FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROGRAMAS Y PROYECTOS
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Viceministerio de Turismo
Fondo Nacional de Turismo - FONTUR

Código: F-DMI-002 Versión:02 Vigencia: 24 de junio de 2026

Instrucciones

Si usted desea realizar una propuesta de programa o proyecto a ser cofinanciado con recursos del P.A. FONTUR debe llenar este documento, incluyendo las hojas:

1. Información
2. Contexto
3. Identificación problema
4. Cadena de valor
5. Resultados e impactos
6. Presupuesto ("6. Presupuesto - Proyecto" para proyectos y "6. Presupuesto - Programa" para programas)
7. Ubicación
8. Checklist requerimientos

Únicamente debe diligenciar las celdas en color gris claro, como la celda inferior. El resto de celdas estarán bloqueadas.

Ejemplo de celda editable por el proponente en color gris claro

La siguiente tabla presenta un resumen de la información registrada en las demás pestañas, y no debe ser editada directamente:

Nombre del proyecto	Desarrollo de la agenda académica en el marco del III Congreso de Turismo de Experiencias y Expo- Experiencias, en Montería
Código del Proyecto	FNTP-2026-133
Versión Ficha	V01
Razón social de proponente (o de su representante principal)	FEDERACIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES EMPRESARIOS-FENALCO
Fecha de Inicio	15/10/2026
Fecha de Finalización	10/01/2027
Duración del proyecto (Días)	87
Duración del proyecto (Meses)	2,90
Valor Total del Proyecto	$ 808.868.485
Cofinanciación FONTUR	$ 647.031.640
Valor contrapartida	$ 161.836.845
Otros aportes	$ 0

Datos del proponente

Tipo de proponente:
Gremio_turistico_o_integrado_por_minimo_10_aportantes_de_la_contribución_parafiscal

Si es entidad territorial, indicar el tipo:
No_es_entidad_territorial

Razón social:
FEDERACION NACIONAL DE COMERCIANTES EMPRESARIOS-FENALCO

NIT:
860013488-7

Dirección:
CRA. 4 No. 19 - 85 PISO 7

Departamento:
Bogotá_D.C.

Ciudad / Municipio:
Bogotá, D.C.

Clasificación del municipio CGN
Sólo aplica para proponentes que sean municipios

Nombre Representante Legal
JAIME ALBERTO CABAL SANCLEMENTE

Tipo de Identificación
CEDULA

Número de identificación
14879669

Ocupación
REPRESENTANTE LEGAL

Teléfono / Celular
3 500 600

Correo electrónico
jaimecabal@fenalco.com.co

Otras clasificaciones o excepciones
De acuerdo con las secciones 3.2.3 y 3.2.4 del Manual, identifique si le aplica alguna de las siguientes clasificaciones o excepciones para efectos de la definición de la cofinanciación máxima

No aplica

Responsable del proyecto

Nombre*
THELMA LEONOR GOMEZ

Tipo de identificación*
CEDULA

Número de identificación*
45516915

Cargo*
DIRECTORA TURISMO, CASA FENALCO Y ASUNTOS PROTOCOLARIOS.

Teléfono / Celular*
300 8390260

Correo electrónico*
thelmagomez@fenalco.com.co

Otros datos del proponente

En el caso de aportantes de contribución parafiscal, diligenciar la siguiente tabla:

No.	Razón social	NIT
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

Contexto de la intervención

Tipo de intervención

Proyecto_o_multiproyecto

Nombre del programa o proyecto

Desarrollo de la agenda académica en el marco del III Congreso de Turismo de Experiencias y Expo- Experiencias, en Montería

En el caso de ser un programa, ¿El programa se ejecutará mediante una o más convocatorias?

De aplicar una convocatoria, tenga en cuenta que debe anexar los documentos, bases y soportes de la convocatoria en la sección de "8. Anexos"

No aplica

A continuación debe seleccionar la línea estratégica, categoría y tipo de proyecto. En la pestaña "Consulta_Proponentes" al final de este archivo, podrá consultar una tabla con los tipos de proyecto que pueden ser presentados por cada proponente habilitado

Nota: La celdas inferiores funcionan correctamente una vez ha seleccionado un tipo de proponente en la hoja de "1. Información, celda C11

	Línea estratégica	Categoría de proyecto	Tipo de proyecto
1	Línea_1_Mejoramiento_de_la_Competitividad_Turística	Categoría_1.3_Fortalecimiento_de_capacidades_humanas	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo

<<<<<Si requiere añadir más tipos de proyecto, hacer click en el signo "+" a la izquierda

Contribución a la Política Pública

Objetivo de Desarrollo Sostenible

8. Trabajo decente y crecimiento económico

Plan Nacional de Desarrollo

Plan Nacional de Desarrollo	Transformación del PND	Catalizador de la Transformación PND
2022 -2026: Colombia, potencia mundial de la vida	Transformación_productiva_internalización_y_acción_climática	4. Economía productiva a través de la reindustrialización y la bioeconomía

Plan Sectorial de Turismo

Plan Sectorial de Turismo	Eje Estratégico	Indicador del Eje
2022 - 2026: Turismo en armonía con la vida	Turismo_dinamizador_de_la_economía_para_la_vida_y_la_justicia_social	2. Número de actores de la cadena de valor del turismo fortalecidos

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)

El III Congreso de Turismo de Experiencias y Expo Experiencias, que se realizará en Montería, Córdoba, constituye una estrategia de fortalecimiento empresarial orientada a incrementar la competitividad del turismo de experiencias mediante la formación especializada, la innovación, la transformación digital, la articulación entre actores del sector y la promoción de la oferta turística regional. El proyecto busca generar capacidades en los prestadores de servicios turísticos para que diseñen, estructuren, promocionen y comercialicen experiencias auténticas, sostenibles y diferenciadas, respondiendo a las nuevas tendencias del mercado turístico nacional e internacional.

Esta iniciativa da continuidad a un proceso de fortalecimiento que Fenalco ha venido consolidando a través de las dos versiones anteriores del Congreso, desarrolladas en Santa Marta y Valledupar, las cuales demostraron la efectividad de un modelo de intervención basado en la transferencia de conocimiento, la innovación y el acompañamiento práctico a los empresarios del sector. En estas versiones se convocaron más de 3.300 prestadores de servicios turísticos, se registraron 1.248 inscritos, participaron 885 asistentes y se fortalecieron 41 empresarios mediante procesos especializados de diseño de experiencias turísticas. Adicionalmente, 60 prestadores fueron certificados en la metodología SmartFilms, fortaleciendo sus capacidades para la creación de contenidos audiovisuales y la promoción digital de sus negocios turísticos.

Los resultados obtenidos evidencian que el Congreso se ha consolidado como un espacio de articulación entre el sector público, el sector privado, la academia, las comunidades y los actores de la cadena de valor del turismo, facilitando la generación de alianzas, el intercambio de buenas prácticas y la adopción de metodologías innovadoras para el desarrollo de productos turísticos con mayor valor agregado.

El proyecto responde de manera directa a los objetivos del Plan de Desarrollo Departamental 2024–2027 "Córdoba lo tiene todo para estar a otro nivel", particularmente al componente catalizador B.3 Turismo, orientado a fortalecer la competitividad del destino, diversificar la oferta turística, impulsar la promoción del territorio y mejorar las capacidades de los prestadores de servicios turísticos. Asimismo, contribuye al posicionamiento de Montería como ciudad sede de eventos y plataforma de articulación regional para el desarrollo del turismo de experiencias.

Córdoba reúne condiciones excepcionales para consolidarse como uno de los destinos emergentes más importantes del país gracias a su riqueza natural, cultural y productiva. Su oferta integra turismo de naturaleza, ecoturismo, turismo rural y comunitario, turismo gastronómico, turismo fluvial, patrimonio cultural y experiencias asociadas a la identidad sabanera y sinuana, permitiendo desarrollar productos turísticos diferenciados y altamente competitivos. Esta diversidad se complementa con las particularidades de sus subregiones, que enriquecen la oferta del departamento mediante experiencias vinculadas a la biodiversidad, las tradiciones culturales, la gastronomía y el patrimonio ribereño.

En este contexto, Montería desempeña un papel estratégico como principal nodo turístico, económico y empresarial del departamento, concentrando la mayor capacidad instalada en infraestructura hotelera, conectividad aérea y terrestre, oferta gastronómica y servicios para la realización de eventos y congresos. Su ubicación y capacidad de articulación regional la convierten en el escenario idóneo para desarrollar un evento de alcance nacional que fortalezca las capacidades del sector, promueva la innovación y contribuya al posicionamiento de Córdoba como un destino líder en turismo de experiencias.

Finalmente, el III Congreso de Turismo de Experiencias y Expo Experiencias trasciende la realización de un evento académico. Se constituye en una plataforma para la transferencia de conocimiento, la generación de redes de colaboración, la apropiación de herramientas de innovación y promoción digital, y la construcción de capacidades que permanecerán en el territorio, contribuyendo al fortalecimiento empresarial, al desarrollo económico regional y al posicionamiento sostenible del

Problema central

Campo obligatorio

Limitadas capacidades técnicas, digitales y comerciales de los actores de la cadena de valor del turismo del departamento de Córdoba para diseñar y comercializar experiencias turísticas diferenciadas.

Descripción de la situación existente respecto al problema

Campo obligatorio

Describa 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

El departamento de Córdoba cuenta con una oferta turística asociada a sus recursos naturales, culturales, gastronómicos y productivos; sin embargo, persisten retos para transformar este potencial en productos y experiencias turísticas competitivas, diferenciadas y con mayor capacidad de comercialización.

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Departamental 2024-2027 "Córdoba lo tiene todo para estar a otro nivel", el turismo hace parte de las apuestas de competitividad del departamento, junto con acciones orientadas al fortalecimiento de capacidades, la innovación, la formación de emprendedores y la transformación digital.

Los resultados del Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia –ICTRC– constituyen otro referente para caracterizar esta situación. En la medición 2024, Córdoba obtuvo un puntaje de 4,16, evidenciando la necesidad de continuar fortaleciendo diferentes dimensiones de la competitividad turística. En particular, los resultados muestran oportunidades de mejora relacionadas con la estrategia de mercadeo, el componente empresarial y el desarrollo de capacidades para la consolidación de una oferta turística con mayor valor agregado.

Esta situación se relaciona con las dificultades que enfrentan algunos prestadores de servicios turísticos para estructurar experiencias diferenciadas, generar contenidos audiovisuales, utilizar herramientas digitales para la promoción y comercialización, identificar nuevos mercados y establecer alianzas con otros actores de la cadena de valor.

Montería concentra una parte importante de la infraestructura turística, empresarial, hotelera, gastronómica y de conectividad del departamento, por lo que constituye un nodo estratégico para desarrollar procesos de formación y articulación que beneficien a prestadores de diferentes municipios de Córdoba.

En este contexto, el III Congreso de Turismo de Experiencias y Expo-Experiencias se plantea como una estrategia de formación y fortalecimiento de capacidades que permitirá transferir conocimientos en innovación, diseño de experiencias, promoción digital y comercialización, complementada con un taller especializado en creación de contenidos audiovisuales.

Causas que generan el problema

Relacione la causa directa del problema central identificado. Recuerde que las causas identificadas se convertirán en los objetivos específicos de cada uno de los tipos de proyecto.

	Causas directas:		Causas indirectas
1.	Limitadas capacidades técnicas, digitales y comerciales de los prestadores de servicios turísticos para desarrollar y promocionar productos turísticos competitivos.	1.1	Baja formación en innovación y transformación digital aplicada al turismo.
		1.2	Escaso uso de herramientas audiovisuales y redes sociales para promoción turística.
		1.3	Débil articulación entre actores del ecosistema turístico regional.
		1.4	Baja diferenciación y estructuración de productos de turismo de experiencias.
		1.5	Limitado acceso a espacios de formación, networking y fortalecimiento empresarial.

	Causas directas:		Causas indirectas
2.	Insuficientes espacios y mecanismos para la promoción, visibilización y conexión comercial de la oferta de turismo de experiencias de Córdoba.	2.1	Escasos espacios para la exhibición y promoción de las experiencias turísticas del departamento.
		2.2	Baja conexión entre prestadores de servicios turísticos y potenciales visitantes, compradores y aliados comerciales.
		2.3	Insuficientes escenarios de encuentro y articulación entre los actores de la cadena de valor turística.
		2.4	Limitada visibilización de experiencias turísticas diferenciadas y de los atractivos de los territorios.
		2.5	Pocas oportunidades para generar alianzas comerciales y promocionales alrededor de la oferta turística departamental.

Efectos generados por el problema

Relacione los efectos directos e indirectos

	Efectos directos:		Efectos indirectos
1.	Bajo desempeño comercial y limitado posicionamiento de los prestadores de servicios turísticos de Córdoba.	**1.1**	Menor generación de ingresos para comunidades turísticas.
		1.2	Disminución del flujo turístico regional.
		1.3	Incremento de la informalidad empresarial.
		1.4	Baja atracción de inversión turística.
		1.5	Reducción de oportunidades de crecimiento económico y sostenibilidad

	Efectos directos:		Efectos indirectos
2.	Baja visibilidad y posicionamiento de Córdoba como destino de turismo de experiencias.	**2.1**	Bajo reconocimiento de las experiencias turísticas del departamento en los mercados potenciales.
		2.2	Menor atracción de visitantes hacia destinos y experiencias emergentes del departamento.
		2.3	Limitada diversificación de la oferta turística comercializada en Córdoba.
		2.4	Menor generación de oportunidades de articulación y negocios entre actores de la cadena turística.
		2.5	Reducción de las oportunidades de crecimiento y consolidación del turismo de experiencias en el departamento.

Actores involucrados

Relacione a las entidades que contribuyen o que realizan alguna gestión necesaria para la ejecución del proyecto

Actor	Entidad	Explicar contribución o gestión de la entidad
Nacional	FEDERACION NACIONAL DE COMERCIANTES EMPRESARIOS-FENALCO	APORTE DE CONTRAPARTIDA EN EFECTIVO
Nacional	FONTUR	APORTE DE COFINANCIACIÓN EN EFECTIVO

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

Fortalecer las capacidades técnicas, digitales y comerciales de los actores de la cadena de valor del turismo del departamento de Córdoba para el diseño y comercialización de experiencias turísticas diferenciadas.

1 Tipo de proyecto No.1

Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo

Beneficiarios

Relacione los beneficiarios de este tipo de este tipo de proyecto. ünicamente escriba en las celdas en gris
Tener en cuenta que en el caso de Prestadores de Servicios Turísticos tiene la opción de reportarlos de forma agregada (PST) o reportarlos de forma específica según las categorías de predefinidas (ej: Hospedajes, agencias de viaje etc). Como mínimo debe relacionar los siguientes beneficiarios:

Como mínimo se deben relacionar los actores a capacitar en el marco del proyecto

ID	Tipo de beneficiario	Momento en que se benefician	Cantidad Estimada	¿Durante cuánto tiempo se benefician? Ej: 10 meses, 3 días		Beneficiarios estimados	Observaciones adicionales	Fuente de información
				Cantidad	Unidad			
I)	Prestadores de servicios turísticos (PST)	Durante la ejecución del proyecto	60	1	día(s)	60 prestadores de servicios turísticos (pst) únicos beneficiados en el transcurso de 1 día(s) durante la ejecución del proyecto	PST vinculados a la expriencia Smart Films	Información suministrada por FENALCO, listas de asistencia, evidencia audiovisual,
II)	Prestadores de servicios turísticos (PST)	Durante la ejecución del proyecto	250	2	día(s)	250 prestadores de servicios turísticos (pst) únicos beneficiados en el transcurso de 2 día(s) durante la ejecución del proyecto	PST asistentes al evento	Información suministrada por FENALCO, informe de
III)								
IV)								

Resultado esperado

Los resultados indican el cambio en las condiciones de bienestar, cambios en la percepción o generación de conocimiento en los beneficiarios debido a la ejecución del proyecto. Se recomienda incluir sólo un resultado esperado. Tenga en cuenta que las celdas de resultados y productos sólo funcionan correctamente una vez haya incluido un tipo de proponente, y tipo de proyecto en las pestañas anteriores.

ID	Resultado esperado	Si seleccionó "Otro", indique el nombre del resultado esperado personalizado	Descripción del resultado esperado	Unidad de medida Ej: Número, Porcentaje etc	Meta al finalizar el proyecto
1.1	Participantes: total de personas que han asistido a las actividades de formación y capacitación		Número de participantes que asisten al taller de formación y capacitación	Número	60
1.2	Porcentaje de personas certificadas con las competencias entregadas, respecto al total de participantes en la formación.		Prestadores de servicios turísticos que desarrollen un spot publicitario (pieza audiovisual de mínimo 30 segundos, grabada con celular, con contenido alineado al turismo de experiencias).	Porcentaje	100
1.3	Percepción de los asistentes, en una escala de 1 a 5, respecto a la calidad de la sesiones realizadas		Percepción de la calidad y pertinencia del componente académico del III Congreso de Turismo de Experiencias y Expo-Experiencias y del taller SmartFilms	Número	4

Objetivos específicos, productos esperados y actividades

Debe relacionar al menos un objetivo específico. Cada objetivo específico debe contar con al menos un producto, y cada producto debe tener al menos una actividad.

1.1 **Objetivo específico No. 1.1**

(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 causa del problema central). Recuerde que cada objetivo debe responder a una de las causas establecidas en la identificación del problema.

Fortalecer las capacidades técnicas y digitales de los actores de la cadena de valor del turismo del departamento de Córdoba, con énfasis en Montería, para mejorar la creación y promoción de contenidos asociados al turismo de experiencias.

1.1.1 **Producto esperado No. 1.1.1**

Elija un producto esperado sugerido. Si ninguno de los otros aplica, coloque "Otro"

Producto esperado	Si seleccionó "Otro", indique el nombre del producto esperado personalizado	Descripción del producto esperado	Unidad de medida (Ej: Número, Porcentaje etc)	Meta al finalizar el proyecto
Sesiones de formación, entrenamiento, capacitación o sensibilización realizadas		Taller de competencias digitales para la visibilización del turismo de experiencias, mediante el uso de herramientas audiovisuales digitales.	Número	1

Relacione las actividades que realizará para lograr el producto esperado

	Actividades a ejecutar	**Fechas estimadas**		**¿Dónde se desarrolla la actividad?**	
No.	Actividad **Nota: Relacione las actividades en el orden cronológico en que se van a desarrollar**	Fecha inicio (DD/MM/AAAA)	Fecha fin (DD/MM/AAAA)	Departamento **Nota: Si no es una actividad o evento a desarrollar presencialmente en los territorios, colocar "No aplica" o "Virtual"**	Municipio
1.1.1.1	Coordinación integral de las acciones necesarias para el desarrollo del taller en herramientas digitales, asegurando condiciones óptimas para el aprendizaje y la participación activa de los prestadores turísticos.	10/11/2026	10/01/2027	Córdoba	Montería
1.1.1.2					
1.1.1.3					
1.1.1.4					
1.1.1.5					
1.1.1.6					
1.1.1.7					
1.1.1.8					
1.1.1.9					
1.1.1.10					
1.1.1.11					
1.1.1.12					
1.1.1.13					
1.1.1.14					
1.1.1.15					

<<<<<Si requiere añadir más productos esperados, con sus respectivas actividades, hacer click en el signo "+" a la izquierda

<<<<<Si requiere añadir otro objetivo específico, con más productos y actividades, haga click en el signo "+" a la izquierda

1.2 **Objetivo específico No. 1.2**

(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 causa del problema central). Recuerde que cada objetivo debe responder a una de las causas establecidas en la identificación del problema.

Fortalecer los conocimientos y capacidades de los prestadores de servicios turísticos de Córdoba en innovación, diseño, promoción y comercialización de experiencias turísticas, mediante espacios de formación, intercambio de conocimiento y articulación entre actores del sector.

1.2.1 **Producto esperado No. 1.2.1**

Elija un producto esperado sugerido. Si ninguno de los otros aplica, coloque "Otro"

Producto esperado	Si seleccionó "Otro", indique el nombre del producto esperado personalizado	Descripción del producto esperado	Unidad de medida (Ej: Número, Porcentaje etc)	Meta al finalizar el proyecto
Sesiones de formación, entrenamiento, capacitación o sensibilización realizadas		Desarrollo del III Congreso de Turismo de Experiencias y Expo-Experiencias, contribuyendo al posicionamiento y desarrollo sostenible de la oferta turística del territorio	Número	1

Relacione las actividades que realizará para lograr el producto esperado

Actividades a ejecutar **Fechas estimadas** **¿Dónde se desarrolla la actividad?**

No.	Actividad **Nota: Relacione las actividades en el orden cronológico en que se van a desarrollar**	Fecha inicio (DD/MM/AAAA)	Fecha fin (DD/MM/AAAA)	Departamento **Nota: Si no es una actividad o evento a desarrollar presencialmente en los territorios, colocar "No aplica" o "Virtual"**	Municipio
1.2.1.1	Diseñar los elementos gráficos, coordinar las acciones de comunicación y ejecutar la estrategia de convocatoria para garantizar la participación efectiva	15/10/2026	15/12/2026	Córdoba	Montería
1.2.1.2	Desarrollo de actividades logísticas requeridas para la ejecución del congreso.	19/11/2026	20/11/2026	Córdoba	Montería
1.2.1.3	Desarrollar la agenda académica del congreso.	19/10/2026	20/11/2026	Córdoba	Montería
1.2.1.4					
1.2.1.5					
1.2.1.6					
1.2.1.7					
1.2.1.8					
1.2.1.9					
1.2.1.10					
1.2.1.11					
1.2.1.12					
1.2.1.13					
1.2.1.14					
1.2.1.15					

1.2.2

Producto esperado No. 1.2.2

Elija un producto esperado sugerido. Si ninguno de los otros aplica, coloque "Otro"

Producto esperado	Si seleccionó "Otro", indique el nombre del producto esperado	Descripción del producto esperado	Unidad de medida	Meta al finalizar el

Relacione las actividades que realizará para lograr el producto esperado

Actividades a ejecutar **Fechas estimadas** **¿Dónde se desarrolla la actividad?**

No.	Actividad **Nota: Relacione las actividades en el orden cronológico en que se van a desarrollar**	Fecha inicio (DD/MM/AAAA)	Fecha fin (DD/MM/AAAA)	Departamento **Nota: Si no es una actividad o evento a desarrollar presencialmente en los territorios, colocar "No aplica" o "Virtual"**	Municipio
1.2.2.1					
1.2.2.2					
1.2.2.3					
1.2.2.4					
1.2.2.5					
1.2.2.6					
1.2.2.7					
1.2.2.8					
1.2.2.9					
1.2.2.10					
1.2.2.11					
1.2.2.12					
1.2.2.13					
1.2.2.14					
1.2.2.15					

Sí únicamente ingresó un tipo de proyecto, puede continuar a la siguiente sección. De lo contrario, si ingresó más de un tipo de proyecto (multiproyecto), a continuación podrá habilitar las celdas necesarias para diligenciar la información de beneficiarios, resultados, productos y actividades de cada tipo de proyecto, según aplique.

2	Tipo de proyecto No.2
	No aplica. No es necesario ingresar más información

No es necesario ingresar más información

3	Tipo de proyecto No.3
	No aplica. No es necesario ingresar más información

No es necesario ingresar más información

1 **Tipo de proyecto No.1**

Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo

Indicadores de producto

Complete aquellas celdas vacías o en las que se indique completar. Únicamente debe escribir en celdas de color gris

	Producto esperado	Unidad de medida	Descripción	Fórmula	Línea Base	Meta al finalizar el proyecto	Frecuencia de medición	Fuente de información
1.1.1	Sesiones de formación, entrenamiento, capacitación o sensibilización realizadas	Número	Taller de competencias digitales para la visibilización del turismo de experiencias, mediante el uso de herramientas audiovisuales digitales.	Sumatoria de sesiones de formación, entrenamiento, capacitación o sensibilización realizadas	0	1	Una sola vez, al finalizar el proyecto en el informe de ejecución final	Información suministrada por FENALCO, informe de cierre del proyecto - listas de asistencia□
1.1.2	No registra							
1.2.1	Sesiones de formación, entrenamiento, capacitación o sensibilización	Número	Desarrollo del III Congreso de Turismo de Experiencias y Expo-Experiencias,	Sumatoria de sesiones de formación, entrenamiento, capacitación o	0	1	Una sola vez, al finalizar el proyecto en el informe de ejecución final	Información suministrada por FENALCO, informe de cierre del proyecto.
1.2.2	No registra							

Indicadores de resultado

Complete aquellas celdas vacías o en las que se indique completar. Únicamente debe escribir en celdas de color gris

	Resultado esperado	Unidad de medida	Descripción	Fórmula	Línea Base	Meta al finalizar el proyecto	Frecuencia de medición	Fuente de información
1.1	Participantes: total de personas que han asistido a las actividades de formación y capacitación	Número	Número de participantes que asisten al taller de formación y capacitación	Sumatoria del puntaje otorgado por los asistentes/ Número total de asistentes	0	60	Una sola vez, al finalizar el proyecto en el informe de ejecución final	Información suministrada por FENALCO, informe de cierre del proyecto , encuestas y listas de asistencia
1.2	Porcentaje de personas certificadas con las competencias entregadas, respecto al total de participantes en la formación.	Porcentaje	Prestadores de servicios turísticos que desarrollen un spot publicitario (pieza audiovisual de mínimo 30 segundos, grabada con celular, con contenido alineado al turismo de experiencias).	(Sumatoria de personas certificadas en las competencias / Sumatoria del total de participantes en la formación) x 100	0	100	Una sola vez, al finalizar el proyecto en el informe de ejecución final	Información suministrada por FENALCO, informe de cierre del proyecto, listas de asistencia y certificados
1.3	Percepción de los asistentes, en una escala de 1 a 5, respecto a la calidad de la sesiones realizadas	Número	Percepción de la calidad y pertinencia del componente académico del III Congreso de Turismo de Experiencias y Expo-Experiencias y del taller SmartFilms	Sumatoria de los puntajes únicos de calificación registrados por parte de cada asistente / Sumatoria del total de representantes únicos de asistentes participaron en la capacitación	0	4	Una sola vez, al finalizar el proyecto en el informe de ejecución final	Información suministrada por FENALCO, informe de cierre del proyecto, tabulación encuestas de satisfacción

Empleos estimados

Relacione los empleos que estima, se puedan generar con la implementación del tipo de proyecto. Debe relacionar al menos uno para el tipo de proyecto.
Nota: ¿Qué es un empleo único?: Cada empleo representa a una persona única, que no se repite en el periodo de tiempo reportado. Ejemplo: Si son 40 personas contratadas en 2 meses. No son los mismos 20 en el mes 1 y 20 en el mes 2, son 40 distintos en esos dos meses

ID	Tipo de empleo	Cantidad Estimada	¿Durante cuánto tiempo se generan los empleos? Ej: 10 meses, 3 días		Empleos estimados	Observaciones adicionales	Fuente de información
			Cantidad	Unidad			
I)	Personas contratadas directamente durante la ejecución del proyecto	7	56	día(s)	7 empleos únicos durante un periodo de 56 día(s)		Información suministrada por FENALCO, evidencias
II)	Personas contratadas por terceros durante la ejecución del proyecto, como resultado indirecto de las actividades del proyecto	15	2	día(s)	15 empleos únicos durante un periodo de 2 día(s)		Información suministrada por FENALCO, evidencias

III)	Personas contratadas por terceros durante la ejecución del proyecto, como resultado indirecto de las actividades del proyecto	28	2	día(s)	28 empleos únicos durante un periodo de 2 día(s)		Información suministrada por FENALCO, evidencias
IV)							

Enfoques

Entre los beneficiario relacionados, indique si el proyecto se planea especialmente para población con las siguientes características, relacionando la cantidad. Si el enfoque no es relevante para el proyecto, no diligenciar las celdas

Nota: Tiene que haber relacionado al menos un tipo de beneficiario en la sección "4. Cadena de Valor" para que le aparezcan opciones en los desplegables

I) Enfoque de género

¿A qué tipo de beneficiario le aplica?	Cantidad			
	Mujeres	Hombres	Otro	Total
				0
				0
				0
				0

II) Enfoque de edad

¿A qué tipo de beneficiario le aplica?	Cantidad					
	Adulto Mayor (>60)	Adulto (28 - 60)	Jóven (18-28)	Adoles. (12-18)	Niño (<12)	Total
						0
						0
						0
						0

III) Enfoque de etnia

¿A qué tipo de beneficiario le aplica?	Cantidad					
	Indígena	Rom	Raizal *(Archipiélago de San Andrés)*	Palenquero *de San Basilio*	Negro, mulato o afrocol.	Total
						0
						0
						0
						0

IV) Enfoque población víctima del conflicto armado

¿A qué tipo de beneficiario le aplica?	Cantidad

V) Enfoque campesinado

¿A qué tipo de beneficiario le aplica?	Cantidad

VI) Enfoque población con discapacidad

¿A qué tipo de beneficiario le aplica?	Cantidad						
	Discapacidad física	Discapacidad sensorial visual	Discapacidad sensorial auditiva	Discapacidad intelectual	Discapacidad múltiple	Discapacidad sistémica	Total
							0
							0
							0
							0

Sostenibilidad

Relacione cuáles criterios de sostenibilidad está incorporando y cómo los está incorporando

	Criterio de Sostenibilidad	¿Cómo lo está incorporando?	¿Cuáles son los efectos esperados a corto, mediano y largo plazo?	Relacione al menos una actividad en la cual incorpora el criterio Nota: Tiene que haber relacionado al menos una actividad para este tipo de proyecto en la sección "4. Cadena de Valor", para que le aparezca alguna opción en la lista desplegable inferior
I)	Económica: Uso eficiente de los recursos en el tiempo y además propendiendo que los impactos del proyecto sean duraderos	El proyecto incorpora estrategias para fortalecer las capacidades técnicas y digitales de los prestadores de servicios turísticos de Córdoba, Montería, para mejorar la promoción, visibilidad y competitividad del destino turístico, mediante el desarrollo del taller Smartfilms enfocado en la creación de contenidos y herramientas audiovisuales digitales, garantizando un uso eficiente de los recursos y la transferencia de conocimientos que favorezca la sostenibilidad y permanencia de los impactos del proyecto en el tiempo	*A corto plazo: Mayor apropiación y uso de herramientas digitales para la promoción de productos y servicios turísticos. *A mediano plazo: Mayor alcance e interacción con potenciales visitantes a través de canales digitales y redes sociales. * A largo plazo: Creación de un banco de contenidos audiovisuales que contribuya de manera permanente a la promoción del destino y sus atractivos.	Desarrollo del Taller de Smartfilms "Creatividad en acción, turismo de experiencias: Tu startup, en 30 segundos." 6 horas
II)	Social: Beneficio de comunidades locales	El proyecto incorpora estregias para fortalecer competencias en competitividad, innovación, promoción digital y comercialización del turismo de experiencias mediante la participación en el III Congreso de Turismo de Experiencias y Expo-Experiencias, contribuyendo al posicionamiento y desarrollo sostenible de la oferta turística del territorio, así como a la generación de beneficios para las comunidades locales mediante la promoción de experiencias auténticas, el fortalecimiento de los emprendimientos turísticos y la dinamización de la economía regional.	*A corto plazo: Incremento de los conocimientos y capacidades de los prestadores de servicios turísticos en temas de competitividad, innovación, promoción digital y comercialización del turismo de experiencias *A mediano plazo: Aumento de la participación de comunidades locales en la cadena de valor turística *A largo plazo: Fortalecimiento del tejido empresarial turístico y mejora de la competitividad regional	Desarrollar la agenda académica del congreso.

Sí únicamente ingresó un tipo de proyecto, puede continuar a la siguiente sección. De lo contrario, si ingresó más de un tipo de proyecto (multiproyecto), a continuación podrá habilitar las celdas necesarias para diligenciar la información de beneficiarios, resultados, productos y actividades de cada tipo de proyecto, según aplique.

2	Tipo de proyecto No.2
	No aplica. No es necesario ingresar más información

No es necesario ingresar más información

3	Tipo de proyecto No.3
	No aplica. No es necesario ingresar más información

No es necesario ingresar más información

4	Tipo de proyecto No. 4
	No aplica. No es necesario ingresar más información

No es necesario ingresar más información

5	Tipo de proyecto No. 5
	No aplica. No es necesario ingresar más información

No es necesario ingresar más información

6	Tipo de proyecto No. 6
	No aplica. No es necesario ingresar más información

No es necesario ingresar más información

Presupuesto del proyecto

Nota: Los rubros disponibles apareceran sólo si se encuentran habilitados para el tipo de proponente y tipo de proyecto de acuerdo con el Manual de Destinación de Recursos y Presentación de Programas y Proyectos. En la pestaña "Consulta_Rubros" de este documento, podra consultar todos los rubros habilitados en el Manual para cada tipo de proyecto

Nota: Previo a diligenciar esta sección, debe llenar al menos las secciones de "1. Información". "2. Contexto" y "4. Cadena de Valor". De lo contrario. no le aparecerán opciones en los desplegables

COD	ID Fila	Tipo de proyecto	Actividad	Origen de recursos	Clase de rubro	Rubro	Item	Detalle del ítem (Campo opcional, en caso de requerirse)	Fecha estimada de inicio contratación rubro (DD/MM/AAAA)	Fecha estimada fin de contratación rubro (DD/MM/AAAA)	Unidad	Cantidad de Días	Total Unidades	Precio Unidad	Valor total	Cofinanciación Solicitada (Fontur)	Contrapartida (proponente, efectivo)	Otros aportantes
Proy1	1	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Coordinación integral de las acciones necesarias para el desarrollo del taller en herramientas digitales, asegurando	Cofinanciación FONTUR	Personal	Capacitador	Capacitador	Desarrollo del Taller de Smartfilms "Creatividad en acción, turismo de experiencias: Tu startup, en 30 segundos." 6 horas	15/11/2026	10/01/2027	Honorarios	56	1	$ 81.396.000,00	$ 81.396.000,00	$ 81.396.000,00		
Proy1	2	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Coordinación integral de las acciones necesarias para el desarrollo del taller en herramientas digitales, asegurando	Contrapartida Proponente	Material	Producción_limitada_de_material_	Otro	Certificado de los participantes que se beneficirán del contenido académico del taller para hasta 60 certificados	18/11/2026	10/01/2027	Certificados	53	60	$ 53.000,00	$ 3.180.000,00		$ 3.180.000,00	
Proy1	3	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Coordinación integral de las acciones necesarias para el desarrollo del taller en herramientas digitales, asegurando	Cofinanciación FONTUR	Eventos	Alimentación	Refrigerio	Suministro de refrigerios AM para hasta 60 participantes del taller de Smartfilms durante medio día de capacitación,	18/11/2026	18/11/2026	Refrigerios		60	$ 9.000,00	$ 540.000,00	$ 540.000,00		
Proy1	4	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Coordinación integral de las acciones necesarias para el desarrollo del taller en herramientas digitales, asegurando	Cofinanciación FONTUR	Eventos	Alquiler_de_espacios	Salón	Alquiler de salón con capacidad para hasta 60 participantes en sillas multiple.	18/11/2026	18/11/2026	Salón		1	$ 1.108.000,00	$ 1.108.000,00	$ 1.108.000,00		
Proy1	5	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Coordinación integral de las acciones necesarias para el desarrollo del taller en herramientas digitales, asegurando	Cofinanciación FONTUR	Eventos	Alimentación	Estación de café	Estacion de Agua y Café para hasta 60 participantes	18/11/2026	18/11/2026	Estación de café		60	$ 2.500,00	$ 150.000,00	$ 150.000,00		
Proy1	6	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Diseñar los elementos gráficos, coordinar las acciones de comunicación y ejecutar la estrategia	Contrapartida Proponente	Material	Diseño_de_material_técnico	Concepto creativo y diseño de material técnico	Realizar el diseño de la imagen del evento (key visual) para ser utilizada en todas las piezas gráficas.	19/10/2026	20/11/2026	Imagen de evento	32	1	$ 17.625.270,00	$ 17.625.270,00		$ 17.625.270,00	
Proy1	7	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Diseñar los elementos gráficos, coordinar las acciones de comunicación y ejecutar la estrategia	Contrapartida Proponente	Material	Producción_limitada_de_material_	Impresión digital	Suministrar el material de formación (Ficha ecológicas en algodón, libreta de notas ecológicas y esfero metalico reciclado.	19/11/2026	20/11/2026	Material	1	250	$ 42.666,12	$ 10.666.030,00		$ 10.666.030,00	
Proy1	8	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Diseñar los elementos gráficos, coordinar las acciones de comunicación y ejecutar la estrategia	Contrapartida Proponente	Eventos	Papelería	Escarapelas	Suministrar el material de formación (escarapelas a full color) Aneas: Diseño material y logística	19/10/2026	20/11/2026	Material	32	250	$ 3.927,00	$ 981.750,00		$ 981.750,00	
Proy1	9	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Diseñar los elementos gráficos, coordinar las acciones de comunicación y ejecutar la estrategia	Contrapartida Proponente	Eventos	Servicios_digitales	Servicios digitales	Servicios digitales en comunicaciones que se encargue de: *Generar estrategias de difusión en medios digitales. *Coordinar y monitorear las redes sociales y el	19/10/2026	20/11/2026	Servicio	32	1	$ 19.573.755,00	$ 19.573.755,00		$ 19.573.755,00	
Proy1	10	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Diseñar los elementos gráficos, coordinar las acciones de comunicación y ejecutar la estrategia	Contrapartida Proponente	Eventos	Personal	Otro	Personal de convocatoria (Contact Center) y atención a beneficiarios, que se encargue de: *Difundir la estrategia de convocatoria de participantes de	15/10/2026	10/12/2026	Personal	56	6	$ 4.518.410,00	$ 27.110.460,00		$ 27.110.460,00	
Proy1	11	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollo de actividades logísticas requeridas para la ejecución del congreso.	Contrapartida Proponente	Eventos	Personal	Personal de apoyo logístico	Apoyo logístico para el desarrollo de las actividades previas, durante y posterior a la ejecución del Congreso ejecutando actividades directas con proveedores, conferencistas e invitados especiales. (Durante para hasta 3 meses)	15/10/2026	10/01/2027	Personal	87	1	$ 6.777.615,00	$ 6.777.615,00		$ 6.777.615,00	
Proy1	12	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollo de actividades logísticas requeridas para la ejecución del congreso.	Contrapartida Proponente	Eventos	Personal	Personal técnico	Personal especializado con experiencia en ejecución de eventos turísticos para el apoyo en el desarrollo de las siguientes actividades: Para (2) días de trabajo se requieren (5) personas para las siguientes funciones: - Montaje en punto de registro y entrega de elementos informáticos (escarapelas, agenda académica y material de formación) - Direccionamiento de los beneficiarios al auditorio del evento Para (5) días de trabajo se requieren (3) personas para las siguientes funciones: - Apoyar la aplicación, recopilación y cargue de encuestas de satisfacción de los participantes post evento Para (13) días de trabajo se requieren (3) personas para la siguiente función: - Compra y alistamiento de materiales para el punto de registro (computadores, impresoras, kit de formación académica) Para (2) días de trabajo se requieren (2) personas para la siguiente función:	12/11/2026	25/11/2026	Personal	13	1	$ 63.927.765,00	$ 63.927.765,00		$ 63.927.765,00	
Proy1	13	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollo de actividades logísticas requeridas para la ejecución del congreso.	Cofinanciación FONTUR	Eventos	Alquiler_de_espacios	Salón	Alquiler de espacio para hasta 250 personas con sillas	19/11/2026	20/11/2026	Días	1	2	$ 77.500.000,00	$ 155.000.000,00	$ 155.000.000,00		
Proy1	14	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollo de actividades logísticas requeridas para la ejecución del congreso.	Cofinanciación FONTUR	Eventos	Alquiler_de_equipos_técnicos	Ayudas audiovisuales	Pantalla led: 1 Pantalla led p2,9 5x3 central 2 Pantallas laterales 4x3	19/11/2026	20/11/2026	Global	1	2	$ 21.380.000,00	$ 42.760.000,00	$ 42.760.000,00		
Proy1	15	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollo de actividades logísticas requeridas para la ejecución del congreso.	Cofinanciación FONTUR	Eventos	Iluminación_profesional	Iluminación	Estructura e iluminación para escenario: 01 Estructura de 6 mts para from 12 led pars	19/11/2026	20/11/2026	Global	1	2	$ 6.875.000,00	$ 13.750.000,00	$ 13.750.000,00		
Proy1	16	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollo de actividades logísticas requeridas para la ejecución del congreso.	Cofinanciación FONTUR	Eventos	Producción_y_técnica	Técnica	Circuito cerrado de TV: 01 Circuito cerrado de tv a 3 camaras 01 Timon de 55 pulgadas	19/11/2026	20/11/2026	Global	1	2	$ 5.000.000,00	$ 10.000.000,00	$ 10.000.000,00		
Proy1	17	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollo de actividades logísticas requeridas para la ejecución del congreso.	Cofinanciación FONTUR	Eventos	Sonido_profesional	Sonido	Sistema de sonido: 04 Evolve 50 m 01 Consola digital	19/11/2026	20/11/2026	Global	1	2	$ 4.100.000,00	$ 8.200.000,00	$ 8.200.000,00		
Proy1	18	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollo de actividades logísticas requeridas para la ejecución del congreso.	Cofinanciación FONTUR	Eventos	Alquiler_de_mobiliario	Atril	Atril con poster led	19/11/2026	20/11/2026	Global	1	2	$ 425.000,00	$ 850.000,00	$ 850.000,00		
Proy1	19	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollo de actividades logísticas requeridas para la ejecución del congreso.	Cofinanciación FONTUR	Eventos	Alimentación	Estación de café	Estación de café permanente para hasta 250 participantes para el día 1 (día completo) y para el día 2 (medio día): café, agua y galletas	19/11/2026	20/11/2026	Unidad	1	750	$ 10.290,53	$ 7.717.900,00	$ 7.717.900,00		
Proy1	20	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollo de actividades logísticas requeridas para la ejecución del congreso.	Cofinanciación FONTUR	Eventos	Alimentación	Refrigerio	Suministro de refrigerios para los 250 participantes (AM/PM para el día 1 y AM para el día 2)	19/11/2026	20/11/2026	Unidad	1	750	$ 29.083,07	$ 21.812.300,00	$ 21.812.300,00		
Proy1	21	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollar la agenda académica del congreso	Cofinanciación FONTUR	Personal	Conferencista	Conferencista	Honorarios de Conferencistas y/o Expertos - Nacionales y/o Internacionales	19/11/2026	20/11/2026	Global	1	12	$ 13.290.666,67	$ 159.488.000,00	$ 159.488.000,00		
Proy1	22	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollar la agenda académica del congreso	Cofinanciación FONTUR	Gastos_de_viajes	G1._Eventos_Nacionales	Alimentación - Ceras	Suministrar alimentación para hasta 30 Conferencistas y/o Expertos durante 4 días	18/11/2026	21/11/2026	Unidad	3	120	$ 116.727,00	$ 14.007.240,00	$ 14.007.240,00		
Proy1	23	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollar la agenda académica del congreso	Contrapartida Proponente	Gastos_de_viajes	G1._Eventos_Nacionales	Alimentación - Ceras	Excedente del monto máximo financiado por Fontur en el rubro de ceras para hasta 30 Conferencistas y/o Expertos durante 4 dias	18/11/2026	21/11/2026	Unidad	3	120	$ 33.285,00	$ 3.994.200,00		$ 3.994.200,00	
Proy1	24	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollar la agenda académica del congreso	Cofinanciación FONTUR	Gastos_de_viajes	G1._Eventos_Nacionales	Transporte : Traslado aéreo - Dos trayectos (Ida y vuelta, con o sin escalas)	Suministrar tiquetes ida y regreso para hasta 30 Conferencistas y/o Expertos del congreso	18/11/2026	21/11/2026	Global	3	1	$ 61.806.200,00	$ 61.806.200,00	$ 61.806.200,00		
Proy1	25	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollar la agenda académica del congreso	Cofinanciación FONTUR	Gastos_de_viajes	G1._Eventos_Nacionales	Transporte : Traslado terrestre en automóvil o campero 4x4	Suministrar transporte para hasta 30 Conferencistas y/o Expertos en el desplazamiento Aeropuerto - Hotel - Aeropuerto y Hotel - Recinto - Hotel, de acuerdo con el itinerario particular de cada uno.	18/11/2026	21/11/2026	Global	3	30	$ 193.666,67	$ 5.810.000,00	$ 5.810.000,00		
Proy1	26	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollar la agenda académica del congreso	Cofinanciación FONTUR	Gastos_de_viajes	G1._Eventos_Nacionales	Alojamiento : Acomodación individual con desayuno incluido	Suministrar alojamiento hasta 4 noches en habitación sencilla (incluye desayuno, impuesto y seguro hotelero) para hasta 30 Conferencistas y/o Expertos	18/11/2026	21/11/2026	Noche	3	120	$ 440.300,00	$ 52.836.000,00	$ 52.836.000,00		
Proy1	27	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollo de actividades logísticas requeridas para la ejecución del congreso.	Cofinanciación FONTUR	Eventos	Alquiler_de_producción	Tarima	Tarima	19/11/2026	20/11/2026	Global	1	2	$ 4.900.000,00	$ 9.800.000,00	$ 9.800.000,00		
Proy1	28	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollo de actividades logísticas requeridas para la ejecución del congreso.	Contrapartida Proponente	Eventos	Alquiler_de_equipos_técnicos	Punto de registro	Suministrar el punto de registro de los participantes: • (4) equipos de cómputo • (4) impresoras de sticker • (4) lectores de códigos QR • Adecuación del espacio con mobiliario (1 mesa grande con 4 sillas)	19/11/2026	20/11/2026	Global	1	1	$ 6.000.000,00	$ 6.000.000,00		$ 6.000.000,00	
Proy1	29	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Desarrollo de actividades logísticas requeridas para la ejecución del congreso.	Contrapartida Proponente	Eventos	Alquiler_de_producción	Backing m2	Bancking de fondo para punto de registro	19/11/2026	20/11/2026	Global	1	1	$ 2.000.000,00	$ 2.000.000,00		$ 2.000.000,00	
TOTAL VALOR DEL PROYECTO															**$ 808.868.485,00**	**$ 647.031.640,00**	**$ 161.836.845,00**	**$ 0,00**
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL VALOR DEL PROYECTO															**100%**	**80%**	**20%**	**0%**
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS Y/O SUPERVISIÓN																		
TOTAL																$ 647.031.640,00	$ 161.836.845,00	

Resumen por tipo de proyecto

ID fila	Tipo de proyecto	Valor total	Cofinanciación Solicitada (Fontur)	Contrapartida (proponente, efectivo)	Otros aportantes
1	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	$ 808.868.485,00	$ 647.031.640,00	$ 161.836.845,00	$ 0,00
	Valor total del proyecto	**$ 808.868.485,00**	**$ 647.031.640,00**	**$ 161.836.845,00**	**$ 0,00**
	Distribución porcentual	**100,00%**	**79,99%**	**20,01%**	**0,00%**
	Valor de otros gastos administrativos y supervisión	**$ 0,00**	**$ 0,00**	**$ 0,00**	
	Total con supervisión y/o gastos ad	**$ 808.868.485,00**	**$ 647.031.640,00**	**$ 161.836.845,00**	

Resumen por actividad

COD	ID Fila	Seleccione un tipo de proyecto	Actividades asociadas al tipo de proyecto seleccionado	Valor total	Cofinanciación Solicitada (Fontur)	Contrapartida (proponente, efectivo)	Otros aportantes
Proy1	1	Tipo_1.3.A_Formación_capacitación_y_sensibilización_en_turismo	Coordinación integral de las acciones necesarias para el desarrollo del taller en herramientas digitales, asegurando	$ 86.374.000,00	$ 83.194.000,00	$ 3.180.000,00	$ 0,00
			Diseñar los elementos gráficos, coordinar las acciones de comunicación y ejecutar la estrategia	$ 75.957.265,00	$ 0,00	$ 75.957.265,00	$ 0,00
			Desarrollo de actividades logísticas requeridas para la ejecución del congreso.	$ 348.595.580,00	$ 269.890.200,00	$ 78.705.380,00	$ 0,00
			Desarrollar la agenda académica del congreso.	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
				$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00

Distribución de la inversión

En esta sección debe relacionar, del total del presupuesto asignado al P.A. FONTUR, la proporción que corresponde a cada municipio o departamento. Esta distribución no necesariamente corresponde a la ubicación donde se desarrolla la actividad. Por ejemplo: Si desarrolla un proyecto para capacitar prestadores de servicios turísticos de La Guajira en Bogotá D.C., la inversión se asigna a La Guajira, a pesar de que la actividad se desarrolle en Bogotá D.C.

***En el caso de que el proyecto tenga un alcance nacional, colocar "Nacional" en desagregación, departamento y municipio, así como la financiación asignada**

***En el caso de que el proyecto tenga un alcance departamental, colocar "Departamental" en desagregación, relacionando cada departamento, junto con los planes de desarrollo relacionados, así como la financiación asignada.**

***En el caso de que el proyecto tenga un alcance al nivel de municipio, colocar "Municipal" en desagregación, relacionando cada departamento y municipio impactado, junto con los planes de desarrollo relacionados, así como la financiación aisgnada.**

La suma de la financiación asignada en la celda O86 debe coincidir con la suma del valor del presupuesto asignado al P.A. FONTUR en la pestaña de presupuesto

Desagregación	Departamento	Plan de Desarrollo Departamental que impacta	Estrategia del Plan de Desarrollo Departamental que impacta	Municipio	Plan de Desarrollo Municipal que impacta	Estrategia del Plan Municipal que impacta	Financiación FONTUR asignada al territorio
Departamental	Córdoba	Plan de desarrollo Departamental 2024-2027 "Córdoba lo tiene todo para estar a otro nivel"	Córdoba primera en competitividad	Montería	Plan de desarrollo Municipal "Una Sola Monteria" 2024 - 2028	Circuito para el trabajo	$ 647.031.640,00
Total							**$ 647.031.640,00**
¿Conincide con el valor financiado por el P.A. FONTUR en la pestaña de presupuesto?							**Sí**

AGENDA ACADÉMICA PRELIMINAR CONGRESO DE EXPERIENCIAS 2026		
JUEVES 19 NOVIEMBRE		
Hora	**Tema Conferencia**	**Conferencista**
08:30 – 09:00 Hrs	Registro y apertura institucional	
09:00 – 10:00 Hrs	**Conversatorio**: Córdoba tiene todo. ¿Estamos listos para convertirlo en experiencias?	**Dr. Erasmo Zuleta**, Gobernador de Córdoba **Dr. Jaime Alberto Cabal Sanclemente**, Presidente Fenalco
10:00 – 10:45 Hrs	**Conferencia Magistral:** Del territorio a la experiencia: cómo crear productos turísticos auténticos, sostenibles y con valor para el visitante y la comunidad	**José María de Juan Alonso**, Experto en Turismo de Experiencias y Sostenibildiad
10:45 – 11:15 Hrs	Café y networking	
	BLOQUE 1: EL RÍO COMO DESTINO	
11:15 - 12:00 Hrs	**Panel:** Sinú, Magdalena y Duero: cuando los ríos se convierten en experiencias turísticas	**David de Salvador Velasco,** Conservación, Investigación ambiental **Camilo Rodríguez Castro,** AmaWatersway **Nicolás Kraliczek**, María del Puerto **Ana Baez,** Especialista latinoamericana en ecoturismo, turismo sostenible y turismo responsable. Moderador
12:00 – 12:45 Hrs	**Conferencia Inspiradora:** El agua que nos conecta: crear experiencias turísticas que regeneran territorios	**Jorge Moller**, Program Director para América Latina y el Caribe del Global Sustainable Tourism Council (GSTC)
12:45 - 13:30 Hrs	**Conversatorio:** Conservar para vivir: biodiversidad, turismo y comunidades que regeneran el territorio	**Sandra Bessudo**, Directora de PNN **Juan Fernando Rubio**, Green Destination **Santiago Valencia**, Lider Comunitario de Bahía Málaga
13:30 – 14:30 Hrs	**Almuerzo**	
	BLOQUE 2: GANADERÍA, CAMPO Y EXPERIENCIAS AUTÉNTICAS	
14:30 – 15:15 Hrs	**Panel:** Del potrero al visitante: la ganadería como experiencia turística sostenible Cuando producir, conservar y contar la historia del territorio se convierten en una experiencia para el visitante.	**Paul Rodríguez**, Ganadería Sostenible, Empresa B **Cristina Vergara,** Líder de sostenibilidad de BPA Ocuzca **Katherine Tabares,** Directora de Competitividad y Productividad Fenalco **María José Muñoz,** GIZ, Cooperación, Sostenibilidad. Moderador
15:15 – 16:00 Hrs	Panel: **Agroturismo y turismo rural: cómo transformar actividades productivas en experiencias comercializables**	**Luis Fernando Ramírez**, Chef, Alquimia cocina **Manuel Sabogal,** CEO Combia Inspiración **Cesar Angel** Fundador Nature Trips **Juan Rodríguez**, GHL
16:00 – 16:30 Hrs	Café y networking	
16:30 – 17:15 Hrs	**Conversatorio:** Historias de territorio: comunidades que convierten su identidad en valor turístico **(Gobernación de Montería)**	**Melissa Nieto**, Secretaria de Turismo y Artesanías de Córdoba + Dos representantes de territorio - artesanos y de Comunidad
	BLOQUE 3: SABORES QUE CUENTAN HISTORIAS	
17:15 – 18:15 Hrs	**Panel:** Cuando la mesa cuenta una historia: gastronomía, identidad y turismo de experiencias"	**Rodrigo Pacheco,** Gastonomía regenerativa **Pedro Buelvas, Chef sabores ancestrales** **Oscar González,** Chef **Camilo Guerrero Buelvas**, Ron Katay **Mauricio Silva,** Periodista gastronómico especializado. Moderador
	NOCHE EXPERIENCIAL	
19:00 – 21:00 Hrs	**Experiencia Montería Vive** Muestra gastronómica, bebidas tradicionales, música, danza y networking.	

VIERNES 20 NOVIEMBRE		
Hora	**Tema Conferencia**	**Conferencista**
	BLOQUE 4 DESIGN THINKING Y CONSTRUCCIÓN DE PRODUCTO	
08:30 – 09:30 Hrs	**Presentación de resultados: Laboratorio de Innovación Turística de Córdoba**	**María Ximena Santos**, CEO Disenni **Luis Martínez**, Director Fenalco Seccional Córdoba, **Andrea Zuluaga,** Empresaria lider en generación de Experiencias **Empresario local**
09:30 – 10:30 Hrs	**Conversatorio:** De jugar a viajar: tecnología que convierte experiencias en negocios	**Jorge Gutiérrez**, Universidad Sergio Arboleda, Gaming **Alexander Cháves,** PEC, Market Place especializado en Turismo **Jorge Balle,** Fundador de Panaca **Sergio Vargas**, Sphera Impacta, creación de experiencias, eventos, marketing experiencial y conexión con audiencias.
	BLOQUE CREACIÓN DE CONTENIDO - SMARTFILMS	
10:30 – 11:15 Hrs	**Conferencia:** Más allá de la intuición: datos e IA para crear experiencias turísticas que venden	**Mario Sánchez Salcedo**, Especialista en Datos, Automatización e Inteligencia Artificial
11:15 – 11:45 Hrs	Café y networking	
11:45 - 12:30 Hrs	**Conferencia SMARTFILMS:** Contar para vender: el poder del video en la promoción turística	**Yesenia Valencia,** CEO SmartFilms
12:30 -13:00 Hrs	**Premiación SmartFilms:** Turismo de Experiencias 2026 y clausura	

No.	CONFERENCIA	CONFERENCISTA /EXPERTO	PERFIL	ITINERARIO	FECHA DE LLEGADA	FECHA DE SALIDA	ALOJAMIENTO RN	HONORARIOS	ALIMENTACIÓN
0	Conversatorio: Córdoba lo tiene todo. ¿Estamos listos para convertirlo en experiencias?	Erasmo Zuleta, Gobernador de Córdoba	Administrador de Empresas de la Universidad del Sinú y cuenta con una maestría en Gestión de Organizaciones, realizada en convenio con la Universidad EAN y la Universidad de Quebec en Canadá En materia turística, su gobierno ha priorizado el fortalecimiento de la vocación turística de Córdoba, entendiendo que el desarrollo del sector requiere inversiones articuladas en infraestructura, conectividad, servicios públicos y protección del territorio. En zonas como la costa cordobesa, ha destacado el turismo como una oportunidad para impulsar el desarrollo económico y social de las comunidades	N/A	N/A	N/A	N/A	0	N/A
1		Jaime Alberto Cabal, Presidente de Fenalco	Destacado líder empresarial y gremial colombiano, actualmente presidente de la Federación Nacional de Comerciantes – Fenalco. Es Ingeniero Industrial de la Pontificia Universidad Javeriana, con Maestría en Economía de The American University en Washington D.C. y formación en Alta Dirección, emprendimiento y gestión empresarial. Secretario General Adjunto de la Organización Mundial del Turismo (OMT), hoy ONU Turismo, cargo que desempeñó entre 2018 y 2019, con sede en Madrid. En el sector público fue Ministro de Desarrollo Económico, con competencias relacionadas con turismo, industria y comercio, y posteriormente Embajador de Colombia en Corea del Sur y Austria. También ha ocupado posiciones de liderazgo gremial como presidente de Acopi y del Consejo Gremial Nacional. Desde su liderazgo en Fenalco, aporta una mirada que conecta turismo, comercio, empresa, competitividad territorial e internacionalización.	BOG - MTR - BOG	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI
2	Conferencia Magistral: **Del territorio a la experiencia: cómo crear productos turísticos auténticos, sostenibles y con valor para el visitante y la comunidad**	José María de Juan Alonso	Consultor internacional especializado en turismo sostenible y responsable, diseño de experiencias, interpretación del patrimonio y desarrollo local. Es socio-director y fundador de KOAN Consulting, consultora española con amplia trayectoria en el sector turístico.	MAD - MTR - MAD	18/11/2026	22/11/2026	4	15.765.000	SI
3	**Panel: El río como experiencia: cómo convertir la naturaleza y el patrimonio de un territorio en un producto turístico sostenible**	David de Salvador Velasco	Coordinador de la Estación Biológica Internacional Duero-Douro (EBI) y de Europarques, organización dedicada a la conservación, investigación ambiental y desarrollo de experiencias de ecoturismo en el territorio fronterizo entre España y Portugal.	MAD - MTR - MAD	18/11/2026	22/11/2026	4	15.765.000	SI
4		Camilo Rodríguez	Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras, con experiencia en la industria turística y de hospitalidad. Actualmente está vinculado a AmaWaterways River Cruises, compañía especializada en cruceros fluviales de lujo, participando en el desarrollo de su operación y posicionamiento en Colombia	BAQ - MTR - BAQ	18/11/2026	22/11/2026	4	8.145.000	SI
5		Nicolás Kraliczek	CEO/Director de María del Puerto – Náutical DMC, en Cartagena, empresa especializada en experiencias náuticas, MICE, FIT, lujo y eventos sobre el agua. María del Puerto ha desarrollado una propuesta propia de experiencias en embarcaciones y trabaja en la Bahía de Cartagena y zonas insulares.	BOG - MTR - BOG	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI
6		Ana Baez	Especialista latinoamericana en ecoturismo, turismo sostenible y turismo responsable, con una trayectoria de más de dos décadas trabajando en el desarrollo de destinos, áreas protegidas y comunidades. Es consultora internacional y fundadora de Turismo & Conservación Con	SJO - MTR - SJO	18/11/2026	22/11/2026	4	8.145.000	SI
7	Conferencia: **El agua que nos conecta: crear experiencias turísticas que regeneran territorios**	Jorge Moller	Referente latinoamericano en turismo sostenible, ecoturismo y desarrollo de experiencias vinculadas con la naturaleza y las comunidades locales. Actualmente se desempeña como Program Director para América Latina y el Caribe del Global Sustainable Tourism Council (GSTC), organismo internacional que establece y promueve estándares globales para el turismo sostenible. Cuenta con cerca de 40 años de experiencia en turismo en Chile y América Latina. Inició su trayectoria en ecoturismo en 1985 y posteriormente fundó Eco Travel, empresa dedicada al turismo ecológico y cultural en el sur de Chile. También es fundador y director de Regenera ONG, desde donde trabaja en turismo sostenible, desarrollo territorial, formación y fortalecimiento de capacidades en	SCL - MTR - SCL	18/11/2026	22/11/2026	4	15.765.000	SI
8	Conversatorio: **Conservar para vivir: biodiversidad, turismo y comunidades que regeneran el territorio**	Sandra Bessudo	Directora General de Parques Nacionales Naturales de Colombia. Naturalista, ambientalista, máster en Ciencias de la Vida y de la Tierra, buzo profesional y fundadora/directora de la Fundación Malpelo y Otros Ecosistemas Marinos, con más de tres décadas de experiencia	BOG - MTR - BOG	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI
9		Juan Fernando Rubio	CEO Rubio Meeting Architects Worldwide / Green Destinations Colombia. Arquitecto con trayectoria como estratega de destinos, marketing turístico y diseño de experiencias. Uno de sus principales aportes actuales está relacionado con la sostenibilidad turística y el modelo de Green Destinations. Ha planteado la necesidad de que Colombia avance de las declaraciones de buenas prácticas hacia sistemas medibles de gestión de destinos,	BOG - MTR - BOG	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI
10		Santiago Valencia	Líder comunitario del Consejo Comunitario de Comunidades Negras de La Plata – Bahía Málaga y vocero de la alianza de turismo del Litoral Pacífico. En 2025 participó como referente en el Encuentro Regional de Turismo Comunitario en Territorios Colectivos de Comunidades Negras, donde planteó el turismo comunitario como una herramienta de conservación, desarrollo sostenible, fortalecimiento de capacidades locales y gobernanza comunitaria.	Bahía Malaga - MTR- Bahía Málaga	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI

11		Paul Rodríguez	Empresario ganadero y representante de Della Rosa, empresa del sector agropecuario que ha incorporado principios de sostenibilidad y regeneración a su modelo productivo y que cuenta con certificación como Empresa B	N/A	N/A	N/A	N/A	0	N/A
12		Crsitina Vergara	Líder de Sostenibilidad de BPA Ocuzca, empresa ganadera ubicada en Coello, Tolima, reconocida por implementar un modelo de ganadería regenerativa que integra manejo sostenible de suelos y agua, biodiversidad, bienestar animal, captura de carbono y restauración de ecosistemas.	IBE - MTR - IBE	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI
13	Panel Internacional: **Del potrero al visitante: la ganadería como experiencia turística sostenible**	Katherine Tabares	Directora de Productividad y Competitividad de Fenalco Presidencia Nacional, desde donde lidera iniciativas orientadas al fortalecimiento empresarial, la transformación productiva, la sostenibilidad y la generación de nuevas oportunidades de competitividad para las empresas. Forma parte del comité directivo del Fondo ProUSAR, relacionado con iniciativas de financiación para la economía circular, junto con representantes de GIZ, Colombia Productiva, ANDI y otros actores del ecosistema empresarial.	BOG - MTR - BOG	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI
14		María José Muñoz	Representante de la cooperación alemana GIZ, con experiencia vinculada a procesos de sostenibilidad y transformación productiva en el sector rural. Su participación permitirá incorporar una visión de cooperación internacional y escalabilidad, abordando los retos que enfrentan los territorios y empresarios para avanzar hacia modelos de producción más sostenibles, regenerativos y compatibles con nuevas oportunidades de turismo de naturaleza y rural.	BOG - MTR - BOG	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI
15	Panel: **Cómo convertir lo que produce y sabe hacer un territorio en una experiencia que el visitante pueda vivir y comprar.**	Luis Fernando Ramírez	Chef, empresario y formador gastronómico, con más de 25 años de experiencia en el sector. Es fundador de Alquimia Cocina Estudio, iniciativa desde la cual ha desarrollado experiencias alrededor de la gastronomía, la cultura y los productos del territorio. Su trayectoria combina gastronomía, turismo, formación y diseño de experiencias, convirtiendo los productos y saberes culinarios en actividades participativas para visitantes y diferentes públicos. Su experiencia en iniciativas como Cali Enamora aporta una mirada sobre la manera de articular gastronomía, identidad cultural y territorio para fortalecer la oferta turística.	CLO - MTR - CLO	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI
16		Manuel Sabogal	Empresario y representante de Combia Inspiración, experiencia turística ubicada en el Paisaje Cultural Cafetero que ha trabajado en la integración de café, paisaje, cultura cafetera y turismo experiencial. Su experiencia constituye un referente de cómo una actividad productiva tradicional —el cultivo y transformación del café— puede convertirse en un producto turístico estructurado, donde el visitante no solo observa el proceso productivo, sino que participa y comprende la historia, la cultura y el territorio que existen detrás del producto. Combia Inspiración representa un modelo de turismo rural vinculado a la actividad productiva, mostrando cómo la diversificación del campo mediante el turismo puede generar nuevas fuentes de valor y fortalecer la conexión entre productor, territorio y visitante.	AXM - MTR - AXM	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI
17		Cesar Angel	Fundador y gerente de Nature Trips Colombia, diseño, operación y comercialización de experiencias de naturaleza, cultura y agroturismo. Es administrador turístico, guía profesional, empresario, consultor y diseñador de productos turísticos, con una trayectoria especialmente vinculada al turismo de naturaleza, agroturismo, cultura cafetera y desarrollo de experiencias. Ha trabajado durante años en el Paisaje Cultural Cafetero y en diferentes territorios del país.	PEI - MTR - PEI	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI
18		Juan Rodríguez	Reconocido ejecutivo de la industria turística y hotelera colombiana, con más de 30 años de trayectoria en GHL Hoteles, donde ha ocupado posiciones de liderazgo comercial y de marketing. Es Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia, con especialización en Mercadeo de la Universidad del Rosario, formación en Planeación y Desarrollo de Servicios Turísticos en Canadá y Máster en Dirección Hotelera en Italia. Su experiencia se concentra en marketing turístico, desarrollo de destinos, comercialización, diseño de productos y experiencias y articulación entre empresarios y destinos. En GHL ha participado en la expansión y posicionamiento de la cadena en diferentes mercados de América Latina. Actualmente continúa vinculado a la organización en funciones de liderazgo relacionadas con asuntos públicos y desarrollo turístico.	BOG - MTR - BOG	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI
19	Conversatorio: **Historias de territorio: comunidades que convierten su identidad en valor turístico (Gobernación de Montería)**	Melissa Nieto, Directora Turismo y Artesanías	Directora de Turismo y Artesanías de la Gobernación de Córdoba, desde donde lidera la estrategia departamental para el fortalecimiento, promoción y posicionamiento del turismo y el sector artesanal. Su gestión articula a empresarios, operadores, artesanos, comunidades y entidades públicas alrededor de una visión de turismo sostenible, competitivo y generador de desarrollo económico y social	N/A	N/A	N/A	N/A	0	N/A

20		Rodrigo Pacheco	Chef ecuatoriano reconocido internacionalmente por su trabajo en gastronomía regenerativa, conservación de la biodiversidad y desarrollo de sistemas alimentarios sostenibles. Es fundador de Bocavaldivia y de la Bocavaldivia Foundation, proyecto que integra gastronomía, agricultura biodiversa, restauración de ecosistemas, conocimiento ancestral y turismo sostenible	Quito - MTR - Quito	18/11/2026	22/11/2026	4	15.765.000	SI
21		Pedro Buelvas	Pedro Buelvas es un cocinero cordobés que ha construido una propuesta gastronómica alrededor de la identidad culinaria del Caribe y los sabores tradicionales de Córdoba, combinando productos y recetas de su territorio con técnicas y presentaciones contemporáneas. Su trayectoria tiene un componente especialmente valioso para el III Congreso: su formación es principalmente empírica, y desarrolló su carrera desde la experimentación y la recuperación de los sabores de su región. Es reconocido por ser el creador de D' La Casa, restaurante ubicado en Cereté. En conjunto, sus propuestas reúnen una amplia carta en la que busca transformar preparaciones tradicionales sin perder su vínculo con las raíces locales	N/A	18/11/2026	22/11/2026	4	8.145.000	SI
22	Panel: **Sabores del territorio: gastronomía y bebidas como motores del turismo experiencial**	Óscar González	Chef colombiano oriundo de Bucaramanga, Santander, reconocido por su labor en la revalorización de las papas nativas y otros ingredientes ancestrales de Colombia. Hijo de campesinos santandereanos, ha dedicado su carrera a mantener viva la herencia de las comunidades campesinas colombianas, destacando el valor de los productos y el arduo trabajo de los campesinos, logrando un impacto positivo a nivel nacional e internacional.	BOG - MTR - BOG	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI
23		Camilo Guerrero Buelvas	Administrador de empresas, con MBA y especializaciones, Camilo Manuel Guerrero Buelvas es cofundador y gerente general de DAC S.A.S., Destilería Agrícola de Córdoba, empresa detrás de Ron Katay D.A.C., un ron agrícola producido en el Caribe colombiano y desarrollado desde Montería. Su proyecto integra investigación, producción agroindustrial, innovación y desarrollo de una marca con identidad territorial. Ron Katay se construye a partir de caña de origen local y un proceso artesanal de destilación, con un posicionamiento asociado a la cultura indígena Zenú del Bajo Sinú.	N/A	N/A	N/A	N/A	0	N/A
24		Mauricio Silva	Periodista y escritor especializado en gastronomía, con más de 25 años de trayectoria en EL TIEMPO Casa Editorial y más de 15 años de experiencia en periodismo gastronómico. Ha participado como invitado, panelista y moderador en importantes encuentros gastronómicos nacionales e internacionales, entre ellos Madrid Fusión, Mistura y Ñam. Su trabajo periodístico aborda la gastronomía desde la perspectiva del producto, los cocineros, la identidad y la biodiversidad colombiana, aportando una mirada especializada sobre la capacidad de la gastronomía para narrar y poner en valor los territorios	BOG - MTR - BOG	18/11/2026	22/11/2026	4	8.145.000	SI
22	Conferencia Magistral SMARTFILMS**: Contar para vender: el poder del video en la promoción turística**	Yesenia Valencia, CEO SMARTFILMS	Además de su carrera artística, es fundadora y CEO de SmartFilms, el primer festival de cine hecho con celulares, que promueve la democratización del cine y la inclusión social . También dirige Valencia Producciones, su propia productora audiovisual, y la fundación social Amados, enfocada en proyectos comunitarios.	BOG - MTR - BOG	18/11/2026	22/11/2026	4	19.969.000	SI
23		Alexander Cháves	Administrador de Sistemas de información de la universidad Jorge Tadeo Lozano, especialista en dirección de proyectos con énfasis en la creación, implementación y desarrollo de modelos de negocios tecnológicos para el sector turístico. Como consultor externo para la creación de modelos tecnológicos de turismo transaccional con enfoque en omnicanalidad, ha participado en el apoyo a diferentes campañas de promoción turística en Colombia, como son: Lo Que quieres es Colombia. Colombia un País de Parques y Emprendedores Colombia entre otras.	BOG - MTR - BOG	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI
24	**Conversatorio: De jugar a viajar: tecnología que convierte experiencias en negocios**	Jorge Gutiérrez	Docente universitario y diseñador gráfico especializado en animación documental y diseño de movimiento. Es un académico y creador audiovisual con experiencia en animación documental relevante para proyectos culturales y sociales. Su trabajo se enmarca en la recuperación de memorias colectivas y el diseño innovador de movimiento animado, con una sólida trayectoria en investigación académica y formación de nuevos talentos.	BOG - MTR - BOG	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI
25		Jorge Balle	Agrónomo y empresario colombiano, creador de PANACA, referente internacional del turismo agropecuario y de la transformación del campo en experiencias de entretenimiento, educación y aprendizaje vivencial. Su trayectoria demuestra cómo un concepto basado en la interacción con el campo y los animales puede convertirse en un modelo turístico sostenible y comercialmente exitoso.	AXM - MTR - AXM	18/11/2026	22/11/2026	4	8.145.000	SI
26		Sergio Vargas	Cofundador y CEO de Sphera Impacta, tiene una trayectoria muy fuerte en creación de experiencias, eventos, marketing experiencial y conexión con audiencias. Sphera acumula más de 28 años y más de 6.000 eventos, y Sergio ha sido además presidente de MPI Colombia y recientemente recibió el reconocimiento de "Visión Transformadora" por su contribución a la industria de reuniones.	BOG - MTR - BOG	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI
27		María Ximena Santos, CEO Disenpi	Coach en liderazgo, con habilidades en metodologías como el Design Thinking, Solución creativa de problemas, gamificación, entre otros. Una mezcla mágica entre el coaching y la innovación centrada en el	MIA - MTR - MIA	18/11/2026	22/11/2026	4	15.765.000	SI
28		Luis Martínez, Director Fenalco Córdoba	Administrador de empresas y actualmente se desempeña como Director Ejecutivo de Fenalco Córdoba, desde donde lidera la representación y acompañamiento del sector empresarial del	N/A	N/A	N/A	N/A	0	N/A
29	**Presentación de resultados: Laboratorio de Innovación Turística de Córdoba**	Luis Hernando Solarte, Vicepresidente de Fenalco - Moderador	Vicepresidente de Estrategia Gremial, Cooperación Técnica y Proyectos de Fenalco. Desde su nombramiento, ha supervisado la ejecución de programas estratégicos y proyectos clave en Fenalco, fortaleciendo alianzas técnicas y promoviendo el desarrollo del comercio en Colombia.	BOG - VUP - BOG	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI
30		Andrea Zuluaga	Andrea Zuluaga Aguirre es empresaria y líder del sector de eventos, experiencias y turismo de reuniones. Es CEO de Estrategias Punto Aparte (EPA), empresa desde la cual ha desarrollado proyectos relacionados con eventos, estrategia, innovación y diseño de	MDE - MTR - MDE	18/11/2026	22/11/2026	4	0	SI
31	Conferencia: **Más allá de la intuición: datos e IA para crear experiencias turísticas que venden**	Mario Sánchez Salcedo, Especialista en Datos.	Profesional en Ingeniería, con énfasis en Ingeniería de Sistemas Biológicos, graduado Magna Cum Laude de la University of North Alabama, donde obtuvo además el reconocimiento a la Excelencia Académica en Ingeniería.	BOG - MTR - BOG	18/11/2026	22/11/2026	4	19.969.000	SI

Requisitos para la presentación de programas, proyectos o multiproyectos

Los requisitos, en términos de documentación se categorizan en tres grupos:
A) Requisitos para líneas distintas de infraetructura turística (Celda A16) : Aplica si dentro de la formulación incluyo un tipo de proyecto de la línea 1,3,4 o 5, tanto para programas como proyectos
B) Requisitos para la línea de infraetsructura turística (Celda A96) : Aplica si dentro de la formulación incluyó un tipo de proyecto de la línea 2, tanto para programas como proyectos
C) Requisitos adicionales para programas: Aplica únicamente para programas
Según los requisitos que le apliquen, en la columna L confirme que los anexa o que cumple con ellos

A Requisitos Líneas distintas de Infraestructura Turística

I) Requisitos generales para todos los proponentes en líneas distintas de infraestructura turística

Ítem	Requisitos	Confirmación Proponente	Cumple (P.A. FONTUR)	Descripción/Observaciones P.A. FONTUR
1	Carta de presentación y compromiso que garantice la seriedad de la propuesta y el desarrollo del proyecto.	Confirmo que anexo el documento requerido		
2	Mínimo dos (2) cotizaciones que detallen y soporten los valores solicitados en el presupuesto del proyecto, con una fecha no mayor a cuatro (4) meses. Este requisito es opcional para el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT).	Confirmo que anexo el documento requerido		
3	Declaración de inexistencia de relación de parentesco de hasta cuarto grado de consanguinidad, segundo de afinidad o primero civil, con funcionarios y/o contratistas del MinCIT o de los miembros del Comité Directivo del P.A. FONTUR. (No aplica para MinCIT)	Confirmo que anexo el documento requerido		
4	Certificación de Paz y Salvo expedida por la Superintendencia de Industria y Comercio en donde conste la no imposición de sanciones, o estar al día con las mismas, para corporaciones y fondo regionales de turismo, grupos de aportantes de la contribución parafiscal, gremios y burós de convenciones. (No aplica para MinCIT)	Confirmo que anexo el documento requerido		
5	Documentos que se consideren importantes en la formulación del proyecto, adicionales a los mínimos requeridos.	Confirmo que anexo el documento requerido		
6	Carta de ProColombia que avale el proyecto, cuando son proyectos que requieren promoción internacional y que su desarrollo será mediante convenio con dicha entidad.			
7	Declaración de cumplimiento de condiciones habilitantes para la presentación de proyectos y multiproyectos conforme al Manual para la destinación de recursos y presentación de Programas y Proyectos del P.A. FONTUR (Formato F-DMI-003) (No aplica para MinCIT)	Confirmo que anexo el documento requerido		
Como parte de la revisión de causales de devolución de proyectos, el P.A. FONTUR revisará, sin necesidad de que sea aportado por el proponente:				
8	Boletín de antecedentes fiscales de la Contraloría General de La República.			
9	Certificación donde conste que la obligación de contribución parafiscal se encuentra pagada a la fecha de radicación del proyecto, para corporaciones y fondo regionales de turismo, grupos de aportantes de la contribución parafiscal y burós de convenciones.			

VI) Requisitos gremios turísticos o integrados por mínimo 10 aportantes de la contribución parafiscal, en líneas distintas de infraestructura turística

Ítem	Requisitos	Confirmación Proponente	Cumple (P.A. FONTUR)	Descripción/Observaciones P.A. FONTUR
1	Declaración expedida por el representante legal o delegado de no tener obligaciones pendientes con el Estado.	Confirmo que anexo el documento requerido		
2	Certificado de existencia y representación legal con fecha de expedición no mayor a 30 días donde conste la existencia legal mínima de dos (2) años y su representación legal.	Confirmo que anexo el documento requerido		
3	Autorización de la Junta o Consejo Directivo.	Confirmo que anexo el documento requerido		
4	Carta de Disponibilidad Presupuestal firmada por el representante legal y el director financiero o quien haga sus veces, cuando aplique.	Confirmo que anexo el documento requerido		
5	Aval de la dirección nacional del respectivo gremio cuando los capítulos regionales presenten el proyecto.	Confirmo que anexo el documento requerido		
6	Listado de afiliados al gremio, vigente en el momento de la presentación del proyecto, con NIT y RNT (Se debe remitir una vez al año, durante los primeros 15 días del mes de julio, con corte a 31 de mayo del año en curso. En caso de presentar actualizaciones, deberán ser notificadas al P.A. FONTUR).	Confirmo que anexo el documento requerido		

Línea	Categoría de proyecto		Tipo de Proyecto
1	1.1	Planificación y gestión del turismo	1.1.A Levantamiento o actualización de inventarios de atractivos turísticos
			1.1.B Diseño de metodologías para la planificación y la gestión del turismo
			1.1.C Implementación de metodologías para la planificación y la gestión del turismo en los territorios del país
			1.1.D Fortalecimientos de los esquemas de gobernanza territoriales
	1.2	Productos y actividades turísticas	1.2.A Análisis de oferta y demanda para el diseño de productos y actividades turísticas
			1.2.B Diseño e implementación de productos turísticos
			1.2.C Diseño e implementación de actividades turísticas
	1.3	Fortalecimiento de capacidades humanas	1.3.A Formación, capacitación y sensibilización en turismo.
			1.3.B Estudios técnicos para la cualificación del capital humano en el sector turístico
			1.3.C Generación y gestión del conocimiento en turismo
			1.3.D Realización de eventos académicos con temáticas de turismo.
			1.3.E Jornadas de intercambio de experiencias y lecciones aprendidas
	1.4	Fortalecimiento de capacidades productivas	1.4.A Acompañamiento y apoyo técnico y financiero para mejorar la productividad del sector turístico.
			1.4.B Fortalecimiento de la economía popular y comunitaria del turismo
			1.4.C Encadenamiento productivo
			1.4.D Esquemas de financiamiento con tasas de interés reducidas y asunción parcial del riesgo crediticio
	1.5	Calidad, accesibilidad, sostenibilidad y seguridad en el turismo	1.5.A Estrategias para el desarrollo de soluciones sostenibles del turismo
			1.5.B Estrategias para el desarrollo accesible del turismo
			1.5.C Estudios para la elaboración, actualización y/o implementación de Normas en Turismo
			1.5.D Implementación, certificación y mantenimiento en Normas del sector turismo y metodologías para la gestión de la calidad turística
			1.5.E Mejora continua de los niveles de calidad y la excelencia turística
			1.5.F Gestión para la seguridad turística y la prevención y mitigación de riesgos de los destinos
	1.6	Innovación y transformación digital en el turismo	1.6.A Estudios técnicos para la innovación y transformación digital del sector
			1.6.B Estrategias para mejorar la eficiencia y el valor agregado de la gestión, operación y desarrollo de actividades dentro de la cadena de valor del sector turismo.
	1.7	Evaluación de resultados o de impacto	1.7.A Evaluación de resultados o de impacto, de políticas, planes, programas y proyectos en el sector turismo

2	2.1	Estudios de prefactibilidad y factibilidad	2.1.A Elaboración de estudios de prefactibilidad o factibilidad
	2.2	Estudios y diseños de infraestructura turística	2.2.A Elaboración de estudios o diseños de infraestructura turística
	2.3	Construcción de obras de infraestructura turística	2.3.A Malecones construidos, y/o rehabilitados 2.3.B Muelles o embarcaderos construidos, y/o rehabilitados 2.3.C Centros gastronómicos y artesanales construidos, y/o rehabilitados 2.3.D Plazas construidas, y/o rehabilitadas 2.3.E Parques construidos, y/o rehabilitados 2.3.F Parques lineales o bulevares construidos, y/o rehabilitados 2.3.G Senderos construidos, y/o rehabilitados 2.3.H Ecoparques turísticos construidos y/o rehabilitados 2.3.I Centro de convenciones construidos, y/o rehabilitados 2.3.J Señalización turística 2.3.K Miradores turísticos construidos, y/o rehabilitados 2.3.L Otros
	2.4	Proyectos integrales de construcción de obras de infraestructura turística	Los mismos tipos de proyecto aplicables a las categorías 2.1, 2.2 y 2.3, únicamente para MinCIT.
	2.5	Ejecución de reparaciones locativas y embellecimiento de fachadas	2.5.A Desarrollo de reparaciones locativas
	2.6	Implementación de soluciones sostenibles para la planta turística	2.6.A Estímulos para la implementación de soluciones para la planta turística pública o privada
3	3.1	Investigación de mercados y análisis sectorial en destinos turísticos	3.1.A Estudios y encuestas para la identificación de tendencias del mercado y el desarrollo del sector turístico
			3.1.B Estudios de análisis económicos y financieros de mercados en el sector turismo
			3.1.C Evaluación de conceptos de campaña
	3.2	Diseño de marca o conceptualización de estrategias promocionales	3.2.A Diseño de marca y/o conceptualización para promocionar atractivos, experiencias o destinos turísticos
	3.3	Organización y participación en eventos turísticos o promocionales	3.3.A Organización de ferias y fiestas regionales
			3.3.B Eventos para la promoción de atractivos, productos, rutas, experiencias y/o destinos turísticos
			3.3.C Participación en eventos
		Estrategias para la promoción de	3.4.A Estrategias de publicidad ATL
			3.4.B Estrategias de publicidad y promoción BTL

	3.4	atractivos, rutas, experiencias y/o destinos a nivel nacional	3.4.C Misiones comerciales
			3.4.D Viajes de familiarización
			3.4.E Diseño y producción de material promocional o POP
	3.5	Estrategias para la promoción de atractivos, productos, rutas, experiencias y/o destinos colombianos a nivel internacional	3.5.A Participación en eventos internacionales de interés para Colombia.
			3.5.B Eventos para la promoción de atractivos, productos, rutas, experiencias y/o destinos turísticos
			3.5.C Participación en eventos
			3.5.D Estrategias de publicidad y promoción ATL
			3.5.E Estrategias de publicidad y promoción BTL
			3.5.F Viajes de familiarización
			3.5.G Ruedas de negocio, misiones comerciales y workshops para la promoción turística
			3.5.H Producción de material promocional o POP
4	4.1	Turismo responsable	4.1.A Estrategia Nacional de Prevención de la Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes (ESCNNA)
			4.1.B Estrategias para la prevención de la trata de personas en Colombia
			4.1.C Prevención del consumo de sustancias psicoactivas y el microtráfico en las zonas de desarrollo turístico
			4.1.D Proyectos relacionados con la implementación de programas de seguridad turística y la protección de los derechos y deberes de los turistas y prestadores de servicios turísticos.
			4.1.E Estrategias que promuevan el turismo sostenible.
			4.1.F Protección del bienestar animal
			4.1.G Prevención del tráfico de flora y fauna
			4.1.H Proyectos que promuevan prácticas de comercio justo.
			4.1.I Otro tipo de proyectos que mitiguen efectos negativos, como el desplazamiento de poblaciones locales o el aumento del costo de la vida debido a la gentrificación turística, y promuevan el desarrollo responsable del turismo
	4.2	Turismo Social	4.2.A Operación de programas que faciliten la realización de actividades turísticas a grupos poblacionales específicos, entre ellos el programa de Tarjeta Joven y Mi primer viaje.
			4.2.B Estímulos para actores de la economía popular relacionados con la cadena de valor del turismo, que permitan eliminar barreras de acceso a instrumentos de mejoramiento de la productividad y el desarrollo productivo.
			4.2.C Proyectos orientados a la promoción del turismo accesible en destinos y atractivos turísticos
			4.2.D Estrategias de promoción para el desarrollo del turismo social en Colombia
5	5.1	Financiación de programas de mitigación de impacto de situaciones de emergencia.	Tipo 5.1.A Financiación de programas de mitigación de impacto de situaciones de emergencia

Proponentes habilitados						
(1) MINCIT	(2) Entidades Territoriales	(3) Corp. y Fondos	(4) Aportantes Contribución Parafiscal	(5) Gremios especializados en Turismo	(6) Burós	(7) Cámaras de Comercio
X	X					
X	X					
X	X					
X	X					
X	X	X		X		
X	X	X				
X	X	X	X	X		
X	X	X	X	X	X	X
X	X			X		X
X	X	X		X		X
X	X	X	X	X	X	X
X	X			X		
X	X	X		X		X
X	X	X		X		X
X	X			X	X	X
X						
X	X		X	X		
X	X		X	X		
X						
X	X		X	X		
X						
X	X					
X	X			X		X
X	X			X		
X	X	X	X	X		

X						
X	X					
X	X					
X						
X	X					
X	X		X	X		
X	X	X	X	X	X	X
X	X	X	X	X	X	X
X	X	X				
X						
X	X					
X	X	X	X	X		
X	X	X	X	X		
X	X	X		X	X	
X	X	X		X	X	

X	X	X		X		
X	X	X		X		
X	X	X		X		
X						
X						
X				X	X	
X				X	X	
X				X	X	
X				X		
X				X		
X				X		
X	X	X		X		
X	X	X		X		
X	X	X		X		
X	X	X				
X	X	X		X		
X	X	X		X		
X	X	X		X		
X	X	X		X		
X	X	X		X		
X						
X						
X	X			X		
X	X			X		
X						