



Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo
República de Colombia

Dirección de Análisis Sectorial y Promoción

Prosperidad
para todos

ACTA No. 204

REUNIÓN DEL COMITÉ DIRECTIVO DEL FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA.

FECHA: Bogotá D.C., 13 de Marzo de 2012.

HORA: De las 8:30 am. a las 13:00 horas.

LUGAR: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Despacho del Viceministro de Turismo, 7 Piso de la sede del Ministerio.

ASISTENTES:

Nombre y apellidos	Entidad/ Cargo	Sector Representado	Teléfono	Correo electrónico
Óscar Rueda García	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo / Viceministro de Turismo.	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Sector Público	606 7676 Ext. 1409 - 1412	orueda@mincomercio.gov.co
Paola Valencia	Proexport, Gerente de turismo vacacional	Proexport, sector publico	5600100 ext. 2427	pvalencia@proexport.com.co
Luis Hernando Rodríguez	Alcaldía de Ibagué / Alcalde	Representante de los alcaldes, Sector publico/ Entes Territoriales	5934020	alcalde@alcaldiadeibague.gov.co
Ángel María Balanzo	Asociación Colombiana de Tiempo Compartido-ASTIEMPO / Director Ejecutivo	Sector de Tiempo Compartido	3158487459	angel@balanzo.com
Ángela María Díaz Pinzón	Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones -ACOLAP / Directora Ejecutiva	Sector de Atracciones y Parques de Diversiones	3115149	direccionejecutiva@acolap.org.co
Javier Gómez Rueda	Federación Colombiana de Ecoparques, Ecoturismo y Turismo de Aventura -FEDEC / Presidente.	Sector de Ecoturismo	608 8031	asociaciondeecoturismo@yahoo.com
José Yesid Rodríguez	Asociación para el Desarrollo Integral del Transporte Intermunicipal - ADITT / Director Ejecutivo.	Transporte Terrestre Intermunicipal.	400 8585	joseyesidr@yahoo.com



am



Paula Cortés Calle	Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo - ANATO / Presidenta	Sector de las Agencias de Viajes	6222099	presidencia@anato.org
Sergio Ignacio Soto Mejía	Federación nacional de Comerciantes-FENALCO-Antioquia Director Ejecutivo	Sector de Establecimientos de Comercio en las terminales de transporte	4446444 ext 4153	ejecutiva@fenalcoantioquia.com

OTROS PARTICIPANTES:

Nombre y apellidos	Entidad/ Cargo	Teléfono	Correo electrónico
Adriana Patricia Saavedra Guzmán	Fondo de Promoción Turística / Directora.	212 4545	asaavedra@fondodepromocionturistica.com
Carlos Alberto Vives Pacheco	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo / Director de Análisis Sectorial y Promoción, quien actúa como Secretario.	606 7676Ext. 1660	cvives@mincomercio.gov.co

INVITADOS:

Nombre y apellidos	Entidad/ Cargo	Teléfono	Correo electrónico
Claudia Velásquez Castaño	Asociación del Transporte Aéreo en Colombia -ATAC / Directora	6213018	cvelasquez@atac.aero

AUSENTES (CON EXCUSA):

Nombre y apellidos	Entidad/ Cargo	Sector Representado	Teléfono	Correo electrónico
Sandra Paola Palacio Hurtado	Gobernación del Quindío/ Gobernadora del Quindío	Representante de los gobernadores, Sector público/ Entes Territoriales	7417700	gobernadora@quindio.gov.co
Juan Leonardo Correa	Asociación Hotelera de Colombia-COTELCO / Presidente.	Sector de Alojamiento	7427766	presidencia@cotelco.org





Manuel Leal Angarita	Asociación del Transporte Aéreo en Colombia – ATAC/ Presidente de la ATAC	Sector de las Aerolíneas	6213018	mleal@atac.aero
----------------------	--	--------------------------	---------	--

ORDEN DEL DIA:

1. Verificación del Quórum
2. Lectura, discusión y aprobación de actas anteriores (201 y 203)
3. Seguimiento puntos pendientes actas anteriores
4. Consideración de proyectos aplazados
5. Consideración de proyectos
6. Varios
7. Tareas

1. VERIFICACIÓN DE QUÓRUM

Con la presencia de 9 miembros con derecho a voto, se verificó el quórum

2. LECTURA, DISCUSIÓN Y APROBACIÓN DE ACTAS ANTERIORES (201 Y 203)

Se distribuyeron las actas No 201 y 203 se recordó que la primera fue enviada via correo electrónico para su respectiva revisión.

El señor Javier Gómez aclaró que el comentario correspondiente al punto 6.2 referente al proyecto "Construcción de la plazoleta turística y cultural los Guanes del municipio de Los Santos departamento de Santander" fue hecho por él y no por la directora del FPT. Así mismo solicitó que se cambie el nombre del señor Rodolfo Rodríguez por el de Andrés Calderón debido a que fue este quien realizó la presentación de los diseños de la plazoleta.

La señora Paula Cortes solicitó modificar el punto 3 – Seguimiento de puntos pendientes actas anteriores, en la tarea Invitar a la Universidad Nacional para que realice una presentación sobre la experiencia que ha tenido con la supervisión de los proyectos – párrafo 3 de la siguiente manera:

"Después de escuchar atentamente y debatir al respecto, el Comité Directivo resaltó la buena organización y el modelo que la universidad está llevando a cabo para la supervisión de los contratos. El Viceministro manifestó que teniendo en cuenta la observación sobre las contrapartidas y los hallazgos de la CGR era dado concluir que los aportes de cofinanciación del proponente en dinero deben formar parte de una sola bolsa para que el contrato sea uno solo. Los demás miembros del Comité no manifestaron objeción alguna".

Con los comentarios anteriores el Comité Directivo decidió aprobar el acta No 201.

A continuación se dio lectura al acta 203.

En el punto 7.1 El Comité Directivo solicitó corregir un error en la redacción, en el sentido de que la cifra aprobada fue de \$158.700.000,00.

*am
M.*





Con los comentarios anteriores el Comité Directivo decidió aprobar el acta No 203

El Comité Directivo adoptó la siguiente decisión:

DECISIÓN 204-01

Aprobar las actas 201 y 203 correspondientes a la sesiones del día 31 enero y 17 de febrero de 2012 respectivamente.

3. SEGUIMIENTO DE PUNTOS PENDIENTES ACTAS ANTERIORES.

TAREA	AVANCE
Revisar los mecanismos para el manejo de la contrapartida de los gremios.	La directora del FPT informó que la reunión se llevó a cabo y que los miembros del Comité Directivo solicitaron tratar el tema nuevamente en el Comité
Remitir a los miembros del Comité Directivo la información relacionada con el presupuesto destinado por las entidades territoriales al sector turismo.	La señora Adriana Saavedra informó que la información ya fue enviada a los miembros del Comité Directivo.
Verificar si el señor Viceministro tendría algún impedimento para dar su voto de aprobación para el remplazo de la entidad evaluadora siendo miembro de la junta de FONADE.	El Viceministro comentó que esta a la espera de un concepto de la oficina jurídica.
Llevar al Comité Directivo, el informe final del programa de medición de impacto por parte de la Universidad del Rosario.	<p>La Universidad del Rosario hizo la presentación de la evaluación técnica del impacto de los proyectos aprobados por el Comité Directivo del FPT en el año 2009. (Se anexa presentación a la presente acta). Como conclusiones finales la Universidad mencionó las siguientes:</p> <p>Sugirió revisar el tema del control de la documentación para cada proyecto.</p> <p>Que los proyectos correspondieran a un análisis de juicio de las necesidades para lo cual debería ser modificada la ficha de presentación de los mismos.</p> <p>Aprobar Proyectos de mayor cuantía y mayor impacto. La señora Adriana Saavedra aclaró que para el año 2009 la cifra promedio de proyectos aprobados fue de \$199 millones, en el 2010 fue de \$ 230 millones y en el 2011 fue de \$ 294 millones.</p> <p>La Universidad sugirió mejorar los informes de supervisión y los informes finales de los contratistas.</p> <p>El Viceministro llamó la atención sobre el hecho que no se hubieran analizado los proyectos de promoción</p>



cmw



internacional y solicitó reparar esa omisión.

4. CONSIDERACIÓN DE PROYECTOS APLAZADOS

4.1 INVESTIGACIÓN INTERNACIONAL DE MERCADOS

- Proponente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Línea estratégica: Fortalecimiento del mercadeo y la promoción turística
- Programa: Investigación de mercados AMERICAS
- Costo Total: \$ 649.500.000,00
- Valor Solicitado: \$ 649.500.000,00

El proyecto fue aplazado en el Comité Directivo que se realizó el día 09 de noviembre y se solicitó reformularlo. Es así como se presenta en esta oportunidad el proyecto solo para la región de las Américas.

El Viceministro solicitó que se incluyan en el estudio los países del Caribe.

El Comité Directivo adoptó la siguiente decisión:

DECISIÓN 204-02

Aprobar el proyecto "Investigación internacional de mercados", presentado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, hasta por la suma de \$ 649.500.000,00 con cargo a los recursos fiscales, incluyendo Caribe

4.2 PROMOCIÓN DE LOS CENTROS HISTÓRICOS DECLARADOS COMO PATRIMONIO NACIONAL (RED DE PUEBLOS PATRIMONIO)

- Proponente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Línea estratégica: Fortalecimiento del mercadeo y la promoción turística
- Programa: Mercadeo y promoción turística a nivel nacional
- Costo Total: \$ 790.000.000,00
- Valor Solicitado: \$ 790.000.000,00

El proyecto fue aplazado en el Comité Directivo que se realizó el día 20 de septiembre. Después de discutir al respecto el Comité Directivo consideró negarlo teniendo en cuenta que el objetivo es ampliar la Red de Pueblos Patrimonio y no promocionar otros centros históricos declarados como patrimonio nacional. Acto seguido adoptó la siguiente decisión:

DECISIÓN 204-03

Negar el proyecto "Promoción de los centros históricos declarados como patrimonio nacional (Red de pueblos patrimonio)", presentado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

aw P





5. CONSIDERACIÓN DE PROYECTOS

5.1 XXIII CONGRESO NACIONAL DE TRANSPORTE ADITT POR UNA MOVILIDAD SEGURA Y SOSTENIBLE

- Proponente: Asociación para el Desarrollo Integral del Transporte Terrestre Intermunicipal
- Línea estratégica: Mejoramiento de la competitividad turística
- Programa: Formación, Capacitación y Sensibilización Turística
- Costo Total: \$ 182.215.000,00
- Valor Solicitado: \$ 142.695.000,00

El Congreso se llevará a cabo entre el 11 y 13 de abril en la ciudad de Medellín. El señor José Yesid Rodríguez informó que el evento se realiza cada año con la asistencia aproximada de 300 empresarios y que el objetivo de este es incentivar tanto al sector turismo como al sector transporte para desarrollar nuevos proyectos que permitan el crecimiento y progreso de las empresas que prestan servicios de transporte terrestre especial.

El Viceministro recordó lo sucedido con el congreso de ACOLTES y solicitó que los recursos se inviertan en temas propios del turismo. Así mismo pidió colaboración del gremio para recordarles a sus asociados el pago cumplido de los aportes a la contribución parafiscal.

Teniendo en cuenta la importancia del transporte turístico terrestre, El Comité Directivo propuso a ADITT promover la realización de un solo congreso que agrupe las diferentes agremiaciones y así tener un mayor impacto. Acto seguido adoptó la siguiente decisión:

DECISIÓN 204-04

Aprobar el proyecto "XXIII congreso nacional de transporte ADITT por una movilidad segura y sostenible", presentado por la Asociación para el Desarrollo Integral del Transporte Terrestre Intermunicipal - ADITT, hasta por la suma de \$ 142.695.000,00 con cargo a los recursos parafiscales, siempre y cuando se aplique en la temática turística.

5.2 PROGRAMA ACADÉMICO IMPACTO DE LOS TLC PARA EL SECTOR TURÍSTICO Y LA INDUSTRIA HOTELERA, PEREIRA 2012

- •
- Proponente: Asociación Hotelera y Turística de Colombia COTELCO
- Línea estratégica: Mejoramiento de la competitividad turística
- Programa: Formación, Capacitación y Sensibilización Turística
- Costo Total: \$ 100.399.720,00
- Valor Solicitado: \$ 74.887.720,00

El objetivo es realizar un evento académico para conocer el impacto y las oportunidades de los TLC para el sector turístico y la industria hotelera en particular. El evento se llevará a cabo en la ciudad de Pereira el día 15 de marzo.

El Comité Directivo decidió aprobarlo eliminando las actividades de promoción, teniendo en cuenta que el evento estaba próximo a realizarse y no tenía sentido hacerle promoción faltando poco tiempo. Acto seguido adoptó la siguiente decisión:



amp



DECISIÓN 204-05

Aprobar el proyecto "Programa académico impacto de los TLC para el sector turístico y la industria hotelera, Pereira 2012", presentado por la Asociación Hotelera y Turística de Colombia COTELCO, hasta por la suma de \$ 50.039.776,00 con cargo a los recursos parafiscales. (Esta suma corresponde al valor solicitado restando las actividades de promoción).

5.3 PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA NACIONAL VIVE COLOMBIA EL PAÍS QUE LLEVAS EN EL CORAZÓN

- Proponente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Línea estratégica: Fortalecimiento del mercadeo y la promoción turística
- Programa: Mercadeo y promoción turística a nivel nacional
- Costo Total: \$ 5.500.000.000,00
- Valor Solicitado: \$ 5.500.000.000,00

El objetivo es ejecutar un plan de medios para la Campaña Nacional de promoción, en este momento "Vive Colombia el país que llevas en el corazón".

El Comité Directivo adoptó la siguiente decisión:

DECISIÓN 204-06

Aprobar el proyecto "Plan de medios de la campaña nacional Vive Colombia el país que llevas en el corazón", presentado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, hasta por la suma de \$5.500.000.000,00 con cargo a los recursos fiscales.

5.4 SUB-CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DESTINOS POTENCIALES

- Proponente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Línea estratégica: Fortalecimiento del mercadeo y de la promoción turística
- Programa: Mercadeo y promoción turística a nivel nacional.
- Costo Total: \$ 1.000.000.000,00
- Valor Solicitado: \$ 1.000.000.000,00

El objetivo es diseñar, conceptualizar, producir y emitir una sub-campaña de promoción de destinos potenciales.

Después de discutir al respecto el Comité Directivo solicitó que se cambie el nombre del proyecto, eliminando las palabras emergentes y Satena debido a que se promociona en sí, es el destino. A continuación solicitaron excluir Casanare, Arauca y Amazonas e incluir Mompo (si lo sirve Satena) Macarena y Providencia. Acto seguido adoptó la siguiente decisión:

DECISIÓN 204-07

Aprobar el proyecto "Sub-campaña de promoción destinos potenciales", presentado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, hasta por la suma de \$1.000.000.000,00 con cargo a los recursos fiscales.



ant. M.



5.5 INVESTIGACIÓN NACIONAL DE MERCADOS PARA PERSONAS EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD

- Proponente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Línea estratégica: Fortalecimiento del mercadeo y la promoción turística
- Programa: Investigación de Mercados
- Costo Total: \$ 499.930.000,00
- Valor Solicitado: \$ 499.930.000,00

El objetivo es identificar la oferta y la demanda para personas en condición de discapacidad. El Viceministro resaltó la importancia del estudio pero solicitó revisar el costo del proyecto debido a que estima que el valor podría estar por encima de los precios del mercado.

El Comité Directivo estuvo de acuerdo con la apreciación del señor Viceministro y acto seguido adoptó la siguiente decisión:

DECISIÓN 204-08

Aplazar el proyecto "Investigación nacional de mercados para personas en condición de discapacidad", presentado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

El Viceministro le solicitó al señor Carlos Vives recordar a la empresa Mckinsey que presente al sector privado del turismo los avances del estudio para fortalecer el sector turismo "turismo de clase mundial".

5.6 CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN TURÍSTICA

- Proponente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Línea estratégica: Fortalecimiento del mercadeo y la promoción turística
- Programa: Mercadeo y promoción turística a nivel nacional
- Costo Total: \$ 1.500.000.000,00
- Valor Solicitado: \$ 1.500.000.000,00

El objetivo es conceptualizar, diseñar, producir y ejecutar un plan de medios para una campaña de sensibilización turística que recree la antigua campaña turista satisfecho trae más turistas.

El Comité Directivo solicitó que para un próximo comité se presenten dos propuestas creativas; una bajo el concepto de turistas satisfechos trae más turistas y otra nueva propuesta que mantenga un mensaje similar. Acto seguido adoptó la siguiente decisión:

DECISIÓN 204-09

Aprobar el proyecto "Campaña de sensibilización turística", presentado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, hasta por la suma de \$ 1.500.000.000,00 con cargo a los recursos fiscales, sujeto a la aprobación de la campaña por el Comité directivo.

5.7 CAMPAÑA VIVE COLOMBIA LIMPIA

- Proponente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo





Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo
República de Colombia

Dirección de Análisis Sectorial y Promoción

**Prosperidad
para todos**

- Línea estratégica: Fortalecimiento del mercadeo y la promoción turística
- Programa: Mercadeo y promoción turística a nivel nacional
- Costo Total: \$ 250.000.000,00
- Valor Solicitado: \$ 250.000.000,00

El Comité Directivo adoptó la siguiente decisión:

DECISIÓN 204-10

Aprobar el proyecto "Campaña vive Colombia Limpia", presentado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, hasta por la suma de \$ 250.000.000,00 con cargo a los recursos fiscales.

5.8 SUB-CAMPAÑA DE AVISTAMIENTO DE BALLENAS

- Proponente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Línea estratégica: Fortalecimiento del mercadeo y la promoción turística
- Programa: Mercadeo y promoción turística a nivel nacional
- Costo Total: \$ 1.000.000.000,00
- Valor Solicitado: \$ 1.000.000.000,00

El Comité Directivo resaltó la importancia de este tipo de campañas y así mismo solicitó que una vez realizada la campaña nacional las piezas publicitarias le sean compartidas a Proexport para ser utilizadas en la promoción internacional. Acto seguido adoptó la siguiente decisión:

DECISIÓN 204-11

Aprobar el proyecto "Sub-campaña de avistamiento de ballenas", presentado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, hasta por la suma de \$ 1.000.000.000,00 con cargo a los recursos fiscales.

6. VARIOS

6.1 INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD TECNOLÓGICA PARA EL TURISMO TERRESTRE

- Proponente: Asociación Nacional de Transportadores
- Línea estratégica: Mejoramiento de la competitividad turística
- Programa: Formación, capacitación y sensibilización turística
- Costo Total: \$ 197.908.496
- Valor Solicitado: \$ 118.088.496,00

El proyecto fue negado en el Comité Directivo que se realizó el día 17 de febrero debido a que el proyecto no contempla enfoque turístico. Ahora el proponente presenta nuevamente el proyecto ajustado con los siguientes temas: El problema de la seguridad vial a nivel mundial, Impacto en el sector turístico – La política de seguridad vial en Colombia, Evolución e impacto en el turismo doméstico e internacional – El factor Humano en la seguridad Vial, Importancia para el turismo – El transporte intermunicipal, de turistas, en bus; experiencia española y europea – Certificación de seguridad del transporte intermunicipal en bus, beneficios para el sector turismo.





Teniendo en cuenta la premura el Comité Directivo decidió discutir el tema la próxima junta.

6.2 PROMOCIÓN DE COLOMBIA A TRAVÉS DEL EQUIPO DE CICLISMO COLOMBIA ES PASIÓN – 427 TEMPORADA 2012

- Proponente: Fondo de Promoción Turística
- Línea estratégica: Fortalecimiento del mercadeo la promoción turística
- Programa: Mercadeo y promoción nacional
- Costo Total: \$ 400.000.000,00
- Valor Solicitado: \$ 400.000.000,00

El proyecto fue aprobado en el Comité Directivo que se realizó el día 13 de enero de 2012, sujeto a presentar la estrategia de promoción ante el Comité.

La directora del FPT presentó las actividades de la estrategia publicitaria y el uniforme que utilizarán los ciclistas en las diferentes competiciones

El Comité Directivo no tuvo comentarios al respecto.

6.3 CARTA SOLICITUD DEL MUSEO BOTERO DE ANTIOQUIA

El señor Sergio Ignacio Soto comentó que el museo Botero está solicitando apoyo para hacer un evento de turismo religioso en Semana Santa con la exposición de obras del maestro Fernando Botero.

La señora Adriana Saavedra informó que se dio respuesta a la solicitud donde se les explicó que el proyecto debería ser presentado de manera articulada con la entidad territorial. El Viceministro manifestó su preocupación por que cada vez más se presentan proyectos que le corresponden directamente al Ministerio de Cultura. El Comité Directivo estuvo de acuerdo con la observación del Viceministro.

6.4 SOLICITUD CORPORACIÓN DESTINO PARAÍSO VALLE DEL CAUCA

La señora Adriana Saavedra informó que recibió una carta donde la Corporación manifiesta su interés de presentar proyectos al Fondo de Promoción Turística. Comentó que la Corporación es mixta y está conformada por la gobernación, alcaldías y Cámara de Comercio y agregó que con base al concepto emitido por la subdirección jurídica del FPT la solicitud cumple con los requisitos para presentar proyectos de acuerdo con el manual del FPT.

6.5 PROCESO LICITACIÓN ADMINISTRACIÓN DEL FPT

El Viceministro informó que en días pasados se había abierto la licitación para la administración del FPT pero que nuevamente se declaró desierta y que por lo tanto se están estudiando varias posibilidades:

Se propuso flexibilizar los requisitos financieros para una nueva licitación o modificar la ley para dar la posibilidad de que la administración la asuma el sector privado y no el sector privado del turismo.



aw



Por último explicó la posibilidad de que la administración sea asumida por el Ministerio a través de una entidad fiduciaria para lo cual se preparó un decreto que se encuentra en trámite en la presidencia de la república.

Atendiendo las necesidades actuales el Viceministro solicitó autorizar una prórroga del contrato actual hasta por nueve meses contados a partir del primero (1º) de abril de 2012 de los contratos 88 y 89 de 2007 celebrados el 28 de diciembre de 2007 entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Consorcio Alianza Turística, para la ejecución de los recursos fiscales destinados a la promoción y competitividad del turismo y para la administración y ejecución de los recursos del Fondo de Promoción Turística, respectivamente, precisando que una vez cumplida cualquiera de las alternativas cesaría la prórroga.

Lo anterior de conformidad con lo señalado en la cláusula cuarta del contrato 88 de 2007 y tercera del contrato 89 de 2007.

El señor Javier Gómez consideró importante que COTELCO y ANATO evalúen la posibilidad de presentarse, de ser abierta una nueva licitación.

El Comité Directivo adoptó la siguiente decisión:

DECISIÓN 204-12

Aprobar la prórroga por hasta nueve (9) meses contados a partir del primero (1º) de abril de 2012 de los contratos 88 y 89 de 2007 celebrados el 28 de diciembre de 2007 entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Consorcio Alianza Turística, para la ejecución de los recursos fiscales destinados a la promoción y competitividad del turismo y para la administración y ejecución de los recursos del Fondo de Promoción Turística, respectivamente, prórroga que se terminaría en el momento de la contratación de un nuevo administrador, en cualquiera de las posibilidades expuestas.

Lo anterior de conformidad con lo señalado en la cláusula cuarta del contrato 88 de 2007 y tercera del contrato 89 de 2007.

6.6 CONTRAPARTIDA GREMIOS EN UN SOLO CONTRATO

La señora Paula Cortes solicitó revisar el procedimiento en el cual los aportes de la contrapartida del 20% se trasladarían al FPT en una sola bolsa desde el inicio del contrato. Lo anterior teniendo en cuenta que los gremios manifestaron su desacuerdo y pidieron que la contratación siguiera como se ha hecho hasta el momento.

La señora Claudia Velásquez comentó que se puede mejorar la función de interventoría y que acogen las recomendaciones del Universidad Nacional, pero consideran que hay un riesgo al trasladar estos recursos ya que el gremio terminaría respondiendo por la totalidad del contrato y además se estaría perdiendo la autonomía del sector privado. Agregó que se trabajaría más en mejorar los reportes e informes de ejecución de la contrapartida pero que la contratación la deberían seguir manejando los propios gremios.

El Viceministro expuso su sorpresa pues entendió que el tema estaba resuelto ya que en el comité pasado se había llegado a un acuerdo y que la reunión programada era para ajustar el mecanismo de la nueva forma de contratación. Reiteró una vez más las razones para que no se hiciera caso omiso de las observaciones y





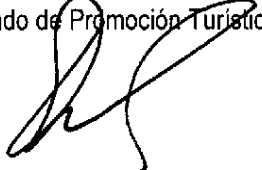
recomendaciones del interventor y hallazgos de la Contraloría. Comentó que el objetivo de la medida es sano, buscando la eficiencia y economía en los proyectos.

Teniendo en cuenta la nueva postura de los gremios, solicitó el concepto escrito sobre la posible responsabilidad del gremio aportante frente a toda la contratación del proyecto, ya que era la razón jurídica que se esgrimía, para trasladar esta consulta a la oficina jurídica del Ministerio y el Fondo y a la Contraloría

7. TAREAS

	RESPONSABLE
Pedir a la empresa Mckinsey que presente al sector privado del turismo los avances del estudio para fortalecer el sector turismo "turismo de clase mundial.	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Para un próximo Comité Directivo presentar las propuestas creativas de la campaña de sensibilización turística.	Fondo de Promoción Turística

Siendo las 13:00 horas del martes 13 de Marzo del año dos mil doce (2012) la sesión 204 del Comité Directivo del Fondo de Promoción Turística, se dio por concluida.


ÓSCAR RUEDA GARCÍA
Viceministro de Turismo
Presidente



CARLOS ALBERTO VIVES PACHECO
Director de Análisis Sectorial y Promoción
Secretario

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO


**Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial
CIDEM**

INFORME EJECUTIVO
EVALUACION TECNICA DEL IMPACTO DE LOS PROYECTOS APROBADOS POR EL COMITÉ DIRECTIVO DEL FPT EN EL AÑO 2009


Bogotá D.C., Marzo 13 de 2012



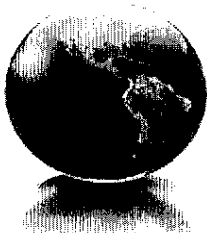
AGENDA



1. Contextualización del Proyecto.
2. Objetivo del Proyecto.
3. Fases.
4. Alcance del Proyecto.
5. Presentación de Resultados Fases 1 a 5.
6. Conclusiones y Recomendaciones finales.
7. Proyectos Vitrina Turística ANATO.




1. Contextualización del Proyecto.




- El Objetivo General del Plan Sectorial de Turismo de 2008-2010* se plantea así: "Consolidar los procesos regionales de turismo de tal manera que se disponga de una oferta de productos y destinos altamente competitivos (de clase mundial) para los mercados internacionales".
- Los proyectos aprobados por el Comité Directivo del FPT en el 2009 fueron encaminados hacia el cumplimiento de este Objetivo General. ¿Pero cuál es el Impacto real de dichos proyectos?
- El Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial (CIDEM) de la Universidad del Rosario fue contratado por el FPT para realizar un estudio para evaluar el impacto de los proyectos. Aquí se presenta el Informe ejecutivo del proyecto.

*Plan Sectorial de Turismo, 2008-2010.




2. Objetivo del proyecto

Realizar la evaluación del impacto de los proyectos aprobados por el Comité Directivo en el año 2009 en los programas:



- 1.1 Adecuación de la Oferta Turística
- 1.2 Formación, Capacitación y Sensibilización Turística
- 2.1 Mercados y Promoción Turística a nivel Nacional
- 2.4 Investigación de Mercados
- 2.5 Banco de Proyectos Turísticos de promoción



3. Fases

- Fase 1: Análisis de la Política
 - Fase 2: Análisis de Documentación
 - Fase 3: Fase de Contrastación
 - Fase 4: Análisis Cualitativo y Cuantitativo, Diseño de Indicadores por Tipo de Programa
 - Fase 5: Diseño de Matrices de Calificación
 - Fase 6: Conclusiones y Recomendaciones
 - Valor Agregado: Análisis de Proyectos de la Vitrina Turística
- Duración del Proyecto: 21 semanas



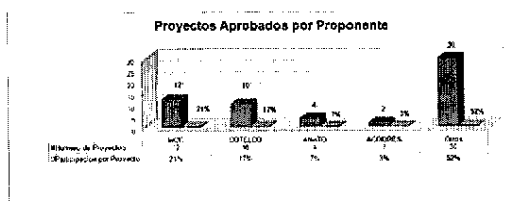
4. Alcance del Proyecto

- El Fondo de Promoción Turística entregó al equipo consultor un total de 148 proyectos para análisis:
- Línea Estratégica 1: Mejoramiento de la Competitividad Turística
 - 1.1 Adecuación de la Oferta Turística/Planificación Turística: # de Proyectos: 14
 - 1.2 Formación, Capacitación y Sensibilización Turística: # de Proyectos: 18
- Línea Estratégica 2: Fortalecimiento del Mercadeo y Promoción Turística
 - 2.1 Mercadeo y Promoción Turística a nivel nacional: # de Proyectos: 13
 - 2.4 Investigación de Mercados: # de Proyectos: 4
 - 2.5 Banco de Proyectos: # de Proyectos: 8
- Vitrina Turística ANATO
 - 2.1 Mercadeo y Promoción Turística a nivel nacional: # de Proyectos: 80



5. Resultados Fase 1 a Fase 5:

Resultados Fase 1: Pertinencia con la Política

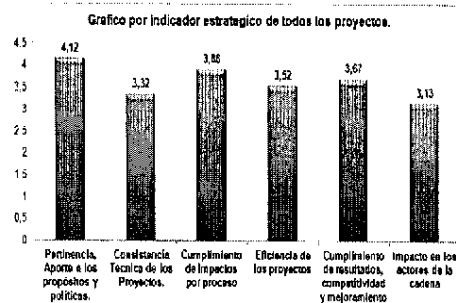


- En la aprobación de los proyectos los principales proponentes son el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y Cotelco. Se puede concluir que esto se debe a la capacidad y conocimiento en la formulación y presentación de los proyectos de acuerdo a los lineamientos establecidos por el FPT.

Resultados Fase 3: Contrastación

- En esta fase se realizó una evaluación por líneas estratégicas y programas de la política del FPT, identificando en cada una, un perfil de cumplimiento de proyectos bajo los parámetros de pertinencia, impacto, aplicabilidad, mejoramiento de la oferta, competitividad, impacto en la región, transferencia de conocimiento, correspondencia con políticas, objetivos y propósitos de los proyectos y las áreas respectivas.
- Para todos los proyectos se determinaron 4 variables generales de cumplimiento, que formaron parte de la Matriz de Perfil de Cumplimiento (ejemplo):
 - Pertinencia y Correspondencia
 - Impactos del Proceso
 - Impacto de Resultados
 - Impacto en los Involucrados

Fase 4: Resultados Análisis Cualitativo y Cuantitativo



Fase 4: Resultados Análisis Cualitativo y Cuantitativo

- En esta fase se evaluaron por línea estratégica los proyectos en el año 2009. Se usó como base la Matriz de Perfil de Cumplimiento diseñada como parte de la Fase 3.
- Para cada indicador estratégico se definieron indicadores operativos coherentes desde la óptica de causa y efecto.
- Se diseñó una matriz de indicadores por programa, una para proyectos de la Línea Estratégica de Mejoramiento de la Competitividad Turística, y otra para proyectos de la Línea Estratégica Fortalecimiento del Mercadeo y Promoción Turística.

Fase 4: Indicadores de impacto total por tipo de programa

- Usando los indicadores estratégicos y operativos, se realizó un análisis de todos los proyectos por programa. Vemos que los programas 1.1 y 2.5 tienen la evaluación más baja, sobre todo por un bajo desempeño en Consistencia Técnica, Eficiencia de los Proyectos y Cumplimiento en los procesos.

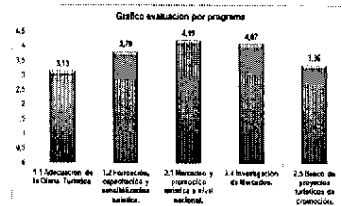


Gráfico: Evaluación por programa
Fuente: Equipo Consultor

Fase 5: Diseño de matrices de calificación

- En esta fase se diseñaron dos matrices. La primera una matriz de evaluación técnica que se diseñó para que los evaluadores del FPT amitan sus conceptos de viabilidad y no viabilidad. La Matriz de Evaluación Técnica de proyectos se debe aplicar a la formulación y ejecución de los proyectos, cubriendo los temas de:
 - Definición del Proyecto.
 - Análisis de mercados para el proyecto.
 - Modelo operacional y financiero del proyecto.
 - Aspectos legales.
 - Identificación de riesgos.
 - Resultados esperados.
 - Control del proyecto.

Fase 5: Diseño de matrices de calificación

- La segunda matriz se diseñó para hacer el seguimiento y evaluación de los impactos después de desarrollado el proyecto.
- La Matriz de Evaluación de Impactos se debe aplicar una vez realizado el proyecto. Esta matriz incluye indicadores estratégicos y operativos, que varían según el programa. Los principales Indicadores estratégicos de los programas son:
 - Posicionamiento del destino
 - Aumento en Tráfico
 - Aumento en competitividad
 - Eficiencia en la Inversión
 - Aumento en ventas
 - Impacto en las Políticas

Conclusiones y Recomendaciones

Las conclusiones y recomendaciones están organizadas alrededor de las 3 etapas de los proyectos:

1. Recomendaciones para la formulación y presentación de proyectos
2. Recomendaciones para la ejecución de proyecto
3. Recomendaciones para el seguimiento y evaluación posterior de proyectos



1. Recomendaciones para la formulación y presentación de proyectos

Matriz de Evaluación Técnica

La Matriz de Evaluación Técnica presentada como parte de la Fase 5 representa una guía completa de cómo se recomienda presentar futuros proyectos. La Matriz cubre aspectos fundamentales de los proyectos, como son el modelo operacional y financiero, aspectos legales, identificación de riesgos, el control de proyecto y el informe final.

Manual

Con base en la estructura y contenido de la Matriz, se recomienda revisar el Manual de Evaluación Técnica que sirve como una guía completa para la preparación de futuros proyectos por parte de los proponentes.



1. Recomendaciones para la formulación y presentación de proyectos

Asesoría en la Formulación y Presentación de Proyectos

Se recomienda el uso de la nueva Matriz de Evaluación Técnica de Proyectos. Este tipo de evaluación exige y asegura una mejor calidad en la formulación de proyecto; igualmente generará retos para los proponentes sin experiencia en presentación de proyectos.

Por esta razón es vital prestarles una asesoría real y completa a los proponentes, para asegurar un mayor porcentaje de éxito en la presentación, mejoramiento de la calidad y aprobación de proyectos, sobre todo para proponentes no sofisticados. Esta asesoría puede ser de expertos del mismo FPT o externos.



1. Recomendaciones para la formulación y presentación de proyectos

Mejoramiento de la formulación de objetivos de los Proyectos

Se detectaron falencias en la ficha técnica de muchos proyectos donde los objetivos son expresados como actividades, o las actividades expresadas como objetivos.

En la fase de revisión de la formulación de los proyectos previa a la elegibilidad, es importante realizar análisis de marco lógico, en donde se denota un problema existente en un contexto determinado, que mediante la formulación y presentación de un proyecto, elimine las causas del problema, generando beneficios e impactos sociales, económicos, en un sector, grupo, región etc. El marco lógico debe ser el argumento para establecer la justificación y análisis de necesidad de un proyecto.



1. Recomendaciones para la formulación y presentación de proyectos

Objetivos Medibles

Entre los Requisitos de Elegibilidad de los Proyectos que se presentan en el Manual de Proyectos se encuentra "Las metas e indicadores que se esperan alcanzar". Sin embargo son pocos los proyectos que contienen metas e indicadores y menos los que pretenden presentar mediciones reales de lo cumplido.

Se recomienda que la propuesta del proyecto debe contener metas medibles en el corto y mediano plazo. Estas mediciones y sus resultados forman parte de la Matriz de Evaluación de Impactos presentada en la Fase 5.

En el caso de proyectos de los programas de Mercadeo y Promoción Turística (2.1 y 2.5) donde se requiere el uso de medios masivos de publicidad, se recomienda la contratación de un servicio anual de evaluación de medios.



1. Recomendaciones para la formulación y presentación de proyectos

Duración y número de proyectos

Se denota un alto número de proyectos con montos y duraciones corta, lo cual no necesariamente garantiza resultados e impactos en los actores de la cadena, por ser estrictamente puntuales.

Se sugiere aprobar *menos* proyectos en número, pero de *mayor* alcance e impacto; o aprobar una *serie* de proyectos que apunten a una estrategia y objetivos comunes, con una trazabilidad o continuidad que permita de forma sostenida mejorar la gestión y competitividad turística.

Esto requiere mayor planeación por parte de los proponentes y mayor asesoría por parte del FPT.



1. Recomendaciones para la formulación y presentación de proyectos

Ampliar el número de proponentes de proyectos

Se recomienda ampliar el número de proponentes por línea estratégica, programas y regiones geográficas.

Es importante revisar la política de asignación de recursos por contrapartida: los proponentes que sean personas naturales o jurídicas diferentes a quienes tradicionalmente presentan proyectos y que demuestren alto valor agregado e impacto del proyecto deberían contar con más recursos de cofinanciación.



2. Recomendaciones para el mejoramiento en la ejecución de proyectos

Supervisión de los proyectos

Se debe reforzar el criterio de supervisión para velar por la calidad y el impacto real del proyecto ejecutado. La supervisión debe ser crítica y más exigente. Los informes de supervisión deben incluir una calificación del desempeño del contratista en términos de:

- Tiempos
- Documentación (en este momento no existen lineamientos claros de documentación para el contratista)
- Seguimiento/atención/servicio
- Presupuesto
- Calidad de producto/servicio entregado
- Recomendación final - ¿recomendaría a este contratista para futuro proyectos?
- Recomendaciones de acciones de seguimiento al proyecto



2. Recomendaciones para el mejoramiento en la ejecución de proyectos

Informes de Contratistas

Los Informes presentados por Contratistas, tanto los parciales como los finales, en muchos casos son muy básicos, sin aportar ningún valor agregado, en cuanto a recomendaciones de mejoras para el futuro.

Se recomienda que los reportes sigan un formato definido, vinculada al formato de evaluación presentado, que incluya rubros obligatorios de:

- Auto-evaluación
- Propuestas de mejoras para futuros proyectos
- Propuesta de seguimiento al proyecto



3. Recomendaciones para mejorar el proceso de evaluación posterior

Medición

La Matriz de Evaluación de Impactos desarrollada para cada programa en la fase 5 se debe completar para todos los proyectos aprobados. De esta manera se logrará una medición de variables clave, según el tipo de programa, durante los dos años posteriores al proyecto. Se recomienda que los proponentes que no cumplan con una medición adecuada no puedan presentar proyectos en el futuro.

Es importante para el FPT evalúe el impacto de los proyectos aprobados, para contar con criterios válidos de aprobación o rechazo de proyectos que se enmarquen repetidamente todos los años, para lograr impactos reales en los actores de la cadena turística.

La misma propuesta de proyecto debe contener un plan de seguimiento posterior a la ejecución del proyecto, para asegurar la optimización de los recursos en el mediano plazo.



4. Conclusiones y recomendaciones finales

La Evaluación Técnica del Impacto de los Proyectos aprobados en el 2009 identificó una serie de deficiencias en la formulación, Ejecución y Medición de Impactos de los proyectos. Los informes presentados en las diferentes fases proporcionan instrumentos que pueden mejorar el desempeño de los proyectos presentados al FPT en el futuro.

El enfoque de nuestras recomendaciones está en la formulación de los proyectos, donde se encontraron especiales debilidades, lo cual genera bajos impactos después de la ejecución.

Se espera que la implementación de las recomendaciones presentadas, y el uso de los instrumentos de evaluación y medición diseñados, puedan optimizar el uso de los recursos del FPT en el futuro, logrando unos proyectos mejor preparados, más eficientes y con resultados medibles, y con un impacto positivo para la competitividad de la oferta turística del país y para el fortalecimiento del mercado y promoción turística.



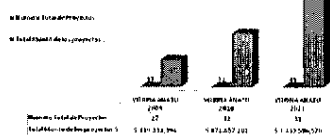
ANEXO

Resumen Ejecutivo Análisis de Proyectos de la Vitrina Turística de ANATO 2008-2010



CANTIDAD Y MONTO DE PROYECTOS

Proyectos Vitrina ANATO implementados por año



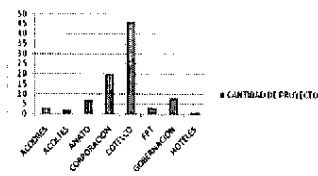
La cantidad de proyectos aprobados ha sido más o menos constante durante los tres años analizados, pero el presupuesto ha aumentado de manera considerable.

Del 2009 al 2010 hubo un incremento del 198% en el presupuesto aprobado; y entre del 2010 al 2011 un incremento del 164%. Estos aumentos no corresponden ni con la inflación (5% aproximadamente) ni con el aumento de asistencia a ANATO (12-13%).



PROYECTOS POR PROPONENTE

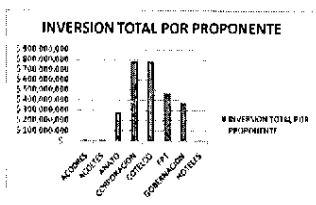
CANTIDAD DE PROYECTOS



Cotelco, a través de sus capítulos o a nivel nacional, tiene más de la mitad de los proyectos aprobados. Esto demuestra que el gremio está muy organizado y sabe cómo aprovechar la oportunidad de pedir apoyo financiero para la Vitrina turística. Cotelco claramente provee un apoyo y asesoría en la formulación de los proyectos de sus capítulos, para que cada región aproveche la oportunidad. En cuanto al gremio de ANATO, cabe anotar que para la Vitrina del 2011 se consolidó todo el presupuesto en un solo proyecto nacional, lo que reduce el número de proyectos del gremio.



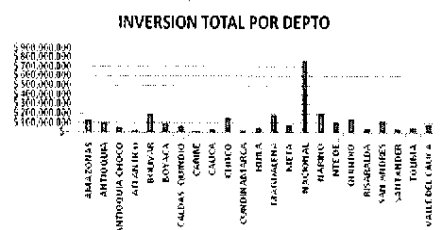
INVERSION POR PROPONENTE



A nivel monto de inversión, los proyectos de Cotelco alcanzan menos del 30% del presupuesto total, con un promedio de proyecto que está muy por debajo del promedio (\$30.000.000). Aquí vemos que, además de Cotelco, los proyectos de las Corporaciones, el FPT y de las Gobernaciones son los que mayor inversión tienen.



INVERSION TOTAL POR DEPARTAMENTO



En este análisis vemos que algunos departamentos, como Bolívar, Choco, Magdalena y Nariño, tienen una alta participación del presupuesto de los proyectos aprobados.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se puede concluir que la Vitrina Turística de ANATO representa una oportunidad única de mercadeo y promoción para los diferentes proponentes, ya que es el único evento nacional que reúne en un solo lugar a los principales actores del sector. Ha habido un aumento importante en la cantidad de visitantes a la Vitrina durante los años analizados.

Sin embargo se considera que debe hacer una medición del valor real de la inversión en los proyectos de la Vitrina; una medición que va más allá de la asistencia.

También consideramos que se debe contemplar la posibilidad de abrir el evento al público en general, el último día del evento o en un día adicional. De esta manera los proponentes podrían llegar a una audiencia más grande.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Medición de impactos

Para poder evaluar el impacto real de la Vitrina, se debe medir el contacto e impacto real del evento, más allá de la asistencia presentada al inicio.

Variables de Medición general (medidas por ANATO o por una entidad Independiente)

- Asistencia por Perfil de persona (ya existe)
- Tráfico por cada Pabellón de Corferias
- Tráfico por zona (de los asistentes, cuantos pasan por el stand)

Variables de Medición específica (medidas por cada participante con stand)

- Contactos reales en el stand
- Cantidad de contactos
- Perfil de contactos (Medidos a través de la recopilación de estos contactos en una base de datos).

La idea es medir cantidad y calidad de contactos (no solo colegas y estudiantes, sino decisores y compradores potenciales).



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

2. Evaluación de proyectos vinculada a la medición de proyectos

Para poder solicitar fondos para el año siguiente, el Proponenta que ya participó en la Vitrina debe medir y presentar impactos reales del año anterior. Si no puede demostrar resultados, no puede participar.

Estos resultados además deben formar la base para establecer objetivos específicos y medibles que se deben incluir en la presentación del proyecto.

Por ejemplo:

- Contactos generales y reales de promoción (entrega de Información): 2,000
- Contactos específicos de negocio (capturados en una base de datos): 30
- Agentes de viajes: 100
- Operadores: 50

Los proyectos que no presenten objetivos específicos medibles no serán aprobados.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3. Seguimiento

Se recomienda también que se haga un seguimiento o una muestra de los contactos de negocio generados durante el evento. En este seguimiento se debe realizar:

- Una encuesta de satisfacción sobre el evento y si cumplió con sus expectativas.
- Un sondeo sobre la cantidad de contactos/negocios potenciales establecidos.
- Un estimado de los negocios reales que se piensan concretar como resultado del evento.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4. Proceso de Selección.

Como ya se mencionó, algunas regiones disfrutaron de una participación no tan equitativa del presupuesto disponible para la Vitrina. Hasta cierto punto esto está bien: se está premiando a los proponentes y departamentos que tienen una actitud proactiva y que tienen los recursos para montar los proyectos y pagar la contrapartida correspondiente.

Sin embargo, se debe poner un límite de participación por región, para que unos departamentos no monopolicen los presupuestos. El sistema de análisis puede incluir:

- Cantidad de proyectos aprobados para la región en años pasados.
- % del presupuesto total aprobado para la región en el pasado.
- % del presupuesto total que la región solicita este año.
- Nivel de innovación en la propuesta.



Gracias por su atención

EQUIPO CIDEAM, UNIVERSIDAD DEL ROSARIO, MARZO 2012.

