priorizados.	Realizar el seguimiento al cumplimiento de las actividades del proyecto desde los componentes jurídico, técnico y de gestión, con el fin de garantizar la correcta ejecución y control del proyecto.	SI	
Indicadores de Resultado					
1	Indicador	Alcance del contenido pautado en redes y acciones BTL			
	Unidad de medida	Personas impactadas			
	Meta	Mínimo 15.000.000 de personas impactadas			
	Fuente de información para la medición	Informe de ejecución Central de MedioS			
2	Indicador	Publicaciones realizadas por los periodistas o influenciadores invitados al viaje de familiarización			
	Unidad de medida	Número			
	Meta	Mínimo 80			
	Fuente de información para la medición	Seguimiento al resultado del viaje de familiarización en las redes sociales de los invitados			
3	Indicador	Número de activaciones BTL y acciones logísticas implementadas en el marco de sus fiestas, ferias y eventos			
	Unidad de medida	Número			
	Meta	Mínimo 40			
	Fuente de información para la medición	INFORME TÉCNICO DE EJECUCIÓN			
Actores involucrados (Relacione todos los actores involucrados en la ejecución del proyecto, detallando su posición y aporte)					
Actor	Entidad	Contribución o Gestión			
Nacional	Ministerio de Comercio Industria y Turismo	Lider del proyecto			
Nacional	Fondo Nacional de Turismo FONTUR	Ejecutor del proyecto			
Departamental	Departamentos	Beneficiarios del proyecto			
Municipal	Municipios	Beneficiarios del proyecto			
(Relacione el número total de beneficiarios del proyecto y caracterícelos a continuación)					
Actor	Cantidad	¿Cómo se benefician?	¿Cuál?		
Prestadores de servicios turísticos	112.582	Con la realización de las actividades de este proyecto estratégico para el país se busca que el turismo se consolide como una motor de desarrollo económico y social para toda la cadena de valor.	Oferta turística y cadena de valor ampliada al turismo de Colombia		
Otro					
Marque con una X, si el proyecto incluye los siguientes enfoques diferenciales e indique la cantidad de beneficiarios si aplica:					

 	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Turismo Fondo Nacional de Turismo - FONTUR	Código: FDMI-01 (F-GIN-01)
		Versión: 16
		Vigencia: 7 de diciembre de 2023

	Inclusión de enfoque	Cantidad
De género	X	
Discapacidad	X	
Étnico	X	
Población Víctima de Conflicto Armado	X	
Campesinado	X	
Jóvenes	X	

 FONTUR COLOMBIA CO		FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Turismo Fondo Nacional de Turismo - FONTUR				Código: FDMI-01 (F-GIN-01) Versión:16 Vigencia: 7 de diciembre de 2023			
Versión ficha:	1			Fecha formulación:	19/01/2026				
Código del proyecto:	AD1-FNTP-2025-265			Plazo: (en meses)	11 meses				
Nombre del proyecto:	Promoción de Colombia en el marco sus ferias, fiestas y eventos nacionales			Valor Total:	\$	3.000.000.000	100%		
Proponente:	Ministerio de Comercio Industria y Turismo			Cofinanciación Fondo Nacional de Turismo:	\$	3.000.000.000	100%		
Nombre Profesional(es) Formulator FONTUR:	Daniela Suárez Patiño			Contrapartida Proponente:	\$	-	0%		
				Otros aportantes:	\$	-	0%		
Ubicación Geográfica (Indique todos los departamentos y municipios que participan en el proyecto, relacionando el valor que se asigna a cada uno de la cofinanciación solicitada a FONTUR, utilice dos decimales)									
Departamento	Nacional	Municipio	Nacional	Plan de Desarrollo Departamental y estrategia que impacta	Colombia, Potencia Mundial de la Vida	Plan de Desarrollo Municipal y estrategia que impacta	Turismo en Armonía con la Vida	Cofinanciación FONTUR	\$ 3.000.000.000,00

