

INFORME DE GESTIÓN AÑO 2022 FUNDACIÓN CREATA.

De conformidad con lo exigido en las normas legales y en especial con lo señalado en los artículos 45, 46 y 47 de la ley 222 de 1.995, presento a los Señores Miembros de la Asamblea General el informe anual de gestión, la operación, la situación jurídica y administrativa de la Fundación CREATA:

Actividades Meritorias

Fundación CREATA es una entidad sin ánimo de lucro que está dedicada a celebrar y ejecutar convenios, contratos y/o recibir subvenciones, todos con el objetivo de crear oportunidades de empleo lícito, ingresos, desarrollo socio-económico, mejora en la competitividad y una relación sostenible con el entorno por parte de la población, fortaleciendo sus capacidades de producción local, su desempeño socio-empresarial, un mejor estado psico-emocional y promoviendo mejoras en el mercadeo de sus productos y/o servicios en búsqueda de aumentar para ellos el acceso a nuevos mercados. En el desarrollo de su objeto social la Fundación creata podrá: 1. Formular implementar. ejecutar. coordinar, supervisar, monitorear. articula, evaluar, iniciativas, proyectos o programas tendientes a mejorar el desempeño productivo y/o el desarrollo socioeconómico y/o las condiciones psico emocionales v/o la sostenibilidad y/o la competitividad y/o la relación con el entorno, por parte de la población. 2. Realizar procesos de consultoría, asistencia técnica, acompañamiento, formación a la medida utilizando diferentes medios físicos y digitales. y demás mecanismos para contribuir al beneficio y mejora de la calidad de vida de la población. 3. Implementar iniciativas, proyectos, programas con foco en la equidad, inclusión, integración, promoción y resguardo de la cultura, la autodeterminación, mejora de la calidad de vida, promoción de la resiliencia y demás relacionados con la sostenibilidad social. 4. Impartir formación en economía social y solidaria como base de la estructuración de organizaciones y comunidades que emprenden de manera articulada. 5. Incluir como beneficiarios de sus iniciativas todo tipo de población, con foco en minorías, grupos vulnerables, grupos étnicos, afro, víctimas, jóvenes. mujeres. excombatientes, migrantes, personas en situación de discapacidad. comunidad LGTBJQ+. entre otras. 6. Implementar iniciativas, proyectos. Programas relacionados con la sostenibilidad ambiental, la economía circular, la gestión del riesgo, evaluación de impacto ambiental, gobernanza ambiental y otros que contribuyen a la relación de la población con su entorno y territorio. 7. implementar iniciativas, proyectos, programas relacionados con la mejora de la participación ciudadana, seguridad social, fortalecimiento de la institucionalidad. Gobernanza y otros que contribuyen al mejoramiento de la relación de la población con sus instituciones, supra y meta estructuras. 8. Implementar iniciativas, proyectos, programas relacionados con la propiedad intelectual, gestión de marcas, denominaciones de origen, indicaciones geográficas y otros que contribuyen al resguardo y protección de los conocimientos de las comunidades. 9. Formular, desarrollar. implementar. monitorear. articular desde diferentes etapas, acciones de asesoría y acompañamiento en mercadeo, promoción, desarrollo de material físico o digital. comercialización que contribuyan



a entender, mejorar o alcanzar nuevos mercados para lapoblación beneficiaria. 10. Suscribir convenios, alianzas, contratos, recibir donaciones, subvenciones o similares, que permitan implementar las acciones estipuladas en el objeto social. Esto con personas naturales o jurídicas, entidades públicas, privadas, mixtas. nacionales e internacionales. Todo lo anterior, en línea con la normatividad vigente. 11. Subcontratar a personas naturales y/o jurídicas para el cumplimiento de las diferentes iniciativas en que participa. 12. Desarrollar, mejorar. elaborar infraestructura pesada o liviana, que contribuya al desarrollo de los territorios y las con unidades. 13. Elaborar, comercializar bienes y servicios, quepermitan contribuir al mejoramiento de la competitividad de losterritorios, de esta manera beneficiar la población local. 14. Formular, implementar, desarrollar, evaluar, iniciativas que acerquen y vinculen a la población con el sistema financiero, la formalización. el acceso a nuevas tecnologías e implementación de actividades de última milla que los conecten con un mundo globalizado. 15. Participar en diferentes iniciativas relacionadas con investigación, eventos científicos, deportivos, culturales, académicos y sociales, los cuales contribuyan con el objeto de la Fundación. 16. implementar proyectos, programas, iniciativas y demás relacionadas con educación informal a la población a través de diferentes mecanismos pedagógicos. 17. Participar. liderar. Ejecutar iniciativas tendientes al desarrollo de procesos de planificación territorial, urbana, rural, en áreas públicas. privadas, protegidas y demás. en todas las etapas que esto implica. Acercar y vincular a la población en estos mecanismos. 18. Participar de manera directa en operaciones productivas y comerciales, vinculando la población beneficiaria, de tal forma que pueda obtener recursos necesarios para su operación. 19. Realiza, operaciones financieras siguiendo la normativa legal vigente que le permita acceder a recursos para cumplir con su objeto misional. 20. Las organizaciones, empresas o cualquier otro ente jurídico promovido por Fundación Creata podrá tener dentro de sus órganos legales y administrativos a miembros de la Fundación, cumpliendo con las normas que regulan el sector.

De manera general, teniendo en cuenta el artículo 359 del E.T. La Fundación desarrolla las siguientes actividades meritorias y avanzó en el 2022 en el cumplimiento de las mismas:

<u>Numeral 3. Cultura.</u> Actividades culturales definidas por la Ley 397 de 1997 y aquellas actividades de promoción y desarrollo de la actividad cultural. Durante el 2022 se siguieron desarrollando acciones encaminadas en la promoción de la cultura a través de actividades turísticas y la artesanía. De igual manera, se está gestionando la operación para el 2023 de un proyecto con el programa Colipri (Proyecto Colombo Suizo de Propiedad Intelectual) para el fortalecimiento de Denominaciones de Origen artesanales.

Numeral 5. Actividades de desarrollo social, que comprende las siguientes actividades:

<u>Literal (a).</u> Protección, asistencia y promoción de los derechos de las poblaciones de especial protección constitucional, minorías, poblaciones en situación de vulnerabilidad, exclusión y discriminación; tales como niños, niñas, adolescentes y jóvenes, personas con discapacidad, personas mayores, grupos y comunidades étnicas, víctimas del conflicto, población desmovilizada, mujeres,



población con orientación sexual e identidad de género diversa, población reclusa, población en situación de pobreza y pobreza extrema, población rural o campesina entre otras.

En este caso, se resalta las iniciativas con jóvenes en Guajira (Programa de Jóvenes Resilientes) y en Mitú (emprendimientos juveniles para la prevención del suicidio en Mitú).

<u>Literal (c).</u> Actividades orientadas a la promoción y desarrollo de la transparencia, al control social, a la lucha contra la corrupción, a la construcción de paz, al desarrollo de las políticas públicas y la participación ciudadana. En este caso particular la Fundación ha buscado entre otras cosas la construcción de una paz positiva y duradera a través del fomento de actividades sostenibles y que requieren articulación tales como el ecoturismo, resaltando por ejemplo los proyectos financiados por ACDIVOCA (programa de jóvenes Resilientes) y por el programa Territorios de Oportunidad (municipios PDET), en los cuales, a través del desarrollo de programas de emprendimiento y acompañamiento en habilidades blandas, se promueve entornos protectores y de paz. Así mismo se genera articulación con las entidades locales para unir esfuerzos con los planes que estas instituciones vienen realizando.

Numeral 6. Actividades de protección al medio ambiente. Conservación, recuperación, protección, manejo, uso y aprovechamiento de los recursos naturales renovables y el medio ambiente sostenible. En este caso, la Fundación se ha enfocado en la promoción de emprendimientos de negocios verdes, es decir amigables y de impacto positivo al medio ambiente. Para este fin implementaron los proyectos con: AHK – desarrollo de formación en turismo sostenible y economía circular para 100 empresarios del Meta; con GIZ – implementación de la iniciativa "Yo Soy Colombia Turismo Sostenible"; se finalizó en el mes de abril de 2022 el programa con Parques Nacionales Naturales y KFW en áreas protegidas de la territorial caribe para ofrecer alternativas productivas en Ecoturismo a Pescadores Artesanales; se finalizó el programa "Colombia Turismo Sostenible" financiado por Colombia Productiva

<u>Numeral 9.</u> Actividades de desarrollo empresarial. Promoción del desarrollo empresarial y el emprendimiento definido por la Ley 1014 de 2006. Las acciones de Fundación Creata siempre tienen un componente de Fortalecimiento empresarial para los negocios que se crean o fortalecen en las comunidades beneficiarias.

Finalmente, estas actividades meritorias son de interés general toda vez que benefician a diferentes grupos poblacionales, sin discriminación alguna, eso sí focalizadas de acuerdo con la naturaleza misma del proyecto, de las prioridades del cofinanciador y de las capacidades de la organización. Así mismo, la organización permite el acceso a la comunidad a que se beneficie de los programas que se desarrollan de manera abierta y transparente, generando diálogos con diferentes grupos locales, instituciones y demás, teniendo en cuenta eso sí las restricciones de tiempo, método y recursos de cada proyecto a implementar.



Cobertura Geográfica: Durante el año 2022 las operaciones de la Fundación CREATA se llevaron a cabo en los siguientes departamentos y municipios

Tabla 1 Operación de Proyectos

Departamento	Municipio	Financiador - Contratante	Actividad meritoria
Atlántico	Barranquilla y Soledad	1) KFW - Parques Nacionales Naturales Dirección Territorial Caribe y Patrimonio Natural Fondo para la Biodiversidad y Áreas Protegidas.	 Protección de los derechos de poblaciones vulnerables Construcción de paz y reconciliación. Protección al medio ambiente. Ecoturismo.
MAGDALENA	Santa Marta DT (Bahía Concha, Gairaca, Don Jaca), Palermo (Vía Parque Isla de Salamanca), Ciénaga Grande de Santa Marta en municipios de Sitionuevo (corregimientos de Buenavista y Nueva Venecia), Ciénaga en el corregimiento de Sevillano, municipio de Pueblo Viejo (corregimientos de Irojas de Cataca e Isla de Rosario)	Natural — Parques Nacionales Naturales. 2. Drummond 3. Parques Nacionales Naturales 4. INVEMAR	vulnerables. - Construcción de paz y reconciliación. - Protección al medio ambiente
Archipiélago de San Andrés Providencia y Santa Catalina		1. KFW — Patrimonio Natural - Parques Nacionales Naturales.	•



Caquetá	San José del Fragua, Belén de los Andaquíes	 USAID a través de-ARD Tetratech Protección de los derechos de poblaciones vulnerables. Programa Territorios de Oportunidad. Territorios de posconflicto. Protección al medio ambiente (Turismo de Naturaleza). Actividades de desarrollo empresarial para Mipymes. Construcción de paz y reconciliación en zona de posconflicto.
Cauca	Piamonte	 USAID a través de-ARD Tetratech Protección de los derechos de poblaciones vulnerables. Territorio de posconflicto. Construcción de paz y reconciliación. Protección al medio ambiente (Turismo de Naturaleza). Actividades de desarrollo empresarial para Mipymes.
Vaupés	1 Mitú	Ministerio de (manifestaciones de las comunidades Relaciones Exteriores indígenas).
Meta	Restrepo, Villavicencio, Puerto López, Granada, Mesetas y Lejanías	AHK – Cámara de-Comercio Naturaleza). Colombo - Actividades de desarrollo empresarial. Alemana Cultura: promoción del turismo cultural
Putumayo	Villagarzón, Puerto Asís, Valle del Guamuez, Orito	 USAID a través de-ARD - Tetratech - Protección de los derechos de poblaciones vulnerables. Construcción de paz y reconciliación. Protección al medio ambiente (Turismo de naturaleza).



				-	Actividades de desarrollo empresarial.
Tolima	Ibagué		Z de operación emana	la-	Actividades de protección al medic ambiente, conservación, mejor uso y aprovechamiento de los recursos naturales, inclusión de nuevas tecnologías
Antioquia	La Ceja del Tambo, Barbosa, Necoclí		Z de operación emana	la-	Actividades de protección al medic ambiente, conservación, mejor uso y aprovechamiento de los recursos naturales, inclusión de nuevas tecnologías
Cundinamarca	Pacho		Z de operación emana	la-	Actividades de protección al medic ambiente, conservación, mejor uso y aprovechamiento de los recursos naturales, inclusión de nuevas tecnologías
Huila	Neiva, San Agustín		Z de operación emana	la-	Actividades de protección al medic ambiente, conservación, mejor uso y aprovechamiento de los recursos naturales, inclusión de nuevas tecnologías
Santander	Villanueva		Z de operación emana	la-	Actividades de protección al medio ambiente, conservación, mejor uso y aprovechamiento de los recursos naturales, inclusión de nuevas tecnologías
La Guajira	Riohacha	ale 2) AC	operación emana.	la	Cultura: promoción del turismo cultural. Actividades de desarrollo social protección, asistencia y promoción de jóvenes en La Guajira (emprendimiento y generación de ingresos). Construcción de paz positiva, mitigando que los jóvenes de Riohacha caigan er actividades ilícitas por falta de oportunidades. Actividades de desarrollo empresarial para Mipymes.
Cobertura Nacion	al Cobertura Nacional	Co Pr	DUCOLDEX Ilombia oductiva. ndación Cre	La- ata	Actividades de desarrollo empresarial para Mipymes.



	como parte de la	
	Unión Temporal	
	"Encadenamiento	
	Productivo"	

Labores realizadas: durante al año 2022:

Durante 2022 se implementaron los siguientes proyectos:

a) Proyecto con Parques Nacionales Naturales en el Caribe colombiano.

[
Nombre del aliado(s)	Parques Nacionales Naturales Dirección Territorial Caribe –
	Patrimonio Natural Fondo para la Biodiversidad y las Áreas
	Protegidas
Fuente de financiación	KfW de la Cooperación alemana
Fecha de inicio y finalización	3 de enero de 2020 al 2 de enero de 2022 con prórroga al
	17 de abril de 2022
Código del proyecto	Convenio 012 de 2019
Objeto	Aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros con
	la finalidad de apoyar a la implementación de alternativas
	productivas para los pescadores artesanales en el sector del
	ecoturismo en las áreas marinas protegidas de la dirección
	territorial caribe
Objetivo general	Fortalecer la implementación de la estrategia de la DTCA
	para la reducción de la presión por pesca mediante la
	celebración de Pactos Sociambientales (Acuerdos de
	Conservación) con pescadores artesanales, así como la
	estrategia de la Fundación Creata para apoyar a
	comunidades emprendedoras, hacerlas más productivas,
	conectarlos con el mercado y generar ingresos que mejoren
	su calidad de vida.
Objetivos específicos / Principales	1. Consolidar los productos, organización y operación
indicadores	empresarial y de mercadeo de las iniciativas productivas en
	ecoturismo con pescadores artesanales relacionados con el
	PNN Tayrona, VIPIS y PNN OPMBL. 2. Mejorar las
	capacidades de los beneficiarios para generar ingresos
	alternativos iguales o mayores a los que actualmente
	reciben por la pesca artesanal por lo menos para la mitad de
	los beneficiarios que participan en las iniciativas en el PNN
	Tayrona, VIPIS y PNN OPMBL. 3. Generar un cambio de



	actitud entre los beneficiarios directos a favor de la	
	conservación de las áreas protegidas que incluye también la	
D	necesidad de un ordenamiento de la actividad ecoturística.	
Presupuesto a cargo del aliado	MIL CIENTO CINCUENTA Y CINCO MILLONES NOVECIENTOS	
	NOVENTA Y NUEVE MIL CUATROCIENTOS PESOS MONEDA	
	CORRIENTE (\$1.155.999.400) valor que proviene de	
	recursos del Proyecto KfW.	
	De los cuales se destinan para apoyo (activos) a las	
	iniciativas productivas la suma de CUATROCIENTOS	
	SESENTA Y DOS MILLONES TRESCIENTOS NOVENTA Y NUEVE	
	MIL CUATROCIENTOS PESOS MONEDA CORRIENTE	
	(\$462.399.400)	
Modificaciones o adendas	A los 3 días del mes de diciembre de 2020 se firma otrosí #	
	1 al convenio para adicionar \$275.576.441 con el objetivo	
	de aumentar las inversiones y acompañamiento en Parque	
	Tayrona Bahía Concha, Vía Parque Isla de Salamanca y Old	
	Providence Mac Bean Lagoon en Providencia, recursos	
	también provenientes de KfW.	
	tambien provenientes de Kriv.	
	A los 30 días del mes de agosto de 2021 se firma el Otrosí	
	_	
	#2 para ampliar el plazo del convenio hasta el 2 de marzo de	
	2023, teniendo en cuenta retrasos propios de las	
	restricciones por COVID, paros a nivel nacional y Huracán	
	IOTA en Providencia.	
	A los 27 días del mes de diciembre de 2021 se firma el Otrosí	
	# 3 prórroga que se acuerda con el Comité Nacional del	
	convenio para dar acompañamiento a actividades en el PNN	
	Tayrona por un término de 1 mes y 17 días, hasta el 17 de	
	abril de 2022.	
Ubicación geográfica	Santa Marta Parque Nacional Natural Tayrona sector Bahía	
Section Beogranica	Concha — Palermo Magdalena, Barranquilla y Soledad	
	Atlántico - Vía Parque Isla de Salamanca — Parque Nacional	
	Natural Old Providence Mac Bean Lagoon en la Isla de Providencia.	
Debloción objetivo mánom de		
Población objetivo – número de	Pescadores artesanales que desarrollan sus iniciativas en	
beneficiarios	estas áreas marinas protegidas. 124 personas, 82 ubicados	
	en el Parque Tayrona, 20 en el Vía Parque Isla de Salamanca	
	y 22 en Providencia.	
Metas Logradas en Beneficio de la Comunidad en 2022		



- Al finalizar el proyecto el 17 de abril de 2022, se invirtieron el 100% de los recursos económicos definidos para capitalizar las iniciativas productivas y el 100% de los recursos definidos para asistencia técnica y acompañamiento.
- A continuación un resumen de los principales logros por iniciativa:
 - o Vipis Asipesa: Al finalizar el proyecto en abril de 2022 los beneficiarios quedaron muy operativos en sus labores ecoturísticas, tienen una alianza comercial con el muelle Puerta de Oro en Barranquilla, lugar en donde captan la mayoría de sus clientes. Desde el proyecto se logró gestionar sus licencias de operación fluvial ante el Ministerio de Transporte. Se les dotó de todos los equipos necesarios para operar tour ecoturísticos. A sus embarcaciones se les realizaron reparaciones estructurales, a los motores se les hizo mantenimiento y fueron capacitados en mantenimiento preventivo. Herramientas de mercadeo, la empresa cuenta con un logo, un brochure digital e impreso. En temas empresariales cuenta con un plan de negocios, su Cámara de Comercio y Registro Nacional de Turismo están actualizados. Se capacitaron en temas tales como planificación estratégica, manejo de riesgos en la operación turística en el río, guianza local interpretativa, redes sociales, protocolos de bioseguridad, ventas, ventas en frío, alianzas comerciales. Se les ha apoyado en su participación en el Cluster de turismo de Barranquilla, gracias a esto se han contactado con clientes y han participado en eventos comerciales en la ciudad, se hizo una misión comercial y tienen relacionamiento con 21 hoteles de Barranquilla.
 - Alquiler de carpas: durante el año 2022 el proyecto concentró sus esfuerzos en apoyar su relacionamiento con PNN, que se cumplieran los acuerdos de conservación firmados, acompañarlos en su operación turística en la playa, en generar hábitos de contabilidad básica y ahorro, en apoyar su modelo asociativo, y en asesorarlos en todo lo necesario para la sostenibilidad de su iniciativa. Los resultados en ventas y en ingresos del año 2022 siguieron siendo muy satisfactorios. Esta iniciativa beneficia a las siete pescadores que en la actualidad se dedican al ecoturismo en las playas de Bahía Concha en el Tayrona.
 - Cootrabahiacon: en temas de inversión durante el año 2022 se logró finalizar el plan de inversión, se les dotó de una lancha con 2 motores de tal forma que pudieran prestar un mejor servicios a los turistas y pudieran implementar nuevas rutas en el PNN Tayrona, transportar turistas desde Santa Marta, la embarcación se entregó con todos los permisos de la Capitanía de Puerto, pólizas exigidas y pólizas por daño o pérdida. Al final del proyecto la empresa queda con herramientas de publicidad como tarjetas de presentación, stickers, volantes, elementos de bioseguridad para las personas que venden líquidos en la playa y chaleco salvavidas para los turistas que hacen careteo. Durante el año también se continuó asesorando a la Cooperativa y PNN Tayrona para



- mitigar un conflicto "precios y competencia desleal" con otro operador de la zona. Fueron capacitados en primeros auxilios, mitigación de riesgos y protocolos de prestación de servicio, adquirieron 2 certificaciones una de Fullsky empresa colombiana y una de "Wilderness Emergency Medicine". En temas de mercadeo se hizo un viaje de familiarización con al menos 18 agencias y hoteles de Santa Marta, se implementó una misión comercial en Santa Marta y se participó en un evento comercial organizado por ANATO. La empresa logró ventas muy satisfactorias durante el año 2022.
- Oceantour: culminado el proceso de inversión y asistencia técnica a finales de 2021, en 2022 la Fundación Creata concentró sus esfuerzos en tratar de dirimir el conflicto de esta empresa con Cootrabahiacon, con apoyo de PNN y otras instituciones del Magdalena. La empresa operó sus servicios en Bahía Concha, generó ventas e ingresos.
- O Deportes náuticos: Durante el año 2022 se realizaron el 10% de las inversiones restantes, el equipo quedó con seis kayaks y seis Bicicletas Marinas para atender turistas, además de todos los accesorios necesarios para operar, durante el año 2022 también se les acompañó en prestación del servicio, contabilidad básica, riesgos entre otros. El logro más importante fue conseguir los permisos para que pudieran empezar su operación, se logró en diciembre de 2021 y esto les permitió en 2022, continuar trabajando, operando, prestando servicios y generando ingresos.
- o Providencia: Durante el año 2022 se finalizó el 100% de las inversiones programadas, los varias lanchas de los beneficiarios quedaron operativas, se les dotó de equipos de snorkeling y pesca deportiva luego del huracán IOTA. De la mano de Parques Nacionales y la Secretaría de turismo de la isla se diseñó una estrategia de promoción para que las personas que están viviendo allí por temas de reconstrucción pudieran tomar servicios de Tour náutico los fines de semana con los beneficiarios del proyecto. También se invitó y financió el viaje de los influenciadores Caminantr3s para apoyar el proceso de mercadeo de acuerdo a las fechas de reapertura de la Isla después del segundo semestre de 2022. Se logró de la mano de Parques Nacionales el permiso de la alcaldía de Providencia y en el primer trimestre de 2022 se instaló un punto de información turística que le sirve como estrategia de promoción, organización, turnos para los prestadores de servicios de la zona de Maracaibo.

b) Proyecto en el Departamento del Magdalena en alianza con INVEMAR.

Nombre del aliado(s)	INSTITUTO DE INVESTIGACIONES MARINAS Y COSTERAS "José
	Benito Vives de Andréis"- INVEMAR

Calle 93 B # 16 – 66 oficina 206
Teléfonos: 766 06 21 – 310 305 59 14 – 310 305 59 27
Bogotá D.C. – Colombia
www.creata.org.co



Fuente de financiación	INVEMAR
Fecha de inicio y finalización	26 de diciembre de 2022 a 25 de agosto de 2023
Presupuesto a cargo del aliado	DOSCIENTOS DIECISEIS MILLONES TRESCIENTOS SESENTA Y CUATRO MIL CIENTO CINCUENTA Y OCHO PESOS CON NOVENTA Y SEIS CENTAVOS M/CTE (\$216.364.158,96) IVA incluido.
Código del proyecto	CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS NÚMERO CPS — 195 - 2022
Objeto	Elaboración del plan de gestión de destino de naturaleza para la CGSM que comprenda la visión actual y futura del desarrollo de esta actividad económica, y diseñar, organizar y ejecutar un intercambio de experiencias para las comunidades de la CGSM para afianzar buenas prácticas en la gestión de actividades de turismo de naturaleza en el marco del proyecto SGR RB CGSM VAR.
Objetivo general	Elaboración del plan de gestión de destino de naturaleza para la CGSM que comprenda la visión actual y futura del desarrollo de esta actividad económica, y diseñar, organizar y ejecutar un intercambio de experiencias para las comunidades de la CGSM para afianzar buenas prácticas en la gestión de actividades de turismo de naturaleza en el marco del proyecto SGR RB CGSM VAR.
Objetivos específicos / Principales indicadores	 4.1. Actividades específicas: Plan de Gestión de Destino 4.1.1. Diseñar, planear logística y ejecutar dos (2) talleres para la elaboración del Plan de Gestión de Destino 4.1.2. Elaborar un (1) informe de avance y un (1) informe final 4.1.3. Realizar la convocatoria de los actores y representantes de instituciones invitados a los talleres 4.1.4. Atender y participar en las reuniones técnicas y administrativas del proyecto cuando se requiera Visita de intercambio de experiencias (Benchmarking) 4.1.5. Identificar un destino idóneo para llevar a cabo el intercambio de experiencias teniendo en cuenta las características de la CGSM, acordado con el equipo técnico del proyecto 4.1.6. Diseñar plan, metodología y presupuesto del intercambio de experiencias (Benchmarking), acordado con el equipo técnico del proyecto 4.1.7. Diseñar metodología de selección de beneficiarios de visita de intercambio de experiencias (Benchmarking),



- acordada con el equipo técnico del proyecto, y hacer la selección
- 4.1.8. Realizar el acompañamiento a los beneficiarios del intercambio para tramitar documentos y requisitos necesarios para acceder a la experiencia de visita de intercambio (Benchmarking)
- 4.1.9. Garantizar el traslado de los beneficiarios al destino del intercambio de experiencias 4.1.10. Garantizar la alimentación, hidratación, traslados, hospedaje y gastos de viaje de los beneficiarios durante el intercambio de experiencias
- 4.1.11. Proveer a los beneficiarios de los materiales y elementos necesarios para llevar a cabo el intercambio de experiencias
- 4.1.12. Facilitar y acompañar la visita de intercambio de experiencias (Benchmarking) asegurando la transferencia de conocimientos a fin de afianzar las buenas prácticas en la ejecución de actividades de turismo de naturaleza.
- 4.1.13. Transferir conocimientos, experiencias y/o metodologías que redunden en la mejoría de la eficacia, la consecución de objetivos y en la aplicación de estrategias y programas de desarrollo sostenible y de buenas prácticas
- 4.1.14. Recibir información, documentación y asesoramiento técnico para el desarrollo de acciones encaminadas a potencializar y fomentar el destino
- 4.1.15. Desarrollar acciones para la sensibilización, dinamización y participación de las comunidades locales en determinado territorio
- 4.1.16. Organizar y participar en reuniones y encuentros con los gestores de ese destino y todas aquellas actividades que contribuyan a la difusión y transferibilidad de información de programas, proyectos y estrategias adaptables y funcionales a la CGSM
- 4.1.17. Gestionar con los administradores del destino seleccionado lo necesario para ejecutar la visita de intercambio de experiencias (Benchmarking) y facilitar la transferencia de conocimientos



	4.1.18. Elaborar dos (2) informes de avance y un (1) informe	
	final	
	4.1.19. Atender y participar en las reuniones técnicas y	
	administrativas del proyecto cuando se requiera	
Modificaciones o adendas	No se generaron	
Ubicación geográfica	Ciénaga Grande de Santa Marta en municipios de Sitionuevo	
	(corregimientos de Buenavista y Nueva Venecia), Ciénaga en el	
	corregimiento de Sevillano, municipio de Pueblo Viejo	
	(corregimientos de Trojas de Cataca e Isla de Rosario)	
Población objetivo – número	La población objetivo es de aproximadamente 90 personas, 15	
de beneficiarios	por comunidad, son 6 comunidades: Buenavista, Nueva Venecia,	
	Bocas de Cataca. Sevillano, Isla de Rosario y Tasajera.	
Metas Logradas en Beneficio de la Comunidad en 2022		

Metas Logradas en Beneficio de la Comunidad en 2022

- Teniendo en cuenta que el contrato se perfeccionó el 26 de diciembre de 2022. Durante el último mes de año se avanzó en reuniones de empalme con INVEMAR y su equipo de consultores, quienes vienen trabajando temas complementarios con las comunidades beneficiarias.
- El grueso de las actividades se implementan en el año 2023, de acuerdo al contrato y el cronograma.

c) Proyecto en el Departamento de Vaupés, específicamente en Mitú en alianza con el Ministerio de Relaciones Exteriores

Nombre del aliado(s)	Fondo Rotatorio del Ministerio de Relaciones Exteriores
Fuente de financiación	Ministerio de Relaciones Exteriores
Fecha de inicio y finalización	28 de enero de 2022 a 31 de diciembre de 2022
Presupuesto a cargo del	\$296.418.500, doscientos noventa y seis millones cuatrocientos
aliado	dieciocho mil quinientos pesos moneda legal.
Código del proyecto	Convenio de asociación # 002 de 2022
Objeto	Fortalecer la resiliencia y productividad como herramientas de
	mitigación de la crisis generada por la alta tasa de suicidios en
	municipio de Mitú Vaupes.
Objetivo general	Mitigar el fenómeno del suicidio a través del fortalecimiento de
	ideas de negocio lideradas por jóvenes de mitú. Apoyar y
	acompañar con atención psicosocial, asistencia técnica y
	acompañamiento, los proyectos de vida de 6 grupos de jóvenes.
Objetivos específicos /	- Identificar y diagnosticar la población objetivo y su estado
Principales indicadores	psicoemocional y las oportunidades de oferta y demanda para
	sus proyectos productivos.



	 Diseñar o rediseñar la iniciativa productiva - proyecto de vida de los jóvenes beneficiarios. Poner en funcionamiento o fortalecimiento de las iniciativas productivas de los jóvenes. Aportar a la generación de habilidades blandas en la población, como la resiliencia, entendiéndose como la capacidad de los jóvenes, sus familias y sus comunidades de mitigar, adaptarse y recuperarse de las crisis que generan diferentes factores en la zona.
Modificaciones o adendas	No se generaron
Ubicación geográfica	Departamento del Vaupés, municipio Mitú.
Población objetivo – número de beneficiarios	80 jóvenes y sus padres o acudientes, total 160 personas.

Metas Logradas en Beneficio de la Comunidad

- Se identificó y diagnosticó la población objetivo trabajando de la mano de las instituciones locales como la Alcaldía, SENA, instituciones educativas. Se desarrolló una completa caracterización del modo de vida de los jóvenes, sus necesidades y potenciales proyectos de vida.
- Se identificaron, asesoraron, acompañaron, dotaron, capacitaron en técnicas productivas, 6 iniciativas: transformación de ají, barbería peluquería, producción audiovisual, artesanía, turismo de naturaleza, producción de material estampado de promoción.
- Las 6 iniciativas fueron capacitadas con asistencia técnica, se llevaron y/o contrataron en territorio maestros en transformación de ají, gastronomía, turismo de naturaleza, barbería, estampado en diferentes técnicas y superficies, artesanía y producción audiovisual. Los grupos fueron dotados con materia prima, herramientas y maquinaria para mejorar sus procesos productivos. www.vivovaupes.com
- Se contó con el apoyo de una psicóloga y un trabajador social, se dictaron talleres y reuniones de seguimiento para dar atención psicosocial a los jóvenes. Se cumplió el objetivo de fortalecer su resiliencia, así lo expresaron los jóvenes ante la Cancillería y las instituciones del territorio en el evento de cierre de diciembre de 2022 en Mitú. La fórmula Atención Psicosocial + Proyectos productivos de vida dio. Resultado.
- Es importante anotar que las iniciativas de jóvenes diseñaron e implementaron planes de mercadeo y comercialización, que diseñaron e imprimieron herramientas de mercadeo, algunos participaron en ferias locales y nacionales, otros consiguieron clientes en el territorio, otros como el grupo de artesanía recibieron clientes de Medellín en su territorio. Todos iniciaron sus procesos de comercialización, ventas y generación de ingresos.



d) Proyecto en la Guajira en alianza con el Programa YRA de USAID y ACDI/VOCA.

Nombre del aliado(s)	ACDI/VOCA		
Fuente de financiación	USAID – Programa YRA		
Fecha de inicio y finalización	1 de agosto de 2022 – 31 de julio de 2023		
Código del proyecto	Subvención simplificado (costo reembolsable) YRA-03-083-G		
Objeto	Apoyo a emprendimientos juveniles en la ciudad de Riohacha		
Objetivo general	Desarrollas iniciativas productivas juveniles en el municipio de Riohacha a partir del desarrollo de habilidades técnicas y sociales para contribuir al empoderamiento económico de los jóvenes		
	entre 18 y 29 años.		
Objetivos específicos	 Fortalecer iniciativas productivas doble propósito que cumplan con criterios de calidad para suplir las necesidades locales y de potenciales visitantes. Generar un ecosistema de emprendimiento local alineado con los intereses de los jóvenes participantes y el potencial de productos y servicios del territorio. Mejorar habilidades de promoción y comercialización que promuevan encadenamientos productivos y alianzas comerciales exitosas desde los jóvenes participantes. 		
Presupuesto a cargo del aliado	Trescientos veinte millones de pesos moneda legal (\$320.000.000).		
Modificaciones o adendas	N.A.		
Ubicación geográfica	Riohacha – La Guajira		
Población objetivo – número de	le 80 jóvenes.		
beneficiarios			
Makes	La consider and Danafisis de la Consumida d		

Metas Logradas en Beneficio de la Comunidad

- Con la ayuda de la caracterización previa de ACDI-VOCA y los aportes de nuestros aliados, también con gestiones propias para recolectar potenciales beneficiarios del sistema de responsabilidad penal (ICBF), logramos recolectar 152 posibles beneficiarios. Se procede a realizar 6 jornadas de socialización para conocer a estos 152 jóvenes y validar si según los criterios de edad (19 a 29 años) y disponibilidad (4 horas semanales) son aptos para hacer parte de la ruta de emprendimiento. Finalizando este proceso contamos con un grupo de 102 jóvenes y con base en su ubicación y disponibilidad se determinan 4 espacios de capacitación para el módulo de "Habilidades básicas de emprendimiento".
- Se llevaron a cabo reuniones con los jóvenes beneficiarios con el objetivo de establecer sus intereses productivos y definir cuestiones logísticas para iniciar el proceso de asistencia técnica en Ruta de Emprendimiento. Se agruparon los intereses productivos con miras al proceso de



asistencia técnica especializada en el oficio y porque en el momento de entrega de capital semilla, las organizaciones con mayor número de miembros pueden tener mayor inversión por el número de beneficiarios que tendrían. Salud y Bienestar, Publicidad y Mercadeo, Belleza, Confección, Entretenimiento, Agricultura, Arte, danzas y teatro, Alimentos, bebidas y restaurantes, Turismo, Comercio de ropa, Tiendas de barrio, Reparaciones locativas, Mesa y bar, Reparación de computadores y sonido, Aviturismo.

- Se diseñó la ruta de emprendimiento.
- Más de 100 jóvenes participaron de las sesiones de formación en emprendimiento. Para el mes de septiembre 72 jóvenes superan las 9 horas de formación y 33 ya han superado 15 horas, acercándose a la meta mínima del programa (16 horas) y la meta del proyecto (20 horas). Las sesiones que se han abordado de esta ruta incluyen la definición del modelo de negocio, segmentación de mercado, desarrollo de producto o servicio y desarrollo de pitch.
- Dentro de las sesiones de formación en emprendimiento se llevó a cabo adicionalmente verificación 1 a 1 de los planes de negocio de los beneficiarios.
- Se llevaron a cabo 2 sesiones de trabajo con los jóvenes para que identificaran posibles alianzas u oportunidades de trabajo en equipo. Participaron 33 jóvenes aproximadamente. Estos jóvenes se identificaron que trabajaban de manera aislada o no tenían un grupo consolidado. El propósito de esta actividad fue, darle forma a consolidar los 25 emprendimientos que serán objeto de capitalización. Se utilizó la metodología "Speed dating", mediante la cual, en un tiempo determinado, uno a uno los jóvenes se sientan con otros asistentes y dialogan sobre su emprendimiento y visión del mismo, e identifican posibles oportunidades de trabajo en conjunto. Se identificaron posibles grupos en las tipologías de arte-publicidad, entretenimiento, artesanía y belleza. Esta construcción inicial de grupos de trabajo permitió organizar los primeros colectivos de trabajo para recibir las asistencias técnicas especializadas (ATE).
- Creación de logo y/o imagen corporativa para las microempresas que se vienen gestando.
- Se dictaron asistencias técnicas especializadas en belleza, artesanía, comercio, aviturismo y gastronomía.
- Durante el mes de noviembre paralelo a las Asistencias Técnicas Especializadas A.T.E., se llevaron a cabo visitas para validar la solidez y compromiso de los jóvenes en el desarrollo de sus ideas de negocio. En este punto de arranque se tienen al menos 40 ideas de negocio, que con los procesos de ATE pasan a la fase de sustentación (pitch).
- Invitación a uno de los jóvenes al evento liderado por ACDI/VOCA en la ciudad de Bogotá: "Mujeres trenzando esperanza": El proyecto recibió el requerimento de enviar a una de las jóvenes emprendedoras a este espacio de intercambio en Bogotá del 24 al 26 de noviembre. Para participar de dicho evento se verificó la disponibilidad de 3 jóvenes que cumplían con los



requisitos y se confirmó su postulación enviando perfiles junto a fotografía. Finalmente la emprendedora elegida fue Alicia Ordoñez.

- 24 emprendedores de nuestra ruta participaron el día 18 de noviembre, en el seminario "Metodologías ágiles de ideas de negocios con enfoque al mundo digital para jóvenes emprendedores", llevado a cabo en el marco de Expoguajira 2022 y en alianza con TEDX Riohacha.
- La asociación WindHope de Camarones (Aviturismo) realizó su primera actividad con presencia en la comunidad, llevando a cabo una jornada de limpieza en la playa de la boca de camarones, en la cual se recolectaron alrededor de 12 bolsas de basura que fueron dispuestas correctamente a Inter-Aseo, servicio de recolección del corregimiento.
- Se generaron ventas para el grupo de Artesanías: Manillas a Wonder Travel y mercado Taiwanes por \$2.200.000.
- Se generaron ventas para el grupo de comercio, específicamente el emprendedor encargado de publicidad: \$3.150.000, representado en camisetas y gorras para la Fundación Iguaraya.
- Se establecieron unos primeros pasos para iniciar el proceso de planes de resiliencia con los emprendedores, uno de ellos es filtrar la lista de caracterizados en activity info a una lista de 80 beneficiarios activos en el proceso. Igualmente Fundación Creata gestionan unas primeras convocatorias en cada uno de los grupos focales para la presentación del aliado "Casa en el Árbol" a la comunidad.
- Durante el mes de diciembre se inició la preparación de los jóvenes que presentarán los pitch de negocio para inicios de febrero 2023. La ruta de preparación se basa en las recomendaciones del área de emprendimientos de ACDI/VOCA e incluye los siguientes temas: Modelo de negocio a presentar, portafolio de producto y procesos de producción, ostos plan de inversión, punto de equilibrio, guion pitch
- Organización y participación en jornada de limpieza del santuario Camarones. Esta jornada se desarrolló en articulación con Corpoguajira. Inauguración del Centro de Innovación Empresarial

 CEI: La ruta de emprendimiento del proyecto jóvenes resilientes fue invitada a participar del evento de inauguración del centro de emprendimiento de Hocol, en la biblioteca virtual Hector Salah Zuleta, a este encuentro asistieron 3 representantes de nuestro programa.
- Se continuó con la producción del pedido de 1200 manillas gestionado por el proyecto para el grupo de artesanas. Así mismo se gestionaron reuniones comerciales entre las artesanas y la cliente Taiwanesa Judy Wu, quien el mes pasado les realizó un pedido y está interesado en colocar un nuevo pedido. Para el grupo de aviturismo, se ha incentivado la creación de un grupo con turnos específicos para realizar paseos en bote en el PNN Los Flamencos, en dicho grupo hay 17 emprendedores beneficiándose del programa obteniendo entradas por \$150.000 pesos semanales por cada uno.



e) Proyecto para beneficiar 10 iniciativas financiado por la GIZ

Nombre del Aliado	GIZ
Código del proyecto	20.1001.5-017.00
Presupuesto a cargo del aliado	\$104.998.693 (ciento cuatro millones novecientos noventa y
	ocho mil seiscientos noventa y tres pesos)
Fecha de inicio – Fecha de	3 de agosto de 2022 – 15 de enero de 2023
Finalización	
Objeto	Asesorar a 10 empresas de la plataforma Colombia Turismo
	Sostenible, en la definición e implementación de 10 iniciativas
	sostenibles.
Objetivos específicos	1. Presentar y validar el plan de trabajo de la consultoría.
	2. Asesorar 10 empresas del sector turismo que hagan parte
	de la plataforma
	Colombia Turismo Sostenible, en la estructuración de 10
	iniciativas relacionadas con alguna de las 6 externalidades de
	la Política de Turismo Sostenible y apoyar su implementación.
	3. Presentar los resultados obtenidos.
Ubicación geográfica	Mitú – Vaupes, Ibagué – Tolima, La Ceja del Tambo – Barbosa
	– Necoclí – Antioquia, Pacho – Cundinamarca, Neiva y San
	Agustín en el Huila, Villanueva en Santander, Riohacha en La
	Guajira.
Población objetivo – número de	10 empresas prestadoras de servicios de turismo de
beneficiarios	naturaleza.

Metas Logradas en Beneficio a la Comunidad

El proyecto "Yo soy Colombia Turismo Sostenible" tuvo como objetivo prestar asesoría técnica a 10 empresas previamente seleccionadas por GIZ y Colombia Productiva, en la definición e implementación de iniciativas que contribuyan a su sostenibilidad.

La asesoría técnica incluyó el desarrollo de visitas para conocer la empresa, verificar que la alternativa propuesta estuviese en el marco de la materialidad del negocio, revisar la identificación de impactos con base en los análisis previos, que fueron realizados por el empresario en el marco del proceso de formación seguido en la plataforma Colombia Turismo Sostenible, y a partir de ello, trabajar de forma participativa consultor — empresario, para hacer las sugerencias y ajustes que permitieran consolidar cada proyecto en torno a la buena práctica priorizada. Es de anotar que se manejaron diferentes reuniones virtuales, así como comunicaciones vía telefónica y whatsapp.

Lo anterior permitió la construcción del plan de inversión por empresa, incluyendo las respectivas cotizaciones. Los acompañamientos personalizados fueron muy valiosos para los empresarios y el proyecto.

Con la experiencia adquirida en el trabajo participativo entre empresarios y consultores, se elaboraron cuatro guías, en cuyo contenido se anotan recomendaciones específicas en los principales temas trabajados, que pueden resultar de utilidad, no sólo a los diez empresarios seleccionados, sino también a otros negocios turísticos que quieran avanzar en la implementación



de buenas prácticas ambientales. Desde Creata se generaron procesos de valor agregado, en lo relacionado con la construcción de una imagen para siete de los diez proyectos, y la intervención realizada a una de las empresas, en torno a un taller de pintura de la biodiversidad regional en piedra, a un grupo de artesanas del municipio de Villanueva. También, se realizó una identificación de hallazgos transversales a los diez proyectos, entre los que se destacan las falencias importantes que tienen los empresarios, frente al conocimiento de normatividad ambiental y laboral, por ejemplo. Asimismo, sigue siendo un reto para los empresarios mantener el hábito de llevar registros, y se identifica también una dificultad para que, desde los datos organizados y sistematizados puedan pasar a la elaboración de un análisis de esta información. Se destaca también como recomendación para todos los empresarios intervenidos con este proyecto, el incluir indicadores de apropiación social de sus acciones de sostenibilidad, e indicadores de impacto biofísico, con la finalidad de demostrar a sus partes interesadas el valor agregado de sus esfuerzos. Finalmente, se puede concluir que existe en estos momentos, una motivación muy fuerte de migrar a un turismo sostenible y respetuoso con la sociedad y la naturaleza, por lo cual se debe fortalecer a los empresarios con líneas de acción y financiación gradual. Como se acordó en el contrato Fundación Creata le entrega a GIZ los planes de inversión para que hagan sus procesos licitatorios y hagan las entregas a los empresarios.

f) Proyecto en el Caquetá en alianza con ARD – Tetratech – USAID.

Nombre del Aliado	Tetratech ARD / USAID
Código del proyecto	CDLO-SG-023
Presupuesto a cargo del aliado	\$785.200.000
Fecha de inicio – Fecha de Finalización	12 de agosto de 2020 – 11 de febrero de 2022. Se firmó modificación para extender el tiempo de ejecución hasta el 15 de marzo de 2022.
Objeto	Fortalecer los procesos de diversificación de ingresos en el corredor Belén de los Andaquíes – San José del Fragua a través de la puesta en marcha de una estrategia de turismo comunitario, ambiental, económica y culturalmente sostenible.
Ubicación geográfica	Caquetá: San José del Fragua y Belén de los Andaquíes.
Población objetivo – número de	9 organizaciones comunitarias que prestan servicios turísticos
beneficiarios	en el corredor San José del Fragua y Belén de los Andaquíes.
Principales indicadores	 Número de organizaciones comunitarias, apoyadas por CDLO (Territorios de Oportunidad), para ser socios efectivos y confiables, en capacidad de monitorear y/o apoyar un desarrollo rural comprensivo, así como desarrollo alternativo en las regiones priorizadas: 9



- Número de representantes de organizaciones comunitarias locales que participan activamente e influencian la implementación de actividades locales y regionales de paz, de planeación y de desarrollo: 33
- Cambio porcentual en ventas en mercados locales y/o nacionales realizadas por asociaciones de productores y empresas de las regiones focalizadas: 60%
- Número de alianzas públicas y privadas establecidas con organizaciones comunitarias que generen cooperación y confianza entre entidades: 3
- Número de iniciativas de comunicación y/o extensión comunitaria creadas y diseminando mensajes positivos, articulándose con comunidades y gobiernos locales que resalten las mejoras de los esfuerzos comunitarios en materia de desarrollo local: 4.
- Cambio porcentual en el Índice de Desempeño Organizacional: 9%
- Número de firmas recibiendo asistencia técnica para mejorar desempeño empresarial: 9.
- Cambio porcentual en la participación de las organizaciones en acciones colectivas y/o comunitarias: 20%
- Número de iniciativas presentadas por las organizaciones de base implementadas en el nivel administrativo local: 2
- Número de hogares rurales beneficiarios directos de intervenciones: 60
- Valor (\$) de los recursos públicos y privados movilizados: \$250.000.000

Metas Logradas en Beneficio de la Comunidad

- Se realizaron dos estudios de mercado, de los cuales de deriva un análisis que permite evidenciar que: el Turismo aportó a la reactivación económica del territorio, puesto que las ventas realizadas por los beneficiarios de Un Destino Diferente del año 2021 con respecto a las del año 2020 se incrementaron en un 78%, pasando de \$581.000.000 a \$1.037.000.000. En la temporada comprendida entre el 6 de diciembre de 2021 y 15 de enero de 2022 se movilizaron 4569 turistas en los emprendimientos vinculados al proyecto. El 52% de los turistas que visitan los atractivos son locales, 27% nacionales, 18% regionales y 3 % internacional. Existen tres grandes segmentos que visitan el territorio: Turista de Naturaleza, Turista de Temporada y Turista Educativo. Los turistas que llegan al destino en un 89% lo hace esperando conocer nuevos lugares. Los turistas siguen eligiendo el destino porque esperan conocer lugares



naturales y experiencias cercanas con el ambiente natural. Los ríos son una de las principales motivaciones para viajar a "Un Destino Diferente" en los segmentos de Naturaleza y Temporada. Además, en los 3 segmentos referenciados, esperan hospedarse en un alojamiento rural. Además, algunos viajeros manifestaron que podrían desarrollar las siguientes actividades si se los proponen: Bici turismo, ver peces ornamentales, Trekking y Etnoturismo, respecto a las actividades tradicionales.

- Se diseñaron 9 experiencias turísticas nuevas (Balsaje en el río Pescado, Parador Turístico Brisas del Fragua, Cascada la Luna, Hacienda Rancho Grande, Reserva Natural El Arrullo, Macondo Natural, Ecoparque las Lajas, Warmi Awadurkuna, Escuela Verde Andaquí) y se fortalecieron 3 mas (El Horeb, TourVentura y Villa Paola), estas 12 experiencias han despertado el interés de nuevos turistas por conocer el destino. Se construyen 9 Guiones Turísticos y se fortalecieron 3 guiones más, los guías se han apropiado de estos, mejorando sus habilidades en guianza, la expresión oral y corporal. Se hizo un análisis técnico de los emprendimientos, a partir del cual se construye participativamente un plan de inversión para fortalecerlos con equipos, posteriormente Territorios de oportunidad lo financió, con esta dotación se mejora la experiencia para los turistas. Las habilidades de los emprendedores se fortalecieron a través de Asistencias técnicas especializadas (Manejo de riesgos en áreas silvestres, Gastronomía, Costeo de productos de gastronomía, Inspección Vigilancia y Control de Alimentos, Fortalecimiento de guianza turística, Fortalecimiento de la estrategia digital y audiovisual, Asesoría y generación de contenido digital, Asesoría y capacitación en servicio de alojamiento, Guianza especializada en espacios naturales, manejo de grupos, Capacitación en fotografía.), lo anterior permitió mejorar la calidad de los servicios prestados, disminuir los riesgos y estar mejor preparados para atender turistas. 13 empresarios participaron de ejercicios de Benchmarking en 5 destinos (Amazonía Emprende, Parque Chingaza, Río Guejar, el Mako en San Agustín Huila, River Guide GTE WorkShop en San Gil) lo anterior permitió el mejoramiento de la operación de servicios, atención de clientes, personalización de servicios, adecuación e infraestructura, así como tácticas de ventas y segmentación de mercado. y la certificación internacional nivel 3 en rafting de 2 de los guías.
- Se acompañaron 8 procesos asociativos, dos de los cuales se convierten en organizaciones sombrilla y a la vez asumen el rol de Organizaciones Gestoras de Destino: (Cortca y SieteRíos). Una labor importante de articulación territorial a favor del turismo. De los 8 proyectos asociativos, 4 son organizaciones se formalizan en el marco del proyecto: (SieteRíos, Brillos, Warmi Awadurkuna y EVA) y 4 fueron fortalecidas (Cortca, Aspaben, Fundación Tierra Viva y Asrebys). Bajo las 8 figuras asociativas, existen 21 iniciativas empresariales, de las cuales 11 fueron fomentadas en el marco del proyecto y 10 fortalecidas, las 21 tienen Registro en Cámara de comercio, RUT, y 11 tienen RNT. De esta manera las 21 empresas cumplen con la formalidad requerida en Colombia para operar Turismo.



- Se construyeron participativamente los Planes de negocios de 7 organizaciones (Aspaben, Fundación Tierra Viva, SieteRíos, Cortca, TourVentura, Brisas del Fragua y Warmi Awadurkuna), con esta importante herramienta de gestión ya se han realizado postulaciones para movilizar nuevos recursos como es el caso de Warmi Awadurkuna y Brillos. Postulaciones al Banco de proyectos de comunidades indígenas 2021 del Mininterior y Banco de proyectos con enfoque de género del fondo de Mujer Emprende y Confecámaras. Las 12 experiencias turísticas fueron costeadas y se fijaron precios, con estos insumos se han dado a conocer en el mercado. Las organizaciones tienen su contabilidad estructurada, tienen archivo, son conocedoras de sus obligaciones mercantiles y tributarias, no han tenido requerimientos de las entidades de vigilancia y control. Los empresarios están en capacidad de diseñar nuevos paquetes turísticos, y prueba de ello son los 4 nuevos productos creados en el marco del proyecto, los cuales se han ofertado en diversas ferias. (mencionarlos). Las organizaciones gestoras de destino, construyeron y vienen implementando una política de inclusión y género.
- Mejoría en la conectividad digital de los emprendimientos. Creación de 8 redes sociales (Instagram), entre ellas: @WarmiAwadurkuna, @Balsajeaspaben, @brillosdenavidad. (todas)
- Desarrollo de 2 capacitaciones en fotografía y generación de contenido. Construcción de Un Manual de Manejo Fotográfico. 30 sesiones virtuales de trabajo para el fortalecimiento de marca y perfil de redes sociales para los beneficiarios, desarrollado por la influencer Angélica Sánchez. @angieviaja. Generación de canales y material de comercialización del destino:
- Levantamiento de material gráfico profesional (vídeos y fotos) de todos los emprendimientos.
 Creación de la marca territorial "Un Destino Diferente" en logotipo y material POP. Desarrollo de un vídeo promocional del destino. Construcción de 2 brochures informativos, uno por cada municipio. Construcción de 10 portafolios, en los que se incluye un archivo con la información de precios en paquetes turísticos.
- Creación de la red social "@1destinodiferente" (804 seguidores actuales y en crecimiento, y engagement del 137.82). Creación de 13 Reels para comercialización en Instagram.
- Fortalecimiento de conexiones con el mercado: Participación en 4 eventos comerciales: Vitrina turística de ANATO 2021, Rueda de Negocios de Pitalito, Encuentro de Turismo Receptivo de ANATO y Tercer Encuentro de Turismo Sostenible de Acotur. Participaron los beneficiarios: El Horeb, TourVentura, Hotel Villa Paola, Brisas del Fragua y Destino Caquetá, así como los aliados: Pasión Caquetá y Amazonía Travel. Creación de oportunidades en el mercado: 14 agencias de viajes visitaron el destino, provenientes de Medellín, Santa Marta, Bogotá, San Agustín y Mocoa. De estas agencias, actualmente están vendiendo productos de "Un Destino Diferente": Amazonía Travel y Pasión Caquetá. Además, Baquianos Adventure desarrolló un vídeo promocional propio de la región, incluyendo las actividades del proyecto. Fortalecimiento de la promoción del destino:



- 4 influencers visitaron el territorio: @angieviaja (más de 8 historias diarias por 6 días-3 post), @Monosenlaselva(1post), @yessitraveling (más de 6 historias por día por 4 días y 4 post) y @Caminantr3s (7 post, más de 3 historias por día y vídeos en Youtube).
- Medios de comunicación crearon notas de "Un Destino Diferente": Pulzo Colombia (4), El Espectador, Publimetro, KienyKé(2), Caracol Televisión (2), CityTv y RCN Digital (2).
- Desarrollo de Un Live en Instagram con Baquianos Adventure en el que asistió Guillermo Vargas de El Horeb.

g) Proyecto en el Magdalena, apoyo a comunidades de pescadores en la playa del Aeropuerto y Don Jaca

Nombre del Aliado	Drummond Ltd Colombia
Código del proyecto	N° DES -MAG 0340
Presupuesto a cargo del aliado	\$50.218.000
Fecha de inicio – Fecha de	30 de agosto de 2021 a 28 de febrero de 2022
Finalización	
Objeto	Apoyar técnica y financieramente a tres asociaciones de
	pescadores que están ubicadas en el área de influencia de
	DRUMMOND LTD. Colombia, para que proyecten su
	sostenibilidad mediante el diseño de un plan de negocios de
	una actividad que se pueda incluir o articular en la cadena de
	valor del turismo.
Ubicación geográfica	Departamento del Magdalena, Santa Marta.
Población objetivo – número de	3 asociaciones de pescadores ubicadas en la playa del
beneficiarios	Aeropuerto y la zona de Don Jaca.
Objetivos específicos	- Construir un plan de negocios para cada asociación de
objetivos especificos	
	pescadores, de acuerdo a sus fortalezas y su entorno.
	- Fortalecer las habilidades y aptitudes de cada una de las
	asociaciones en pro del desarrollo humano,
	empoderamiento y trabajo en equipo.
	- Generar una propuesta técnica y financiera que permita la
	implementación de los planes de negocio construidos con
	cada una de las asociaciones de pescadores en una fase II
	de este proyecto.
	· ,

Metas Logradas en Beneficio de la Comunidad

Durante los cuatro meses del proyecto se realizaron en total 33 reuniones con las tres asociaciones de pescadores. A continuación, se reportan las actividades desarrolladas:



- Un encuentro semanal con cada asociación, para un total de 33 jornadas de trabajo.
- Una salida de campo a la playa de Bahía Concha en el Parque Nacional Natural Tayrona con la cooperativa COOPSEPTURJACA con la finalidad de conocer la experiencia e incursión de los pescadores en actividades ecoturísticas y, así, facilitar la toma de decisiones sobre el plan de negocio al interior de la cooperativa de Don Jaca.
- Un acompañamiento de la Fundación Creata en la visita de inspección de la Agencia Nacional de Licencias Ambientales (ANLA) a la compañía Drummond, realizada el 26 de enero del 2022, con el fin de conocer de forma directa y en cabeza de los líderes de las asociaciones las acciones de impacto social que está desarrollando la compañía en el área de influencia.
- Mesas de trabajo: El objetivo de estas reuniones fue construir con cada grupo un plan de negocio básico, el cual se estructuró de la siguiente forma:
 - 1. Descripción de las organizaciones y sus integrantes.
 - 2. Mapa de actores.
 - 3. Productos, servicios, actividades y experiencias que ofrece cada asociación y los atractivos que hay en su área de influencia.
 - 4. Un análisis DOFA.
 - 5. Los objetivos trazados para el plan de negocio de las organizaciones.
 - 6. Productos y servicios priorizados por los asociados.
 - 7. Una proyección de inversiones en activos para el plan de acción 2022.
 - 8. Una proyección financiera según los planes de negocios.
 - 9. Propuesta inicial de la administración de los recursos físicos, humanos y económicos de las asociaciones.
 - 10. Plan de mercadeo y comercialización.
 - 11. Cada una de las 3 asociaciones recibió con recursos del proyecto una inversión de \$3 millones de pesos en capital semilla. Para un total de \$9 millones de pesos.

Los planes de negocio se construyeron con cada una de las tres asociaciones beneficiarias. Estos documentos especifican de forma muy detallada cuáles son las inversiones que cada comunidad requiere para fortalecer sus unidades de negocio, generar ingresos y mejorar su calidad de vida. Drummond ha informado a la comunidad y a la fundación Creata que su interés es financiar estos planes de negocio hasta con \$50 millones de pesos en inversión en capital semilla. La compañía quedó con la tarea y compromiso de financiar directamente los planes de negocio a la comunidad.

h) Conectando el sur andino amazónico proyecto con ARD - Tetratech

Nombre del Aliado	ARD Inc Sucursal Colombia
Código del proyecto	Subcontrato Nro.CDLO-FPS-333



Presupuesto a cargo del aliado	\$742.082.840 (SETECIENTOS CUARENTA Y DOS MILLONES OCHENTA Y DOS MIL OCHOCIENTOS CUARENTA PESOS M/CTE)
Fecha de inicio — Fecha de Finalización	21 de julio de 2022 a 23 de mayo de 2023.
Objeto	Adelantar la integralidad de la oferta turística de los corredores CDLO (Putumayo - Caquetá - Cauca), a través de una estratega conjunta que fortalezca la operación turística, el posicionamiento y la gestión de destino a catorce (14) organizaciones (CORTCA, HORED, Asociacion De Pescadores De Belén De Los Andaquies, Asociacion De Meliponicultores De Piamonte, PIAMONTE BIODIVERSO, PIAMONTE TRAVEL, TALLER GASTRONOMICO, ASTUR DSOES, ADTECABS, APASAP, ASOPAAP, Corpolibano, ASOPROCAF, TANGARA (Un Paraíso de Siete Colores Vereda Kanakas)).
Objetivos específicos	 Fortalecer las capacidades operativas, técnicas y organizativas en el marco de la estandarización de procesos, para robustecer la oferta turística del sur Andino-amazónico. Dinamizar y diversificar la oferta de productos y servicios del corredor por medio de paquetes y rutas turísticas departamentales e interdepartamentales. Visibilizar el corredor Sur Andino - amazónico a través de la implementación de una estrategia de promoción y comercialización regional.

Metas Logradas en el marco del estudio para posterior beneficio a las comunidades

- Se fortalecieron las habilidades en prestación de servicios de las 14 comunidades beneficiarias gracias a la asesoría y acompañamiento de los consultores contratados por la Fundación: manejo de grupos, guión interpretativo, manejo de riesgos, gastronomía, atención al cliente,
- En temas de desarrollo empresarial, se han fortalecido temas como la contabilidad, cálculo de costos y fijación de precios, tarifarios para que puedan hacer alianzas comerciales. Adicionalmente se les ha acompañado para qué pueden adquirir habilidades para trabajar en equipo y resolver los conflictos que se presentan en el día día. Se validó que las organizaciones estén al día con los organismos de control. En caso de no estarlo se les ha venido apoyando en la solución de requerimientos..
- Cuando fue necesario, se gestionaron los RNT (registros nacionales de turismo) para que las organizaciones operarán con formalidad



- Se trabajaron temas de habilidades blandas como liderazgo, trabajo en equipo, comunicación, asertiva, resolución de conflictos, empoderamiento y productividad, creatividad e innovación.
- En temas comerciales algunas de las organizaciones rediseñaron sus logos o se les creó el logo desde cero. Adicionalmente, se diseñaron e implementaron estrategias de comunicación y comercialización para el mercado local, con el objetivo de que su mercado natural demande sus servicios y puedan generar ingresos constantes.
- Se logró consolidar el producto turístico del corredor, generando espacios para la generación de acuerdos entre las diferentes organizaciones beneficiarias, el corredor está compuesto por organizaciones en los departamentos de Caqueta, Cauca y Putumayo.
- En equipo con ARD y otros de sus operadores se diseñó, desarrolló y puso en marcha el logo de la expedición Sur andino amazónica.
- Se informa que la red de trabajo de los tres departamentos contará con unos portafolios como herramienta de mercadeo, en diferentes versiones, unos a nivel individual, con los que ya vienen trabajando, durante el año 2022, se harán unos portafolios municipales y o departamentales y un portafolio para toda la red.
- Adicionalmente durante el año 2022 se han venido desarrollando volantes impresos para hacer mercadeo interno.
- Se inició con las comunidades un ejercicio de planeación para ilustrar mapas turísticos que en el año 2023 serán impresos en acrílico y en papel como herramienta de servicio al cliente y de mercadeo y promoción, respectivamente.
- Igualmente se inició el proceso de planeación para producir en cada una de sus iniciativas, vídeos cortos para redes sociales, vídeos, promocionales, vídeos por bloque y finalmente uno o dos vídeos de la ruta que compone los tres departamentos.
- Se han implementado estrategias de salidas fijas, es decir, promocionar fechas y horas específicas en las que diferentes grupos de turistas pueden acceder a la prestación de servicios con un precio más económico, esta estrategia se continuará desarrollando en el año 2023, de la mano de otras actividades como cuñas radiales, ventas en punto físico. En el mes de diciembre de 2022, en el bloque de Villa Garzon en el Putumayo se hicieron perifóneoos para promocionar sus actividades turísticas durante la temporada de vacaciones..
- Durante el último bimestre de 2022, se trabajo de la mano de ARD para hacer una adición de recursos con el objetivo de implementar intercambios entre las organizaciones del Putumayo, viajes de mercadeo y comercialización al Huila, con empresarios de los tres departamentos, y gestionar la visita de colectivos, por ejemplo: grupos de ciclistas que a futuro puedan ser potenciales clientes de las iniciativas turísticas de las comunidades, está adición sería formalizada en enero de 2023.



- Durante el mes de diciembre se diseñó e implementó una visita de familiarización de la agencia de Florencia "Amazonia TRAVEL" a las iniciativas de turismo de naturaleza beneficiarias del municipio de Piamonte en el Cauca, los resultados fueron muy buenos, y se logró generar una alianza entre la agencia y los prestadores de servicios turísticos.
- Durante el último trimestre de 2022 se implementó la visita de la influenciadora Ledis Cano a las iniciativas beneficiarias del departamento del Caquetá. Con muy buenos resultados en publicaciones e interés de turistas locales.
- Durante el mes de diciembre de 2022 se diseñaron en implementaron estrategias de visibilización en la red social Instagram de @1destinodiferente para apoyar la promoción de las iniciativas turísticas comunitarias. También se hizo acompañamiento y seguimiento para que las iniciativas hicieran promociones en sus propias redes sociales.
- Se tiene acordado y proyectado implementar un viaje de los influenciadores de YouTube Caminantr3s para promocionar el Putumayo.
- Los días 14 y 25 de diciembre de 2022 se implementó un viaje de familiarización con la Agencias de Viajes de Mocoa "Rioselva", su representante visitó las iniciativas de Playa Rica, Kofan y Amazon Birds. Se generó una alianza entre la agencias y las iniciativas comunitarias.
- Durante el año 2022 se participó con los beneficiarios en el encuentro de turismo liderado por el gremio ACOTUR en la ciudad de Cali. También en el evento recpetivo de ANATO. Se tiene proyectado participar en ANATO 2023 en la ciudad de Bogotá en el mes de febrero.
- Del mes de agosto al mes de diciembre de 2022 se registró un ascenso muy positivo en la curva de ventas de las iniciativas beneficiarias del proyecto. El total de ventas reportadas a diciembre de 2022 asciende a \$252.000.000 (doscientos cincuenta y dos millones de pesos).

i) Proyecto Parques Nacionales Naturales – Playa Gayraca

Nombre del Aliado	Parques Nacionales Naturales de Colombia
Código del proyecto	CONVENIO DE ASOCIACION N° RE-DTCA-CA-014-2021
Presupuesto a cargo del aliado	\$34.900.000, treinta y cuatro millones novecientos mil pesos.
Fecha de inicio – Fecha de	9 de diciembre de 2021 a 31 de diciembre de 2021, se solicitó
Finalización	prórroga al 31 de enero de 2022 a través de Modificación # 1.
Objeto	Aunar esfuerzos en la implementación del proyecto
	denominado "INICIATIVAS PRODUCTIVAS PARA LA
	COMPENSACIÓN DE PESCADORES ARTESANALES Y EL
	FORTALECIMIENTO DEL ECOTURISMO EN EL PARQUE
	NACIONAL NATURAL TAYRONA –ETAPA I: SECTOR GAYRACA-
	" en el marco del Plan de Compensación proferido por la
	Sentencia T-606 del 2015, buscando consolidar los productos,
	organización y operación empresarial de las iniciativas



			productivas en ecoturismo con los pescadores artesanales
			relacionados.
Principales entregar	productos	para	i ·
	M	etas Log	señalización marina para el ordenamiento de playas al interior del Parque Tayrona. radas en Beneficios de la Comunidad

En equipo con los beneficiarios de alquiler de carpas y beneficiarios de la iniciativa de snorkeling se analizaron las iniciativas. Se concluye que tienen mucho potencial, más si se tienen en cuenta los resultados en ventas y generación de ingresos de Bahía Concha. Sin embargo se socializan las debilidades al Parque Nacional Natural Tayrona y el Plan Maestro de la misma institución: generar desde institución conceptos técnicos, facilitar mesas de trabajo para llegar a acuerdos de ordenamiento de playa con otros prestadores de servicios en el área, trabajar en equipo con los beneficiarios en el plan de mercadeo para visibilidar del área protegida, instalar señalización para ubicar a los turistas y promocionar la playa (la señalización básica quedó diseñada en el marco del proyecto). Los beneficiarios fueron



- capacitados en la teoría pero se sugiere que el departamento de ecoturismo de la institución se encargue de hacer seguimiento en la práctica a los procesos y procedimientos planteados.
- Se llevó a cabo una jornada de intercambio en la que los dos beneficiarios de alquiler de carpas de Gayraca y dos de sus familiares quienes van a trabajar como ayudantes, visitaron Bahía Concha y se reunieron con los siete carperos qué representan a la asociación: se trataron temas de prestación de servicios, costos, servicio al cliente, precios del servicio, costos que tienen, la experiencia de los carperos, la interacción con los turistas protocolos de bioseguridad entre otros.
- Se apoyó a los grupos de alquiler de carpas y snorkeling en la constitución ante la Cámara de Comercio de una asociación.
- Se diseño un plan de mercadeo, el mismo fue diseñado de la mano de los beneficiarios en mesas de trabajo. Adicionalmente en el marco del proyecto se les apoyó con toma de fotografías, diseño de logos, diseño de señalización, diseño e impresión de plegable y de álbum de fotos para acercamiento en frío a los turistas. El plan proyecta acciones y sugerencias en marketing digital, presencia en Trip Advisor, contratación o acuerdos con influenciadores en redes sociales, visitas de periodistas. También se especifica la importancia de las alianzas: Parque Nacional Natural Tayrona, agencias de viajes de Santa Marta, hoteles, transportadores, en Instituto de turismo de Santa Marta Y la Secretaría de turismo de la gobernación del departamento. Finalmente se incluye un presupuesto aproximado de las inversiones para dar visibilidad a esta área, se hace la aclaración qué manejando economías de escala se puede dar visibilidad a otras áreas del Parque.
- A partir de todos los talleres y mesas de trabajo desarrollados se unificó la información en el marco de un plan de negocios que será el documento guía para beneficiarios y funcionarios de la institución en la implementación de la iniciativa y en el relacionamiento con otras iniciativas en el área como la de Snorkeling. El documento incluye los siguientes capítulos: objetivo general, objetivos específicos, ubicación espacial de la playa en el área protegida, descripción del recurso humano, mapa de actores, matriz DOFA, definición de los atractivos turísticos y de los servicios a prestar, estructura organizacional incluyendo la figura legal bajo la cual se constituyó el grupo de Carpas y Snorkeling (asociación), planteamiento del problema, plan de mercadeo y comercialización y un plan financiero que sólo incluye los costos de operación y los puntos de equilibrio teniendo en cuenta que el ministerio de medio ambiente entregó a los beneficiarios los activos necesarios para su operación. Se aclara que como valor agregado en este documento hay muchos capítulos que aplican y le sirven a la iniciativa de Snorkeling.
- El equipo de la Fundación acompañó al menos en tres oportunidades al equipo de la institución y el Ministerio de Medio Ambiente en la entrega de activos a los beneficiarios.



- Se tuvo que hacer en varias ocasiones porque los elementos no cumplían con las especificaciones técnicas, desde el equipo de la fundación se dieron recomendaciones ayudó a llegar a acuerdos con los beneficiarios y proveedores.
- Durante el mes de enero de 2022 se fortaleció el diseño el Plan de Mercadeo de las iniciativas de Gairaca, Teniendo en cuenta la visita de intercambio a Bahía Concha y la visita de exploración y análisis al sector Palangana y Playa Gayraca, se plantearon las debilidades en temas de posicionamiento para las iniciativas que funcionarán en la Playa inicialmente (alquiler de carpas y senderismo subacuático). Teniendo en cuenta el DOFA, las metas son las siguientes: Contar con material fotográfico e impreso para promocionar y comercializar al ingreso de Palangana a través del auxiliar comercial de la Asociación y los intermediarios. Hacer acercamientos con las agencias de viajes, facilitar su proceso de promoción y comercialización con grupos de turistas. Aportar material a PNN Tayrona para que lo incluya en sus charlas de introducción al turista en el Kiosco del sector Palangana. Generar señalización para indicar a los conductores la ruta hasta Playa Gayraca. Conformar un equipo de trabajo compuesto por al menos 2 líderes de la asociación para implementar el Plan de Mercadeo y Comercialización. Informar a turistas, intermediarios y agencias sobre las bondades de Playa Gayraca y sus prestadores de servicios (alquiler de carpas y senderismo subacuático). Posicionar a Playa Gayraca como un área exclusiva en donde el turismo, la conservación y el desarrollo sostenible se trabajan de forma articulada.
- Se le entregó a PNN un Plan de Mercadeo completo para su posterior implementación con recursos adicionales que la institución está gestionando. El documento describe el Objetivo general, los logotipos diseñados para las 2 iniciativas de alquiler de carpas y snorkeling, las fotografías que se tomaron para promoción, un plegable que se diseñó, los diseños hechos para la señalización, las sugerencias hechas para temas de redes sociales, también se definen las alianzas clave que deberían implementar las organizaciones que operarían servicios en la playa: PNN Tayrona, Agencias receptivas de Santa Marta, guías o intermediarios con presencia en la entrada del PNN, transportadores, hoteles, INDETUR y Secretaria de Turismo. El plan de mercadeo incluye un presupuesto proyectado de lo que podría costar su implementación con base en experiencias reales de la Fundación en otras implementaciones.
- Se entregaron y fueron validados y aprobados por Parques Nacionales Naturales los 2 planes de negocios para las iniciativas de alquiler de carpas y snorkeling.
- Se asesoró y acompañó la creación de una asociación que permita ser la organización sombrilla prestadora de servicios en Playa Gairaca.
- Se facilitaron los recursos destinados por el convenio para financiar la logística de instalación de la señalización marina en la playa de Bahía Concha.



j) Proyecto Meta Sostenible

Nombre del Aliado	CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO-ALEMANA
Código del proyecto	Contrato Civil de Servicios (sin código)
Presupuesto a cargo del aliado	\$342.000.000 (trescientos cuarenta y dos millones de pesos
	moneda legal).
	62 440 540
	En otrosi # 1 se adicionaron \$2.419.518, para un total de \$344.419.518 (trescientos cuarenta y cuatro millones
	cuatrocientos diez y nueve mil quinientos diez y ocho pesos
	m/cte) incluido IVA.
Fecha de inicio – Fecha de	4 de febrero de 2022 a 31 de agosto de 2022. En otrosi # 1 se
Finalización	adicionó 1 mes es decir hasta el 30 de septiembre de 2022.
Objeto	Realizar la ejecución de todas las actividades del proyecto
	Meta Sostenible en coordinación estrecha con la AHK
	Colombia con el objetivo de fomentar la adopción de buenas
	prácticas en turismo sostenible y economía circular de por lo
	menos 100 prestadores de servicios turísticos de 6 municipios
	del Departamento del Meta: Restrepo, Villavicencio, Puerto López, Granada, Lejanías, Mesetas.
Objetivos específicos	Desarrollar una metodología e instrumentos para el
	levantamiento de una línea base y aplicación de
	autodiagnósticos dirigidos a los beneficiarios del
	proyecto.
	2. Diseñar y desarrollar un proceso de formación
	orientado a la práctica entorno al turismo sostenible y
	la economía circular, coordinar y apoyar el diseño de
	proyectos de mejora.
	3. Diseñar y aplicar una metodología para la formación
	de un semillero de multiplicadores y apoyar la
	elaboración de planes de multiplicación.
	4. Sistematizar las buenas prácticas y lecciones
	aprendidas derivadas del desarrollo del proyecto y
	elaborar un documento de recomendaciones para los
	tomadores de decisión a diferentes niveles.

Metas Logradas en Beneficios de la Comunidad

El proyecto Meta Sostenible tuvo como objetivo: "Fomentar la adopción de buenas prácticas en Turismo Sostenible y Economía Circular de por lo menos 100 prestadores de



- servicios turísticos de 6 municipios del Departamento del Meta: Restrepo, Villavicencio, Puerto López, Granada, Mesetas y Lejanías". Para el cumplimiento de este objetivo también se han vinculado miembros representantes de las administraciones locales de los mismos municipios a que hagan parte de este proceso de fortalecimiento.
- Previo al arranque del proceso desarrollado por Fundación Creata, AHK realizó un proceso de convocatoria e inscripción de los potenciales participantes del proyecto, obteniendo una base inicial de 253 personas inscritas. Con esta base inicial de inscritos se lleva a cabo la ejecución de la primera fase correspondiente al diagnóstico estratégico.
- En este sentido, se implementó un diagnóstico de los participantes, el cual permitió identificar varios aspectos incluyendo: los conocimientos sobre los conceptos relacionados con Turismo Sostenible y Economía Circular, las buenas prácticas que implementan y las necesidades de formación y asistencia técnica y de esta manera adaptar el proceso de fortalecimiento de acuerdo con sus necesidades y generar opciones de mejora. Para llevar a cabo dicho diagnóstico de un total de 253 preinscritos, se pudo implementar el instrumento a 149 personas, siendo aquellos participantes de Villavicencio (con un total de 48 participantes), los de mayor representación, y los de Restrepo con un total de 16 participantes, los de menor participación. Los prestadores de servicios turísticos con mayor participación fueron los establecimientos de alojamiento y hospedaje, y el de menor participación fueron los de transporte con una sola empresa.
- Como parte de la misma fase de diagnóstico, en paralelo al levantamiento de información primaria, se llevó a cabo un proceso de levantamiento y análisis de información secundaria (línea base), el cual tenía como objetivo entre otros conocer el marco regulatorio de turismo sostenible en Colombia y en el departamento del Meta y el marco regulatorio de economía circular para ambos ámbitos. Una vez finalizado el proceso de formación y asistencia técnica, en agosto de 2022, se llevó a cabo un diagnóstico de cierre que contó con la participación de 90 participantes. El instrumento de diagnóstico de cierre sirvió para identificar aquellos conocimientos y cambios adquiridos, gracias a la formación brindada por el proyecto, incluyendo las buenas prácticas en sostenibilidad que los empresarios implementarán y/o que fueron descritas en los proyectos de cambio formulados. Igualmente este diagnóstico final permitió evaluar la satisfacción de los participantes con el proceso, obteniendo resultados superiores al 90%.
- En la segunda fase, se realizó la capacitación y asistencia técnica a 101 participantes que finalizaron el proceso. Estas personas corresponden a prestadores de servicios turísticos de diferentes tipologías, ubicados en los municipios de: Restrepo, Villavicencio, Puerto López, Granada, Mesetas y Lejanías, por un tiempo de hasta 100 horas de formación y acompañamiento por parte del proyecto, distribuidas en formación presencial en aula, salidas de campo, visitas individuales a las unidades de negocio y sesiones virtuales de



- resolución de dudas y actualización para personas que no pudieron hacer parte de las jornadas presenciales.
- Las temáticas se desarrollaron en ocho (8) módulos y estaban relacionadas con la
 introducción al turismo sostenible, los impactos del turismo, la planeación de proyectos
 de cambio, entre otras. Una vez finalizada esta etapa, se certificaron los 101
 participantes, siendo los de mayor certificación los de Villavicencio con 29 participantes
 certificados, y los de Lejanías los de menor certificación con 11 personas. Por el tipo de
 prestador en las capacitaciones, los establecimientos de alojamiento y hospedaje fueron
 los de mayor participación y los de menor participación fueron los guías de turismo con
 tan solo 8 participantes.
- Seguido de esto, se llevó a cabo la implementación de la tercera fase enfocada en el desarrollo de un semillero de replicadores del proyecto. De esta etapa solo fueron escogidos diecisiete (17) personas que se destacaron en las fases previas del proyecto y con potencial de réplica en sus comunidades. Como parte del proceso se llevaron a cabo diferentes actividades entre las cuales se incluyeron: sesiones informativas, sesiones virtuales de refuerzo y el desarrollo del "I Encuentro del Semillero de Replicadores". En este evento se creó la hoja de ruta para la replicación y se obtuvieron los insumos para elaborar una "Cartilla de Replicadores", la cual fue una resultante de este proceso de formación e incluye material formativo y estrategias pedagógicas para replicar los conocimientos de turismo sostenible y economía circular hacia el público objetivo identificado por estos semilleros.
- Finalmente como parte de la última fase del proyecto, se formulan y estructuran proyectos de cambio hacia la sostenibilidad, los cuales resultan como producto de las etapa de formación. Se presentan 69 proyectos: 55 individuales, 4 colectivos y 8 ideas de negocio. Estos proyectos siguen una estructura que parte del análisis de externalidades, identificación de aspectos materiales, análisis de buenas prácticas, revisión ambiental y establecimiento de indicadores de seguimiento. Se genera un ranking de estos proyectos y se destacan aquellos que tuvieron mejor impacto bajo unos ejes específicos. Adicionalmente durante esta fase final, se documentan los logros del proyecto mediante el desarrollo de 3 cápsulas de video que incluyen testimonios de los participantes y locaciones donde se ubican sus emprendimientos.

k. Proyecto Colombia Productiva – Unión Temporal Turismo Sostenible

Nombre del aliado(s)	Colombia Productiva
Fuente de financiación	Colombia Productiva (Fiducoldex)

Calle 93 B # 16 – 66 oficina 206
Teléfonos: 766 06 21 – 310 305 59 14 – 310 305 59 27
Bogotá D.C. – Colombia
www.creata.org.co



Fecha de inicio y finalización	17 de junio de 2021 – 17 de enero de 2022
Código del proyecto	Contrato 017-2021
Objeto	"Diseño de una estrategia nacional e integral de divulgación, apropiación y de apoyo en la implementación de los lineamientos de la Política de Turismo Sostenible por parte de los emprendedores y empresarios del sector turismo." Fundación Creata participa con un 45% en una Unión Temporal para desarrollar este proyecto: Unión Temporal Turismo Sostenible.
Objetivo general	La estrategia nacional e integral de divulgación, apropiación y apoyo a la implementación de los lineamientos de la política, está relacionada con la estrategia No. 4 del plan estratégico mencionado, que se denomina "gestión sostenible y responsable del capital natural por parte del sector empresarial"." Esta busca fomentar la apropiación de buenas prácticas de prevención, mitigación, control y compensación de los impactos ambientes por parte de los empresarios y actores asociados a la cadena de valor del sector turismo, alrededor de i) ahorro y uso eficiente del agua; ii) la gestión deficiente de la energía y la inversión en fuentes de energías renovables y no convencionales, iii) el manejo responsable de los residuos sólidos, iv) el tratamiento adecuado de las aguas residuales, v) la disminución de las emisiones atmosféricas, vi) la protección de la integridad de la biodiversidad y de sus ecosistemas.
Objetivos específicos / Principales indicadores Presupuesto a cargo del aliado	 Diseño y desarrollo de una plataforma de e-learining que incluya contenidos para divulgar la política de turismo sostenible y la implementación de buenas prácticas ambientales por parte de los empresarios del sector. Diseño y desarrollo de un manual práctico en sostenibilidad para empresarios del turismo. Socializar la plataforma y el manual al menos a 1750 personas ubicadas en 50 municipios. OCHOCIENTOS SETENTA Y DOS MILLONES TRESCIENTOS
	SESENTA Y CUATRO MIL TRESCIENTOS VEINTINUEVE PESOS MONEDA CORRIENTE (\$872.364.329).
Modificaciones o adendas	No aplica.



Ubicación geográfica	Alcance nacional
Población objetivo – número de beneficiarios	1750 personas, con énfasis en empresarios del sector, que conocen la política de turismo sostenible y acceden a través de la plataforma a buenas prácticas en sostenibilidad.
Adata at a sound as an Dama Cata da la Cassassida d	

Metas Logradas en Beneficio de la Comunidad

- 1 plataforma de e-learning desarrollada: www.colombiaturismosostenible.com
- 1 manual de buenas prácticas en sostenibilidad desarrollado.
- 2126 personas que hicieron parte de las jornadas de divulgación.
- 1573 participantes inscritos en la plataforma
- 8,5/10 es el promedio de calificación de las evaluaciones técnicas que han tomado los participantes de la plataforma.
- La plataforma de e-learning incluye recursos audiovisuales entre otros: tales como videos (37), podcast (8), infografías y presentaciones (33), entre otros.
- La calificación de los empresarios/participantes que dan sobre su experiencia de uso y navegación en la plataforma es de 9,1 sobre 10.
- La calificación de los empresarios/participantes que dan sobre la calidad de los contenidos y diseños del manual de buenas prácticas en sostenibilidad, asciende a 8,6/10.

I. Proyecto Colombia Productiva – Unión Temporal Encadenamiento Productivo

Nombre del aliado(s)	Colombia Productiva
Fuente de financiación	Colombia Productiva (Fiducoldex) - Gobierno de Abudabi.
Fecha de inicio y	26 de julio de 2021 – 30 de junio de 2022 – Otrosi # 1 hasta el 31 de
finalización	agosto de 2022.
Código del proyecto	Contrato 030-2021
Objeto	Promover los encadenamientos productivos, a través del fortalecimiento de MiPymes del sector turismo en temas de desarrollo de producto, mercadeo y comercialización que contribuya a superar las barreras que impiden su inserción en las cadenas de valor y cumplir con los requisitos de acceso a los mercados nacional e internacional. Fundación Creata participa con un 33% en una Unión Temporal para desarrollar este proyecto: Unión Temporal Encadenamiento Productivo.
Objetivo general	Promover los encadenamientos productivos, a través del fortalecimiento
Objectivo general	de MiPymes del sector turismo en temas de desarrollo de producto, mercadeo y comercialización que contribuya a superar las barreras que



	impiden su inserción en las cadenas de valor y cumplir con los requisitos de acceso a los mercados nacional e internacional.				
Objetivos específicos / Principales indicadores	 Llevar a cabo al menos un (1) evento de emparejamiento, con la participación de mínimo doscientos veinte empresas (220) empresas del sector turismo, en los que se expongan los requerimientos, tendencias comerciales y/o de regulación del mercado para el sector turismo. 				
	 Seleccionar mínimo ciento cuarenta (140) de estas empresas para recibir un diagnóstico ampliado que permita caracterizar sus capacidades técnicas y financieras, e identificar las brechas o factores críticos que dificultan su inserción en cadenas de valor y/o que impiden su inserción en la cadena de valor del sector turismo. 				
	3. Asistir técnicamente al menos a ochenta (80) de estas empresas en el cierre de dichas brechas. De acuerdo con lo estipulado en la fase 4 "Selección de MiPymes y formalización de planes de trabajo" del numeral 2.3 "Fases de ejecución del proyecto", EL CONSULTOR diseñará los criterios de selección de MiPymes, que recibirán asistencia técnica, relacionados con sus capacidades técnicas y financieras. Dichos criterios de selección deberán ser aprobados por COLOMBIA PRODUCTIVA. EL CONSULTOR llevará a cabo el proceso de selección de mínimo ochenta (80) mipymes beneficiarias con base en los criterios de selección definidos y aprobados. La base de datos de empresas beneficiarias deberá ser aprobada por COLOMBIA PRODUCTIVA.				
	4. Finalmente, desarrollar una rueda de negocios en la que participen al menos las ochenta (80) empresas intervenidas.				
Presupuesto a cargo del	MIL CATORCE MILLONES DE PESOS MONEDA CORRIENTE				
aliado	(\$1.014.000.000). Fundación Creata participa con el 33% del contrato.				
Modificaciones o	No aplica.				
adendas					
Ubicación geográfica	Alcance nacional				
Población objetivo –	220 Mipymes caracterizadas				
número de beneficiarios	140 Mipymes diagnosticadas				
	80 Mipymes fortalecidas				
	Metas Logradas en Beneficio de la Comunidad				
•	ción sector turismo fue una iniciativa cuyo objetivo principal fue el de				
	iientos productivos, a través del fortalecimiento de 80 MiPymes del sector				
turismo en temas de desa	rrollo de producto, mercadeo y comercialización que contribuya a superar				

Calle 93 B # 16 – 66 oficina 206 Teléfonos: 766 06 21 – 310 305 59 14 – 310 305 59 27 Bogotá D.C. – Colombia



las barreras que impiden su inserción en las cadenas de valor y cumplir con los requisitos de acceso a los mercados nacional e internacional. Para cumplir con lo anterior, el proyecto se desarrolló en siete (7) fases:

- 1. Definición del Plan operativo.
- 2. Promoción, divulgación y evento de emparejamiento.
- 3. Diagnóstico e identificación de Mipymes.
- 4. Estructuración de planes de mejoramiento y formalización de acuerdos de servicio.
- 5. Implementación de la asistencia técnica.
- 6. Desarrollo de la Rueda de Negocios Compra lo Nuestro.
- 7. Evento de socialización.

En una primera fase se definió el plan operativo con su cronograma, ajustándose a las fechas de inicio y finalización una vez aprobadas las respectivas pólizas. Posteriormente se avanzó hacia la Fase 2: Promoción, Divulgación y Evento de emparejamiento, donde, como parte del proceso de promoción y divulgación se realizaron 12 webinars y 1 jornada de socialización presencial en la ciudad de Cali, también hubo relacionamiento con grupos de interés, presencia en redes sociales especializadas, publicaciones orgánicas y pauta, y telemercadeo. Gracias al proceso de difusión del programa se tuvo como resultado de este ejercicio un total de 484 registros de empresas interesadas, los cuales fueron depurados y se habilitaron 447 habilitados para asistir al evento de emparejamiento. Este Evento de Emparejamiento que tuvo como nombre "Conectar para Reactivar" tuvo una duración de 2 días, conto con 22 speakers, de los cuales 17 fueron empresas ancla, brindo 14 espacios de aprendizaje y durante el cual asistieron 220 empresas (la meta eran 175) de las 447 que se encontraban habilitadas para hacerlo.

En la Fase 3: Diagnóstico e identificación de Mipymes, se realizó un filtro de las 220 empresas para llegar a un grupo de 140 empresas, las cuales se logró diagnosticar 139 en 45 días, mediante un instrumento de diagnóstico obteniendo información relevante como que el 77% eran microempresas, 51 % tenían menos de 5 años de experiencia o que 61% venden menos de 50 millones al año. Allí se realizó nuevamente un filtro basado en los diagnósticos de las empresas y en su nivel de compromiso y necesidad manifiesta, y se obtuvo un ranking cuyo objetivo era el de identificar las 80 empresas que serían parte del proceso de fortalecimiento y asistencia técnica.

Bajo este ranking, se priorizan realmente 81 empresas avanzando hacia la Fase 4: Estructuración de planes de mejoramiento, formalización de acuerdos de servicio y cartas de compromiso. Allí se diseñó la ruta de mejoramiento de 11 ejes/pasos (generación del modelo de negocio, aterrizaje del producto turístico, Blueprint, definición de segmento de mercado y clientes, costeo de producto por actividades, costeo financiero vs. precio de mercado, generación de oportunidades y su aprovechamiento, comunicación y marca, comercialización, fondos externos (oportunidades de financiación), y BackOffice o sistema de gestión documental). Bajo esta estructura se dio paso a la fase 5: Implementación de la asistencia técnica la cual luego sería implementada en las 81 empresas seleccionadas, las cuales, para un mayor impacto y personalización de su fortalecimiento se dividieron en tres grupos: Alfa, Beta y Omega. Esta diferenciación estuvo basada en el resultado de su diagnóstico y en las temáticas en las cuales hicieron énfasis (Grupo Alpha: énfasis en gestión de proyectos y financiación, Grupo Omega: énfasis en producto, y Grupo Beta: énfasis en comercialización y mercadeo).



En la Fase 5, además de obtener los resultados de los indicadores de impacto, y de medio y gestión que se evaluaron en la implementación de la asistencia técnica, también se destacaron aquellos casos de negocio priorizados, es decir 18 proyectos de inversión que se formularon como parte de la asistencia técnica con estas empresas, así como las victorias tempranas del proyecto, a saber aquellos resultados de corto plazo que se alcanzaron como parte del proyecto.

Como puntos finales, en la Fase 6 del proyecto se llevó a cabo una Rueda de Negocios que, para el sector Turismo tuvo hitos importantes como por ejemplo, ser el sector con mayor número de interacciones (16.132 en la plataforma Rebus), mayor número de reuniones realizadas (495) o tener el récord del mayor número de participantes únicos en un día (126 el 18 de julio de 2022 (compartido con el sector moda)).

Para la fase 7 del proyecto, se realizó un evento de socialización que expuso los resultados del evento, y se presentaron dos valores agregados destacables del proyecto como lo fue el Landing Page o el directorio de agencias beneficiarias del proyecto, y el desarrollo del programa de mentores territoriales, los cuales se exponen respectivamente en cada uno de sus capítulos.

Este proyecto fue desarrollado por Colombia Productiva, el Viceministerio de Turismo y Bancóldex, financiado con recursos del Gobierno de Abu Dabi y ejecutado por la Unión Temporal: Acotur, Creata e Isegoría durante un período comprendido de 12 meses entre el mes de junio de 2021 y el mes de agosto 2022.



Resumen de proyectos 2022:

A continuación, se presenta un cuadro resumen que contiene los ingresos recibidos por la FUNDACIÓN CREATA de cada uno de los proyectos ejecutados durante el año 2022 indicando las fechas de inicio y de finalización de los mismos pudiendo evidenciar con ello los proyectos en curso y los finalizados dando cumplimiento a lo establecido en la Ley 1819 de 2016, decreto 2150 de 2017 y demás normas concordantes.

Proyecto	Aliado	Número de convenio o contrato	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Ingresos recibidos en 2022
Proyecto	Parques Nacionales Naturales Dirección Territorial Caribe – Patrimonio Natural Fondo para la Biodiversidad y las Áreas Protegidas	Convenio 012 de 2019	3 de enero de 2020	17 de abril de 2022	\$ 318.128.488
Proyecto	INSTITUTO DE INVESTIGACIONES MARINAS Y COSTERAS "José Benito Vives de Andréis"- INVEMAR	CPS 195 DE 2022	26 de diciembre de 2022	25 de agosto de 2023	\$ -
Proyecto	Ministerio de Relaciones Exteriores (Fondo Rotatorio)	Convenio de asociación # 002 de 2022	28 de enero de 2022	31 de diciembre de 2022	\$ 296.418.500
Proyecto	ACDI/VOCA - Programa YRA de USAID	Subvención simplificado (costo reembolsable) YRA-03- 083-G	1 de agosto de 2022	31 de julio de 2023	\$ 62.682.822
Proyecto	GIZ de la Cooperación Alemana	20.1001.5-017.00	3 de agosto de 2022	15 de enero de 2023	\$ 66.545.461
Proyecto	ARD - Tetratech con fondos de USAID	CDLO-SG-023	12 de agosto de 2020	15 de marzo de 2022	\$ 63.590.096
Proyecto	Drummond Ltd Colombia	N° DES -MAG 0340	30 de agosto de 2021	28 de febrero de 2022	\$ -
Proyecto	ARD - Tetratech con fondos de USAID	Subcontrato Nro.CDLO-FPS- 333	21 de julio de 2022	23 de mayo de 2023	\$ 406.058.221
Proyecto	Parques Nacionales Naturales de Colombia - UAESPNN Dirección Territorial Caribe	CONVENIO DE ASOCIACION N° RE-DTCA-CA-014-2021	9 de diciembre de 2021	31 de enero de 2022	\$ 3.490.000
Proyecto	Cámara de Industria y Comercio colombo alemana	Contrato Civil de Servicios (sin código)	1 de febrero de 2022	30 de septiembre de 2022	\$ 300.030.940
Proyecto	Colombia Productiva (Fiducoldex). Unión Temporal Turismo Sostenible	Contrato 017-2021	17 de junio de 2021	17 de enero de 2022	\$ 154.005.568
Proyecto	Colombia Productiva (Fiducoldex) UNIÓN TEMPORAL encadenamiento productivo	Contrato 030-2021	26 de julio de 2021	31 de agosto de 2022	\$ 173.081.946
Orden de servicio	DU BRANDS SAS	Orden de servicio	Mayo de 2022	Mayo de 2022	\$ 1.000.000
Orden de servicio	GLOBAL GREEN GROWTH INSTITUTE	Orden de servicio Taller participativo: Estrategia de Inversión para el emprendimiento en turismo de naturaleza como estrategia de crecimiento verde	Marzo de 2022	Marzo de 2022	\$ 5.750.000
Proyecto	RED NACIONAL DE AGENCIAS DE DESARROLLO LOCAL DE COLOMBIA	Red ADELCO- CCPN-CDLO 002- 2021	19 de abril 2021	31 de diciembre de 2021	\$ 18.800.000

Calle 93 B # 16 – 66 oficina 206

Teléfonos: 766 06 21 – 310 305 59 14 – 310 305 59 27



Marco técnico Normativo de las Políticas Contables (NIIF)

Se está cumpliendo a cabalidad con estas normas como se puede verificar en los estados financieros.

Proyecciones

Para el año 2023 la Fundación concentrará sus esfuerzos en operar las actividades comprometidas en el contrato con ARD – TETRATECH, INVEMAR, GIZ, ACDI/VOCA. También en finiquitar acuerdos de nuevos proyectos que se vienen gestionando con ARD – TETRATECH, Colipri – Swiss Contact, GGGI, la Cámara de Comercio de Santa Marta y la Cancillería de Colombia entre otros.

Estado de cumplimiento de las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor.

Fundación Creata no tiene responsabilidad en el cumplimiento de obligaciones en lo relacionado a la propiedad intelectual y derechos de autor. Sigue los lineamientos que se mencionan en los convenios y/o contratos que ha suscrito, en donde se menciona que la propiedad intelectual de los informes, hallazgos en consultorías y demás relacionados, hacen parte de la entidad contratante o quien entrega los recursos. sin embargo, en el primer semestre del año 2023 se seguirá evaluando el cumplimiento de estas obligaciones en la medida que la operación lo vaya requiriendo.

Acontecimientos importantes acaecidos después del ejercicio

Se informa que a la fecha de emisión de los estados financieros de cierre de ejercicio y hasta la sesión de la Asamblea General, no han ocurrido hechos posteriores que afecten o que impliquen ajustes los mismos.

Operaciones celebradas con los socios y con los administradores

Se informa que las personas relacionadas a continuación ostentan los siguientes cargos directivos y gerenciales en LA FUNDACIÓN CREATA, realizando las siguientes operaciones con la misma:

NOMBRE	CEDULA	CARGO	CONCEPTO DE PAGO	VALOR CANCELADO
			Honorarios Representante Legal	\$0
MAURICIO RINCON FALLA	CC 11.203.089	Representante Legal – Director Ejecutivo	Honorarios como Director de los proyectos: Parques Nacionales Naturales Dirección Territorial Caribe – Patrimonio Natural Fondo para la Biodiversidad y las Áreas Protegidas	\$127.894.203,60



	T	T	Ţ	
			Ministerio de Relaciones	
			Exteriores (Fondo Rotatorio)	
			ACDI/VOCA - Programa YRA	
			de USAID	
			ARD - Tetratech con fondos	
			de USAID	
			Drummond Ltd Colombia	
			Parques Nacionales	
			Naturales de Colombia	
			TOTAL CANCELADO	\$127.894.203,60
HILLAN ANDRÉS	66.00.436.336	Damesta	Hanamada - Burrari	40
JULIAN ANDRÉS	CC 80.136.226	Representante	Honorarios Representante	\$0
HUÉRFANO		Legal Suplente	Legal Suplente	
VALDERRAMA		y Subdirector	Honorarios como	\$116.573.493
			Subdirector técnico de los	
			proyectos:	
			INICITITUTO DE	
			INSTITUTO DE	
			INVESTIGACIONES	
			MARINAS Y COSTERAS	
			"José Benito Vives de	
			Andréis"- INVEMAR	
			GIZ de la Cooperación	
			Alemana	
			Cámara de Industria y	
			Comercio colombo alemana	
			Colombia Productiva	
			(Fiducoldex)	
			Colombia Productiva	
			(Fiducoldex) - Gobierno de	
			Abudabi. UNIÓN	
			TEMPORAL TURISMO	
			SOSTENIBLE	
			Total Cancelado	\$116.573.493
NEDED ED ÉNOUS	66.74.373.376	NA' I	Harris Carlotte	# 2
NEBER FRÁNQUIL MARTÍNEZ	CC 74.373.370	Miembro del	Honorarios Miembro del	\$0
MARTINEZ		Comité Asesor	Comité Asesor	
			Honorarios como líder de	\$66.000.000
			fortalecimiento empresarial	
			de los proyectos:	
			Total Cancelado	\$66.000.000
				**
CATALINA	CC 51.712.895	Miembro del	Honorarios Miembro del	\$0
ROMERO OCAMPO		Comité Asesor	Comité Asesor	



Total Cancelado	\$0

Estas personas indicadas, recibieron durante el año 2022 una remuneración total por valor de \$310.467.696,6 por concepto de honorarios dejando constancia que NO percibieron pagos adicionales por ejecución de cargos directivos, si no únicamente por los conceptos mencionados anteriormente.

Que la Fundación no cuenta con Socios por ser una Organización Sin Ánimo de Lucro, ya que sus órganos de control y administración son La Asamblea General, El comité Asesor y el Representante Legal. Los miembros de Asamblea General y Comité asesor no perciben ingresos ni realizan operaciones económicas con la Fundación por dicha labor.

Cordialmente,

Mauricio Rincón Falla – Director – Representante Legal

c.c. 11.203.089.