



INFORME DE GESTIÓN AÑO 2024 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. articular, evaluar, iniciativas, proyectos o programas tendientes a mejorar el desempeño productivo y/o el desarrollo socioeconómico y/o las condiciones psico emocionales y/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. 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 la población 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, que permitan contribuir al mejoramiento de la competitividad de los territorios, 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:

Numeral 3. Cultura. Actividades culturales definidas por la Ley 397 de 1997 y aquellas actividades de promoción y desarrollo de la actividad cultural. En este caso la Fundación desde su creación ha trabajado el componente de fomento a las actividades artesanales, incluyendo el fomento al mejoramiento de diseño, productividad, administración de empresas artesanales, mercadeo y comercialización y últimamente a temas de propiedad intelectual en relación con las denominaciones de origen protegidas y marcas colectivas, en 2024 continuó la operación de un proyecto con indígenas Wayuu en los municipios de Riohacha, Uribia, Manaure y Dibulla y con indígenas Kogui (Dibulla) para fortalecer sus talleres artesanales en alianza con la Fundación Promigas. Adicionalmente implementó una iniciativa con el Proyecto Colombo suizo de Propiedad Intelectual para desarrollar una Guía de Asociatividad para comunidades artesanales con denominación de origen (La Chamba Tolima, Arroz de la Meseta Tolima, Carmen de Viboral y Bocadillo Veleño). También el proyecto IPACE Juntanza Étnica Miniclusters en Vaupés, Chocó y Amazonas, el cual también contiene el componente artesanal articulado con el turismo cultural.



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

Literal (a). 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 la Fundación ha tenido dentro de su foco poblaciones vulnerables y de especial atención, tales como población en situación de desplazamiento, jóvenes, indígenas, afrodescendientes, campesinos, pescadores en áreas de amortiguación de áreas protegidas, poblaciones ubicadas en los municipios priorizados por las políticas de postconflicto (PDET), también se le da énfasis a mujeres, jóvenes y población LGTBI. Se resalta los proyectos con el programa de Jóvenes Resilientes YRA en Riohacha – La Guajira que tiene el componente de emprendimiento, desarrollo psicosocial y enfoque interseccional para jóvenes en esta ciudad.

Literal (c). 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. En temas de construcción de paz la Fundación ha trabajado con población en zonas de conflicto como el Putumayo, Meta, Cauca, Caquetá, Chocó, Magdalena, Huila, Guaviare, entre otros.

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. También ha trabajado muy fuertemente en la promoción de la sostenibilidad ambiental y la regeneración de los ecosistemas. Durante el 2024, la Fundación trabajó de la mano con el Programa Destino Naturaleza de USAID el cual promueve la regeneración de los ecosistemas a través del turismo de naturaleza. De igual forma implementó proyectos con INVEMAR (Instituto de Investigaciones Marinas) en el Magdalena para promover la gobernanza y la conservación de la Ciénaga Grande de Santa Marta. Igualmente, trabajó de la mano con KFW y Parques Nacionales Naturales en la implementación de actividades alternativas sostenibles para comunidades que habitan o trabajan alrededor del área protegida del Parque Nacional Natural Corales del Rosario. También con el Programa Juntanza Étnica de USAID en el Chocó, Vaupés, Amazonas y Guajira en Dibulla, con la FAO en el Putumayo entre otros. Es importante anotar que los proyectos que se implementaron con fondos de USAID tienen un importante componente de Plan de Manejo Ambiental. Adicional que los proyectos con DAI (Destino Naturaleza) se dan en el marco del “turismo regenerativo”.



Numeral 9. Actividades de desarrollo empresarial. Promoción del desarrollo empresarial y el emprendimiento definido por la Ley 1014 de 2006. Todas 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 2024 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
Caldas	Aguadas	Swiss Contact – Proyecto colombo suizo de Propiedad Intelectual	Cultura. Actividades culturales definidas por la Ley 397 de 1997 y aquellas actividades de promoción y desarrollo de la actividad cultural.
Tolima	El Guamo (La Chamba) Ibagué	Swiss Contact – Proyecto colombo suizo de Propiedad Intelectual	Cultura. Actividades culturales definidas por la Ley 397 de 1997 y aquellas actividades de promoción y desarrollo de la actividad cultural
Antioquia	Carmen de Viboral	Swiss Contact – Proyecto colombo suizo de Propiedad Intelectual	Cultura. Actividades culturales definidas por la Ley 397 de 1997 y aquellas actividades de promoción y desarrollo de la actividad cultural
Santander	Velez	Swiss Contact – Proyecto colombo suizo de Propiedad Intelectual	Cultura. Actividades culturales definidas por la Ley 397 de 1997 y aquellas actividades de promoción y desarrollo de la actividad cultural
Bolívar	Cartagena – Isla de Barú	Patrimonio Natural Fondo para la Biodiversidad y Áreas Protegidas con recursos del KfW de la Cooperación alemana. Supervisión a cargo de Parques Nacionales Naturales de Colombia.	Cultura: promoción de las manifestaciones culturales de la población afrodescendiente. Desarrollo social: inclusión y empoderamiento de la población afrodescendiente en la cadena de valor del turismo. La construcción de paz en el territorio. Protección al medio ambiente: proyecto se ejecuta en un área marina protegida por el Parque Nacional Natural Corales del Rosario y San Bernardo.

Departamento	Municipio	Financiador - Contratante	Actividad meritoria
			Desarrollo empresarial, en este territorio incluye la capacitación y acompañamiento para el fortalecimiento empresarial de las personas y empresas participantes.
Chocó	Quibdó Tutunendo	ACDI/VOCA con recursos de USAID	<p>Cultura: promoción de las manifestaciones culturales de la población afrodescendiente.</p> <p>Desarrollo social: inclusión y empoderamiento de la población afrodescendiente en la cadena de valor del turismo. La construcción de paz en el territorio.</p> <p>Protección al medio ambiente: iniciativa en el Chocó tiene un componente importante de capacitación, inversión e implementación.</p> <p>Desarrollo empresarial, en este territorio incluye la capacitación y acompañamiento para el fortalecimiento empresarial de las personas y empresas participantes.</p>
Vaupés	Mitú	Cancillería de Colombia ACDI/VOCA con recursos de USAID	<ul style="list-style-type: none"> - Cultura: promoción del turismo cultural (manifestaciones de las comunidades indígenas). - Actividades de desarrollo social: trabajo con jóvenes en su mayoría indígenas en Mitú, proyectos productivos de vida que aportan a la mitigación del suicidio. - Protección al medio ambiente (Turismo de Naturaleza), política de turismo sostenible. - Actividades de desarrollo empresarial para Mipymes en varios sectores de la economía local.
Amazonas	Leticia	ACDI/VOCA con recursos de USAID	<p>Cultura: promoción de las manifestaciones culturales de la población indígena del Amazonas.</p> <p>Desarrollo social: inclusión y empoderamiento de la población indígena en la cadena de valor del turismo.</p> <p>Protección al medio ambiente: iniciativa en el Amazonas tiene un componente importante de capacitación, inversión e implementación.</p>

Departamento	Municipio	Financiado - Contratante	Actividad meritoria
			Desarrollo empresarial, en este territorio incluye la capacitación y acompañamiento para el fortalecimiento empresarial de las personas y empresas participantes.
MAGDALENA	Santa Marta DT Ciénaga Grande de Santa Marta en 1. municipios de Sitionuevo (corregimientos de Buenavista y Nueva Venecia), Ciénaga en el 2. corregimiento de Sevillano, municipio de Pueblo Viejo (corregimientos de Trojas de Cataca e Isla de Rosario) Aracataca, Sierra Nevada de Santa Marta.	1. Cámara de Comercio de Santa Marta con fondos de Cooperación Suiza (Swiss Contact). 2. INVEMAR	- Cultura: promoción del turismo cultural. - Protección de los derechos de poblaciones vulnerables (pescadores, población excluida) en la cadena de valor del turismo, relacionamiento con empresas privadas. - Construcción de paz y reconciliación. - Protección al medio ambiente (Ecoturismo). - Actividades de desarrollo empresarial para Mipymes.
Putumayo	Villagarzón, Mocoa, Orito.	USAID a través de DAI - Programa Destino Naturaleza Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO	- Cultura: promoción del turismo cultural, prácticas agrícolas tradicionales. - Protección de los derechos de poblaciones vulnerables. apoyo a jóvenes en emprendimientos creativos. - Construcción de paz y reconciliación. - Producción audiovisual Ruta de la Memoria. - Protección al medio ambiente (Turismo de naturaleza). - Actividades de desarrollo empresarial. - Fortalecimiento empresarial de los colectivos de jóvenes.
La Guajira	Riohacha Uribe Manaure Dibulla	1) Fundación Promigas con recursos propios y recursos de Cancillería de Colombia. 2) Fundación Promigas con recursos propios y de ACIDI/VOCA.	- Cultura: promoción del turismo cultural. - Fortalecimiento y promoción de las artesanías. - Actividades de desarrollo social, protección, asistencia y promoción de jóvenes en La Guajira, indígenas Wayuu, (emprendimiento y generación de ingresos), indígenas Kogui. - Construcción de paz positiva, mitigando que los jóvenes de Riohacha, indígenas Wayuu de otros municipios, adultos de

Departamento	Municipio	Financiador - Contratante	Actividad meritoria
		3) ACDI/VOCA y Fundación Promigas	Dibulla, caigan en actividades ilícitas por falta de oportunidades. - Actividades de desarrollo empresarial para Mipymes de turismo, artesanía, producción agro, folclor.
4 Zonas: Sierra Nevada, Montes de María, Pacifico centro y sur, Meta – Guaviare. Caquetá Putumayo	Caquetá, Meta, Guaviare, Bolívar, Sucre, Cauca, Nariño, Valle del Cauca, Putumayo, Magdalena, Cesar y Dibulla La Guajira	DAI Sucursal Colombia DAI a cargo de Julián, revisar por fa	Cultura: promoción de las manifestaciones culturales de la población, para ser aplicadas en turismo de naturaleza. Desarrollo social: inclusión y empoderamiento de la población en la cadena de valor del turismo. La construcción de paz en los territorios. Protección al medio ambiente: este programa de USAID tiene especial énfasis en el turismo regenerativo. Desarrollo empresarial, se hizo diagnóstico de las capacidades de los empresarios, las comunidades y las instituciones locales-
Inírida Nariño Córdoba	Puerto Inírida Tumaco Tierralta	COWATER	Cultura: promoción de las manifestaciones culturales de la población, para ser aplicadas en turismo de naturaleza. Desarrollo social: inclusión y empoderamiento de la población en la cadena de valor del turismo. La construcción de paz en los territorios. Equidad de género e inclusión
Guaviare	San José del Guaviare El Retorno	DAI – Programa Destino Naturaleza USAID	Cultura: promoción de las manifestaciones culturales de la población del Guaviare. Desarrollo social: inclusión y empoderamiento de las empresas turísticas comunitarias en los ejercicios de análisis de la llegada de turistas. La construcción de paz en el territorio. Protección al medio ambiente: ecoturismo. Desarrollo empresarial, objeto es que los empresarios tengos datos de la llegada y comportamiento de turistas para tomar decisiones estratégicas.
Nacional	Nacional	Patrimonio Autónomo Fondo Nacional De Turismo Fontur	Cultura: promoción de las manifestaciones culturales. Desarrollo social: capacitación para la inclusión y empoderamiento de la población



Departamento	Municipio	Financiador - Contratante	Actividad meritoria
			en la cadena de valor del turismo. La construcción de paz en el territorio. Protección al medio ambiente: ecoturismo. Desarrollo empresarial, en este territorio incluye la capacitación y acompañamiento para el fortalecimiento empresarial de las personas y empresas participantes.

Labores realizadas: durante al año 2024:

Durante 2024 se implementaron los siguientes proyectos:

- a. **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	4 de abril de 2023 al 31 de diciembre de 2023, con una primera prórroga hasta el 30 de abril de 2024 y una segunda prórroga hasta el 31 de julio de 2024
Código del proyecto	Convenio de asociación # 002 de 2023
Presupuesto a cargo del aliado	CIENTO SETENTA Y OCHO MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS M/CTE (\$178.500.000).
Objetivo general	Consolidar estrategias socio empresariales para aumentar la productividad y la generación de acuerdos comerciales, institucionales y comunitarios que redunden en una salvaguarda y mejoramiento y de la calidad de vida de los jóvenes de Mitú, Vaupés.
Objetivos específicos Principales indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar y diagnosticar la población objetivo y su estado 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	Primera prórroga hasta el 30 de abril de 2024 y una segunda prórroga hasta el 31 de julio de 2024
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 en 2024	
<ul style="list-style-type: none">○ Se trabajaron 3 círculos de la palabra para encontrar con las comunidades indígenas y las instituciones rutas para mitigar el suicidio en jóvenes. Lo anterior en el marco de temas psicosociales, manifestaciones culturales indígenas y los proyectos productivos que se vienen trabajando desde 2022 y 2023.○ Se participó en la feria ANATO 2025 con las iniciativas de ecoturismo de los jóvenes de Mitú en el Vaupés. Se participó en la feria de Anato, Emilse Triana y Mónica Hernández fueron expositoras y se lograron atender 83 reuniones con agencias, posibles clientes, entidades y otros actores.○ Se continuó con la implementación de los planes de inversión para las iniciativas beneficiarias, especialmente con las de ecoturismo y artesanía.○ Se continuó trabajando en los planes de fortalecimiento integral.○ Se diseñó e implementó un Plan de Manejo Ambiental para las iniciativas.○ La iniciativa Nuevo Look de Barbería quedó formalizada ante la Cámara de Comercio en el mes de febrero de 2024.○ Se hizo la gestión de pasaportes y visas para Edwar Acuña y Cristian Rodríguez, de tal forma que pudieran viajar a los Estados Unidos al Festival de Jazz de Nueva Orleans como expositores de artesanías. Evento en el que participaron en el mes de abril logrando ventas por más de USD 11.000 dólares.○ Se llevó a cabo conversación con la ONG aliada (Wildlife Works) que también opera en el Vaupés para coordinar la visita conjunta de representantes de las empresas Cachivaches y Caballo de Troya a Mitú. El propósito de esta visita es permitirles conocer de manera más profunda el proceso artesanal local. Se espera que esta experiencia intensifique su comprensión y aprecio por el trabajo realizado, lo que podría resultar en la realización de pedidos más significativos y en la consolidación de una relación comercial más sólida con los jóvenes de Origen.○ En el mes de marzo de 2024 se apoyó a las iniciativas en la renovación de los registros ante la Cámara de Comercio.○ Se llevó a cabo con éxito el primer Círculo de la Palabra el día 14 de marzo en la casa ancestral de Cerrito Verde, con la participación de 26 jóvenes, 2 sabedores, 1 traductor y los equipos de ACDI/VOCA y la Fundación Crea.○ Se realiza la asistencia técnica en marketing digital y la producción de una serie de capítulos que promocionan el territorio y las empresas de Mitú, lo anterior ha sido difundido en las plataformas de CaminanTr3s. Adicionalmente los influenciadores entregaron como parte de su contrato 250 fotografías.○ El 9 de mayo de 2024 marcó un hito para la Asociación de Jóvenes Productores, Transformadores y Comercializadores del Ají Amazónico 'SelvaBrava' en el Vaupés, con la obtención del Registro Sanitario para su producto "Ají en Salsa Picante" y la	

Notificación Sanitaria para "Ají Deshidratado" por parte del INVIMA. Estos logros permiten a SelvaBrava expandir sus operaciones a nivel nacional, cumpliendo con todas las normativas sanitarias requeridas. El éxito no solo destaca por su impacto comercial, sino también por la colaboración y resiliencia demostrada por los jóvenes indígenas.

- Del 20 al 24 de mayo en Bogotá se realizó un bootcamp con la finalidad de que los jóvenes empresarios de turismo de Mitú potenciaran sus habilidades y conocimientos en relación a diversos temas como el marketing digital, el marketing comunitario, el programa de Artesanías de Colombia, la conceptualización de una marca, la comunicación asertiva y el trabajo en equipo, y la experiencia de clúster para implementar en su territorio.
 - Trabajo en Equipo y Comunicación Asertiva (20 de mayo): Gian Marco Perdomo facilitó una sesión sobre trabajo colaborativo y comunicación efectiva, centrada en fortalecer la cohesión grupal y promover una comunicación clara entre los participantes.
 - Artesanías de Colombia (20 de mayo): Representantes de Artesanías de Colombia discutieron el proyecto "Mapa Turístico Colombia Artesanal", que integra turismo con artesanías locales. Se enfatizó la importancia de establecer rutas turísticas que incluyan experiencias con artesanos locales y se respondieron preguntas de los empresarios interesados en participar en el proyecto.
 - Desarrollo de Marca (21 y 22 de mayo): Carlos Alberto Duque dirigió sesiones intensivas sobre desarrollo de marcas territoriales efectivas. Se discutió la importancia de conectar emocionalmente con las personas a través de las marcas y se asignó a los participantes la tarea de identificar valores excepcionales para sus territorios.
 - Marketing Digital (22 de mayo): Luisa Correal guio a los participantes a través de una sesión completa sobre marketing digital, abordando desde la planeación estratégica de publicaciones hasta el entendimiento de métricas clave para optimizar el alcance y la interacción en redes sociales. Se enfatizó la importancia del embudo digital y se ofreció asesoría personalizada para optimizar la presencia digital de los emprendimientos.
 - Experiencia Clúster y Gobernanza (22 de mayo): Horacio Wilches, Clúster Manager del Clúster de Turismo de Naturaleza de Casanare, compartió la experiencia exitosa del Safari Llanero. Se destacó la importancia de adaptar estrategias exitosas al contexto local, formar talento humano, consolidar servicios y desarrollar planes de comercialización inclusivos.
 - ACOTUR (23 de mayo): ACOTUR presentó su filosofía y estrategias comerciales, destacando su experiencia en turismo sostenible y colaboración público-privada. Se discutieron servicios como consultoría, fortalecimiento empresarial y sostenibilidad. Además, se presentaron proyectos como el VI

Encuentro de Turismo Sostenible en Mocoa y el programa Destinos Emergentes apoyado por USAID.

- Riesgos en la Operación Turística (23 de mayo): Martín Molano de Fullsky lideró una sesión sobre la implementación de sistemas de gestión de riesgos en actividades turísticas al aire libre. Se discutieron los beneficios de estos sistemas, sus componentes clave y la importancia de mantener registros para mejorar las estrategias de mitigación.
 - Marketing Comunitario (24 de mayo): El último día del Bootcamp de Turismo y Artesanías Étnicas, realizado en Bogotá, contó con la participación de empresarios del Clúster de Turismo y Artesanías de Mitú. La jornada, que duró 4 horas, incluyó una charla-taller sobre marketing comunitario dirigida por Gustavo Hitscherich de Caminatr3s. Se discutieron estrategias de marketing comunitario, enfocándose en la importancia de contar historias y conectar con la comunidad. Los empresarios desarrollaron contenido para redes sociales, siguiendo una receta de marketing asertivo.
 - Plan de acción Clúster de Turismo: El 30 de mayo, representantes de los empresarios del turismo y la artesanía de Mitú se reunieron para desarrollar un plan de acción articulado. Este plan tiene como objetivo principal integrar y fortalecer el sector turístico en el municipio. Durante la reunión, se discutieron acciones específicas que incluirán la consolidación de estrategias de promoción, el desarrollo de productos turísticos innovadores y la mejora de la infraestructura local para apoyar la oferta turística. Además, se acordó trabajar en la aglomeración del sector, promoviendo la colaboración entre los diferentes actores y buscando sinergias que impulsen el crecimiento sostenible del turismo y la artesanía en Mitú.
 - En respuesta a la propuesta realizada en el mes de abril, Cachivaches mostró interés en una colaboración comercial, pero optó por hacer un nuevo pedido por 15.364.800 m/cte.
 - Planes de capitalización: En el mes de junio, se implementó un plan de capitalización que permitió fortalecer a varias empresas, aportando herramientas y equipos que mejoran su productividad. Por ejemplo, Maheno recibió para Puerto Golondrinas un torno eléctrico, optimizando la calidad y los volúmenes de producción en la elaboración de cerámicas, lo que además reduce el tiempo y los recursos empleados. Las dotaciones incluyeron equipos esenciales para la operación de diferentes negocios, como tablas de rescate, botiquines, lava cabezas, silla de corte, y poltrona para pies y manos, fortaleciendo las capacidades de servicio. Asimismo, se adquirieron 3 discos duros Toshiba, una cámara fotográfica, una grabadora de sonido, binoculares profesionales y un parlante de avistamiento, fundamentales para actividades turísticas como el avistamiento de fauna.
- También se dotó con insumos ecológicos, como botilos en acero inoxidable para evitar el uso de plástico en el marco de campañas ecológicas, portacomidas, vajillas

que sustituyen el plástico y el icopor, y etiquetas SelvaBrava, para fortalecer la identidad de marca. Entre los artículos promocionales se incluyeron mugs para souvenirs y chalecos de periodista para Maheno.

En el caso de Origen, se proporcionó una cortadora de ramas, facilitando la extracción de materia prima para la elaboración de artesanías, la extracción ahora se hace sin afectar el árbol y el medio ambiente. También se adquirieron y entregaron mostacillas para los artesanos, optimizando sus procesos de producción. Todas estas dotaciones justifican la inversión al mejorar la calidad, eficiencia y sostenibilidad de los productos y servicios ofrecidos por estas empresas.

- Reporte de ventas: En julio, las ventas de artesanías experimentaron un notable aumento, impulsado significativamente por la participación de las empresas en diversas ferias. Este aumento se refleja en los ingresos reportados, donde Origen, por ejemplo, alcanzó ventas por \$21,200,000 y Maheno por \$17,253,000. La presencia activa en estas ferias permitió a las empresas ampliar su alcance de mercado y atraer a una mayor cantidad de clientes interesados en productos artesanales, contribuyendo así al éxito económico del mes. Además, durante todo el proyecto, las empresas involucradas lograron ventas acumuladas por un total de \$396,257,700, destacando la eficacia de las estrategias de marketing y la participación en eventos, que han sido esenciales para ampliar el alcance y atractivo de los productos ofrecidos.
- Expoartesano Medellín: Tres empresarios indígenas, Edwar Acuña, Cristian Rodríguez, y Luz Mary Martínez, de las organizaciones Origen y Puerto Golondrinas, participaron en la feria Expoartesano en Medellín, que se llevó a cabo del 5 al 14 de julio. En esta feria, se reportaron ventas de bisutería por \$1,750,000, cestería por \$8,700,000 y alfarería por \$7,590,000, sumando un total de \$18,040,000. Colombia son las Regiones: El joven Diego Rodríguez Uribe fue elegido por la Gobernación de Vaupés para representar a los artesanos de la región en la feria "Colombia son las Regiones", realizada en la ciudad de Bogotá. Durante este evento, Diego logró unas ventas totales de \$2,970,000.
- Fam Trip: El Fam Trip organizado con AWAKE y Road Trip ha resultado positivo, permitiendo una interacción directa con todos los actores clave y una evaluación efectiva de la logística y organización del destino. Gracias a este evento, se han establecido alianzas estratégicas con operadores articulados con Maheno, para alinear la operación y comenzar a llevar grupos a Mitú a partir de noviembre de 2024. Esta colaboración es fundamental para el éxito y la promoción de Mitú como destino turístico destacado, permitiendo aprovechar su rica cultura y naturaleza única, y mejorando la experiencia de los visitantes mediante una operación de calidad.



b. Proyecto en el Parque Nacional Corales del Rosario y San Bernardo financiado por el KfW de la Cooperación alemana a través del Patrimonio Natural.

Nombre del Aliado	Patrimonio Natural Fondo para la Biodiversidad y Áreas Protegidas Supervisión Parques Nacionales Naturales de Colombia
Fecha de inicio y finalización	6 de mayo de 2024 5 de mayo de 2025
Modificaciones o adendas	Se proyecta solicitar una prórroga en tiempo durante el primer trimestre de 2025
Código del proyecto	KFW-CCON-003 DE 2024
Presupuesto a cargo del aliado	MIL CIENTO SIETE MILLONES SEISCIENTOS SETENTAY SEIS MIL QUINIENTOS PESOS MONEDA CORRIENTE (COP\$ 1.107.676.500)
Objetivo general	Construir e implementar un plan de fomento y fortalecimiento a unidades de negocios priorizados por el área protegida y vinculados a la actividad turística realizadas por las comunidades de los consejos comunitarios de Barú, Santa Ana, Ararca, Playa Blanca e islas del Rosario, que integre la asistencia técnica y logística e inversión en equipamiento para el desarrollo de pilotos de operación
Objetivos específicos / Principales indicadores	Implementar una estrategia de acompañamiento empresarial y comercial para consolidar las organizaciones, los productos y servicios en las iniciativas de ecoturismo con los prestadores de servicios turísticos y pescadores artesanales beneficiarios, en el marco de los proyectos comunitarios de los Consejos Comunitarios a implementar en las zonas de uso recreativo tanto al interior como en la zona de influencia del área protegida según su zonificación. Fortalecer las capacidades existentes de los prestadores de servicios turísticos y los pescadores artesanales beneficiarios, que permitan el desarrollo sostenible de las actividades y servicios asociados al ecoturismo en las zonas permitidas tanto al interior como en la zona de influencia del área protegida según su zonificación. Contribuir a las iniciativas en ecoturismo, que implementan los Consejos Comunitarios en los territorios donde tradicionalmente se ha hecho uso recreativo de los ecosistemas del Parque y de aprovechamiento de los recursos hidrobiológicos, de acuerdo con el uso tradicional de manera responsable, a los lineamientos de ecoturismo y a los objetivos de conservación.



	Facilitar la articulación para la celebración voluntaria de los acuerdos de uso y conservación.
Ubicación geográfica	Bolívar, Cartagena, Isla de Barú (Barú Pueblo, Ararca, Santana, Isla Grande)
Población objetivo – número de beneficiarios	75 beneficiarios
Metas Logradas en el marco del estudio para posterior beneficio a las comunidades	
<p>El proyecto inicia en el mes de mayo de 2024 con reuniones de alistamiento lideradas por Parques Nacionales Naturales, específicamente la territorial Caribe y el Parque Nacional Natural Corales del Rosario y San Bernardo (PNNCRSB).</p> <p>En el mes de junio se lleva la primera reunión en campo en las oficinas del Parque, se revisan en conjunto los objetivos y alcance del proyecto y se hacen salidas a campo para que el equipo de Fundación CREATA haga un primer reconocimiento del territorio y algunas de las iniciativas.</p> <p>El equipo de Fundación CREATA entrega a la supervisión el primer producto contractual que consiste en el Plan Operativo del proyecto que incluye:</p> <ul style="list-style-type: none">• Metodología de intervención para la asistencia técnica en territorio y construcción del plan de inversión por iniciativa.• Socialización del proyecto a los beneficiarios y levantamiento del diagnóstico de cada iniciativa.• Diseño e implementación del plan de formación.• Creación de un Plan de Inversión por iniciativa.• Acompañamiento a la generación de insumos para la construcción de acuerdos de conservación.• Cierre y transferencia. <p>El plan operativo fue aprobado por la Supervisora, la jefe del PNNCRSB.</p> <p>Se procedió con la socialización del proyecto a las iniciativas y la caracterización y diagnóstico. Se socializó el proyecto con las siguientes iniciativas:</p> <ol style="list-style-type: none">a) Coral de Fuego: 7 personas que tienen una iniciativa en operación, recorridos náuticos, careteo y gastronomía local.b) Ararca: se socializó el proyecto con 13 personas. Tienen su iniciativa ecoturística en fase de ideación. Recorrido náutico por manglares.c) Playa Blanca: se socializó el proyecto con 13 personas, pequeños empresarios del turismo con restaurantes y alojamientos. Tienen su iniciativa ecoturística en fase de ideación, quieren generar experiencias adicionales a la oferta de sol y playa. Recorridos náuticos por la ciénaga, careteo, viveros de coral.d) Santa Ana: se socializó el proyecto con 13 personas, pescadores. Tienen su iniciativa ecoturística en fase de ideación, recorridos náuticos por lo manglares, compartir con los turistas sus prácticas ancestrales de pesca (no pescando necesariamente por ser AMP(área marina protegida)) y una visita corta a una de las playas del territorio.	

- e) Barú – Pesbarú: se socializó el proyecto con 8 personas, pescadores. Tienen la infraestructura para que las mujeres del grupo monten un restaurante con gastronomía tradicional. Son representantes de una asociación de pescadores.
- f) Barú – Paddle: se socializó el proyecto con 8 personas. Actualmente alquilan motos acuáticas, pero saben que esta es una actividad restringida en el AMP. Tienen la idea de montar una iniciativa de Paddle Surf, para reemplazar por su iniciativa actual.
- g) Barú – Nido del Azulejo: se socializó el proyecto con 8 personas, el líder tiene un Hostal en el pueblo de Barú y quiere beneficiar a sus compañeros pescadores para que complementen sus ingresos, quieren hacer recorridos por los manglares de Barú en embarcación a remo, hacer careteo con los turistas y complementar con el alojamiento existente.
- h) Isla Grande: se socializó el proyecto con 10 personas. El Consejo Comunitario quiere beneficiar al menos a 8 pescadores. No tienen clara la idea, pero están pensando en ofrecer servicios de careteo y articular con las iniciativas comunitarias de gastronomía y alojamiento.
- i) Santa Ana 2: la segunda iniciativa de Santa Ana está compuesta por al menos 16 personas que en la actualidad prestan servicios de careteo. Quieren crear una iniciativa paralela de careteo más sostenible con el medio ambiente que consiste en fortalecer un ejercicio de guarderías de coral que vienen implementando.

Adicionalmente se caracterizaron los beneficiarios con una encuesta socioeconómica, se hicieron más de 90 encuestas. También se levantó el diagnóstico de cada iniciativa.

Se diseñó el plan de formación y se llevaron a cabo las primeras capacitaciones en los siguientes temas:

- Diseño de experiencia, construcción de guiones, técnicas de guianza y protocolos de prestación de servicios.

Adicionalmente se construyó con cada iniciativa su plan de inversión. Los montos por invertir son:

Iniciativa	Presupuesto Asignado
Nido del Azulejo	\$ 31.500.000
PesBarú	\$ 31.500.000
Santa Ana	\$ 63.000.000
Ararca	\$ 63.000.000
Playa Blanca	\$ 63.000.000
Islas del Rosario	\$ 63.000.000
Coral de fuego	\$ 57.857.143
Paddle	\$ 38.571.429
Barú Ecovivo	\$ 90.000.000
Sumatoria	\$ 501.428.571

Adicionalmente se harán inversiones en Asistencia Técnica en Gastronomía, Primeros auxilios y la contratación de un biólogo.

Los productos del desembolso 2 fueron aprobados por la Supervisora la Jefe del PNNCRSB, el desembolso se recibió en el mes de diciembre de 2024 y en el mes de enero de 2025 se continuará con el plan de formación y se iniciará con la ejecución del plan de inversión.

c. Proyecto en La Guajira, en alianza con Fundación Promigas.

Nombre del Aliado	Fundación Promigas
Fecha de inicio y finalización	11/08/2023 11/08/2024
Modificaciones o adendas	Otrosí 1 que implica 7 meses de extensión en tiempo y un aporte adicional de la Fundación Promigas por valor de \$202.750.000 para las actividades del convenio proyecto.
Código del proyecto	CONVENIO DE COOPERACIÓN No. 010-2023
Presupuesto a cargo del aliado	\$751.750.000
Objetivo general	Objetivo general: Generar habilidades productivas artesanales, de gestión socioempresarial y de mercadeo y comercialización a 7 comunidades Wayuu artesanales (municipios de Riohacha, Manaure y Uribia), permitiéndoles generar ingresos que contribuyan al mejoramiento de su proyecto y calidad de vida.
Objetivos específicos / Principales indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar las capacidades y calidad de producción de productos artesanales en tejeduría Wayuu a 7 comunidades beneficiarias de la Fundación Promigas (3 comunidades consolidarán sus habilidades previamente adquiridas), así como generar habilidades de diseño e innovación. • Fortalecer habilidades de gestión empresarial para las comunidades beneficiarias, de tal manera que se administren adecuadamente los recursos físicos, humanos y económicos. • Generar una mejora de los ingresos de las comunidades beneficiarias producto de un incremento en las ventas de los productos mejorados en el marco del proyecto. • Fortalecer el proyecto de vida de las personas beneficiarias, así como las relaciones humanas entre los miembros de su equipo de trabajo, de tal manera que se contribuya a generar

	<p>relaciones armoniosas y de valor dentro de su organización.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar alianzas que permitan que otras organizaciones públicas, mixtas y privadas se articulen a la estrategia de desarrollo sostenible que plantea este proyecto.
Ubicación geográfica	Departamento de La Guajira, municipios Riohacha, Uribia y Manaure.
Población objetivo – número de beneficiarios	Mujeres y hombres indígenas Wayuu de 7 comunidades.
Metas Logradas en el marco del estudio para posterior beneficio a las comunidades	
<p>El proyecto se viene implementando con el objetivo de generar habilidades productivas artesanales, de gestión empresarial y de mercadeo y comercialización a 7 comunidades artesanales Wayuu de los municipios de Riohacha (El Patrón), Uribia (Alamachon – Ichó y Camino Verde) y Manaure (Kactoulumana, Plaza de los Olivos, Wayacasira y Canaan), permitiéndoles generar ingresos que contribuyeron al mejoramiento de su proyecto y calidad de vida. Para el cumplimiento de este objetivo se trabajaron 4 ejes fundamentales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento de las capacidades y calidad de producción de los productos artesanales de los grupos beneficiarios. Generación de habilidades de diseño e innovación. <p>El mejoramiento de las capacidades y calidad en la producción se logró mediante el seguimiento continuo y las correcciones respectivas en la elaboración de cada producto wayuu (mochilas, chinchorros, llaveros, entre otros), mediante ejercicios prácticos haciendo y corrigiendo cada una de las partes de las mochilas hasta obtener el dominio técnico deseado, en esta fase del proceso fue fundamental el acompañamiento realizado por la maestra artesana, quien conoce el mercado y las exigencias del mismo. Se realizaron talleres de identidad de los kanas o simbología tradicional wayuu, que sirvieron para el afianzamiento e identificación de parte del origen de sus raíces culturales, y el conocimiento de nombre de cada símbolo estudiado.</p> <p>Para la generación de habilidades de diseño e innovación se dictaron talleres grupales con representantes de cada uno de los grupos, ejercicios de tendencias de diseño de los años 2023 - 2024, y se realizaron talleres de creatividad; sumado a esto se realizaron pruebas de desarrollo de nuevos productos como llaveros, collares para perros, paneras, lámparas, entre otros. Al final se efectuaron laboratorios de diseño donde se brindó a integrantes de las comunidades las diferentes herramientas para lograr innovación en el desarrollo de sus productos, como inspiración de referentes naturales, deconstrucción de simbología tradicional y exploración técnica.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento de las habilidades de gestión empresarial para estas comunidades (administración de los recursos físicos, humanos y económicos). <p>Durante la ejecución del proyecto, se logró un significativo mejoramiento en las habilidades de gestión empresarial de las comunidades, sentando las bases para una mayor autonomía en la administración de sus unidades productivas. Uno de los principales avances fue la capacitación en costos y fijación de precios, lo que permitió a los artesanos comprender el</p>	

verdadero valor de su trabajo y establecer precios justos y competitivos en el mercado, como también se aprendió que son los costos fijos y costos variables y poniendo en práctica esta información como pueden calcular el precio final teniendo en cuenta la mano de obra, materia prima y los costos logísticos y bancarios. Asimismo, se impulsó el proceso de formalización a través del trámite del RUT (Registro Único Tributario), facilitando su integración al sistema comercial y permitiéndoles acceder a nuevas oportunidades de negocio. Otro hito clave fue la bancarización de los artesanos, promoviendo la apertura de cuentas bancarias y el uso de medios de pago digitales, lo que no solo optimizó las transacciones comerciales, sino que también brindó mayor seguridad y confianza en el manejo de sus ingresos. Estos avances representan un paso fundamental hacia la profesionalización y sostenibilidad de sus emprendimientos, garantizando una gestión más eficiente y estructurada.

- Implementar un plan de mercadeo y comercialización para mejorar las ventas de estas comunidades y sus unidades productivas artesanales.

El plan de mercadeo y comercialización se implementó bajo 6 pilares fundamentales:

1. Diagnóstico Inicial

- Análisis de la oferta: se trabajó en identificar los productos estrella, su calidad, precios.
- Perfil del cliente: se hizo una investigación de mercado para saber ¿Quién compra? ¿Dónde? Con el fin de llegar a esos clientes.
- Competencia y benchmarking: se estudió cómo otras comunidades o marcas de artesanías logran ventas sostenibles.

2. Estrategia de Producto y Marca

- Diferenciación: se trabajó en rescatar el valor cultural y la autenticidad de los productos wayuu haciendo énfasis en los kanas.
- Estandarización: se trabajó en mantener una buena calidad.
- Packaging y presentación: se diseñaron etiquetas para identificar los productos.
- Marca colectiva: se creó un logo para la identidad visual unificada que represente la comunidad y genere reconocimiento como también tarjetas de presentación y catálogo.

3. Estrategia de Precios

- Segmentación de precios: se trabajó en una lista de precios para unificarlos.
- Precio por valor: se insiste en el trabajo artesanal y el tiempo invertido para justificar el costo.

4. Canales de Distribución y Comercialización

- Se utilizó la plataforma Instagram como canal de comercialización digital.
- Se quiso potenciar WhatsApp como canal directo de ventas.
- Se hizo el trabajo de gestión para abrir puertas y hacer alianzas con tiendas físicas y concept stores, hoteles, boutiques de diseño para abrir mercado como Caballo de Troya, Arkano, I Love Cartagena, Hoteles Estelar, Corcel Paisa.
- Ferias y mercados: participamos en eventos comerciales como Buro, Farex, Expoartesano, Expoartesanas.

5. Estrategia de Comunicación y Promoción

- Storytelling y contenido en redes sociales: se trabajó en mostrar el proceso artesanal haciendo contenido en redes y construyendo el discurso de venta o pitch empresarial para impulsar una venta de manera efectiva.
- Campañas de sensibilización: Destacar el impacto social de comprar directamente a las comunidades.

6. Capacitación y Sostenibilidad

- Formación en marketing digital para miembros de la comunidad.
- Gestión de pedidos y logística: Instrucción en inventarios y envíos.
- Asesoría en comercialización, ventas, formalización.

En resultados se consiguieron ventas locales e internacionales a corte de diciembre de 2024 por un valor de \$144.000.000

Finanzas del grupo artesanal: se gestionó la apertura de cuentas bancarias / billeteras digitales a las artesanas de las diferentes unidades productivas. Se crearon fondos comunes, a donde se realizaron las consignaciones por grupo por las ventas de sus productos en ferias y en tiendas artesanales. Se les proporcionaron formatos digitales y físicos para que lleven el registro de las compras, pagos de mano de obra realizadas y, gastos en los que incurrir, también para promover un manejo transparente del recurso ante los integrantes de su unidad productiva; de igual manera se manejan formatos de inventario de productos y materia prima, para que los artesanos tengan un control de lo que tienen en existencia.

- Implementar un plan de mejoramiento en habilidades blandas, trabajo en equipo y equidad de género.

La Matriz DOFA aplicada en las comunidades contribuyó a promover el desarrollo de habilidades como la autoevaluación, la escucha activa, el pensamiento crítico y la toma de decisiones estratégicas en beneficio de cada unidad productiva. Se trabajaron habilidades como la empatía, auto evaluación, el pensamiento crítico y la escucha activa, contribuyendo al crecimiento personal y grupal. Se logró fortalecer las habilidades de liderazgo y delegación entre los miembros del grupo artesanal, lo que les permitió asumir roles de mayor responsabilidad.

El empoderamiento personal y el desarrollo de habilidades de comunicación interpersonal son fundamentales para el manejo de las emociones dentro de un equipo, la percepción positiva de los miembros como parte activa del proyecto contribuye a mejorar el autocontrol emocional y fomenta una atmósfera más cooperativa. Se incrementó la satisfacción de los participantes al sentirse parte activa de un proyecto con propósito y visión compartida; además, se desarrollaron habilidades de comunicación interpersonal, fortaleciendo las relaciones dentro del equipo.

Las habilidades blandas, como la comunicación, la empatía, la gestión del tiempo, la toma de decisiones y el trabajo en equipo, se desarrollan de manera transversal a través de todos los talleres.

- Trabajo en equipo:

La asignación de roles facilitó el desarrollo de habilidades como la delegación y la responsabilidad de cada individuo dentro de su unidad productiva, para esto fue necesario detectar habilidades y en algunos casos potenciarlas, por ejemplo, hay artesanas con más

habilidad con el manejo de la Tablet para llevar inventarios, otras manejan mejor los temas de calidad y acabados en los productos, otras tienen la habilidad de liderar y organizar sus grupos; cada persona dentro de su rol ayudaba a facilitar el trabajo en equipo de cada grupo. Los talleres enfocados en comunicación asertiva, autoestima y trabajo en equipo ayudaron a los participantes a desarrollar diversas habilidades blandas esenciales como el respeto y la tolerancia entre los miembros del equipo.

Se incrementó la productividad del equipo al evitar duplicaciones de esfuerzos y confusiones sobre responsabilidades. También se generaron oportunidades de desarrollo para el crecimiento personal de los miembros del equipo. Roles asignados, como el manejo de inventarios, redes sociales, control de calidad y área comercial, son ejemplos claros de cómo cada miembro puede contribuir eficazmente al equipo. Se fortaleció la cohesión del grupo de beneficiarios, promoviendo la colaboración entre las artesanas, quienes lograron trabajar juntas para alcanzar objetivos comunes. Se empoderó a los miembros de las unidades productivas, dándoles roles definidos y reconocimiento dentro de la organización, lo cual aumentó su motivación y compromiso. Se fortalecieron las relaciones interpersonales y la confianza entre los miembros de la unidad productiva, promoviendo un ambiente de trabajo colaborativo.

- EQUIDAD DE GÉNERO

La distribución de roles en los equipos y la participación “activa” de las mujeres son aspectos clave dentro del enfoque de equidad de género.

En las diferentes comunidades que han hecho parte del proceso se fomenta la participación equilibrada de mujeres y hombres, promoviendo un entorno más equitativo en las responsabilidades, se puede inferir que la asignación de roles y el empoderamiento de las mujeres en puestos de liderazgo, como en Canaán, Almachon, Kactoulumana y Camino Verde reflejan un esfuerzo por reducir las brechas de género. Además, se logró una mejora en la toma de decisiones estratégicas basadas en una comprensión más profunda del entorno y las capacidades de las mujeres dentro de las unidades productivas y los diferentes roles que pueden asumir por fuera de sus hogares. Se procuró realizar una distribución equitativa de roles entre hombres y mujeres, fortaleciendo el empoderamiento femenino en posiciones de liderazgo. También se ha trabajado activamente en distribuir las responsabilidades de cuidado entre hombres y mujeres dentro de las comunidades. Se promovió que las mujeres representen a sus grupos en eventos feriales, subrayando así un enfoque equitativo en visibilidad y liderazgo, varias de las artesanas que participaron en estas actividades llegaron con una perspectiva más amplia de lo es vender en espacios comerciales con gran afluencia de público, donde aprendieron a mostrar su cultura a personas que desconocen su origen, lograron llegar a los clientes por medio de sus historias de vida, varias conocieron entornos de ciudades diferentes que les brindó una perspectiva más amplia de la que conocían tradicionalmente. Se implementó el modelo de las "Tres R" (Reconocimiento, Reducción y Redistribución) para abordar las tareas relacionadas con el cuidado y otros roles. Adicionalmente, se buscó reducir estereotipos de género en el ámbito laboral y social, promoviendo igualdad de oportunidades para que tanto mujeres como hombres tengan igual participación y acceso. El proceso de asignación de roles y responsabilidades ha contribuido a reducir las brechas de género al fortalecer la participación activa de las mujeres. Se logró crear un ambiente laboral inclusivo y respetuoso para todos los géneros, especialmente en Wayakasira, donde se implementaron prácticas



para fomentar la igualdad de oportunidades y el desarrollo de habilidades sin distinción. Se sensibilizó a la comunidad sobre la corresponsabilidad tanto en el hogar como en el trabajo, promoviendo una mayor colaboración entre hombres y mujeres. Además, se avanzó en la creación de espacios seguros donde las mujeres pudieran expresar y validar sus opiniones.

Para cada eje se implementaron sesiones de formación y asistencia técnica que les permitieron a los grupos desarrollar una colección de producto, las comunidades fueron dotadas de herramientas y materias primas adecuadas (telares, hilos, agujas, metros, tablets, mesas, sillas, baterías solares, grameras digitales, tijeras, metros, entre otras). Como se ha podido apreciar en los comités, ferias, visitas hubo un gran mejoramiento en los estándares de calidad, respetando la identidad cultural. En la actualidad administran mucho mejor su dinero, sus herramientas y su equipo de trabajo, y han alcanzado relaciones comerciales de mediano plazo que les han permitido tener ventas continuas.

Desde agosto de 2024 se viene implementando un plan de sostenibilidad que le permite a las comunidades beneficiarias tener herramientas de autogestión tales como: un Manual de Diseño y tendencias, una herramienta de combinación de color, un pendón de acuerdos de calidad, un modelo de producción con el paso a paso, una herramienta de costeo, formato de inventarios de materia prima y producto, formato de control de ingresos y egresos y un Plan de comercialización que incluye los logros a la fecha, una base de datos de clientes, base de datos de ferias y recomendaciones a futuro para continuar con la comercialización y también con el mercadeo a través de redes sociales. En el marco del plan de sostenibilidad la Fundación Promigas y Fundación Creata identificaron la oportunidad de implementaron acciones de mercadeo y comercialización adicionales tales como misiones comerciales a Medellín y Bogotá y la participación en Expoartesánías 2024, teniendo en cuenta que ya se había participado por primera vez en ferias como Buró, Farex y Expoartesano a finales de 2023 y el primer semestre de 2024.

d. Proyecto en Dibulla – La Guajira con el apoyo de Fundación Promigas.

Nombre del Aliado	Fundación Promigas (quien a su vez tuvo cofinanciación del Programa Juntanza Étnica de USAID y ACDI/VOCA)
Fecha de inicio y finalización	OC 4 – 825 - 13/12/2023 – 13/02/2024 OC 5 – 360 – 30/04/2024 – 31/12/2024
Modificaciones o adendas	Que el veintisiete (27) de diciembre de 2024, las Partes suscribieron Acta de Suspensión temporal, mediante el cual se suspendió Plazo de Ejecución de la Orden en razón del cese de actividades en la comunidad por festividades de fin e inicio de año.
Código del proyecto	ORDEN DE COMPRA DE BIENES Y SERVICIOS No. 4 – 000000825 ORDEN DE COMPRA DE BIENES Y SERVICIOS No. 5 - 000000360
Presupuesto a cargo del aliado	\$361.387.800

Objetivo general	Consultoría para la elaboración del diagnóstico de 130 habitantes en el municipio de Dibulla, La Guajira, que pertenezcan al menos a 10 unidades productivas potenciales beneficiarios del proyecto Dibulla Productivo.
Objetivos específicos / Principales indicadores	Consultoría para la implementación del proyecto Dibulla Productivo orientado a mejorar los ingresos económicos de 10 unidades productivas del municipio de Dibulla, que desarrollan actividades asociadas a los sectores agrícolas y de turismo fomentando la diversidad cultural y sostenibilidad ambiental.
Ubicación geográfica	Departamento La Guajira, Municipio Dibulla
Población objetivo – número de beneficiarios	130 personas, emprendedores del municipio de Dibulla, pertenecientes a 10 unidades productivas
Metas Logradas en el marco del estudio para posterior beneficio a las comunidades	
<p>Se llevó a cabo la caracterización de los participantes del proyecto de acuerdo con los formatos facilitados por Fundación Promigas. También se adelantó la identificación, priorización y diagnóstico de 10 unidades productivas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Casa Japón: hombres y mujeres que tejen fibras naturales y sintéticas sobre sillas con estructura metálica. Las sillas las proveen los clientes. • Wepiapaa: comunidad indígena Wayuu desplazada y asentada en este municipio. Son artesanas tejedoras bajo el oficio wayuu. • Jaba: comunidad indígena Kogui, tejedores de mochilas que utilizan fique y algodón. Nunca han comercializado sus productos. • Tamboras de la ramada: grupo folclórico compuesto por varios músicos. • Saberes y sabores: grupo de mujeres que tienen negocios individuales de comida, en proceso de rescate de la gastronomía local. • Agrofuturo: grupo de campesinos e indígenas que se encuentran bajo la sombra de una asociación y entre sus proyectos productivos quieren formalizar una ruta ecoturística. • Hostal Jerusalem: líder emprendedora quien con su familia y apoyo del estado ha adecuado una infraestructura como Hostal para el alojamiento de turistas. • Aprodi Mango: productores de mango de varias fincas que se unen con el propósito de adquirir poder de negociación, formalizarse y acceder a varios mercados. • Aprodi Pulpa: grupo de mujeres familiares de los cultivadores de mango que se unen para transformar parte de la producción en pulpa. • Fundarapa: microempresarios que se dedican a la recolección y disposición de residuos sólidos especialmente plástico. Trabajan en alianza con varios alojamientos turísticos de Palomino. <p>a) Las 10 unidades productivas fueron formadas en Modelo de Negocio, segmento de mercado, portafolio de producto, costeo, análisis de la ruta del cliente, precios Vs precios del mercado, comunicación y marca y comercialización.</p> <p>b) Adicionalmente se implementaron asistencias técnicas especializadas en:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Guianza turística. 	

- b. Desarrollo de nuevos productos artesanales y mejoramiento en la calidad de los tejidos para las y los artesanos tejedores (Wayuu y Kogui).
 - c. Producción de estructuras metálicas para sillas y nuevos diseños para los tejidos.
 - d. Buenas prácticas en manipulación de alimentos y desarrollo de nuevas recetas.
 - e. Capacitación en producción de pulpas para Aprodi Pulpa.
 - f. Perfección de técnica de percusión, de técnica vocal, manejo del escenario.
 - g. Para Aprodi mango se proyecta una asistencia en Buenas Prácticas Agrícolas para 2025.
 - h. El grupo Fundarapa solicita apoyo en una ATE dirigida a avanzar en la creación de una ECA (Estación de Clasificación y aprovechamiento de residuos sólidos).
- c) En temas de mercadeo las iniciativas ecoturísticas participaron en el Segundo Encuentro Internacional de Turismo Sostenible y Comunitario en la Universidad del Magdalena, también en el Heroes Fest. Se creó el perfil Booking para el Hostal Jerusalem. Fundarapa fue invitado al evento “Mangle Sagrado” realizado en el corregimiento de Palomino y organizado por la fundación mangle sagrado en alianza con Corpogujaira.
- a. Se diseñaron logotipos para iniciar con el proceso de marca de todos los grupos.
- d) Las 10 unidades productivas en equipo con los asesores de Creata diseñaron la primera versión de su plan de capitalización cada uno por un valor aproximado de \$8.750.000.
- a. Se hicieron entregas del plan de capitalización a los grupos beneficiarios.
- e) El grupo folclórico Tamboras de la Ramada participó en el intercambio de experiencias en la ciudad de Cartagena. En el cual pudieron participar 4 integrantes del emprendimiento visitando las experiencias turísticas de tambora de las agrupaciones Kilele Son y Batambora.
- f) Se logro apoyar a las indígenas wayuu de Wepiapaa para que fueran beneficiarias del proyecto APV de Artesanías de Colombia. Con apoyo de la institución y del proyecto participaron en la feria Expoartesanías en diciembre de 2024.
- g) Adicionalmente se llevaron a cabo capacitaciones en temas ambientales bajo la metodología Huella Verde y se inició la construcción de los presupuestos de Plan de Manejo Ambiental.
- h) También se implementaron talleres en habilidades blandas bajo la metodología Decido Ser y Decido Ser Poderosa (dirigido a las mujeres de los grupos).
- i) Se realizó un diagnóstico del manejo de redes sociales para diseñar las capacitaciones a partir del mismo.
- j) Se llevaron a cabo reuniones con la Alcaldía de Dibulla, específicamente con la Secretaría de Turismo para presentarles las iniciativas del proyecto y gestionar que las incluyas en las actividades de su Plan de Desarrollo Municipal.



e. Proyecto Iniciativas Clúster en el Chocó, Amazonas y Vaupés en alianza con ACDI/VOCA y su programa Juntanza Étnica de USAID y ACDI/VOCA.

Nombre del Aliado	ACDI/VOCA
Fecha de inicio y finalización	29/09/2023 – 28/09/2024
Modificaciones o adendas	Se firmó la modificación 1 para extender el plazo de ejecución hasta el 15/11/2024
Código del proyecto	IPACE-02-077-G
Presupuesto a cargo del aliado	\$809.442.051 Se ejecutaron \$798.905.323. No fueron desembolsados \$10.539.728 como consta en el acta de liquidación.
Objetivo general	Desarrollar una ruta de fortalecimiento con emprendimientos del sector turístico y de artesanías, para consolidar tres cluster (conjunto de empresas y/o emprendimientos de un mismo sector, concentradas en un área geográfica): Mitú, Leticia y Tutunendo.
Objetivos específicos / Principales indicadores	Caracterizar oferta disponible para los emprendimientos, sus necesidades y nivel de maduración Fortalecer capacidades de los emprendedores en temas relacionados con la gestión del emprendimiento (financieros, comerciales, entre otros) Consolidar tres clúster (uno por municipio) de turismo y artesanías en Mitú, Leticia y Tutunendo Generar un esquema de sostenibilidad para favorecer la permanencia del clúster
Ubicación geográfica	Chocó – Quibdó (Tutunendo) Amazonas – Leticia Mitú - Vaupés
Población objetivo – número de beneficiarios	Población afrodescendiente del Chocó, población indígena del Amazonas y el Vaupés. 5 organizaciones turísticas de cada territorio.
Metas Logradas en el marco del estudio para posterior beneficio a las comunidades	
<p>Durante el período objeto del informe, se llevó a cabo la caracterización empresarial de los emprendimientos clúster, centrándose especialmente en la perfilación y caracterización de las organizaciones en los territorios priorizados. Además, se realizaron importantes transferencias de conocimientos por parte de ACDI/VOCA a CREATA en áreas clave como MEL (Monitoreo, Evaluación y Aprendizaje), comunicaciones, PMA (Planificación, Monitoreo y Aprendizaje) y enfoque de sistemas. Asimismo, se ha consolidado la metodología del círculo de la palabra como una herramienta efectiva para la participación y el intercambio de ideas.</p> <p>En paralelo, se han llevado a cabo reuniones estratégicas de relacionamiento con diversas entidades y organizaciones tanto públicas como privadas, incluyendo FONTUR, Cámaras de</p>	



Comercio, ANATO, Artesanías de Colombia, secretarías de gobierno, SENA, Secretaría de Agricultura de Vaupés, WildLife Works, Ministerio de Relaciones Exteriores, Unidad Solidaria, Caminatr3s, entre otras. Estas interacciones han sido fundamentales para fortalecer alianzas y ampliar las oportunidades de colaboración.

En cuanto a las actividades específicas, los avances en la capacitación han estado enfocados en sesiones de alto impacto que abordan temáticas identificadas como prioritarias en la caracterización empresarial. Se han iniciado asistencias técnicas especializadas en Mitú, abordando áreas como la bisutería (cubing), el mercadeo y el turismo, así como el fortalecimiento en marketing y comercialización.

Por otro lado, la consolidación de iniciativas clúster en Leticia, Mitú y Tutunendo (Quibdó) avanzaron significativamente en la articulación y acompañamiento para eventos de posicionamiento y comercialización. Destacan actividades como Expoartesánías 2023, Feria Buró 2023, Feria de ANATO 2024, Misión Comercial de Artesanía en Bogotá y España, y la preparación logística del Festival de Jazz de New Orleans 2024, con alcance para los participantes del piloto de Clúster en Mitú.

Por último, en la síntesis del avance, se destaca las actividades “Talleres de Enfoque de Sistemas” en los tres territorios con el liderazgo del equipo de ACIDI/VOCA y el soporte de Fundación Crea y el "Círculo de la Palabra - Mitú: prevención de suicidio en jóvenes", en la cual se realizó la primera jornada de transferencias de ACIDI/VOCA a CREATA para la realización de estos eventos en el primer cuatrimestre de 2024. Este esfuerzo refleja el compromiso continuo con el bienestar y desarrollo integral de las comunidades en la región.

Durante el período (Abril – Junio), se consolidaron las metodologías de Enfoque de Sistemas y del círculo de la palabra como una herramienta efectiva para la participación y el intercambio de ideas, además para la formulación de planes de trabajo eficientes entorno a las soluciones de Causa – Raíz en cada territorio.

En paralelo, se llevaron a cabo reuniones estratégicas de relacionamiento con diversas entidades y organizaciones tanto públicas como privadas, incluyendo, Cámaras de Comercio, Artesanías de Colombia, secretarías de gobierno, Secretaría de Agricultura de Vaupés, WildLife Works, ACOTUR, Cluster de Turismo de Naturaleza de Casanare, FULL SKY, Ministerio de Relaciones Exteriores, Unidad Solidaria, Caminatr3s, Empretur – Colombia productiva, Corporación Universitaria Empresarial Alexander Von Humboldt, entre otras. Estas interacciones han sido fundamentales para fortalecer alianzas y ampliar las oportunidades de colaboración.

En cuanto a las actividades específicas, los avances en la capacitación se enfocaron en sesiones de alto impacto que abordan temáticas identificadas como prioritarias en la etapa de caracterización empresarial. Se realizaron asistencias técnicas especializadas en Mitú y Tutunendo, abordando áreas como la bisutería, el mercadeo y el turismo, y la gastronomía. En Mitú, se ha realizado una asistencia técnica en experiencia del cliente – turista, así como la culminación del proceso de gestión de Registro Sanitario y notificación sanitaria de INVIMA. En Tutunendo, se llevó a cabo una asistencia técnica en gastronomía, y también se ha trabajado en el fortalecimiento en marketing y comercialización. Además, se ha brindado



asistencia técnica en modelo de negocio con Asotutunendo y la Cooperativa Paraíso Verde, asegurando que los emprendedores locales tengan las herramientas necesarias para desarrollar y consolidar sus negocios.

Los jóvenes Cristian Rodríguez Uribe y Edwar de Jesús Acuña Barros, indígenas de Vaupés, participaron en el Festival de Jazz de Nueva Orleans, Estados Unidos. Esta experiencia ha sido sumamente enriquecedora, donde exhibieron sus habilidades artesanales, consolidando ventas por un total de 11.040 dólares, equivalentes a unos 43.000.000 de pesos colombianos.

Por otro lado, la consolidación de iniciativas clúster en Leticia, Mitú y Tutunendo (Quibdó) ha avanzado significativamente en la articulación y acompañamiento del trabajo en equipo y la conformación de comités de trabajo. Para este trimestre se destaca el Bootcamp realizado en la ciudad de Bogotá cuyo objetivo fue la articulación de cada clúster por territorio en un espacio abierto, con distintas temáticas Gestión del destino, Marketing Comunitario, Riesgos en la operación Turística, Clúster y Gobernanza, Trabajo en equipo y comunicación asertiva, Socialización Artesanías de Colombia.

Por último, en la síntesis del avance, se destaca la creación de los planes de trabajo ya concertados, socializados y con algunas acciones ya ejecutadas. Estos planes, basados en la metodología "Enfoque de Sistemas" y utilizando la herramienta de espina de pescado "Causa-Raíz", han permitido encontrar posibles soluciones y la creación de comités de trabajo en cada territorio, liderados por un representante denominado "Clúster Manager". Este enfoque estratégico facilitará la realización de actividades de avance en el próximo trimestre. (bajo una gobernanza y estructura tipo clúster).

Asimismo, se avanzó en la estructuración de la gobernanza de los clústeres y en su estrategia de escalabilidad, lo cual se manifiesta en un crecimiento del número de empresarios. En Mitú, este crecimiento ha sido posible gracias al abordaje directo de toda la base de empresarios junto con Empretur. En Quibdó, el aumento se debe al interés de nuevos actores de la cadena de valor. En Leticia, se está proyectando con la articulación con Empretur, lo que permitirá integrar a más empresarios y fortalecer la competitividad regional. Estos logros han sido posibles gracias a la articulación con diferentes instituciones y entidades en los territorios, lo que ha mejorado significativamente las relaciones entre los actores de las cadenas de valor en cada Clúster.

Durante el período agosto – noviembre:

Quibdó: Se fortaleció el relacionamiento del clúster con instituciones clave como la Cámara de Comercio, la Alcaldía de Quibdó, AECID, UTCH, Cemprende y CODECHOCO, lo que facilitó la articulación y sinergia empresarial en el sector turístico. Se desarrolló el branding del clúster y un video promocional del destino, estrategias que contribuyeron al posicionamiento de Quibdó como destino turístico. Además, se fortaleció la cadena de valor del turismo en el municipio, mejorando la competitividad y empoderamiento en actividades como el avistamiento de aves y la participación en eventos comerciales.



Leticia: El clúster consolidó un sólido relacionamiento institucional con entidades departamentales y locales, como la Secretaría de Cultura y Turismo de la Gobernación y la Dirección de Turismo de Leticia. Se está trabajando en la formalización de una empresa que representa al clúster, se eligió un clúster manager, esta figura asociativa está en proceso de registro ante la Cámara de Comercio con el nombre ASOCIACIÓN TUKAMFI. Se fortalecieron las relaciones empresariales y la cadena de valor del turismo, complementado con formación en operación turística para replicabilidad en el territorio.

Mitú: Se integraron actores y se establecieron alianzas más sostenibles entre instituciones, empresarios y comunidades indígenas. El clúster alcanzó autonomía en su gestión mediante la elección de un Clúster Manager y gestionó con éxito el primer Congreso de Turismo Biocultural. Se coordinaron acciones para la construcción del Plan de Desarrollo Turístico (PDT) y se logró incidencia en política pública. Además, se participó efectivamente en la convocatoria del Fondo Emerger y se dotó de equipos a empresas y al clúster, fortaleciendo su capacidad operativa.

f. Proyecto en el Putumayo con el apoyo de la FAO.

Nombre del Aliado	FAO
Fecha de inicio y finalización	30 de septiembre de 2024 a 30 de junio de 2025
Modificaciones o adendas	<p>Sí, se presentó una enmienda (Enmienda I), firmada el 6 de febrero de 2025. Esta modificó la carta de acuerdo original para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ampliar el plazo de ejecución hasta el 30 de junio de 2025. • Incluir tres nuevas actividades orientadas a la sostenibilidad ambiental (talleres, monitoreo de indicadores ambientales y diseño de herramienta en Excel). • Ajustar el plan de trabajo, condiciones de pago, indicadores y medios de verificación. • Adicionar \$100.000.000 al presupuesto, incrementando el valor total a \$393.801.000 COP.
Código del proyecto	UTF/COL/160/COL
Presupuesto a cargo del aliado	\$393.801.000 (TRESCIENTOS NOVENTA Y TRES MILLONES OCHOCIENTOS UN MIL PESOS COLOMBIANOS)
Objetivo general	Realizar el diagnóstico de capacidades empresariales a 31 organizaciones prestadoras de servicios turísticos del municipio de Villagarzón – Putumayo, previamente identificadas por la FAO.
Objetivos específicos Principales indicadores	/ <ul style="list-style-type: none"> • Caracterizar socioeconómica y empresarialmente a las 31 organizaciones, incorporando enfoques diferenciales. • Realizar un análisis de mercado y competencia de las 31 organizaciones.

	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar e implementar planes de acción para 10 organizaciones con mejores indicadores empresariales, con enfoque diferencial y previa aprobación de la FAO. • Realizar un taller de 8 horas presenciales sobre capacidades sociales para dos representantes de cada organización. • Realizar dos talleres presenciales de 8 horas sobre temáticas identificadas como debilidades en el análisis de mercado, para dos representantes de las 21 organizaciones restantes. • Acompañar a las 21 organizaciones restantes en procesos de formalización, fortalecimiento y participación en el programa destinos turísticos de paz. • Realizar dos talleres teórico-prácticos de 8 horas sobre sostenibilidad ambiental, monitoreo del uso de recursos naturales y prevención del desperdicio de alimentos. • Diseñar e implementar indicadores de monitoreo de agua, energía y residuos, e identificar acciones de mejora con enfoque poblacional diferencial. • Diseñar una herramienta en Excel que permita registrar y analizar mensualmente el consumo de agua, energía y generación de residuos sólidos, en operación por las 31 organizaciones.
Ubicación geográfica	Departamento de Putumayo, municipio de Villagarzón.
Población objetivo – número de beneficiarios	31 organizaciones prestadoras de servicios turísticos del municipio de Villagarzón – Putumayo, previamente identificadas por la FAO. Estas organizaciones están conformadas principalmente por población étnica, campesina y víctimas del conflicto armado, con participación de mujeres y jóvenes.
Metas Logradas en el marco del estudio para posterior beneficio a las comunidades	
<p>En 2024:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se realizó la caracterización socioeconómica y empresarial de 31 organizaciones prestadoras de servicios turísticos del municipio de Villagarzón, incorporando enfoques diferenciales (étnico, de género, generacional y de víctimas del conflicto). • Se llevó a cabo un análisis de mercado y competencia que permitió identificar debilidades y oportunidades específicas para cada organización. • Se diseñaron e implementaron planes de acción para 10 organizaciones priorizadas con mayores indicadores empresariales, orientados al fortalecimiento de su sostenibilidad operativa y comercial. • Se desarrolló un taller presencial de fortalecimiento de capacidades sociales, con participación de dos representantes por organización, promoviendo habilidades blandas como liderazgo, comunicación y resolución de conflictos. 	



- Se realizaron dos talleres adicionales, también presenciales, sobre temáticas identificadas como críticas en el análisis de mercado, dirigidas a las 21 organizaciones restantes.
- Se brindó acompañamiento a las 21 organizaciones para procesos de formalización y fortalecimiento institucional, incluyendo su vinculación al programa Destinos Turísticos de Paz.
- Con estas 21 organizaciones se adelantó un proceso participativo de identificación de necesidades y prioridades, que permitió la elaboración concertada de planes de inversión. Estos planes fueron presentados a la FAO como base para su evaluación y posterior financiación directa.

g. Proyecto para beneficiar el sector artesanal de Aguadas Caldas con el apoyo de la Cooperación suiza.

Nombre del Aliado	Swisscontact (Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico)
Fecha de inicio y finalización	19 de abril al 15 de junio de 2024
Modificaciones o adendas	No
Código del proyecto	CPS 014-2024
Presupuesto a cargo del aliado	\$27.470.000 (veintisiete millones cuatrocientos setenta mil pesos colombianos)
Objetivo general	Preparar y radicar ante la Superintendencia de Industria y Comercio la respuesta al requerimiento N°3374 sobre la solicitud de delegación de la facultad de autorizar el uso de la denominación de origen “Sombrero Aguadeño”, y construir un plan de sostenibilidad con la comunidad en Aguadas.
Objetivos específicos Principales indicadores	/ Poner en conocimiento procesos ante la SIC, que incluyeron la socialización del proceso de Radicación de Documentos del Requerimiento SIC, el manejo de la Plataforma Sistema de Propiedad Intelectual (SIPI) de la SIC, y los pasos a seguir en caso de un nuevo requerimiento de la SIC. Se retomaron los procesos y procedimientos del CADO Sombrero Aguadeño, acompañados de una simulación donde se aplicó el trámite de solicitud del sello y los formatos para la visita de inspección. Socialización de herramientas para la formulación del Plan de Sostenibilidad, compuesto por el Plan Financiero y el Plan de Mercadeo.”
Ubicación geográfica	Departamento de Caldas, municipio de Aguadas.
Población objetivo – número de beneficiarios	Miembros del Comité Administrador de la Denominación de Origen (CADO) del Sombrero Aguadeño, conformado por representantes de organizaciones artesanales del municipio de Aguadas, Caldas.

	El proceso incluyó trabajo directo con aproximadamente 10 representantes, entre artesanos, delegados y miembros activos del CADO.
Metas Logradas en el marco del estudio para posterior beneficio a las comunidades	
<p>Se preparó y radicó ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) la respuesta al Oficio N° 3374, cumpliendo con los requisitos para la solicitud de delegación de la facultad de autorización del uso de la Denominación de Origen “Sombrero Aguadeño”.</p> <p>Se fortaleció al Comité Administrador de la Denominación de Origen (CADO) mediante jornadas de socialización de los procesos ante la SIC, incluyendo el uso de la plataforma SIPI y los procedimientos en caso de futuros requerimientos.</p> <p>Se realizó una simulación práctica del trámite de solicitud del sello de uso, incluyendo el diligenciamiento de formatos y preparación para visitas de inspección.</p> <p>Se socializaron herramientas técnicas para la formulación del Plan de Sostenibilidad del CADO, incluyendo un Plan Financiero y un Plan de Mercadeo.</p> <p>Se consolidó la apropiación técnica y operativa del proceso de gestión de la Denominación de Origen por parte del CADO, como paso clave hacia la autonomía en su administración.</p>	

h. Proyecto para la elaboración de la guía para la gestión de Denominaciones de Origen con el apoyo de la Cooperación suiza.

Nombre del Aliado	Swisscontact (Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico)
Fecha de inicio y finalización	Del 20 de agosto de 2024 al 30 de noviembre de 2024
Modificaciones o adendas	No
Código del proyecto	CPS 043-2024
Presupuesto a cargo del aliado	\$107.270.000 (CIENTO SIETE MILLONES DOSCIENTOS SETENTA MIL PESOS M/CTE)
Objetivo general	Elaborar una guía de asociatividad para la gestión de Denominaciones de Origen.
Objetivos específicos Principales indicadores	<p>/ Diseñar y validar una guía técnica de asociatividad para la gestión de Denominaciones de Origen en Colombia.</p> <p>Coordinar y ejecutar jornadas de validación con actores clave como Colipri II, Artesanías de Colombia, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) y comunidades beneficiarias.</p> <p>Realizar trabajo de campo en al menos cuatro comunidades con Denominación de Origen, para levantar información de casos de éxito en procesos asociativos</p> <p>Incluir la perspectiva de entidades nacionales mediante una mesa de trabajo para retroalimentar y enriquecer el contenido del manual.</p> <p>Elaborar un documento técnico final que contenga propuestas metodológicas, recomendaciones y casos aplicables para la asociatividad orientada a la gestión de Denominaciones de Origen.</p>

Ubicación geográfica	<p>La intervención se desarrolló en múltiples territorios de Colombia con presencia de Denominaciones de Origen, incluyendo actividades en las comunidades artesanales de La Chamba y la ciudad de Ibagué en el departamento del Tolima, El Carmen de Viboral en Antioquia, Vélez en Santander y Bogotá D.C., donde se realizaron jornadas de articulación con entidades nacionales como Artesanías de Colombia y la Superintendencia de Industria y Comercio.</p>
Población objetivo – número de beneficiarios	<p>La población objetivo estuvo conformada por comunidades artesanales titulares de Denominaciones de Origen, representantes de organizaciones productoras, y miembros de entidades públicas relacionadas con la propiedad industrial y el desarrollo artesanal. Se beneficiaron directamente cerca de 40 personas a través de procesos de consulta, validación territorial y mesas de trabajo institucional, distribuidos entre líderes comunitarios, representantes de asociaciones artesanales y funcionarios de entidades como la Superintendencia de Industria y Comercio y Artesanías de Colombia.</p>
<p align="center">Metas Logradas en el marco del estudio para posterior beneficio a las comunidades</p>	
<p>se elaboró una Guía de Asociatividad para la gestión de Denominaciones de Origen en Colombia, como herramienta metodológica que orienta a las comunidades artesanales y entidades públicas en la organización, funcionamiento y sostenibilidad de los comités administradores. Para su construcción, se llevaron a cabo jornadas presenciales de levantamiento de información en las comunidades de La Chamba (Guamo) e Ibagué en el Tolima, Vélez en Santander, El Carmen de Viboral en Antioquia y Bogotá D.C. Se realizaron entrevistas, talleres de validación y procesos participativos con actores locales. Además, se organizaron mesas de articulación institucional con Artesanías de Colombia, la Superintendencia de Industria y Comercio y la Fundación CREATA, garantizando la inclusión de distintas perspectivas. La guía final incluye recomendaciones prácticas, experiencias territoriales y lineamientos aplicables, lo que permitirá fortalecer procesos asociativos en comunidades titulares de Denominaciones de Origen, promoviendo su apropiación, sostenibilidad y capacidad de autogestión.</p> <p>Adicionalmente, se elaboraron cuatro videos ilustrativos que documentan experiencias territoriales asociadas a las siguientes Denominaciones de Origen: Cerámica de La Chamba, Cerámica del Carmen de Viboral, Arroz de la Meseta de Ibagué y Bocado Veleño. Estos materiales audiovisuales servirán como herramienta pedagógica y testimonial para inspirar y orientar a otras comunidades en la gestión asociativa de sus denominaciones de origen.</p> <p>Productos entregados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documento metodológico de la guía de asociatividad validado con comunidades y actores institucionales. • Relatoría de las jornadas de campo y mesas técnicas. • Evidencias documentales y fotográficas de los procesos participativos. 	



- Documento final de la Guía de Asociatividad con estructura temática, recomendaciones y anexos técnicos.
- Cuatro videos ilustrativos sobre experiencias asociativas territoriales.

i. Proyecto “Turismo Responsable” con el apoyo de FONTUR.

Nombre del Aliado	FONDO NACIONAL DE TURISMO - FONTUR
Fecha de inicio y finalización	Treinta (30) de septiembre de 2023 hasta el veinte (20) de octubre de 2025.
Modificaciones o adendas	OTRO SI para modificar la CLÁUSULA OCTAVA. “FORMA DE PAGO” del Contrato Electrónico No. FNTCE-452-2023, en el sentido de modificar la forma de pago
Código del proyecto	FNTCE-452-2023
Presupuesto a cargo del aliado	\$1.039.250.000 (MIL TREINTA Y NUEVE MILLONES DOSCIENTOS CINCUENTA MIL PESOS M/CTE), IVA incluido
Objetivo general	Acompañamiento a los prestadores de servicios turísticos en la generación y promoción de propuestas de valor, competitivas en el mercado, relacionadas con turismo responsable.
Objetivos específicos / Principales indicadores	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obligaciones específicas. 2. Realizar estudio de diagnóstico y el análisis de tendencias en materia de turismo responsable. 3. Diseñar la metodología y el método especializado para que los Prestadores de Servicios Turísticos (PST) con Registro Nacional de Turismo (RNT) vigente para que generen propuestas de valor competitivas en el mercado relacionadas con Turismo Responsable. 4. Implementar la metodología diseñada en los Prestadores de Servicios Turísticos (PST) con Registro Nacional de Turismo (RNT) vigente. 5. Participar en las reuniones mensuales, elaborar informe final y participar en la reunión final
Ubicación geográfica	Cobertura nacional con clasificación regional de los prestadores de servicios turísticos participantes.

Población objetivo – número de beneficiarios	<ul style="list-style-type: none"> - Hasta 1.500 prestadores sensibilizados con RNT vigente. - 150 prestadores seleccionados para mentoría y desarrollo de productos turísticos.
Metas Logradas en el marco del estudio para posterior beneficio a las comunidades	
<ul style="list-style-type: none"> • Se participó en dos sesiones del Comité de Seguimiento del contrato, realizadas los días 3 y 17 de diciembre de 2024, en las cuales se socializaron avances técnicos, se resolvieron observaciones de la supervisión y se articularon criterios para el seguimiento de productos pendientes. • Se llevaron a cabo dos grupos focales con actores territoriales, como parte del proceso de investigación cualitativa para la construcción de estrategias de turismo responsable. Las sesiones se realizaron así: <ul style="list-style-type: none"> - El 4 de diciembre, con enfoque en la dimensión de <i>comercio justo</i>, analizando prácticas de equidad en la cadena de valor turística. - El 11 de diciembre, centrado en la dimensión de <i>bienestar animal</i>, explorando buenas prácticas de manejo responsable en experiencias turísticas con fauna doméstica y silvestre. • Se diseñaron dos piezas comunicativas clave como insumos pedagógicos para el proceso de sensibilización a prestadores de servicios turísticos (PST) frente a la encuesta nacional del componente de turismo responsable: <ul style="list-style-type: none"> - Un video explicativo. - Un carrusel gráfico titulado “<i>El ABCÉ de la encuesta de turismo responsable</i>”, que introduce los objetivos, metodología y relevancia del instrumento. • Se avanzó de manera significativa en el componente de entrevistas a actores del ecosistema turístico, como insumo para el análisis territorial: <ul style="list-style-type: none"> - Se agendaron 59 entrevistas. - Se ejecutaron 40 entrevistas efectivas. - Se sistematizaron 29 entrevistas con enfoque cualitativo. - Los actores entrevistados incluyeron representantes de organizaciones base comunitaria (OBSC), líderes territoriales, alcaldías PDET y gremios aliados. • Se realizó un evento de socialización el 18 de diciembre de 2024, dirigido a actores institucionales y empresarios del sector turismo. En este espacio se presentó el proyecto, la metodología de trabajo, y se fomentó el diálogo participativo en torno al turismo responsable. 	



j. Proyecto dirigido a jóvenes de Riohacha La Guajira con el apoyo de Fundación Promigas y el Programa Jóvenes Resilientes de USAID y ACDI/VOCA.

Nombre del Aliado	ACDI/VOCA FUNDACIÓN PROMIGAS
Fecha de inicio y finalización	ACDI/VOCA: 6 de mayo de 2024 al 4 de abril de 2025 FUNDACIÓN PROMIGAS: 26 de junio de 2024 al 26 de mayo de 2025
Modificaciones o adendas	N/A
Código del proyecto	YRA-203 FAA
Presupuesto a cargo del aliado	ACDI/VOCA : \$200.000.000 FUNDACIÓN PROMIGAS: CIENTO TREINTA Y UN MILLONES DE PESOS (\$131.000.000) M/CTE
Objetivo general	Fomentar la creación de proyectos emprendedores entre jóvenes de 18 a 29 años en Riohacha, mediante el fortalecimiento de sus competencias técnicas, sociales y comunitarias, con el fin de impulsar su autonomía económica, desarrollo personal y bienestar familiar.
Objetivos específicos Principales indicadores	/ <ul style="list-style-type: none"> • Asesorar a 45 jóvenes en identificación de brechas que impiden el crecimiento sostenible de sus emprendimientos y en la formulación de un plan de mejoramiento. • Implementar con 20 emprendimientos planes de capacitación, mejoramiento productivo y capitalización que aborden las brechas identificadas. • Mejorar habilidades de promoción y comercialización que promuevan encadenamientos productivos y alianzas comerciales exitosas. • Movilizar actores locales y externos del ecosistema de emprendimiento, que contribuyan a fortalecer la oferta de servicios para emprendimientos verdes. • Reducir brechas técnicas, comerciales, tecnológicas y de sostenibilidad en emprendimientos liderados por jóvenes en Riohacha, mediante acciones específicas que serán sistematizadas y compartidas con autoridades del ecosistema local.

Ubicación geográfica	La Guajira, Colombia.
Población objetivo – número de beneficiarios	<ul style="list-style-type: none"> • 45 jóvenes entre 18 y 29 años. • 22 núcleos familiares involucrados en los talleres de cohesión familiar.
Metas Logradas en el marco del estudio para posterior beneficio a las comunidades	
<ul style="list-style-type: none"> • Se realizaron seis talleres de Plan de Resiliencia Juvenil (PRJ), con temáticas como comunicación, transformación de conflictos, autocuidado y trayectorias familiares, fortaleciendo habilidades sociales, autoconocimiento y liderazgo en los jóvenes participantes. • Se desarrollaron cuatro talleres del Plan de Cohesión Familiar (PCF) bajo la metodología <i>Decido Ser Familia</i>, abordando temas como gestión emocional, memoria familiar y dinámicas de convivencia. Se logró vincular a 22 familiares y varios jóvenes, fomentando la construcción de entornos protectores y empáticos. • Se concertaron 14 planes de cohesión familiar con acompañamiento directo, y se caracterizaron 22 en total a través de la plataforma Activityinfo, identificando avances en aspectos como vínculos familiares, corresponsabilidad en roles y comunicación no violenta. • Se reportaron logros priorizados por los 45 jóvenes participantes en la plataforma Activityinfo, relacionados con bienestar emocional, toma de decisiones, liderazgo, y formulación de ideas de negocio. • Se brindó acompañamiento a través de asesorías individuales y encuentros colectivos para los 45 jóvenes en temas relacionados con su plan de vida, habilidades emprendedoras, y formulación de propuestas. • Se implementó el 70% de la ruta de emprendimiento definida, incluyendo procesos de capacitación, sensibilización financiera y ambiental, sesiones de acompañamiento técnico, preparación de pitch, y espacios iniciales de relacionamiento comercial. • Se presentaron los requerimientos administrativos exigidos por CLA (actas de comité operativo mensual y planeador técnico) para el cumplimiento del hito 3 del proyecto. 	

- k. Proyecto en el marco de la iniciativa “Fortalecimiento de la cadena de valor del turismo de naturaleza en la Ciénaga Grande de Santa Marta en términos de capacitación, inclusión social e infraestructura turística” con el apoyo del INVEMAR.**

Nombre del Aliado	INSTITUTO DE INVESTIGACIONES MARINAS Y COSTERAS "José Benito Vives de Andrés"- INVEMAR
Fecha de inicio y finalización	15 diciembre 2023

	28 junio 2024
Modificaciones o adendas	N/A
Código del proyecto	CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PS-253-2023
Presupuesto a cargo del aliado	CIENTO OCHENTA Y CUATRO MILLONES OCHOCIENTOS SETENTA Y OCHO MILCUATROCIENTOS PESOS M/CTE (\$184.878.400,00).
Objetivo general	Prestación de servicio profesional para elaborar un plan de marketing durante el año 2024, para el destino turístico Ciénaga Grande de Santa Marta para la promoción de servicios de turismo de naturaleza y la gestión de alianzas comerciales estratégicas con actores del destino, en el marco del proyecto “Fortalecimiento de la cadena de valor del turismo de naturaleza en la Ciénaga Grande de Santa Marta en términos de capacitación, inclusión social e infraestructura turística”
Objetivos específicos / Principales indicadores	<p>Orientar en la conectividad y acceso a herramientas tecnológicas a los beneficiarios priorizados para la elaboración y ejecución del plan de marketing (los beneficiarios priorizados serán seleccionados junto con el equipo técnico de INVEMAR).</p> <p>2. Formación y asistencia técnica en el uso de herramientas tecnológicas para implementar acciones de mercadeo.</p> <p>2.1 Formación en el uso de herramientas básicas de ofimática para el turismo.</p> <p>2.2 Formación en el uso de herramientas tecnológicas para desarrollo de herramientas de promoción.</p> <p>3. Formación para el desarrollo de herramientas y habilidades de promoción y negociación.</p> <p>3.1 Asistencia técnica en la mejora y uso de la marca territorial y marca empresarial.</p> <p>3.2 Diseño, elaboración y/o mejora de portafolios de producto.</p> <p>3.3 Asistencia técnica en la elaboración y gestión de tarifarios para negociaciones.</p> <p>3.4 Implementar sesiones de fortalecimiento en expresión oral y habilidades de comunicación (pitch de producto y clínica de ventas).</p> <p>4. Gestionar alianzas y relaciones comerciales con diferentes canales (agencias comercializadoras/ agencias tour-operadoras).</p> <p>4.1 Desarrollo de visitas de inspección de destino y negociación comercial con</p>

	<p>agencias comercializadoras locales.</p> <p>4.2 Desarrollo de jornadas de negociación comercial con agencias comercializadoras.</p>
Ubicación geográfica	Zona del nodo turístico Ciénaga Grande de Santa Marta (Magdalena), incluyendo municipios como Pueblo Viejo, Ciénaga, Sitio Nuevo y Zona Bananera.
Población objetivo – número de beneficiarios	Prestadores de servicios turísticos pertenecientes al nodo CGSMR
Metas Logradas en el marco del estudio para posterior beneficio a las comunidades	
<ul style="list-style-type: none"> • Se diseñó e implementó el plan de marketing territorial del nodo CGSM-R, estructurado en torno a cinco ejes estratégicos: construcción de identidad, comunicación, visibilidad, relacionamiento comercial y fortalecimiento de capacidades. Este instrumento guió todas las acciones promocionales, de activación y de posicionamiento. • Se desarrolló una marca sombrilla del nodo, resultado de ejercicios participativos con las comunidades, la cual fue implementada por las unidades productivas en sus materiales promocionales, portafolios de servicios y perfiles digitales. • Se diseñaron y produjeron más de piezas gráficas (portafolios impresos y digitales, habladores, pendones, kits de marca), que fueron entregadas a los prestadores para el fortalecimiento de su presencia comercial y visibilidad. • Se ejecutaron 4 jornadas de formación con enfoque en narrativas comerciales, alistamiento de producto, presentación en ruedas de negocio y servicio al cliente, con la participación directa de prestadores. • Se organizó el evento de activación territorial “Ruta Ciénaga Grande, tesoro del Caribe”, como plataforma de inspección y relacionamiento comercial: <ul style="list-style-type: none"> ○ Se convocaron 10 agencias de viajes y operadores turísticos de Santa Marta y el Caribe colombiano. ○ Asistieron 8 agencias, quienes realizaron inspecciones de producto, encuentros uno a uno y espacios de networking. ○ Se lograron 5 acuerdos de intención comercial con agencias interesadas en integrar la oferta del nodo en sus catálogos. ○ Se validaron 4 experiencias turísticas comunitarias como productos viables para rutas piloto. • Se creó y fortaleció el ecosistema digital comunitario del nodo: <ul style="list-style-type: none"> ○ Se crearon o mejoraron perfiles digitales en redes sociales (Instagram, Facebook) y Google Mi Negocio. 	

- Se brindó asesoría personalizada sobre uso de WhatsApp Business, herramientas de contenido digital y estrategias de visibilidad online.
- Se elaboraron lineamientos de marca, fichas técnicas y directrices de publicación digital para que las organizaciones comunitarias mantuvieran coherencia gráfica y narrativa.
- Se ejecutó el **plan de inversión del nodo CGSM-R**, con enfoque en cierre de brechas tecnológicas para la promoción digital y la comercialización:
 - Se beneficiaron **10 organizaciones comunitarias** del nodo.
 - Se adquirieron equipos tecnológicos como celulares, tabletas, computadores portátiles, micrófonos, aros de luz y estabilizadores.
 - Se contrató conectividad satelital o fibra óptica para mejorar el acceso a internet en zonas rurales.
 - La inversión permitió fortalecer la producción de contenido audiovisual, la actualización de portafolios y la participación virtual en ferias y vitrinas comerciales.
- Todo el proceso fue **sistematizado y documentado** mediante informes técnicos, fichas de evaluación de eventos, testimonios, registro fotográfico, seguimiento a acuerdos comerciales y documentación audiovisual del proceso de activación territorial.

I. Proyecto Macondo Natural – segunda fase – con el apoyo de la Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena.

Nombre del Aliado	CÁMARA DE COMERCIO DE SANTA MARTA PARA EL MAGDALENA
Fecha de inicio y finalización	15 DE MAYO DE 2023 23 DE SEPTIEMBRE DE 2024
Modificaciones o adendas	N/A
Código del proyecto	Convenio CCSM23-0076
Presupuesto a cargo del aliado	\$432.000.000
Objetivo general	Aunar esfuerzos para desarrollar acciones conjuntas de mercadeo, comercialización, sostenibilidad turística e implementación de estrategias de visibilidad para el proyecto “Reactivación y fortalecimiento comercial del producto turístico Macondo Natural en el departamento del Magdalena” .
Objetivos específicos Principales indicadores	/ <ul style="list-style-type: none"> ▪ Promover el posicionamiento del nodo turístico Macondo Natural.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fortalecer las capacidades comerciales, comunicativas y digitales de los prestadores de servicios turísticos. ▪ Ejecutar campañas de visibilización digital y física del destino. ▪ Mejorar la oferta turística existente mediante procesos de mentoría, alistamiento y activación comercial. ▪ Facilitar el acceso a mercados y canales de comercialización para productos turísticos locales.
Ubicación geográfica	Departamento del Magdalena – municipios y corregimientos adscritos al corredor turístico Macondo Natural.
Población objetivo – número de beneficiarios	<p>Prestadores de servicios turísticos del nodo Macondo Natural.</p> <p>Organizaciones comunitarias vinculadas a la cadena de valor del turismo.</p>
Metas Logradas en el marco del estudio para posterior beneficio a las comunidades	
<ul style="list-style-type: none"> • Diseño e implementación de una estrategia integral de marketing territorial: Se estructuró una narrativa de destino con identidad cultural y natural propia del nodo Macondo Natural, la cual fue adoptada por los actores del territorio como parte de su discurso comercial. Esta narrativa orientó el diseño de piezas gráficas, kits promocionales, portafolios y contenidos digitales. • Creación y posicionamiento de la marca “Macondo Natural”: Se diseñó una marca territorial con aplicaciones en merchandising, espacios físicos, redes sociales y contenido promocional. Su uso se extendió a portales institucionales, catálogos y ruedas de negocio. • Producción de material audiovisual y contenidos digitales: Se realizaron: <ul style="list-style-type: none"> - Piezas gráficas institucionales y de portafolio. - Linktree de experiencias. - Videos promocionales. - Banco fotográfico de más de 150 imágenes. - Contenidos especializados para pauta y redes sociales. 	

- Parrilla de contenido durante aproximadamente 9 meses
- **Ejecución de campañas de visibilización:**
Se desarrollaron campañas en medios digitales y redes sociales que lograron más de 40.000 impactos. Se implementaron activaciones presenciales en ferias, vitrinas y eventos locales. La marca fue visibilizada en 3 eventos institucionales de turismo en el Caribe.

Además, se implementó una **estrategia con influenciadores** del ámbito turístico y cultural, con los siguientes resultados:

- Se identificaron y vincularon **3 creadores de contenido regionales**, seleccionados por su afinidad con el turismo responsable, el relato de territorios y la promoción de experiencias comunitarias.
- Se desarrollaron **campañas colaborativas** en Instagram y Facebook, generando publicaciones cruzadas entre los influenciadores y las cuentas oficiales del nodo.
- Los contenidos generados lograron un alcance conjunto estimado en **más de 25.000 personas**, con una tasa de interacción destacada (por encima del 8%), gracias a los formatos auténticos, narrativos y experienciales.
- Se documentaron testimonios, clips de recorrido, entrevistas a prestadores y experiencias reales de los influenciadores en territorio, lo que permitió dinamizar la marca desde una voz externa creíble.

Esta acción fortaleció el posicionamiento orgánico del nodo, complementó la pauta digital y generó contenidos reutilizables para futuras campañas de visibilización y comercialización.

- **Fortalecimiento de capacidades comerciales y digitales:**
Se realizaron jornadas de formación, mentoría y asesoría personalizada sobre:
 - Diseño de producto turístico.
 - Discursos de venta y elevator pitch.
 - Redes sociales y Google Mi Negocio.
 - WhatsApp Business y CRM básico.
 - Comercialización a través de operadores y venta directa.
- **Desarrollo de portafolios comerciales individuales y colectivos:**
Cada prestador participante recibió un portafolio de servicios impreso y digital, diseñado con base en su narrativa, experiencia, precios y diferencial competitivo. También se consolidó un portafolio general del nodo para ruedas de negocio.
- **Activación de canales de comercialización y relacionamiento:**
Se organizaron 2 ruedas de negocios (una regional y otra nacional), con la participación de operadores turísticos de Santa Marta, Cartagena y Bogotá. Se



gestionaron al menos 8 acuerdos de intención comercial y 4 productos fueron integrados en plataformas de venta de operadores aliados.

j. Proyecto para fortalecer el turismo de aventura en el Putumayo con el apoyo de DAI en el marco del Programa Turismo Naturaleza de USAID.

Nombre del Aliado	USAID - Programa Destino Naturaleza (DNA) – Implementado por DAI Global LLC
Fecha de inicio y finalización	Inicio 30 de agosto de 2024, Finalización 27 de enero de 2025
Modificaciones o adendas	No.
Código del proyecto	DNA-FAA-2024-016
Presupuesto a cargo del aliado	\$346.626.000 COP (TRESCIENTOS CUARENTA Y SEIS MILLONES SEISCIENTOS VEINTISÉIS MIL PESOS M/CTE)
Objetivo general	"Fortalecer el producto turístico de aventura con enfoque regenerativo como apuesta para la conservación y la promoción turística del Putumayo.
Objetivos específicos / Principales indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar y acompañar técnicamente a ocho (8) prestadores de servicios turísticos de aventura, ubicados en cuencas hídricas del Putumayo. • Formular e implementar planes de fortalecimiento que integren componentes de seguridad, sostenibilidad, regeneración ambiental y promoción turística. • Posicionar el departamento del Putumayo como destino de aventura mediante una estrategia integral de marketing, intercambio de experiencias, producción de contenidos y eventos especializados. • Fomentar el cambio de comportamiento hacia la regeneración mediante una estrategia SBCC que involucre a jóvenes creativos locales.
Ubicación geográfica	"Putumayo (Colombia). Municipios priorizados: Mocoa, Villagarzón, Orito. El proyecto podrá desarrollarse también en otros municipios del departamento donde haya prestadores de turismo de aventura en cuencas hídricas.
Población objetivo – número de beneficiarios	Empresas y organizaciones prestadoras de servicios turísticos de aventura que operan en cuencas hídricas del Putumayo y que tienen potencial de mejorar su competitividad y sostenibilidad con enfoque regenerativo. También se incluye un grupo de jóvenes con potencial creativo para liderar una estrategia SBCC.
Metas Logradas en el marco del estudio para posterior beneficio a las comunidades	
En 2024:	



Hasta el mes de diciembre de 2024, se cumplieron las siguientes acciones en el marco del proyecto “Fortalecimiento del producto turístico de aventura con enfoque regenerativo como apuesta para la conservación y la promoción turística del Putumayo”:

Se diseñó e implementó el Plan Operativo (POA), el Plan de Monitoreo (MEL) y la Política de Seguridad, incorporando lineamientos para la gestión del riesgo en turismo de aventura con enfoque territorial.

Se diseñó y ejecutó una convocatoria pública que permitió la identificación, evaluación y selección de 8 prestadores de servicios turísticos de aventura, mediante criterios técnicos y de regeneración ambiental.

Se realizó la caracterización socioeconómica y técnica de los prestadores seleccionados, aplicando instrumentos de diagnóstico y construyendo su respectiva línea base.

Se formularon de manera participativa 8 planes de fortalecimiento empresarial y técnico, integrando componentes clave como seguridad, sostenibilidad, regeneración, comercialización y formalización.

Se dio inicio al proceso de asistencia técnica personalizada, abordando temas como costeo de servicios, diseño de productos turísticos, construcción de experiencias, cumplimiento normativo (NTS AV), gestión ambiental y organizacional.

Se desarrollaron espacios de formación grupal con enfoque regenerativo, a través de módulos sobre liderazgo, regeneración ambiental, seguridad para turismo de aventura y construcción de narrativas para la interpretación de experiencias.

Se inició el diseño de modelos de negocio tipo Canvas para cada uno de los prestadores, integrando el valor regenerativo como eje de diferenciación en su propuesta de valor.

Se vinculó un grupo de jóvenes locales para liderar el proceso de diseño de la estrategia SBCC (cambio de comportamiento) orientada al cuidado del agua y los ecosistemas.

Se avanzó en la producción de insumos técnicos preliminares para campañas SBCC, incluyendo materiales audiovisuales y piezas gráficas, en articulación con el colectivo juvenil por la conservación.

Se acompañó la construcción de las fichas técnicas de producto turístico y la definición de estructuras tarifarias, con validación directa en campo.

k. Proyecto Análisis Situacional del programa Destino Naturaleza.

Nombre del aliado(s)	DAI COLOMBIA
Fuente de financiación	USAID y DAI Global LLC



Fecha de inicio y finalización	15 de septiembre de 2023 a 31 de marzo de 2024
Código del proyecto	Orden de Compra No. PUR-BOG-23-0058
Presupuesto a cargo del aliado	\$671.549.978 Seiscientos Setenta Y Un Millones Quinientos Cuarenta Y Nueve Mil Novecientos Setenta Y Ocho Pesos M/C
Objetivo general	Consultoría para la realización de un análisis situacional de las geografías priorizadas por el programa Destino Naturaleza (DNA).
Objetivos específicos / Principales indicadores	<ol style="list-style-type: none">1. Realizar un diagnóstico de las seis geografías priorizadas por el programa Destino Naturaleza y plantear recomendaciones para el fortalecimiento del mercado y de los destinos a través de proyectos e intervenciones estratégicas que contribuyan al desarrollo de productos de turismo de naturaleza regenerativos.2. Realizar un pilotaje de distintas herramientas, instrumentos o metodologías de evaluación del nivel de desarrollo de destinos y de las capacidades organizacionales de autoridades turísticas territoriales en uno de los departamentos o municipios de las geografías priorizadas por el programa Destino Naturaleza, y plantear recomendaciones para la aplicación de este tipo de herramientas.3. Validar el potencial de desarrollo del turismo de naturaleza en los corredores turísticos identificados por el programa Destino Naturaleza para sus intervenciones.
Modificaciones o adendas	NA
Ubicación geográfica	Meta – Guaviare, Sierra Nevada de Santa Marta – Serranía del Perijá, Caquetá, Montes de María, Putumayo, Pacífico Centro y Sur.
Población objetivo – número de beneficiarios	Comunidad empresarial turística de las zonas priorizadas.
Metas Logradas en Beneficio de la Comunidad en 2024	
<p>Se ejecutaron los últimos entregables la validación de corredores definidos para intervención y el desarrollo de una plataforma tecnológica que compila toda la información recolectada.</p> <p>Esta plataforma se encuentra actualmente en: www.analisisdestinonaturaleza.com</p> <p>Incluye bases de datos de todas las categorías levantadas, así como un motor de mapas que presenta dicha información.</p> <p>Así mismo incluye un sistema de información que permite actualizar datos durante el tiempo.</p>	



I. Cowater – Turismo comunitario con potencial exportador

Nombre del aliado(s)	Cowater International
Fuente de financiación	EDM: Expert Development Mechanism for Trade and Development – Cooperación canadiense
Fecha de inicio y finalización	22/01/2024 – 31/10/2024
Código del proyecto	N/A
Presupuesto a cargo del aliado	\$97.147 Dólares Canadienses
Objetivo general	Consultoría para la realización de un análisis situacional de las geografías priorizadas por el programa Destino Naturaleza (DNA).
Objetivos específicos / Principales indicadores	<ul style="list-style-type: none">• Realizar un análisis situacional y competitivo — utilizando un modelo de evaluación como FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) u otro similar— de una comunidad en cada una de tres regiones del país. El análisis debe realizarse mediante investigación documental, encuestas, visitas de campo y reuniones presenciales.• Con base en estos tres ejemplos, desarrollar un plan de acción práctico que incluya recomendaciones y posibles estrategias para mejorar la promoción del turismo comunitario en Colombia, incluyendo cómo las empresas comunican y promocionan su oferta turística.• Realizar pruebas de mercado para validar diversos perfiles y productos de turismo comunitario. Esto ayudará a determinar la participación de mercado de cada perfil y confirmar la combinación ideal de experiencias adaptadas a diferentes preferencias del mercado. La investigación se enfocará en residentes de Estados Unidos y Canadá, especialmente aquellos que hayan viajado por ocio a Centro o Suramérica en los últimos 10 años.• En colaboración con Colombia Productiva y ProColombia, llevar a cabo un taller híbrido para presentar los hallazgos y recomendaciones a organizaciones de apoyo al comercio, gobiernos nacionales y regionales, y operadores turísticos.• Diseñar e implementar encuestas antes y después de la capacitación dentro de la plataforma LMS para recopilar datos clave y resultados del proceso formativo.



	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir, según sea necesario, al desarrollo de materiales de comunicación EDM y participar en una mesa redonda EDM destacando los principales resultados obtenidos. • Completar la capacitación en línea sobre GBA+.
Modificaciones o adendas	NA
Ubicación geográfica	Puerto Inírida – Inírida; Tierralta – Córdoba; Tumaco - Nariño
Población objetivo – número de beneficiarios	3 iniciativas turísticas de base comunitaria.
Metas Logradas en Beneficio de la Comunidad en 2024	
<p>Se hizo una selección de 3 comunidades de una lista de 30 pre identificadas. Se elaboraron 3 diagnósticos estratégicos a las iniciativas turísticas de las comunidades seleccionadas. Se elaboró un estudio de mercado para identificar el perfil del turista de Estados Unidos y Canadá para iniciativas de base comunitaria. Se estableció un plan de acción para cada iniciativa y se estableció un presupuesto de implementación de dicho plan.</p> <p>Se presentaron los resultados a Procolombia, Colombia Productiva y empresarios del turismo a nivel nacional.</p>	

m. Colombia productiva – Plataforma.

Nombre del aliado(s)	Colombia Productiva
Fuente de financiación	Empretur Turismo Comunitario - FONTUR
Fecha de inicio y finalización	06/03/2024 – 06/10/2024
Código del proyecto	N/A
Presupuesto a cargo del aliado	\$62.878.300
Objetivo general	Brindar el servicio de mantenimiento, actualización, socialización y pago de hosting de la plataforma de e-learning Colombia Turismo Sostenible, especialmente en el marco del proyecto Fortalecimiento del Desarrollo Productivo y Sostenible de los Sectores Turísticos a Nivel Nacional (EMPRETUR) – Capítulo Colombia Productiva”.
Objetivos específicos / Principales indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Documento diagnóstico de contenidos para ser actualizados, que debe incluir un plan. • Realizar un análisis del ciclo de deserción, identificación y análisis de causas que dificultan la finalización del curso, plan de mejora y actualización de contenidos (Tipo de contenido, ubicación, nuevo contenido propuesto, justificación), plan de mejora de la experiencia

	<p>de usuario (tipo de mejora y plan de implementación).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documento que recopile módulos, categorías o contenidos que requieren ajustes y la relación de los nuevos contenidos y evidencias de haber realizado el cargue en la plataforma. • Mínimo 3 herramientas informativas desarrolladas: 1) Dos (2) documentos tipo infografía o presentación ilustrada, 2) Un (1) video tipo reel y 3) cuatro (4) piezas gráficas y su respectivo copy para ser publicado en las redes de Colombia Productiva, incentivando a conocer los nuevos contenidos y a que más empresarios se inscriban en la plataforma. • Informe que debe contener como mínimo el número de asistentes, fechas y evidencias fotográficas de cada sesión, contenidos brindados en las socializaciones, profesionales que lideraron el proceso, listas de asistencia. • Soporte de pago del servidor para el servicio de hosting de la plataforma, con los manuales técnicos y funcionales de la herramienta actualizados.
Modificaciones o adendas	1 mes de adición
Ubicación geográfica	Nacional
Población objetivo – número de beneficiarios	Empresarios de turismo que utilizan la plataforma Colombia Turismo Sostenible.
Metas Logradas en Beneficio de la Comunidad en 2024	
<p>Se hizo un análisis del uso de la plataforma y se ajustaron los contenidos para incentivar el uso de la misma.</p> <p>Dichos contenidos se diseñaron, se incluyeron en un paquete de animación e hicieron parte del diseño de la plataforma.</p> <p>Se pagó el hosting por 1 año adicional.</p> <p>Se socializó la plataforma en 6 territorios a nivel nacional</p> <p>Se coordinó un plan de transferencia de la plataforma al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.</p>	



n. DAI – Observatorio de Turismo – San José del Guaviare.

Nombre del aliado(s)	DAI Sucursal Colombia
Fuente de financiación	USAID – Programa DNA
Fecha de inicio y finalización	05/04/2024 – 27/01/2025
Código del proyecto	SUBK-2024-002
Presupuesto a cargo del aliado	\$689.606.536
Objetivo general	Desarrollar e implementar una estrategia integral para el fortalecimiento y puesta en marcha del Observatorio Turístico de Guaviare, así como para la construcción de capacidades para que la generación y gestión de la información contribuya a la toma de decisiones estratégicas del sector público y privado con relación al desarrollo del turismo de naturaleza.
Objetivos específicos / Principales indicadores	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar y ejecutar un plan de fortalecimiento del Observatorio Turístico de Guaviare, a partir de un diagnóstico de su estado actual. 2. Ajustar los indicadores, encuestas e instrumentos para la recolección de información, y crear otros nuevos, con base en el plan de fortalecimiento y las temáticas de la Red de Observatorios de Turismo Sostenible de la Organización Mundial del Turismo (OMT) - INSTO. 3. Consolidar la plataforma web del Observatorio, realizando los ajustes, desarrollos y parametrizaciones necesarios para garantizar la recolección, visualización y análisis efectivos de la información. 4. Definir e implementar un modelo de gobernanza para el Observatorio que incluya los roles, responsabilidades, procedimientos y protocolos para su administración, operación, seguimiento y financiación. 5. Diseñar e implementar una estrategia de construcción de capacidades para la generación, análisis, administración y uso de la información turística del departamento por parte de actores públicos y privados. 6. Diseñar e implementar una estrategia de incentivos para que los diferentes actores suministren la información requerida por el Observatorio.
Modificaciones o adendas	Proyecto cancelado por cierre de la Cooperación Internacional de los Estados Unidos. Finalizó una vez finalizado el hito VII.
Ubicación geográfica	Guaviare: San José y el Retorno.
Población objetivo – número de beneficiarios	Empresarios de turismo de los municipios mencionados.
Metas Logradas en Beneficio de la Comunidad en 2024	



La adjudicación finalizó anticipadamente por causas externas al adjudicatario, relacionadas con la decisión unilateral de USAID de finalizar el Programa DNA. Durante el tiempo de ejecución efectiva, la Fundación Crea adelantó las actividades previstas en el proyecto y cumplió satisfactoriamente con los siguientes entregables:

- Entregable I: Plan de trabajo, metodología y cronograma
- Entregable II: Diagnóstico y Plan de Monitoreo
- Entregable III: Plan de fortalecimiento e informe de socialización
- Entregable IV: Implementación del plan de fortalecimiento
- Entregable V: Informe de avance de la implementación del plan de fortalecimiento y página web con nuevas funcionalidades
- Entregable VI: Informe de misión de aprendizaje y ruta crítica para la vinculación a la red INSTO
- Entregable VII: Pilotaje del Observatorio

Dichos entregables fueron revisados y aceptados a satisfacción por el equipo del Programa, conforme a los términos del subcontrato y a las orientaciones impartidas durante el proceso de supervisión.

La adjudicación fue cerrada de manera anticipada conforme a los lineamientos técnicos y contractuales establecidos por DAI y USAID.

Resumen de proyectos 2024:

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 2024 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 2024
Proyecto Tejiendo Progreso	Fundación Promigas	Convenio 010 de 2023	12 de Julio de 2023	11 de Marzo de 2025	\$397.275.000
Proyecto Dibulla Productivo	Fundación Promigas	Orden De Compra De Bienes Y Servicios No. 4 – 000000825	13 de diciembre de 2023	31 de Diciembre de 2024	\$317.089.020
Proyecto Cluster de Artesanías y Turismo	ACDI/VOCA - Programa Juntanza Étnica de USAID	Subvención simplificada (costo reembolsable) No. J2057-02-IPACE-02-077-G	29 de septiembre de 2023	15 de noviembre de 2024	\$639.342.257
Proyecto	INSTITUTO DE INVESTIGACIONES MARINAS Y COSTERAS "José Benito Vives de Andrés"- INVEMAR 2	CPS 253 DE 2023	26 de diciembre de 2023	25 de junio de 2024	\$155.360.000,00
Proyecto Jóvenes Resilientes	ACDI/VOCA - Programa YRA de USAID	Subvención simplificado (costo reembolsable) YRA-03-203-G	6 de mayo de 2024	25 de febrero de 2025	\$130.000.000
Proyecto	Ministerio de Relaciones Exteriores (Fondo Rotatorio)	Convenio de asociación # 002 de 2023	4 de abril de 2023	31 de julio de 2024	\$0
Proyecto Colipri Aguadas	SwissContact - Colipri	CPS 178-2024	19 de abril de 2024	15 de junio de 2024	\$27.470.000,00



Proyecto	Aliado	Número de convenio o contrato	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Ingresos recibidos en 2024
Proyecto Colipri manual de asociatividad	Swisscontact - Colipri	CPS-043-2024	20 de agosto de 2024	30 de noviembre 2024	\$128.270.000,00
Proyecto Análisis Situacional	DAI Colombia	Orden de Compra No. PUR-BOG-23-0058	15 de septiembre de 2023	31 de marzo de 2024	\$268.649.978,00
Proyecto Observatorio Guaviare	DAI Colombia	Contrato SUBK-2024-002	5 de abril de 2024	27 de enero de 2025	\$517.204.904,00
Proyecto Turismo Responsable	Fondo Nacional de Turismo - FONTUR	Contrato Electrónico FNTCE-452-2023	20 de octubre 2023	19 de noviembre 2025	\$0,00
Empretur Turismo Comunitario	Colombia Productiva	Convenio 057-2024	6 de agosto 2024	6 de enero 2026	\$600.000.000
FAO Putumayo	FAO	LOA2311841	13 de septiembre 2024	30 de junio de 2025	\$88.140.300
Aventura Putumayo	DAI Colombia	DNA-FAA-2024-016	30 de agosto 2024	27 de enero 2025	\$297.128.000
KFW Corales del Rosario	Patrimonio Natural - KFW	KFW-CCON-003-2024	6 de mayo de 2024	5 de mayo de 2025	\$775.373.550
Promigas YRA	Fundación Promigas	Convenio 017-2024	26 de junio 2024	26 de mayo 2024	\$48.000.000
Cowater Turismo Comunitario	Cowater International	N/A	22 de enero 2024	31 de octubre 2024	\$280.143.797
Colombia Productiva CTS	Fiducoldex – Colombia Productiva	Contrato 009-2024	29 de febrero 2024	29 de septiembre 2024	\$52.838.907
Proyecto Macondo Natural fase 2	Cámara de Comercio de Santa Marta	Convenio de asociación celebrado entre la Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena y la Fundación Crea	20 de abril 2023	20 septiembre de 2024	\$260.382.500,00
					\$4.982.668.213,00

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 2025 la Fundación concentrará sus esfuerzos en operar las actividades comprometidas en los convenios y contratos con: Fundación Promigas, FONTUR, Colombia Productiva – EMPRETUR, FAO y Patrimonio Natural. También en finiquitar acuerdos de nuevos proyectos que se vienen gestionando con INVEMAR y Fundación Promigas y oportunidades que se proyectan en convocatorias de FONTUR, la Cámara de Comercio de Bogotá, FAO, entre otros.

Nota: es importante tener en cuenta que todos los proyectos financiados por USAID tuvieron que suspenderse el 27 de enero de 2025.

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 2025 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
MAURICIO RINCON FALLA	CC 11.203.089	Representante Legal – Director Ejecutivo	Honorarios Representante Legal	\$0
			Honorarios como Director de los proyectos:	\$160.506.000
			Promigas Tejiendo Progreso	
			KFW Corales de Rosario	
			IPACE Miniclusters	
			IPACE Dibulla Productivo	
			FAO Putumayo	
DNA DAI Aventura Putumayo				
TOTAL CANCELADO		\$160.506.000		
JULIAN ANDRÉS HUÉRFANO VALDERRAMA	CC 80.136.226	Representante Legal Suplente y Subdirector	Honorarios Representante Legal Suplente	\$0
			Honorarios como Subdirector técnico de los proyectos:	\$146.520.000
			DNA – DAI Observatorio Guaviare	
			Colombia Productiva Empretur	
			Macondo Natural CCSM	
			YRA 2	
			Colombia Productiva CTS	
			Cowater Turismo Comunitario	
			Colipri 2 y Colipri 3	

			GGGI Guaviare FONTUR Cámara de Comercio de Santa Marta Para el Magdalena – Proyecto Macondo Natural.	
			Total Cancelado	\$146.520.000
NEBER FRÁNKIL MARTÍNEZ	CC 74.373.370	Miembro del Comité Asesor	Honorarios Miembro del Comité Asesor	\$0
			Honorarios como líder de fortalecimiento empresarial de los proyectos:	\$92.500.000
			Total Cancelado	\$92.500.000
CATALINA ROMERO OCAMPO	CC 51.712.895	Miembro del Comité Asesor	Honorarios Miembro del Comité Asesor	\$0
			Total Cancelado	\$0

Estas personas indicadas en el numeral anterior, recibieron durante el año 2024 una remuneración total por valor de \$399.526.000 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.