

**DOCUMENTO DEL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO  
FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES**

**COLOMBIA**

**AUMENTO DE LA COMPETITIVIDAD DE MEDELLÍN Y ANTIOQUIA A PARTIR DE LA VINCULACIÓN  
DEL TERRITORIO CON EVENTOS DE NEGOCIOS**

**(CO-M1060)**

**MEMORANDO DE DONANTES**

Este documento fue preparado por el equipo de proyecto integrado por: Bibiana Vásquez (MIF/OPS) Jefe de equipo; Carlos Novoa (MIF/CCO); Oscar Farfán (MIF/DEU); y Anne Marie Lauschus (LEG/SGO); e Isabel Augé (MIF).

## ÍNDICE

I.	RESUMEN EJECUTIVO .....	1
II.	ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN .....	2
III.	EL PROGRAMA .....	4
IV.	COSTO Y FINANCIAMIENTO .....	7
V.	MECANISMO DE EJECUCIÓN .....	7
VI.	SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN .....	9
VII.	BENEFICIOS Y RIESGOS DEL PROGRAMA .....	10
VIII.	TEMAS AMBIENTALES Y SOCIALES .....	10

## **ANEXOS**

ANEXO I	Marco Lógico
ANEXO II	Presupuesto Detallado

## **APÉNDICES**

Proyecto de Resolución

### **INFORMACIÓN DISPONIBLE EN LOS ARCHIVOS DE MIF/OPS**

ANEXO III	Reglamento Operativo
ANEXO IV	Plan de Adquisiciones
ANEXO V	Cronograma de Ejecución
ANEXO VI	Tabla de Hitos para Desembolso por Resultados
ANEXO VII	Tabla de actividades realizadas antes de la aprobación
ANEXO VIII	Análisis de riesgo de la entidad ejecutora

## **SIGLAS Y ABREVIATURAS**

ACI	Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CCMA	Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia
CD	Comité Directivo
COCAL	Confederación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines en América Latina-
ESR	Revisión de Medio Ambiente e Impacto Social
FOMIN	Fondo Multilateral de Inversiones
IBERPyme	Programa Iberoamericano de Cooperación Institucional para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa
MIPyme	Micro, Pequeña y Mediana Empresa
PIB	Producto Interno Bruto
PLED	Promoción de la Competitividad Local
PSR	Informes de Avance del Proyecto
Pyme	Pequeña y mediana empresa
SIMPLED	Manual del Sistema de Monitoreo de la familia de Proyectos de Promoción de la Competitividad Local
UE	Unidad Ejecutora

## I. RESUMEN EJECUTIVO

### AUMENTO DE LA COMPETITIVIDAD DE MEDELLÍN Y ANTIOQUIA A PARTIR DE LA VINCULACIÓN DEL TERRITORIO CON EVENTOS DE NEGOCIOS (CO-M1060)

<b>Beneficiario / Organismo Ejecutor:</b>	Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (CCMA)
<b>Beneficiarios:</b>	Al menos 600 micro, pequeñas y medianas empresas vinculadas a los sectores productivos clave en Medellín como son moda, turismo, energía, salud y construcción, a través de actividades de capacitación, consultorías, formación de redes y subproyectos específicos de innovación. Asimismo, se beneficiarán directamente las instituciones de fomento empresarial de Medellín ligadas a los distintos sectores productivos y universidades locales.
<b>Financiamiento:</b>	FOMIN (No reembolsable): US\$1.225.920 <sup>1</sup> (50%) Contraparte: US\$1.205.900 (50%) Total: US\$2.431.820 (100%)
<b>Objetivos del Proyecto:</b>	El <i>objetivo general del proyecto</i> es contribuir a mejorar la competitividad del sector productivo en Medellín y Antioquia. El <i>objetivo específico</i> es fortalecer la estructura empresarial e institucional para posicionar a Medellín y su área Metropolitana como destino turístico de negocios, eventos y convenciones bajo un modelo de concertación público privado y un enfoque de desarrollo territorial.
<b>Período de Ejecución y Desembolso:</b>	36 meses de ejecución y 42 de desembolsos.
<b>Condiciones contractuales especiales:</b>	Como condiciones previas se incluye: (i) la selección y contratación de un Coordinador de Proyecto; (ii) conformación del Comité Directivo del Proyecto y la aprobación por parte de este Comité del Reglamento Operativo; (iii) el plan operativo anual para el primer año de operación; y (iv) el convenio firmado con la Alcaldía de Medellín para el aporte de fondos complementarios a los de la CCMA por el tiempo de ejecución del proyecto.
<b>Excepciones a las Políticas del Banco:</b>	Ninguna.
<b>Revisión de Medio Ambiente e Impacto Social:</b>	Esta operación fue considerada por el ESR el 14 de julio de 2008 y no hubo observaciones. La operación fue clasificada como C.
<b>Coordinación con otros donantes:</b>	No hay otros donantes trabajando en este tema en Medellín.

---

<sup>1</sup> La contribución FOMIN incluye US\$25.000 para las actividades del Cluster de Proyectos “Promoción de la Competitividad Local” (PLED) y US\$6.130 para la cuenta de evaluación de impacto.

## **II. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN**

### **A. El turismo de negocios**

- 2.1 El turismo de eventos es un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en reuniones en un territorio de de negocios, congresos y convenciones con diferentes propósitos y magnitudes. El Turismo de Eventos o Negocios regula la estacionalidad de la demanda turística, mejora la ocupación en temporadas bajas y contribuye a elevar el gasto promedio de los visitantes. (Fuente: IBERPYME- Programa Iberoamericano de Cooperación Institucional para el Desarrollo de la PYME)
- 2.2 Según estadísticas de la Confederación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines en América Latina-COCAL, América Latina tiene el 6% del mercado de eventos de negocios, al mismo nivel que Oceanía, comparado con un 12% de Norteamérica y un 59% de Europa, un 14% de Asia. No obstante, América Latina se ha venido transformando en un destino turístico clave para las reuniones de negocios, convenciones y congresos, y es por ello que un apoyo a esta industria - que genera cerca de 300.000 millones de dólares anuales a nivel mundial – es favorable para el desarrollo de la región. “La industria turística de reuniones de negocios, congresos y convenciones representa el 11% del producto mundial bruto”. (COCAL).
- 2.3 Los eventos de Convenciones ofrecen más ingresos, ventajas comparativas y competitivas frente al turista de vacaciones. El turista de eventos gasta hasta 4 veces más que el de placer, rompe con la estacionalidad, se promociona el destino porque en un alto porcentaje el turista de eventos repite su visita al destino, se mejora la infraestructura necesaria para ofrecer mejores servicios, promueve el intercambio profesional que de otra manera resultaría costoso, se utilizan todos los sectores de servicios y se promueven los sectores productivos locales.
- 2.4 No obstante, además de organizar el sector turístico alrededor de la actividad de eventos, es necesario penetrar en los sectores no turísticos para lograr los resultados: ONG, Sociedades, Empresas, Cámaras, Gobierno Nacional, Regional o Local. Se requiere efectivamente de la colaboración armónica entre los integrantes de toda la cadena.

### **B. La actividad turística en Colombia y en Medellín**

- 2.5 En Colombia se ha trabajado en turismo desde mediados de los 50s, sin lograr un posicionamiento en el mercado internacional con una imagen y productos definidos. Sin embargo, el turismo se ha convertido en los últimos tres años en la tercera fuente de divisas para Colombia -superado sólo por las exportaciones de petróleo y carbón- con ingresos que superan los 2.250 millones de dólares al año, según cifras oficiales.
- 2.6 Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el sector, en todo el país, en el 2010 alcanzará: 4 millones de turistas internacionales y un incremento del 100% del nivel actual de ingreso por turismo, así como la creación de 145.350 puestos de trabajo formales por año. Según un estudio sobre el Sector Turismo en Colombia elaborado por la comunidad de Madrid al 2007 en Colombia el sector turístico contribuía con el 2,2% del total del PIB (1.995€millones), aportaba el 11,2% del total de la inversión en capital con 1.330€millones y generaba alrededor 380.000 empleos directos, el equivalente al

2,2% del total de empleos en el país. La actividad de hotelería y restaurantes en el departamento de Antioquia contribuye con 11.6% del PIB nacional ligado a esta actividad.

- 2.7 No obstante, el turismo de eventos y negocios no ha tenido el impulso necesario, excepto en plazas como Cartagena, debido a una falta de integración con las políticas de desarrollo local y a la organización entre las entidades relevantes. Una ventaja para las regiones, es que a partir de la ley 300 de 1996, se descentralizó el turismo para que cada entidad territorial pudiera definir sus políticas en materia de desarrollo turístico conforme al plan nacional de desarrollo y plan de ordenamiento territorial.
- 2.8 En Medellín, dicho plan contempla aumentar la productividad regional mediante la creación de 5 *clusters* estratégicos bajo la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (CCMA): (i) textil-confección-diseño y moda, con 7.300 empresas, (ii) construcción, con 9.200 empresas, (iii) energía eléctrica, con 1.300 empresas, (iv) servicios especializados de salud, con 3.200 empresas, y (v) Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones<sup>2</sup>, con 6.900 empresas. En dichos clusters locales participan los empresarios del sector (en un 99% MYPIMES), el ente público y la institucionalidad privada.

#### **D. Justificación y adicionalidad**

- 2.9 Medellín ha trabajado durante más de diez años para convertirse en un importante destino del turismo de negocios, ferias y convenciones, no sólo en el País sino a nivel internacional. La apertura del Centro Internacional de Convenciones, que complementa al Palacio de Exposiciones (recinto ferial) y al Teatro Metropolitano, consolida el conjunto Plaza Mayor (de propiedad público-privada) para la celebración de certámenes competitivos en el panorama colombiano y latinoamericano. No obstante, según cifras estadísticas del recinto ferial, de las 435 convenciones que se realizaron en 2008, sólo un 4% (20 eventos) tuvieron carácter internacional, un 6% (26 eventos) tuvieron carácter nacional y un 90% (389 eventos) fueron meramente locales, incluyendo reuniones sociales.
- 2.10 Para lograr que esta Ciudad se convierta en una plataforma para los negocios y la inversión, se requiere con urgencia una base turística consolidada que le permita ofrecer al visitante, ya sea comprador, vendedor o inversionista, unas facilidades de conexión aérea y hospedaje cómodo, y, esencialmente, servicios de talla mundial que generen confianza al visitante.
- 2.11 La actividad turística en Medellín presenta serias deficiencias en la prestación del servicio, escasez de información para tomar decisiones acertadas, desconocimiento de los mercados emisores, poca coordinación entre todas las instancias involucradas en el turismo, factores del entorno desfavorables, desaprovechamiento de ventajas

---

<sup>2</sup> Cada cluster de la CCMA cuenta con una estructura administrativa que consta de un comité asesor (compuesto por los empresarios líderes de la actividad de la región), un director, una secretaria y un equipo de apoyo. El *Cluster Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones*, cuyas empresas tienen activos equivalentes a US\$609 millones y participan con el 1.6% en el PIB de Antioquia, se define como la concentración geográfica regional en Medellín y Antioquia de empresas e instituciones especializadas y complementarias en la actividad de hotelería, alimentación, transporte de pasajeros, agencias de viaje, operadores de eventos, traductores, entre otros, las cuales interactúan entre sí creando un clima de negocios en el que todos pueden mejorar su desempeño, competitividad y rentabilidad.

comparativas y adolece de mecanismos que faciliten la interacción entre todos los actores. Uno de los retos para el sector es generar redes de colaboración entre las instituciones que existen en Medellín y Antioquia relacionadas a las actividades turísticas, puesto que se han observado bajas relaciones de cooperación y alianza entre los componentes del tejido empresarial.

- 2.12 Con el proyecto se busca apoyar la solución de esas deficiencias a través de: el desarrollo de una metodología para la atracción de eventos de negocios para Medellín; articulación del sector de turismo de negocios con los sectores económicos estratégicos definidos para Medellín y Antioquia; y el desarrollo de iniciativas público-privadas para el posicionamiento de Medellín como destino turístico de negocios.
- 2.13 El proyecto forma parte del *cluster* FOMIN “Promoción de la Competitividad Local”, y como tal adopta un concepto de competitividad que no sólo concierne a empresas o sistemas de empresas, sino que también involucra de manera más integrada el contexto territorial de las mismas. En este caso, se requiere de una gobernabilidad basada en la colaboración entre sector privado, sector público, e instituciones de conocimiento, para la realización de actividades de carácter colectivo o “público”. El proyecto tomará en cuenta las lecciones del diseño del proyecto de Competitividad territorial a partir del turismo de negocios en Belo Horizonte aprobado en septiembre de 2008 (ATN/ME-11213-BR).

### III. EL PROGRAMA

#### A. Objetivos

- 3.1 El *objetivo general del proyecto* es contribuir a mejorar la competitividad del sector productivo en Medellín y Antioquia. El *objetivo específico* es fortalecer la estructura empresarial e institucional para posicionar a Medellín y su área Metropolitana como destino turístico de negocios, ferias y convenciones, bajo un modelo de concertación público privado y un enfoque de desarrollo territorial.

#### B. Descripción del proyecto

- 3.2 El proyecto prevé la realización de cuatro componentes que se describen a continuación y se ejecutará de manera coordinada entre los actores del sector público, como la Alcaldía de Medellín con las secretarías de Planeación, Cultura y Salud; la Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín (ACI); entidades público-privadas como: el Buró de Convenciones, el Parque Explora, Clínica Bolivariana; y el sector privado, representado por la CCMA y los clusters de los sectores productivos más relevantes y sus respectivos gremios.

#### **Componente I. Desarrollo de una metodología para la atracción de eventos de negocios para Medellín (FOMIN US\$215.850; Contraparte US\$217.500).**

- 3.3 El propósito de este componente es identificar los activos del territorio que puedan ofrecerse para vender la imagen de Medellín y Antioquia como centro de negocios, eventos y convenciones, y aquellos obstáculos que lo limiten. Se contratarán consultorías para: (i) identificar el inventario turístico y de eventos de negocios; (ii) realización de benchmarking internacional en eventos de negocios; (iii) diseño e implementación de una metodología colectiva y consensuada para identificar los activos y la oferta turística



disponible para eventos de negocios en el territorio; (iv) diseño e implementación de mecanismos de articulación entre los diferentes operadores y prestadores de servicios turísticos y otros sectores productivos que puedan vincularse a la actividad de eventos de negocios; y (vi) la realización de un portafolio de productos y proyectos de negocios para Medellín. Bajo este componente se contratará un consultor internacional especializado que sirva de tutor para el proyecto.

- 3.4 Como resultado se espera contar con un inventario de los activos turísticos y de eventos de negocios, y con un portafolio consensuado y una red de gestión del territorio público-privado para el trabajo en conjunto de atracción de eventos de negocios.

**Componente 2: Articulación de los sectores económicos estratégicos definidos para Medellín y Antioquia con el sector de turismo de negocios (FOMIN US\$586.000; Contraparte US\$488.250) .**

- 3.5 El propósito de este componente es contribuir a la competitividad de las empresas y al desarrollo de nuevos productos por medio de capacitaciones y consultorías especializadas, y el desarrollo de eventos conjuntos intersectoriales.
- 3.6 En lo específico, este componente se propone financiar actividades en las siguientes áreas: (i) asistencia técnica para el diseño y presentación de iniciativas de proyectos de sectores económicos estratégicos ligados a turismo de negocios; (ii) implementación de un fondo concursable para cofinanciar al menos 10 proyectos asociativos innovadores de importancia estratégica para el territorio por un valor máximo no reembolsable de US\$25,000 cada uno; (iii) fortalecimiento de los mecanismos de asociatividad de grupos de empresas establecidas en el cluster de turismo; (iv) implementación de planes de acción colectiva para los grupos creados en el numeral anterior; (v) adaptación e implementación de programas de formación universitaria en turismo de negocios; y (vi) asesoría técnica para proyectos.
- 3.7 El Fondo concursable será cofinanciado por el FOMIN y los criterios de selección de los proyectos, que serán afinados en la ejecución, priorizarán los proyectos que incluyan vinculaciones intersectoriales y que promuevan innovaciones de alto impacto en el contexto territorial, a través de actividades de asistencia técnica y capacitación. Estos criterios están detallados en el Reglamento Operativo del Proyecto. Sin embargo, deberán cumplir mínimamente con lo siguiente: (i) demostrar que los beneficiarios directos o indirectos sean micro y pequeñas empresas; (ii) haber sido diseñados y propuestos colectivamente por un grupo de al menos tres empresas; (iii) presentar evidencia de la existencia de los recursos de contrapartida de las empresas proponentes, que no se considerarán parte de la contrapartida local; (iv) demostrar que las empresas proponentes son de la región del ámbito de actuación del proyecto; (v) que tengan un impacto ambiental neutro o positivo; y (vi) que establezcan un contrato de ejecución entre las entidades proponentes y la CCMA.
- 3.8 Se espera impactar de manera directa a 300 MIPYME de los sectores claves en Medellín ya mencionados, obteniendo: que al menos 15 grupos de alrededor de 10 empresas aumenten sus ventas en un 15% (promedio) y su productividad en un 5% (promedio) a partir de la línea base, habiéndose fortalecido asimismo el mecanismo de asociatividad; 10 proyectos estratégicos de vinculación de los sectores productivos con el turismo de

negocios en ejecución Asimismo, que al menos 3 universidades locales incluyan formación relevante para fomentar el turismo de negocios en la región,

**Componente 3: Desarrollo de Iniciativas público-privadas para el posicionamiento de Medellín como destino de negocios (FOMIN US\$100.000; Contraparte US\$198.000).**

- 3.9 El propósito de este componente es posicionar y promocionar a Medellín con el fin de incrementar el turismo de negocios aprovechando los sectores estratégicos definidos. Para lograr este objetivo, el componente promueve el fortalecimiento de la capacidad de colaboración público-privada a través de la identificación y eventual implantación de soluciones concretas que afectan directa o indirectamente a la imagen de Medellín y el Área Metropolitana, y al sector del turismo de negocios como un todo. Serán financiadas iniciativas de asistencia técnica, capacitación y participación en ferias dirigidas a mejorar los factores de competitividad de Medellín y el Área Metropolitana y su entorno. Estas iniciativas deberán reflejar las prioridades definidas por el Comité Directivo del proyecto, tener un papel catalizador para el desarrollo del sector y comprobar nuevos conceptos y métodos.
- 3.10 Entre las actividades a ser financiadas dentro de este componente están: (i) revisión de la normatividad turística existente; (ii) articulación con la plataforma tecnológica existente en la ciudad; (iii) adaptación de empresas individuales a Medellín digital, la plataforma de la ciudad; (iv) fondo concursable de innovación para iniciativas de proyectos público-privados que consoliden la competitividad de las empresas de los sectores relevantes en el territorio y que generen bienes públicos; (v) participación en ferias internacionales para promover a la ciudad como destino de negocios, desde el conocimiento específico de cada sector relevante en la ciudad; y (vi) diseño de productos turísticos de Medellín.
- 3.11 Como resultado se espera: haber rediseñado la normatividad turística existente de manera que permita la coordinación entre instituciones: establecer una plataforma tecnológica que articule las páginas web de los distintos sectores estratégicos de la ciudad; a manera piloto, que 60 empresas hayan adaptado sus portales para hacerlos compatibles con el plan de mercadeo de la ciudad; se habrán financiado dos iniciativas público-privadas de US\$50,000 cada una que respondan a las prioridades estratégicas definidas en el Componente 1, que requerirán de aportes de contrapartida de al menos el 40%; y haber promocionado la ciudad en eventos internacionales.

**Componente 4: Monitoreo, lecciones aprendidas y difusión (FOMIN US\$83.650; Contraparte US\$182.450).**

- 3.12 El propósito es crear un sistema para hacer el seguimiento y la evaluación de los resultados y sistematizar las lecciones aprendidas. Entre las actividades financiadas se incluye: (i) gestión de comunicación del proyecto; (ii) desarrollo de la línea base del Programa; (iii) implantación de un sistema de monitoreo de los avances de las actividades y su impacto a partir del Manual del Sistema de Monitoreo, de la familia de Proyectos de Promoción de la Competitividad Local-SIMPLED; (iv) documentación y sistematización de la experiencia; (v) seminario de promoción departamental; (vi) seminario internacional de cierre del proyecto; y (vii) participación en eventos FOMIN y otros similares.
- 3.13 Como resultado se espera implantar un sistema de monitoreo que facilite la medición del impacto, documentar y sistematizar la experiencia de manera que sea replicable para

otras regiones, y lograr un intercambio de experiencias a nivel nacional e internacional.

#### IV. COSTO Y FINANCIAMIENTO

- 4.1 El costo total del proyecto será de US\$2.431.820, de los cuales US\$1.225.920 serán aportados por el FOMIN con carácter no reembolsable, mientras la contrapartida de US\$1.205.900 con al menos el 50% en efectivo- será responsabilidad de la CCMA, que recibirá contribución de la Alcaldía de Medellín. Se reconocerán gastos efectuados desde marzo 2009, fecha de elegibilidad del FOMIN, que serán atribuibles a la contraparte local por US\$70.000, siempre que el ejecutor haya cumplido con los procedimientos y políticas aplicables del Banco. Las actividades específicas se incluyen en el Anexo VII, que se encuentra en los archivos técnicos.

Componentes / Actividades	FOMIN	Contraparte		Subtotal	Total	% del total
		Efectivo	Especie			
Componente 1. Desarrollo de una metodología para la atracción de eventos de negocios	215.850	128.600	88.900	217.500	433.350	17.8%
Componente 2. Articulación de sectores económicos estratégicos definidos	586.000	234.750	253.500	488.250	1.074.250	44.2%
Componente 3. Desarrollo de iniciativas público-privada para el posicionamiento de Medellín como territorio competitivo	100.000	166.000	32.000	198.000	298.000	12.3%
Componente 4. Promoción, monitoreo y difusión de resultados	83.650	129.975	52.475	182.450	266.100	10.9%
Unidad ejecutora del programa	147.000	41.463	78.237	119.700	266.700	11.0%
Evaluación intermedia y final	30.000			-	30.000	1.2%
Auditoría intermedia y final	15.000			-	15.000	0.6%
Imprevistos	17.290			-	17.290	0.7%
<b>Sub-total</b>	<b>1.194.790</b>	<b>700.788</b>	<b>505.112</b>	<b>1.205.900</b>	<b>2.400.690</b>	<b>98.7%</b>
Contribución a la cuenta de eval. de impacto	6.130				6.130	0.2%
Cluster Desarrollo local	25.000			-	25.000	1.0%
<b>TOTAL</b>	<b>1.225.920</b>	<b>700.788</b>	<b>505.112</b>	<b>1.205.900</b>	<b>2.431.820</b>	<b>100%</b>
Porcentaje de aportes	49.8%			50.2%	100%	

- 4.2 La **sostenibilidad del proyecto** se basa en tres aspectos claves: (i) la importancia estratégica de la cofinanciación por parte de la Alcaldía de Medellín (carta de compromiso en los archivos técnicos) que garantiza la continuidad de las gestiones que resulten replicables en el proyecto; (ii) el proyecto estimula y apoya la consolidación de una red intersectorial, que de manera informal ha estado iniciando actividades para abordar el tema de cómo aprovechar mejor el potencial del turismo de negocios. La conformación de los clusters sectoriales ya ha sido un paso, y el proyecto pretende financiar acciones y esfuerzos para consolidar esta cooperación; y (iii) la dinámica público-privada generada en torno al tema del territorio con potencial para el turismo de negocios, evolucionará con la asistencia del proyecto a establecerse como una plataforma sobre la cual otros sectores y un mayor número de empresas puedan encadenarse con este sector.

#### V. MECANISMO DE EJECUCIÓN

- 5.1 **Organismo Ejecutor.** El proyecto será ejecutado por la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (CCMA), entidad que a su vez, firmará convenio con la Alcaldía de Medellín para garantizar la aplicación de la contrapartida respectiva. Desde el

año 2005 la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, ha venido trabajando conjuntamente con el Municipio de Medellín y la Gobernación de Antioquia en la realización de varios programas y proyectos que hacen parte de la estrategia de desarrollo empresarial concebida en sus respectivos planes y que mediante un modelo de desarrollo público privado ha logrado generar sinergias que vienen contribuyendo a obtener un desarrollo mas equilibrado para la región.

- 5.2 **Organización de la Ejecución.** Para la ejecución de este proyecto se establecerá un Comité Directivo (CD) que se encargará de orientar, facilitar y apoyar el proyecto. Sus miembros individualmente no pueden cambiar nada de lo acordado con el Banco y con la CCMA. El Comité Directivo estará integrado por un representante de cada una de las siguientes instituciones: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, Alcaldía de Medellín con las secretarías de Planeación, Cultura y Salud, Cluster de turismo, ferias y convenciones, Cluster servicios de medicina y odontología, Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín (ACI) (que promociona a nivel nacional e internacional la inversión en Medellín), Buró de Convenciones (que para el proyecto promueve el comercio de eventos en la región), Parque Explora (atractivo turístico que involucra innovaciones en ciencia, tecnología y física), Clínica Bolivariana, Representante del sector hotelero. Sus responsabilidades se incluyen en el Reglamento Operativo. El Director de proyecto actuará como secretario.
- 5.3 **El CD** se reunirá mensualmente y será responsable de: (i) definir la estrategia del proyecto; (ii) aprobar el plan de actividades, presupuesto y balance anual; (iii) aprobar los proyectos presentados a los fondos concursables de los componentes II y III por aprobación de todos los votantes; (iv) supervisar los avances del plan operativo y resultados, y proponer medidas de corrección cuando sea necesario; y (v) facilitar la solución de problemas que puedan entorpecer la ejecución.
- 5.4 Se creará una **Unidad Ejecutora (UE)**, conformada al interior de la CCMA que estará integrada por un Director de proyecto y un equipo administrativo de soporte. Las funciones específicas se definen en el Reglamento Operativo.
- 5.5 **Desembolsos.** Los desembolsos del proyecto estarán condicionados al cumplimiento de los hitos<sup>3</sup> acordados entre la CCMA y el FOMIN, cuya verificación se hará de acuerdo a los medios acordados. El cumplimiento de dichos hitos no exime a la UE de las responsabilidades de alcanzar las metas establecidas en el Marco Lógico del Proyecto. Los desembolsos se harán mediante el establecimiento de un fondo rotatorio correspondiente al 15% de la contribución. A tales efectos, el primer desembolso se hará contra el cumplimiento de las condiciones previas (hito 0). Los recursos desembolsados serán los requeridos en función a las necesidades de gasto del Proyecto, relacionadas con actividades y costos programados en la planificación semestral.
- 5.6 Los hitos serán revisados conjuntamente entre la Agencia Ejecutora y el BID/FOMIN con motivo de la presentación del primer ejercicio de Planificación Operativa Semestral al inicio del proyecto (condición previa), y las auditorías operativas realizadas en las visitas técnicas. Los hitos podrán ser revisados durante la ejecución del proyecto y

---

<sup>3</sup> Metas mínimas a cumplir en indicadores críticos, que de no ser alcanzadas comprometen la factibilidad técnica en la implementación del proyecto.

reprogramados. La Agencia Ejecutora también podrá solicitar al Banco la modificación de los hitos siempre y cuando éstos no hayan vencido.

- 5.7 La evaluación institucional y de riesgo de la capacidad de la CCMA para la contratación de servicios y adquisición de bienes, y para la gestión administrativa-financiera-contable, determinó que el nivel de riesgo para la gestión administrativa y financiera es bajo (Documento Técnico VI). Por tanto, el Equipo de Proyecto ha definido que los procesos de adquisiciones y la revisión de desembolsos se hará ex post, y con una frecuencia semestral.
- 5.8 **Adquisición de bienes y servicios.** El Beneficiario realizará las adquisiciones de bienes y servicios y las contrataciones de servicios de consultoría contemplados en el Proyecto y aprobados previamente por el Banco a través del Plan de Adquisiciones. Dichas adquisiciones/contrataciones serán llevadas a cabo según la política del Banco (documentos GN-2349-7 y GN-2350-7), y los lineamientos del FOMIN. En el caso de que el beneficiario reciba una evaluación favorable por parte del Especialista Principal en Adquisiciones de la Representación en Colombia, el Banco considerará aceptable la utilización de los procedimientos del Beneficiario, siempre y cuando estos no estén en desacuerdo con las políticas mencionadas.

## VI. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- 6.1 **Informes de avance del proyecto.** La agencia ejecutora será responsable de presentar a la representación del Banco en Colombia, Informes de Avance del Proyecto (PSR por sus siglas en inglés) dentro de los 30 días siguientes al vencimiento de cada semestre o con mayor frecuencia, y en las fechas en que el FOMIN determine, informando a la Agencia Ejecutora con por lo menos 60 días de anticipación. Estos informes seguirán un formato previamente acordado con el FOMIN, reportarán el avance en cuanto a la ejecución del proyecto, cumplimiento de hitos, los resultados obtenidos y su contribución al logro de los objetivos del proyecto, en función a lo indicado en el Marco Lógico y a otros instrumentos de planificación operativa. También se reportarán los problemas encontrados durante la ejecución y las posibles soluciones. Dentro de los 90 días anteriores al vencimiento del plazo de ejecución, la agencia ejecutora presentará al FOMIN un Informe Final (PSR Final) en el que se detallarán los resultados alcanzados, el plan de sostenibilidad y las lecciones aprendidas.
- 6.2 **Seguimiento financiero.** La agencia ejecutora establecerá y será la responsable de mantener una adecuada contabilidad de las finanzas, el control interno y de los sistemas de archivo del proyecto, siguiendo lo establecido en las normas y políticas de contabilidad y auditoría del BID/FOMIN. El FOMIN contratará auditores independientes para llevar a cabo anualmente la auditoría de los estados financieros.
- 6.3 **Evaluaciones.** Se realizarán dos evaluaciones por consultores independientes que se basarán en la línea de base y en el Manual del Sistema de Monitoreo de la familia de Proyectos de Promoción de la Competitividad Local-SIMPLED- desarrollado para los proyectos cluster FOMIN “Promoción de la Competitividad Local”: la primera cuando se hayan desembolsado el 50% de la contribución o cumplido 18 meses, lo que pase primero, y la segunda dos meses antes de finalizar el plazo de ejecución. La primera evaluación considerará: (i) el mecanismo de ejecución del programa, la colaboración interinstitucional; (ii) el nivel de responsabilidad y participación de las diversas instituciones del sector privado en el desarrollo de las actividades; (iii) el grado de

cumplimiento de las actividades programadas; (iv) el mecanismo de funcionamiento de los fondos concursables y la calidad de los proyectos seleccionados; (v) la efectividad del sistema de monitoreo y seguimiento; (vi) apoyar en la definición de una estrategia de sostenibilidad del proyecto; y (vii) la eficacia de las acciones realizadas y el grado de cumplimiento de los indicadores del Marco Lógico. La evaluación final deberá concentrar la atención sobre: (i) los tipos de empresas y asociaciones beneficiadas; (ii) los mecanismos de funcionamiento de las fondos concursables; (iii) colaborar en la identificación de experiencias realizadas en el proyecto que pudieran ser objeto de transferencia hacia otras partes de Colombia; (iv) el impacto en los ingresos por ventas de servicios y productos de las empresas; (v) el aumento en el número de empresas que se benefician de un mayor auge de turismo de negocios; (vi) la satisfacción de las empresas beneficiarias; y (vii) el nivel de sostenibilidad del programa.

## **VII. BENEFICIOS Y RIESGOS DEL PROGRAMA**

- 7.1 **Beneficiarios.** El proyecto beneficiará indirectamente a unas 600 micro, pequeñas y medianas empresas vinculadas a los sectores productivos en Medellín (sector de turismo de negocios, textil y moda, salud, construcción y energía) a través de las actividades de capacitación, consultorías, formación de redes; y a 300 de ellas de manera directa, por los subproyectos específicos de innovación y modernización. Asimismo, se beneficiarán directamente las instituciones de fomento empresarial de Medellín.
- 7.2 **Riesgos.** Los principales riesgos que enfrenta esta operación son: (i) riesgo de ejecución, considerando la organización de la ejecución; pueden surgir dificultades entre las entidades participantes para colaborar eficazmente en el marco del proyecto, y para articularse con la estrategia de Medellín de posicionarse como ciudad competitiva de eventos; y (ii) riesgo de demanda: la dificultad por parte de los empresarios para concordar acciones colectivas, con la consecuente escasez de demanda para los fondos concursables. Para mitigar el primer riesgo se prevén actividades de articulación y capacitación tanto a las entidades públicas como las privadas, que se consolidan desde la manera como se forma el Comité Directivo. Como mitigante del segundo riesgo, se incluyeron en el primer componente unas actividades específicas, en particular acciones para la generación de confianza, y soporte para la formación de la red intersectorial. Se considera además un riesgo adicional cuyos mitigantes están fuera del alcance del proyecto, y es la eventualidad de que la situación de seguridad en Medellín se deteriore y dificulte la promoción de la ciudad como destino de eventos y turismo de negocios.

## **VIII. TEMAS AMBIENTALES Y SOCIALES**

- 8.1 Si bien el proyecto se enfoca en el desarrollo territorial como un todo, y en el sector de turismo de negocios de manera particular, antes que en la resolución directa de problemas sociales o ambientales del área metropolitana de Medellín, el proyecto está fuertemente comprometido con el principio de desarrollo sostenible de los sectores. De manera particular, se fomentarán las mejores prácticas entre empresas de los distintos sectores para adaptar tecnologías limpias y mecanismos de ahorro energético.
- 8.2 Por otro lado, las capacitaciones y las asesorías tomarán en cuenta los aspectos ambientales y de seguridad laboral. Adicionalmente, los fondos concursables establecerán pautas que darán preferencia a los proyectos que sean sostenibles tanto económicamente como ambientalmente.

**Aumento de la Competitividad de Medellín y Antioquia a partir de la vinculación del territorio con eventos de negocios. (CO-M1060)**  
**MARCO LÓGICO**

SÍNTESIS DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<b>FIN</b>			
Contribuir a mejorar la competitividad de Medellín y Antioquia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>3 años después del proyecto se observa un flujo creciente y sostenido de turistas de negocios.</li> <li>Por lo menos se mantiene el presupuesto municipal dedicado al tema de turismo.</li> <li>3 años después de finalizado el proyecto, Medellín mejora su posición en el ranking de ICCA – International Congress and Convention Association-, que mide el posicionamiento de país y ciudad por eventos internacionales realizados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ranking ICCA 2015.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se tiene estabilidad política, comercial y económica.</li> <li>No se presentan fenómenos naturales, de seguridad y de salud pública que afecten directamente las actividades del turismo de negocios en la región.</li> </ul>
Fortalecer la estructura empresarial e institucional para posicionar a la ciudad/región de Medellín y el Área Metropolitana como destino turístico de negocios, ferias y convenciones.	<p>A los 36 meses de ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Al menos 300 mipymes se benefician integralmente de las acciones del proyecto.</li> <li>Al menos 15 grupos de MIPYMES aumentan sus ventas en promedio en 15% con respecto a la línea de base.</li> <li>Los 15 grupos aumentan su productividad en 5% en promedio a partir de la línea base.</li> <li>Ha aumentado el número de eventos y convenciones de negocios en Medellín y su Área Metropolitana en al menos un 30%.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Línea base y sistema de monitoreo de indicadores.</li> <li>Informes trimestrales y final de avance del Proyecto.</li> <li>Evaluaciones Intermedia y Final del Proyecto.</li> <li>Política pública local documentada y aprobada.</li> <li>Documento del Plan Regional Público - Privado</li> <li>Estadísticas de incremento en ventas y productividad de acuerdo al seguimiento del proyecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El Concejo de Medellín aprueba la política pública.</li> <li>Se tiene un modelo de gestión público – privado.</li> </ul>
<p><b>I. Desarrollo de una metodología para la atracción de eventos de negocios para Medellín.</b></p> <p>El propósito de este componente es identificar los activos del territorio que puedan ofrecerse para vender la imagen de Medellín y Antioquia como</p>	<p><b>En el mes 18</b> Se tiene una metodología consensuada definida.</p> <p><b>Al mes 12</b> Se tiene mínimo 1 convenio de colaboración público- privado para la implementación de la metodología, con</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Metodología para la atracción de eventos de negocios.</li> <li>Registro de asistencia y memorias de las capacitaciones.</li> <li>Agenda interinstitucional.</li> </ul>	<p><b>Para todos los componentes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Se mantiene el interés empresarial por desarrollar acciones e iniciativas asociativas.</li> <li>Existe un contexto favorable</li> </ul>

SÍNTESIS DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
centro de negocios, y aquellos obstáculos que lo limiten.	<p>mínimo 5 entidades vinculadas.</p> <p><b>En los primeros 12 meses</b> Se realizaron al menos 4 eventos de sensibilización con 600 actores. Se realizarán al menos 8 eventos de capacitación con grupos de 30 personas en promedio.</p> <p><b>A los 36 meses</b> Se ha cumplido al menos el 90% de la agenda comprometida para el proyecto. Se tiene un 1 plan de trabajo a partir de la agenda comprometida.</p>		<p>para la permanencia de acciones articuladas entre empresas e instituciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Se tiene un adecuado nivel de coordinación entre las instituciones participantes.</li> </ul>
<p><b>II. Articulación de los sectores económicos estratégicos definidos para Medellín y Antioquia con el sector de turismo de negocios.</b></p> <p>El propósito de este componente es contribuir directamente a la competitividad de las empresas y al desarrollo de nuevos productos por medio de capacitaciones y consultorías especializadas y el desarrollo de eventos conjuntos intersectoriales.</p>	<p><b>En el mes 18</b> Se tienen al menos 5 iniciativas conjuntas financiadas de los sectores económicos estratégicos. Se tiene al menos una propuesta curricular para implementar programas de formación en las Universidades.</p> <p><b>En el mes 24</b> Se tienen las restantes 5 iniciativas conjuntas financiadas de los sectores económicos estratégicos.</p> <p><b>En el mes 30</b> Se tienen al menos 15 grupos asociativos con su plan de trabajo ejecutado al 90%. Al menos 3 universidades hayan iniciado un programa de formación relacionado con turismo de negocios.</p> <p><b>En el mes 36</b> Se ha ejecutado al menos el 90% del plan. Al menos 15 grupos asociativos han incrementado sus ventas en promedio en 15% y su productividad en promedio el 5% sobre la línea base.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proyectos presentados.</li> <li>Cronogramas de trabajo de proyectos aprobados.</li> <li>Informe de ejecución presupuestal.</li> <li>Listados de asistencia y actas de reuniones.</li> <li>Documento con el programa de formación de las universidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existe capacidad organizativa, financiera y asociativa para que las empresas puedan implementar los proyectos.</li> <li>Se mantiene el interés por parte de las universidades en vincularse al proyecto.</li> </ul>
<b>III. Desarrollo de Iniciativas publico-privadas para el posicionamiento de Medellín</b>	<p><b>Al mes 18</b> Se terminarán las 5 consultorías para revisión de la normatividad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Documento que contiene la normatividad turística ajustada</li> <li>Documento que contiene la política</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existe capacidad organizativa, financiera y asociativa para implementar las iniciativas</li> </ul>



SÍNTESIS DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p><b>como destino de negocios</b></p> <p>El propósito de este componente es posicionar y promocionar a Medellín con el fin de incrementar el turismo de negocios aprovechando los sectores estratégicos definidos.</p>	<p><b>En el mes 24</b> Se tiene la normatividad turística ajustada. Se ha finalizado el diseño de los contenidos turísticos y se tienen definidas las empresas que se incluirán en la plataforma tecnológica de la ciudad. Se tienen al menos 2 iniciativas público-privadas innovadoras. Se tiene el diseño de los productos turísticos de Medellín.</p> <p><b>En el mes 30</b> Se tiene aprobado una política pública por el Concejo de Medellín en materia de turismo.</p> <p><b>En el mes 36</b> Se tiene al menos un municipio de Antioquia, adicional a Medellín, que se acoge a la política pública. Se tiene al menos una propuesta de política pública que se le presenta a la Gobernación de Antioquia. Plan regional público-privado para posicionar a la ciudad-región como destino de negocios e ha ejecutado al menos al 90%.</p>	<p>pública</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contenidos turísticos incluidos en la plataforma de Medellín Digital</li> <li>• Propuestas innovadoras de las empresas</li> <li>• Portafolio de productos turísticos para los negocios</li> </ul>	<p>público – privadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se logra un adecuado nivel de coordinación entre los representantes del sector público y el privado.</li> </ul>
<p><b>IV. Monitoreo, lecciones aprendidas y difusión</b></p> <p>El propósito de este componente es crear un sistema para hacer el seguimiento y la evaluación de los resultados y sistematizar las lecciones aprendidas</p>	<p><b>A los 36 meses</b> El proyecto es conocido por el público en todos los niveles. Al menos 1 evento ha sido realizado en Antioquia para la divulgación de resultados de impacto. El documento con la metodología diseñada en el proyecto se le ha socializado al sector público y privado. Se programó 1 evento internacional de cierre para mostrar los beneficios del programa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registro fotográfico</li> <li>• Listados de asistencia</li> <li>• Video de resultados del proyecto</li> <li>• Documento sistematizado de la metodología desarrollada en el proyecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe interés por parte de otras instituciones regionales por conocer y replicar los resultados.</li> </ul>

<b>ACTIVIDADES</b>			
<b>Componente I. Desarrollo de una metodología para la atracción de eventos de negocios para Medellín.</b>			
<p>1.1 Un estudio para identificar el Inventario turístico y de eventos de negocios.</p> <p>1.2 Realización de benchmarking internacional en eventos de negocios.</p> <p>1.2.1 Consultoría presencial con asistencia internacional</p> <p>1.2.2 Misiones exploratorias a ciudades referentes para conocer buenas prácticas</p> <p>1.3 Diseño e implementación de una metodología consensuada de ciudad para la atracción de eventos</p> <p>1.3.1 4 eventos de sensibilización para los actores</p> <p>1.3.2 Consultor internacional</p> <p>1.3.3 8 eventos de capacitación para los actores</p> <p>1.3.4 Fortalecimiento de la estructura de cluster, con creación de una red de gestión del territorio para atraer negocios</p> <p>1.3.5 Diseñar un canal de comunicación para la red.</p> <p>1.3.6 Consultoría internacional especializada de apoyo para la ejecución del proyecto.</p> <p>1.3.7 Diseño e implementación de la metodología</p>	<p><b>En el mes 24</b> Se habrá contratado 4 consultores o una firma consultora presencial para la realización de un inventario turístico.</p> <p><b>En el mes 6</b> Se habrá contratado una firma consultora internacional para realización de benchmarking.</p> <p><b>En el mes 24</b> Se habrán realizado 5 misiones con grupos de 3 personas.</p> <p><b>En el mes 24</b> Se habrán realizado 4 eventos de sensibilización.</p> <p><b>En el mes 8</b> Se tiene contratado un consultor internacional para el diseño de la metodología.</p> <p><b>En el mes 12</b> Se habrán realizaron al menos 8 eventos de capacitación con grupos de 30 personas en promedio.</p> <p><b>En el mes 12</b> Se habrá contratado a una firma consultora de apoyo para implementar la metodología.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inventario turístico y de eventos de negocios</li> <li>• Listados de asistencia de los eventos</li> <li>• Registro fotográfico</li> <li>• Informe de misiones exploratorias</li> <li>• Acuerdo de colaboración entre las instituciones que harán parte de la red de gestión del territorio</li> </ul>	<p>Interés de las distintas entidades tanto públicas como privadas de participar en una metodología consensuada para la atracción de eventos.</p>
<b>Componente II: Articulación de los sectores económicos estratégicos definidos para Medellín y el Area metropolitana con el sector de turismo de negocios</b>			
<p>2.1 Asistencia técnica para el diseño y presentación de iniciativas de proyectos, de sectores económicos estratégicos, ligados a turismo de negocios.</p> <p>2.2 Implementación de un fondo compartido para financiar</p>	<p><b>En el mes 6</b> 1 firma local que apoye el diseño de 20 proyectos.</p> <p><b>En el mes 12</b> 10 iniciativas presentadas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propuestas presentadas</li> <li>• Reglamentación del fondo</li> <li>• Registro de inscripción de empresas y planes de acción</li> <li>• Contratos de asesoría técnica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El trabajo se desarrolla con sectores que tienen relevancia económica para la región con oportunidad de desarrollo de negocios a partir de la realización de eventos.</li> </ul>

<p>iniciativas de proyectos</p> <p>2.3 Fortalecimiento de los mecanismos de asociatividad de grupos de empresas establecidas en el cluster de turismo</p> <p>2.4 Implementación de planes de acción colectiva para los grupos creados en el numeral anterior.</p> <p>2.5 Adaptación e implementación de programas de formación universitaria en turismo de negocios</p> <p>2.6 Asesoría técnica para proyectos</p>	<p><b>En el mes 24</b> 15 grupos asociativos fortalecidos con capacitaciones y asistencia técnica.</p> <p><b>En el mes 30</b> 15 planes formulados y en proceso de implementación.</p> <p><b>En el mes 30</b> 4 universidades con al menos un programa de formación.</p> <p><b>En el mes 18</b> Un consultor local contratado para asesoría técnica.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Los sectores estratégicos presentan proyectos adecuados a los criterios.</li> </ul>
<b>Componente III: Desarrollo de Iniciativas público-privadas para el posicionamiento de Medellín como destino de negocios</b>			
<p>3.1 Consultorías especializadas para revisar la normatividad turística existente</p> <p>3.2 Consultoría para articulación con la plataforma tecnológica existente en la ciudad.</p> <p>3.3 Consultoría para adaptación de empresas individuales a Medellín digital</p> <p>3.4 Fondo concursable de innovación para iniciativas de proyectos público- privadas</p> <p>3.5 Participación en ferias internacionales para promover a la ciudad como destino de negocios, desde el conocimiento específico de cada <i>cluster</i>.</p> <p>3.6 Consultoría para diseño de productos turísticos de Medellín.</p>	<p><b>En el mes 12</b> 5 consultorías contratadas.</p> <p><b>En el mes 12</b> 1 consultoría contratada para articulación con la plataforma de la ciudad.</p> <p><b>En el mes 24</b> 60 empresas adaptadas a Medellín Digital.</p> <p><b>En el mes 24</b> Un fondo constituido para financiación de iniciativas.</p> <p><b>En el mes 36</b> 6 ferias internacionales visitadas.</p> <p><b>En el mes 18</b> Se tiene contratada la consultoría para el diseño de productos turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe de participación en la feria</li> <li>Diseño del portafolio de productos turísticos para los negocios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interés de las empresa para cofinanciar las actividades de asistencia técnica y capacitación que les permitan mejorar su competitividad.</li> <li>Fondos de contraparte disponibles para participar en los fondos concursables.</li> <li>Disponibilidad de Medellín Digital para incluir información sobre las empresas que participen en el proyecto.</li> </ul>

Componente IV: Promoción, Monitoreo y difusión de resultados			
<p>4.1 Gestión de comunicación del proyecto</p> <p>4.1.1 Diseño campaña comunicación</p> <p>4.1.2 Implementación campaña comunicación.</p> <p>4.2 Desarrollo de la línea base del Programa.</p> <p>4.3 Implantación de un sistema de monitoreo de los avances de las actividades y su impacto.</p> <p>4.4 Documentación y sistematización de la experiencia</p> <p>4.5 Seminario de promoción departamental.</p> <p>4.6 Seminario internacional de cierre del proyecto.</p> <p>4.7 Participación en eventos FOMIN y otros similares</p>	<p><b>En el mes 2</b> Se tiene contratado el comunicador del proyecto.</p> <p><b>En el mes 3</b> Se tiene diseñada la campaña de comunicación.</p> <p><b>A los 12 meses</b> Línea base construida.</p> <p><b>A los 12 meses</b> Sistema de monitoreo construido.</p> <p><b>A los 36 meses</b> Se tiene la documentación sistematizada del proyecto.</p> <p><b>Al mes 36</b> Al menos 1 evento en Antioquia ha sido realizado para divulgación de resultados de impacto.</p> <p><b>En el mes 36</b> Se programó 1 evento internacional de cierre para mostrar los beneficios del programa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe de gestión de comunicaciones.</li> <li>• Informe de progreso y final.</li> <li>• Informes de seguimiento de la Cámara.</li> <li>• Manual de la experiencia publicado.</li> <li>• Registro de asistentes y memorias del seminario.</li> </ul>	<p>Interés de otras regiones de adoptar las lecciones aprendidas del proyecto en esta región.</p>

CO-M1060- ANEXO 2. PRESUPUESTO DETALLADO

8/31/2009					CONTRAPARTIDA LOCAL			TOTAL en US\$
COMPONENTES/Actividades	Unidad	Quant.	V. Unit. Dólar	FOMIN	Efectivo (1)	Especie (2)	Subtotal	TOTAL
<b>Componente 1. Desarrollo de una metodología para la atracción de eventos de negocios</b>								
1.1 Estudio para identificar el inventario turístico y de eventos de negocios (meses)	1	3	2,500	7,500			0	7,500
1.2 Realización de benchmarking internacional de eventos de negocios (entre LAC y Colombia)				150,000	0	0	0	150,000
1.2.1 Consultoría especializada en benchmark	1	3	25,000	75,000			0	75,000
1.2.2 Misiones exploratorias para conocer buenas prácticas a ciudades referentes	3	5	5,000	75,000			0	75,000
1.3 Diseño e implementación de una metodología consensuada de ciudad para la atracción de eventos				37,600	128,600	88,900	217,500	255,100
1.3.1 Cuatro (4) eventos de sensibilización entre los actores	1	4		37,600		38,300	38,300	75,900
Consultor internacional	4	3	2,300	27,600			0	27,600
Espacio para 150 personas	1	4	2,500	10,000			0	10,000
1.3.2 8 eventos de capacitación para los actores					35,600	13,600	49,200	49,200
Materiales	30	8	50			12,000	12,000	12,000
Espacio	1	8	200			1,600	1,600	1,600
Consultor internacional	1	4	4,900		19,600		19,600	19,600
Consultor de apoyo	1	8	2,300		16,000		16,000	16,000
1.3.3 Fortalecimiento de la estructura de cluster con creación de una red de gestión del territorio para atraer negocios (consultoría)	2	12	5,000		53,000	37,000	90,000	90,000
1.3.4 Diseño de la metodología	1	4	10,000		40,000		40,000	40,000
1.4 Consultoría internacional de apoyo para la ejecución del proyecto	1	5	4,150	20,750			0	20,750
<b>Subtotal Componente 1</b>				<b>215,850</b>	<b>128,600</b>	<b>88,900</b>	<b>217,500</b>	<b>433,350</b>
<b>Componente 2. Articulación de sectores económicos estratégicos definidos</b>								
2.1 Asistencia Técnica para el diseño y presentación de iniciativas de proyectos, de sectores económicos estratégicos ligados al turismo de negocios	1	20	1,500		30,000		30,000	30,000
2.2 Implementación de un fondo de cofinanciación de 10 iniciativas conjuntas	1	10	25,000	250,000			0	250,000
2.3 Fortalecimiento de los mecanismos de asociatividad de los grupos de empresas establecidas en el Cluster de turismo de negocios de la región	1	15	24,000	252,000	27,500	80,500	108,000	360,000
2.4 Implementación de planes de acción de los grupos asociativos formados	1	15	15,000		105,000	120,000	225,000	225,000
Medición de la productividad para los grupos asociativos	1	15	7,150		57,250	50,000	107,250	107,250
2.5 Adaptación e implementación de programas de formación universitaria en turismo de negocios	1	4	4,500		15,000	3,000	18,000	18,000
2.6 Asesoría técnica para proyectos	1	42	2,000	84,000			0	84,000
<b>Subtotal Componente 2</b>				<b>586,000</b>	<b>234,750</b>	<b>253,500</b>	<b>488,250</b>	<b>1,074,250</b>

<b>3 Componente 3. Desarrollo de iniciativas público-privada para el posicionamiento de Medellín como territorio competitivo</b>								
3.1	Consultorías especializadas para revisar la normatividad turística existente	2	5	3,000		30,000	30,000	30,000
3.2	Consultoría para articulación con la plataforma tecnológica existente (Medellín Digital)	1	1	30,000		30,000	30,000	30,000
3.3	Consultorías para adaptación de empresas individuales a Medellín Digital	1	60	600		36,000	36,000	36,000
3.4	Fondo concursable de innovación para iniciativas público-privadas	1	2	50,000	100,000		0	100,000
3.5	Participación en ferias internacionales para promover la ciudad como centro de negocios, desde el conocimiento específico de cada cluster.	1	6	7,000	40,000	2,000	42,000	42,000
3.6	Diseño de un portafolio de productos de Medellín.	1	5	12,000	30,000	30,000	60,000	60,000
<b>Subtotal Componente 3</b>				<b>100,000</b>	<b>166,000</b>	<b>32,000</b>	<b>198,000</b>	<b>298,000</b>
<b>4 Componente 4. Promoción, monitoreo y difusión de resultados</b>								
4.1	Gestión de comunicación del proyecto				38,000	113,000	0	151,000
4.1.1	Comunicador	1	1	83,000		83,000	83,000	83,000
4.1.2	Diseño de campaña de comunicación	1	1	30,000		30,000	30,000	30,000
4.1.3	Implementación	1	1	38,000	38,000		0	38,000
4.2	Desarrollo de la línea de base del Programa	1	6	8,850	4,400	1,600	47,100	53,100
4.3	Implantación de un sistema de monitoreo de los avances de las actividades y su impacto	1	4	5,000	10,000	10,000	10,000	20,000
4.4	Documentación y sistematización de la experiencia	1	3	2,000	6,000		0	6,000
4.5	Seminario de promoción en el departamento	1	1	7,000	7,000		0	7,000
4.6	Seminario internacional de cierre del proyecto	1	1	21,500	10,750	5,375	5,375	21,500
4.7	Participación en eventos FOMIN y otros eventos internacionales	1	3	2,500	7,500		0	7,500
<b>Subtotal Componente 4</b>				<b>83,650</b>	<b>129,975</b>	<b>52,475</b>	<b>182,450</b>	<b>266,100</b>
<b>Gestion del Proyecto</b>								
<b>Unidad ejecutora del programa</b>								
	Director de proyecto	mes	42	3,500	147,000		0	147,000
	Apoyo financiero y contable		42	1,500		18,783	44,217	63,000
	Gastos administrativos		42	450			18,900	18,900
	Secretaria		42	900		22,680	15,120	37,800
	<b>Subtotal U. Ejecutora</b>				<b>147,000</b>	<b>41,463</b>	<b>78,237</b>	<b>266,700</b>
	Evaluación intermedia y final		2	15,000	30,000		0	30,000
	Auditoría intermedia y final		2	7,500	15,000		0	15,000
	Imprevistos			17,290	17,290		0	17,290
<b>Sub-total</b>				<b>1,194,790</b>	<b>700,788</b>	<b>505,112</b>	<b>1,205,900</b>	<b>2,400,690</b>
	Contribución a la cuenta de evaluación de impacto				6,130		0	6,130
	Cluster Desarrollo local				25,000		0	25,000
							0%	
<b>TOTAL</b>				<b>1,225,920</b>	<b>700,788</b>	<b>505,112</b>	<b>1,205,900</b>	<b>2,431,820</b>
<b>Contribuciones Porcentuales</b>				<b>49.77%</b>	<b>58.1%</b>	<b>41.9%</b>	<b>49.59%</b>	<b>100%</b>