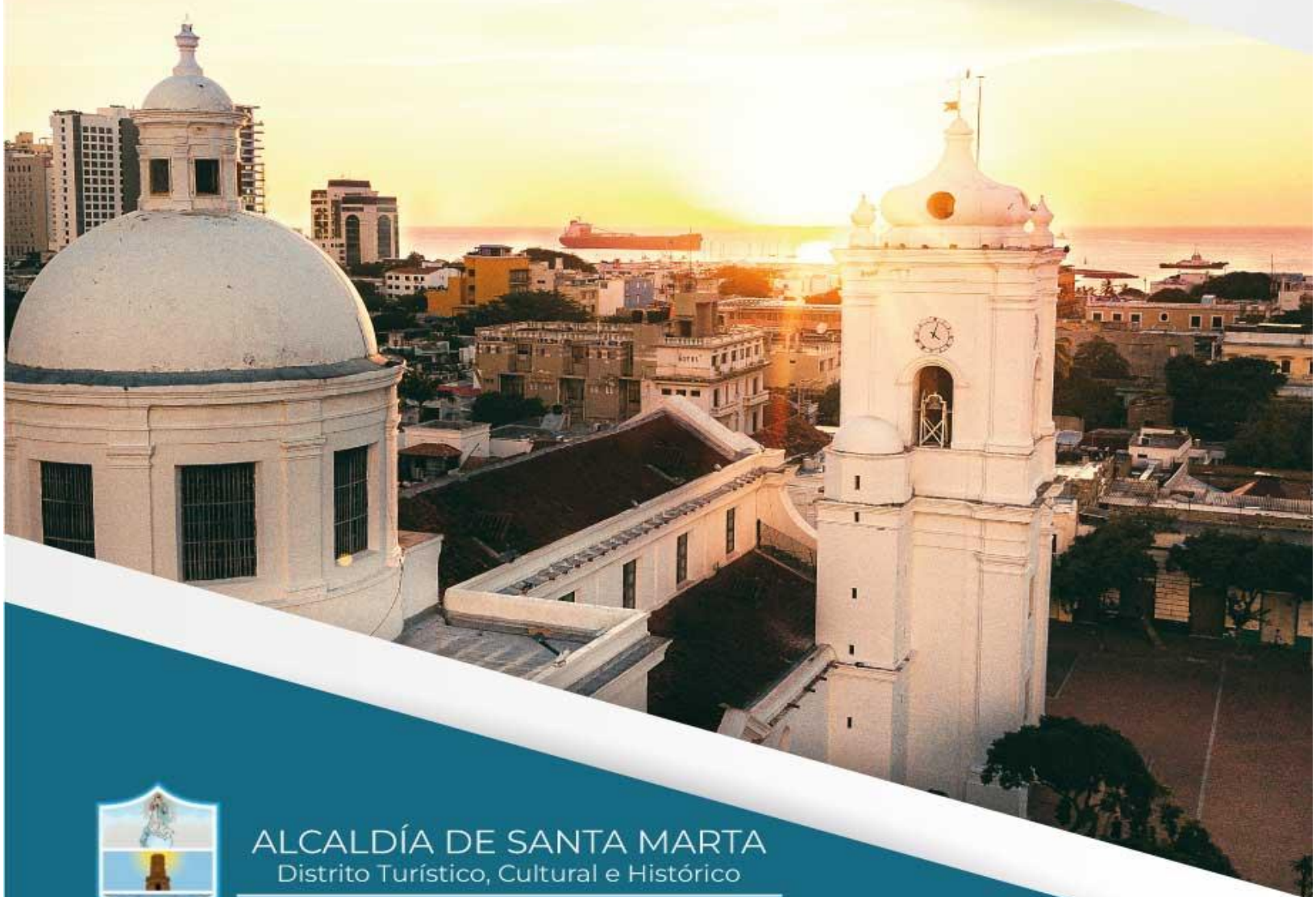


INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS

INDETUR 2024



ALCALDÍA DE SANTA MARTA
Distrito Turístico, Cultural e Histórico

Instituto Distital de Turismo
de Santa Marta

WWW.INDETUR.GOV.CO
CALLE 15 No 2 - 60 Ed. Bolivar Piso 3
@INDETURSMR



Contenido

OBJETIVO	3
ALCANCE	3
MARCO NORMATIVO	3
INFORME DE GESTION DE DIRECCION – INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA 2024	4
AREA SUBDIRECCION CORPORATIVA-	4
GESTION DEL TALENTO HUMANO	4
PLANTA ACTUAL DEL INSTITUTO DISTRITAL DE SANTA MARTA	5
AREA DEL TALENTO PLANTA CONTRACTUAL	10
INFORME DE GESTIÓN ATENCIÓN AL CIUDADANO	13
ÁREA JURÍDICA Y CONTRACTUAL	15
ÁREA CONTROL INTERNO	22
AREA DE PROMOCION Y MERCADEO	33
INTRODUCCIÓN DE SU AREA MISIONAL	33
PROGRAMAS, PROYECTOS O ACTIVIDADES EJECUTADOS DURANTE LA VIGENCIA	33

OBJETIVO

Informar en cumplimiento con lo planteado en la Ley 7212 de 2014 “Por la cual se crea la Ley de Transparencia y el Decreto de Acceso a la información pública nacional y se dictan otras disposiciones, la gestión realizada en el área administrativa y misional del Instituto Distrital de Turismo de Santa Marta- INDETUR en la vigencia 2024.

ALCANCE

El presente informe de gestión de la vigencia fiscal 2024, compila todas las acciones realizadas por las diferentes áreas administrativas y misionales del INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA

MARCO NORMATIVO

- ✓ Decreto 312 del 29 de diciembre de 2016, Por medio del cual se rediseña y moderniza la administración de la alcaldía del distrito Turístico, Cultural e histórico de Santa Marta, las funciones de sus organismos dependencias y entidades descentralizadas, se crean unas entidades y se dictan otras disposiciones:
- ✓ Ley 909 de 2004 *“señala que las entidades deberán formular y adoptar anualmente los planes estratégicos de talento humano*
- ✓ Ley 2068 de 2020, actualización de la Ley del turismo
- ✓ Ley 80 de 1993. Por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública
- ✓ Ley 1672 de 2013 Por la cual se establecen los lineamientos para la adopción de una política pública de gestión integral de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE).
- ✓ Ley 1150 de 2007, Por medio de la cual se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993, y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación estatal

- ✓ Ley 734 de 2002, Código único Disciplinario
- ✓ Decreto 111 de 1996 -Estatuto Orgánico del Presupuesto
- ✓ Ley 152 de 1994 La ley Orgánica del Plan de Desarrollo

INFORME DE GESTION DE DIRECCION – INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA 2024

En el ejercicio de mi cargo como director general, se me nombro mediante Decreto No. 018 de enero 2024, acta de posesión No. 022 de 2 de enero, en mi desempeño durante la vigencia 2024, conjuntamente con mi equipo de trabajo, se ha venido implementando y cumpliendo con los procedimientos por las diferentes áreas del **INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA**, se cumplió con los lineamientos del plan de acción de la entidad y los criterios establecidos en el MIPG de la Función Pública, como la ejecución de las metas del Plan de Desarrollo Distrital, desarrolladas por las áreas misionales

AREA SUBDIRECCION CORPORATIVA-

La subdirección Corporativa es un área del **INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA**, que dentro del marco de la organización institucional se creó la subdirección y funciones abarca las áreas Administrativas, Talento Humano, Atención al ciudadano, financiera, presupuesto y Tesorería, recursos físico, somos una área que fortalece y articula todo el proceso de Gestión Administrativa para el cumplimiento de la misionalidad del Instituto.

GESTION DEL TALENTO HUMANO

El Instituto Distrital de Turismo de Santa Marta, ha buscado el fortalecimiento del área y en su plan de acción cuyas actividades y objetivos están enfocados en el cumplimiento de los estándares de gestión y calidad, se actualizaron los planes de talento humano, el PIC, el de bienestar y el Plan de Vacantes se formularon las políticas que componen el Modelo Integrado del MIPG de la función pública.

El instituto Distrital de Turismo se creó mediante decreto 312 y empezó funciones el 10 de noviembre de 2017, con una planta funcional de 8 funcionarios de planta debidamente proveídos, gradualmente se han venido adoptando los cargos de acuerdo con las necesidades exigidas para cumplir funcionalmente

La estructura funcional del Instituto Distrital de Turismo de Santa Marta, fue adoptada mediante facultades otorgadas al Consejo Directivo, y estudios técnicos y jurídicos Elaborados por la **UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSE DE CALDAS**

CARGO	CODIGO	NIVEL	PERSONAL REQUERIDO
Director de la Entidad Descentralizada	050	03	1
Subdirector de la Entidad Descentralizada	084	02	3
Jefe de Oficina	006	01	3
Asesor	105	02	1
Asesor	105	01	1
Profesional Especializado	222	04	4
Profesional Universitario	219	03	2
Profesional Universitario	219	02	8
Profesional Universitario	219	01	4
Técnico Operativo	314	03	3
Técnico Operativo	314	02	2
Técnico Operativo	314	01	2
Secretario	440	03	1
Conductor	480	03	1
Auxiliar Administrativo	407	02	2
Auxiliar Administrativo	407	01	2
TOTAL			40

PLANTA ACTUAL DEL INSTITUTO DISTRITAL DE SANTA MARTA

En consideración a las limitaciones presupuestales del instituto se vienen adoptando de manera gradual los cargos del INDETUR, en la vigencia 2024, se adoptaron 2 cargos un profesional Especializado y 1 cargo asistencial para dinamizar los procesos del instituto en cuanto a la atención al ciudadano que venia siendo una debilidad dentro de la gestión administrativa, se optimizo el servicio logrando garantizar la participación ciudadana y su respuesta oportuna

ITEM	CARGO	NIVEL	CÓDIGO	GRADO	NOMBRE DEL FUNCIONARIO	FECHA DE VINCULACIÓN
1	DIRECTOR GENERAL	DIRECTIVO	50	3	JOSE DOMINGO DÁVILA MORALES	2024-01-02
2	ASESOR	ASESOR	105	1	CARMEN ESTRELLA NAVARRO GONZALEZ	2024-02-01
3	ASESOR AUDITOR DE CONTROL INTRENO	DIRECTIVO	105	1	ALEJANDRA PAOLA GÓMEZ BLOISE	2022-01-01
4	SUBDIRECTOR CORPORATIVO	DIRECTIVO	84	2	CARLOS ANDRÉS PÁEZ ROJAS	2024-02-01
5	SUBDIRECTOR GESTIÓN INTEGRAL DEL DESTINO	DIRECTIVO	84	2	KAREN VIVIANA HERNÁNDEZ LÓPEZ	2024-05-09
6	SUBDIRECTOR DE GESTIÓN DE PROMOCIÓN Y MERCADEO	DIRECTIVO	84	2	LUIS ÁNGEL REYES BERACAZA	2024-11-01
7	PROFESIONAL UNIVERSITARIO	PROFESIONAL	219	2	GREISY JULIETH CUELLO HURTADO	2017-11-10
8	PROFESIONAL UNIVERSITARIO	PROFESIONAL	219	2	DERLYS MAYRENA PADILLA GARCÍA	2017-11-10
9	PROFESIONAL UNIVERSITARIO	PROFESIONAL	219	3	ANA FIORELA MUÑOZ VIZCAÍNO	2017-11-10
10	PROFESIONAL UNIVERSITARIO	EZPECIALIZADO	222	2	ISAAC BOLIVAR	2017-11-10

CARACTERIZACION DE NUESTRA PLANTA DE PERSONAL:

2.gráfica: clase de nombramientos y denominación de los cargos

Total	12	30%
-------	----	-----

Tipo de Cargo y Nivel	Encargo	Propiedad	Provisional	Vacante –	Total
Planta					
Profesional	N/A	0	6	6	6
Tipo de Cargo y Nivel	Encargo	Nombrado		Vacante	Total
Libre Nombramiento y Remoción	0	6		-	
Directivo	0	4		N/A	4
Asesor	0	1		N/A	1
Asistencial	0	1		N/A	0
Tipo de Cargo y Nivel	Nombrado	Vacante		Total	
Periodo Fijo					
Asesor Control interno	1	N/A		1	
Tipo de Cargo y Nivel	Nombrado			Vacante	Total
Planta Temporal	0			0	0
Profesional Especializado	01			01	01
Profesional Universitario	05			05	05

En la vigencia 2024 se cancelaron las nóminas oportunamente al igual que las prestaciones sociales de conformidad con lo establecido en las normas del régimen laboral para el funcionario público.

Se dio a aplicación al cronograma de capacitaciones y al cronograma de bienestar de la entidad. Con la participación de la ARL -Positiva, en las capacitaciones como salud e Higiene en el Trabajo, Salud mental, capacitaciones de la Función Pública dirigidos a funcionarios Públicos, la planta se encuentra reportada a la Comisión Nacional del Servicio Civil, al SIMO, debido a que la planta cuenta con 6 cargos que son de carrera administrativa y en la actualidad 4 de ellos están ocupados por funcionarios en provisionalidad y 2 se encuentran vacantes.

Se elaboraron los manuales y planes que le corresponden al área de talento humano en cumplimiento de la norma Ley 909 de 2004 en el numeral 2, literales a)

y b) del artículo 15 y en el numeral 1 del artículo 17 señala que las entidades deberán formular y adoptar anualmente los planes estratégicos de talento humano, anual de vacantes y previsión de recursos humanos, sin consagrar fecha para el efecto.

Grafica 3.-CRONOGRAMA DE CAPACITACIONES DEL AREA DE TALENTO HUMANO:

 ALCALDÍA DE SANTA MARTA  TURISMO				CRONOGRAMA DE CAPACITACIÓN TALENTO HUMANO INDETUR 2024																																																CÓDIGO: N/A VERSIÓN: 1.0 FECHA: 19/01/2025											
PROGRAMACIÓN				MESES																																																											
LISTA	TEMA	MEDIO	OBSERVACIONES	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE															
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4																
1	RIESGO INSTITUCIONAL	PRESENCIAL																																																													
2	PROCEDIMIENTO PQRSO	PRESENCIAL																																																													
3	CAPACITACIÓN EN TURISMO	VIRTUAL																																																													
4	INGLES BÁSICO	VIRTUAL																																																													
5	CURSO VIRTUAL DEL MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG	VIRTUAL																																																													
6	INTEGRIDAD, TRANSPERENCIA Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN	VIRTUAL																																																													
7	SALUD MENTAL	VIRTUAL																																																													
8	HIGIENE POSTURAL	VIRTUAL																																																													
9	PREVENCIÓN DE ACCIDENTES DE TRABAJO	PRESENCIAL																																																													
10	RELACIONES INTERPERSONALES	PRESENCIAL																																																													
11	DEMÁS QUE SE RECOMIENDEN DE PARTE DEL DNP Y LA FP	VIRTUAL																																																													

AREA DEL TALENTO PLANTA CONTRACTUAL

Contratos ejecutados durante la vigencia 2024.

Los principios de la contratación estatal se concretan en actividades dentro del trámite de la contratación que, en términos generales, debe orientarse por los siguientes principios Transparencia, planeación, economía, responsabilidad, selección objetiva, publicidad, el debido proceso, supremacía de lo sustancial sobre lo formal.

El Indetur, se apoya en la contratación de prestación de servicios profesionales para la realización y cumplimiento de actividades misionales por la limitación que se tiene en la planta que esta vinculada por nombramiento, con el objetivo de cumplir su misión institucional, como se observa a continuación:

Grafica 4. RELACION DE LA CONTRATACION VIGENCIA 2024

CONTRATOS INDETUR - 2024						
CÓDIGO CONTRATO	CONTRATISTA	IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATISTA	MODALIDAD CONTRATACIÓN	CONTRATO VALOR	FECHA SUSCRIPCIÓN	FECHA TERMINACIÓN
IPMC-001-2024	GRUPO LOS LAGOS SAS	8600532274	Mínima Cuantía	\$ 10.000.000	22/08/2024	31/12/2024
IPMC-002-2024	SEGUROS DEL ESTADO S.A.	860009578	Mínima Cuantía	\$ 20.441.333	25/09/2024	25/09/2025
AR-001-2024	ZUCA LTDA	891702097	Contratación Directa	\$ 27.848.000	5/02/2024	4/06/2024
AR-002-2024	ZUCA LTDA	891702097	Contratación Directa	\$ 39.837.000	7/06/2024	23/01/2025
ESAL-001-2024	ASOCIACIÓN HOTELERA Y TURISTICA DE COLOMBIA - COTELCO CAPITULO MAGDALENA	819000012	Contratación Directa	\$ 150.000.000	19/02/2024	19/03/2024

ESAL-002-2024	CORPORACIÓN PARA LA GESTIÓN DEL DESARROLLO AMBIENTAL SOSTENIBLES CORGEDAS	900864871	Contratación Directa	\$ 300.000.000	24/04/2024	18/07/2024
ESAL-003-2024	FUNDACION REVERDECER	900900250	Contratación Directa	\$ 479.708.498	10/09/2024	31/12/2024
ESAL-004-2024	FUNDACION EMPRESARIAL DEL CARIBE	900169229	Contratación Directa	\$ 720.000.000	13/09/2024	31/12/2024
RE-ESAL-CA-005-2024	LA FUNDACIÓN SOCIAL FORMACIONAL AL FUTURO SIGLA FUNDAFORO	900623310	Convocatoria Pública - Decreto 092/2017	\$ 2.633.430.618	11/10/2024	31/12/2024
PS-001-2024	DAVID ANDRES LOPEZ MAESTRE	1036623141	Contratación Directa	\$ 12.000.000	17/01/2024	17/04/2024
PS-002-2024	JORGE LUIS REY ESCOBAR	1082874500	Contratación Directa	\$ 12.000.000	17/01/2024	17/04/2024
PS-003-2024	JOSE EGUROLA PEDRAZA	7634823	Contratación Directa	\$ 12.000.000	17/01/2024	17/04/2024
PS-004-2024	JORGE ENRIQUE MOLINA MORALES	7143365	Contratación Directa	\$ 15.000.000	17/01/2024	17/04/2024
PS-005-2024	LORENA RODIRGUEZ VILLA	36386247	Contratación Directa	\$ 7.000.000	29/01/2024	29/03/2024
PS-006-2024	KANEETH MARGARITA FLOREZ PERTUZ	1082956875	Contratación Directa	\$ 25.000.000	14/02/2024	14/07/2024
PS-007-2024	VALERIA CEBALLOS NUÑEZ	1083038591	Contratación Directa	\$ 15.000.000	26/02/2024	25/08/2024

PS-008-2024	ERNESTO FIDEL VILLA SANCHEZ	7604215	Contratación Directa	\$ 24.000.000	26/02/2024	25/08/2024
PS-009-2024	NATALIA CAMILA OSORIO MARIN	1082991569	Contratación Directa	\$ 21.000.000	26/02/2024	25/08/2024
PS-010-2024	EDWIN ELIECER HERNANDEZ ROCHA	85466507	Contratación Directa	\$ 21.000.000	26/02/2024	25/08/2024
PS-011-2024	RAMONA BARROS PINEDA	57439996	Contratación Directa	\$ 30.000.000	26/02/2024	25/08/2024
PS-012-2024	CLAUDIA PATRICIA DEL SOCORRO ABELLO ZORRO	57439996	Contratación Directa	\$ 5.400.000	13/03/2024	12/04/2024
PS-013-2024	MAURICIO JOSE CEDEÑO RODRIGUEZ	1083031020	Contratación Directa	\$ 15.000.000	15/03/2024	14/08/2024
PS-014-2024	EDUARDO LUIS VILLEGAS CHAPARRO	1082930828	Contratación Directa	\$ 15.000.000	15/03/2024	14/08/2024
PS-015-2024	DANIELA CAROLINA HERNANDEZ GARZON	1083014094	Contratación Directa	\$ 14.000.000	8/04/2024	08/08/2024
PS-016-2024	GBS LTDA	8300940534	Contratación Directa	\$ 9.260.000	15/04/2024	15/08/2024
PS-017-2024	EBLYN ESTEFANY NAVARRO MARTINEZ	8300940534	Contratación Directa	\$ 8.000.000	16/04/2024	16/06/2024
PS-018	DAVID ANDRES LOPEZ MAESTRE	1036623141	Contratación Directa	\$ 2.100.000	2/05/2024	01/06/2024
PS-019-2024	JORGE ENRIQUE MOLINA MORALES	7143365	Contratación Directa	\$ 35.000.000	14/05/2024	13/12/2024
PS-020-2024	RICARDO ANTONIO LOPEZ GONZALEZ	4978707	Contratación Directa	\$ 16.000.000	14/05/2024	13/09/2024

PS-021-2024	JOSE EGUROLA PEDRAZA	7634823	Contratación Directa	\$ 16.000.000	14/05/2024	13/09/2024
PS-022-2024	PEDRO CANTILLO BOLIVAR	72015109	Contratación Directa	\$ 14.000.000	16/05/2024	15/09/2024
PS-023-2024	PUBLIMAGI C S.A.S.	901578512	Contratación Directa	\$ 194.000.000	22/05/2024	21/11/2024
PS-024-2024	DAVID ANDRES LOPEZ MAESTRE	1036623141	Contratación Directa	\$ 18.000.000	5/06/2024	04/10/2024
PS-025-2024	CECILIA LORENA BARROS DE LA PEÑA	1082929758	Contratación Directa	\$ 12.500.000	6/06/2024	05/11/2024
PS-026-2024	MARCEL LUJAN VARGAS	72275593	Contratación Directa	\$ 30.000.000	27/06/2024	26/12/2024
PS-027-2024	RICARDO ANTONIO LOPEZ GONZALEZ	4978707	Contratación Directa	\$ 12.000.000	1/10/2024	30/12/2024
PS-028-2024	PEDRO CANTILLO BOLIVAR	72015109	Contratación Directa	\$ 12.000.000	1/10/2024	30/12/2024
PS-029-2024	MIGUEL ALFONSO PEÑA	1082944659	Contratación Directa	\$ 9.000.000	8/10/2024	30/12/2024
PS-030-2024	JOSE EGUROLA PEDRAZA	7634823	Contratación Directa	\$ 12.000.000	8/10/2024	30/12/2024

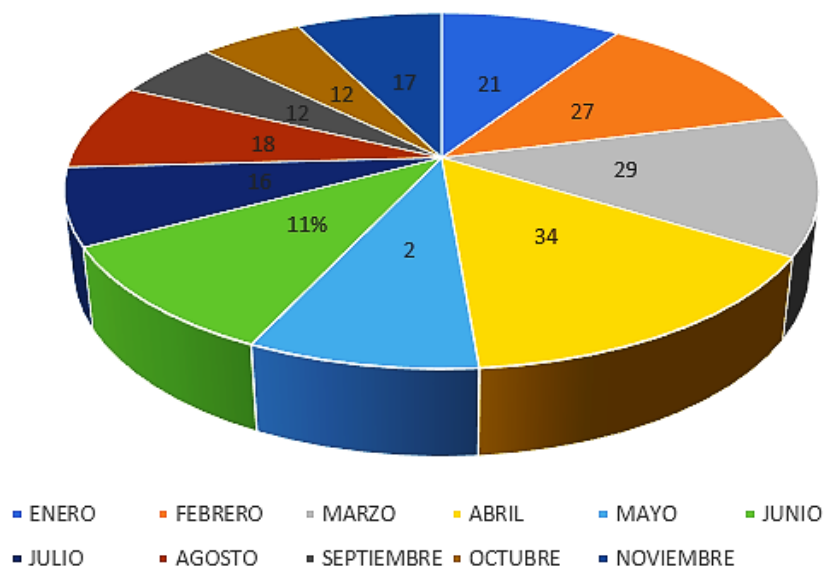
INFORME DE GESTIÓN ATENCIÓN AL CIUDADANO

El presente informe tiene como propósito presentar la gestión realizada por el área de Atención al Ciudadano del Instituto de Turismo de Santa Marta (INDETUR) durante la vigencia 2024, en cumplimiento de lo establecido en la Ley Estatutaria 1755 del 2015 donde sustituye el título segundo de la parte primera de la Ley 1437 del 2011. A través de este informe se detallan las Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Denuncias (PQRSD) recibidas por los distintos canales de comunicación del Instituto, así como su distribución mensual y porcentual.

PQRSD RECIBIDAS EN EL INDETUR 2024		
MES	Nº DE REQUERIMIENTO RECIBIDOS	PORCENTAJE (%)

ENERO	21	9
FEBRERO	27	12
MARZO	29	13
ABRIL	34	15
MAYO	19	8
JUNIO	23	10
JULIO	16	7
AGOSTO	18	8
SEPTIEMBRE	12	5
OCTUBRE	12	5
NOVIEMBRE	17	8
TOTAL	228	100

PQRSD RECIBIDAS EN INDETUR 2024



Durante el periodo analizado, se observa que el total recibido durante la vigencia 2024, es de 228 requerimientos, predominando del uso del canal virtual por parte de los ciudadanos., asimismo las áreas de mayor impacto en la respuesta a las

solicitudes fueron Gestión de Promoción y Mercadeo y Gestión Integral del Destino, conforme a lo establecido en la Ley y en el Procedimiento para la Tramitación de PQRSD del INDETUR 2024.

ÁREA JURÍDICA Y CONTRACTUAL

SITUACIÓN JURÍDICA DE LA ENTIDAD.

En el caso de la oficina jurídica del Instituto, se tiene que, hasta la fecha diciembre de 2024, no existe en curso proceso judicial, acción de tutela, acción popular y/o demanda en contra del INDETUR, así mismo, no existe sentencia en contra o a favor de la entidad, como tampoco costas judiciales ni indemnizaciones pendientes por pagar.

Dejando claro con lo anterior, que la entidad hasta la fecha se encuentra saneada jurídicamente.

CONTRATOS EJECUTADOS DURANTE LA VIGENCIA 2024.

Los principios de la contratación estatal se concretan en actividades dentro del trámite de la contratación que, en términos generales, debe orientarse por los siguientes principios: transparencia, planeación, economía, responsabilidad. selección objetiva, publicidad, el debido proceso, supremacía de lo sustancial sobre lo formal.

Por lo anterior, es importante que exista la mayor visibilidad y transparencia, el respeto de los principios de la contratación pública, y el reforzamiento del compromiso de adelantar de la manera más eficiente y responsable los procesos contractuales, para defender los intereses, derechos y bienes públicos.

El INDETUR, durante lo transcurrido de la vigencia 2024, ha realizado su gestión de contratos, desde su creación hasta su ejecución, y hasta la eventual terminación del contrato, como se observa a continuación:

CONTRATOS INDETUR - 2024						
CÓDIGO CONTRATO	CONTRATISTA	IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATISTA	MODALIDAD CONTRATACIÓN	CONTRATO VALOR	FECHA SUSCRIPCIÓN	FECHA TERMINACIÓN

IPMC-001-2024	GRUPO LOS LAGOS SAS	8600532274	Mínima Cuantía	\$ 10.000.000	22/08/2024	31/12/2024
IPMC-002-2024	SEGUROS DEL ESTADO S.A.	860009578	Mínima Cuantía	\$ 20.441.333	25/09/2024	25/09/2025
AR-001-2024	ZUCA LTDA	891702097	Contratación Directa	\$ 27.848.000	5/02/2024	4/06/2024
AR-002-2024	ZUCA LTDA	891702097	Contratación Directa	\$ 39.837.000	7/06/2024	23/01/2025
ESAL-001-2024	ASOCIACIÓN HOTELERA Y TURISTICA DE COLOMBIA - COTELCO CAPITULO MAGDALENA	819000012	Contratación Directa	\$ 150.000.000	19/02/2024	19/03/2024
ESAL-002-2024	CORPORACIÓN PARA LA GESTIÓN DEL DESARROLLO AMBIENTAL SOSTENIBLES CORGEDAS	900864871	Contratación Directa	\$ 300.000.000	24/04/2024	18/07/2024
ESAL-003-2024	FUNDACIÓN REVERDECER	900900250	Contratación Directa	\$ 479.708.498	10/09/2024	31/12/2024
ESAL-004-2024	FUNDACIÓN EMPRESARIAL DEL CARIBE	900169229	Contratación Directa	\$ 720.000.000	13/09/2024	31/12/2024
RE-ESAL-CA-005-2024	LA FUNDACIÓN SOCIAL FORMACIONAL AL FUTURO SIGLA FUNDAFORO	900623310	Convocatoria Pública - Decreto 092/2017	\$ 2.633.430.618	11/10/2024	31/12/2024

PS-001-2024	DAVID ANDRES LOPEZ MAESTRE	1036623141	Contratación Directa	\$ 12.000.000	17/01/2024	17/04/2024
PS-002-2024	JORGE LUIS REY ESCOBAR	1082874500	Contratación Directa	\$ 12.000.000	17/01/2024	17/04/2024
PS-003-2024	JOSE EGUROLA PEDRAZA	7634823	Contratación Directa	\$ 12.000.000	17/01/2024	17/04/2024
PS-004-2024	JORGE ENRIQUE MOLINA MORALES	7143365	Contratación Directa	\$ 15.000.000	17/01/2024	17/04/2024
PS-005-2024	LORENA RODIRGUEZ VILLA	36386247	Contratación Directa	\$ 7.000.000	29/01/2024	29/03/2024
PS-006-2024	KANEETH MARGARITA FLOREZ PERTUZ	1082956875	Contratación Directa	\$ 25.000.000	14/02/2024	14/07/2024
PS-007-2024	VALERIA CEBALLOS NUÑEZ	1083038591	Contratación Directa	\$ 15.000.000	26/02/2024	25/08/2024
PS-008-2024	ERNESTO FIDEL VILLA SANCHEZ	7604215	Contratación Directa	\$ 24.000.000	26/02/2024	25/08/2024
PS-009-2024	NATALIA CAMILA OSORIO MARIN	1082991569	Contratación Directa	\$ 21.000.000	26/02/2024	25/08/2024
PS-010-2024	EDWIN ELIECER HERNANDEZ ROCHA	85466507	Contratación Directa	\$ 21.000.000	26/02/2024	25/08/2024
PS-011-2024	RAMONA BARROS PINEDA	57439996	Contratación Directa	\$ 30.000.000	26/02/2024	25/08/2024
PS-012-2024	CLAUDIA PATRICIA DEL SOCORRO ABELLO ZORRO	57439996	Contratación Directa	\$ 5.400.000	13/03/2024	12/04/2024
PS-013-2024	MAURICIO JOSE CEDEÑO RODRIGUEZ	1083031020	Contratación Directa	\$ 15.000.000	15/03/2024	14/08/2024
PS-014-2024	EDUARDO LUIS VILLEGAS CHAPARRO	1082930828	Contratación Directa	\$ 15.000.000	15/03/2024	14/08/2024

PS-015-2024	DANIELA CAROLINA HERNANDEZ GARZON	1083014094	Contratación Directa	\$ 14.000.000	8/04/2024	08/08/2024
PS-016-2024	GBS LTDA	8300940534	Contratación Directa	\$ 9.260.000	15/04/2024	15/08/2024
PS-017-2024	EBLYN ESTEFANY NAVARRO MARTINEZ	8300940534	Contratación Directa	\$ 8.000.000	16/04/2024	16/06/2024
PS-018	DAVID ANDRES LOPEZ MAESTRE	1036623141	Contratación Directa	\$ 2.100.000	2/05/2024	01/06/2024
PS-019-2024	JORGE ENRIQUE MOLINA MORALES	7143365	Contratación Directa	\$ 35.000.000	14/05/2024	13/12/2024
PS-020-2024	RICARDO ANTONIO LOPEZ GONZALEZ	4978707	Contratación Directa	\$ 16.000.000	14/05/2024	13/09/2024
PS-021-2024	JOSE EGUROLA PEDRAZA	7634823	Contratación Directa	\$ 16.000.000	14/05/2024	13/09/2024
PS-022-2024	PEDRO CANTILLO BOLIVAR	72015109	Contratación Directa	\$ 14.000.000	16/05/2024	15/09/2024
PS-023-2024	PUBLIMAGI C S.A.S.	901578512	Contratación Directa	\$ 194.000.000	22/05/2024	21/11/2024
PS-024-2024	DAVID ANDRES LOPEZ MAESTRE	1036623141	Contratación Directa	\$ 18.000.000	5/06/2024	04/10/2024
PS-025-2024	CECILIA LORENA BARROS DE LA PEÑA	1082929758	Contratación Directa	\$ 12.500.000	6/06/2024	05/11/2024
PS-026-2024	MARCEL LUJAN VARGAS	72275593	Contratación Directa	\$ 30.000.000	27/06/2024	26/12/2024
PS-027-2024	RICARDO ANTONIO LOPEZ GONZALEZ	4978707	Contratación Directa	\$ 12.000.000	1/10/2024	30/12/2024
PS-028-2024	PEDRO CANTILLO BOLIVAR	72015109	Contratación Directa	\$ 12.000.000	1/10/2024	30/12/2024
PS-029-2024	MIGUEL ALFONSO PEÑA	1082944659	Contratación Directa	\$ 9.000.000	8/10/2024	30/12/2024

PS-030-2024	JOSE EGUROLA PEDRAZA	7634823	Contratación Directa	\$ 12.000.00 0	8/10/2024	30/12/2024
--------------------	----------------------------	---------	-------------------------	----------------------	-----------	------------

ÁREA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN (TI)

Introducción

Durante la vigencia 2024, el área de Tecnologías de la Información del Instituto Distrital de Turismo de Santa Marta – INDETUR, enfocó sus esfuerzos en garantizar la continuidad operativa, la mejora de los servicios digitales institucionales y el fortalecimiento de la infraestructura tecnológica, en cumplimiento del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) y los lineamientos de gobierno digital definidos por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC).

Principales acciones ejecutadas

Fortalecimiento de la infraestructura tecnológica

- Se realizó el mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos de cómputo, servidores y sistemas de red.
- Se gestionó la actualización del antivirus corporativo y licenciamiento de software requerido para el correcto funcionamiento de los equipos institucionales.
- Se mejoraron los enlaces de internet y se optimizó la conectividad de las sedes del instituto para garantizar la estabilidad del servicio.

Gestión de sistemas de información institucional

- Se garantizó la operatividad de las plataformas de correo institucional, página web y sistemas de trámite de PQRSD.
- Se apoyó en la publicación oportuna de informes, contratos y documentos de ley en la página web institucional, cumpliendo con los requerimientos del Índice de Transparencia y Acceso a la Información Pública – ITA.
- Se realizaron respaldos periódicos de la información crítica para evitar pérdida de datos.

Seguridad de la información

- Se implementaron políticas de seguridad básicas para usuarios y dispositivos, controlando el acceso a la red institucional y el uso de dispositivos externos.

- Se realizó el reporte del Informe de Derechos de Autor de Software ante la Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA), en articulación con el área de Control Interno, cumpliendo con la normativa vigente.

Soporte técnico y atención a usuarios

- Se brindó soporte técnico a los funcionarios y contratistas del Instituto, resolviendo requerimientos relacionados con fallas de hardware, software, conectividad, correo institucional y sistemas ofimáticos.
- Se implementó un canal unificado de atención de incidencias para mejorar los tiempos de respuesta y trazabilidad de los casos atendidos.

Participación en procesos institucionales

- El área de TI prestó apoyo técnico en la elaboración y consolidación de informes institucionales y en el cargue de información en plataformas como SIA Observa, ITA, FURAG, entre otras.
- Se participó activamente en el Comité de Coordinación de Control Interno y en los espacios de rendición de cuentas.

Planeación estratégica

- Se inició el diseño de un plan de renovación tecnológica, priorizando la migración de ciertos procesos a plataformas digitales, con miras a fortalecer la eficiencia interna y la prestación de servicios digitales a la ciudadanía.
- Se proyectó la implementación de políticas de respaldo en la nube y se realizó un diagnóstico para la actualización del inventario de activos tecnológicos.

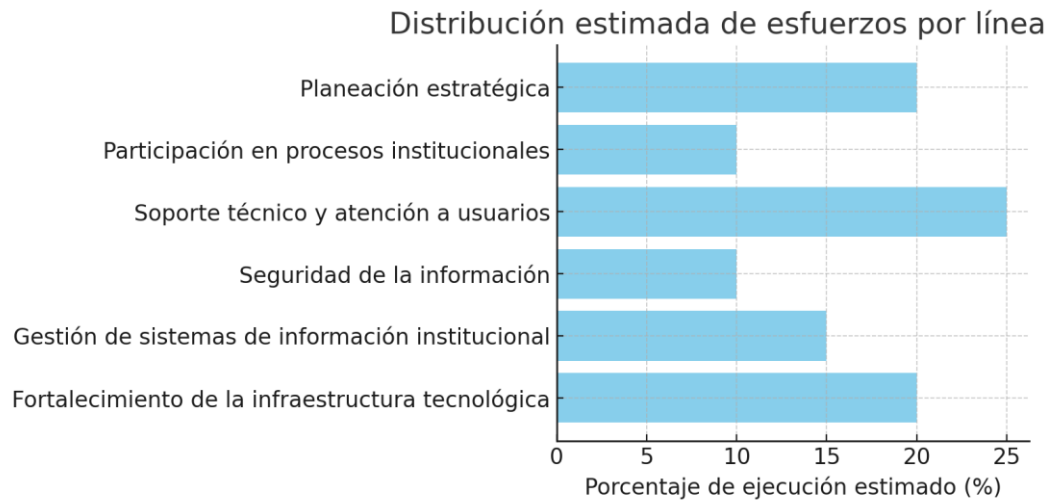


Gráfico 1. Distribución estimada de esfuerzos por línea de acción del área de TI.

AREA O DEPENDENCIA	Subdirección Corporativa
NOMBRE DEL FUNCIONARIO	Carlos Andrés Páez Rojas
CARGO	Subdirector Corporativo

ÁREA CONTROL INTERNO

De acuerdo a la Ley 87 de 1993, modificada por la Ley 1474 de 2011 y el Decreto Ley 403 de 2020 artículo 149, se crea en el INDETUR el cargo de Control Interno, mediante Acuerdo N° 003 de agosto 14 de 2020 del Consejo Directivo del Instituto Distrital de Turismo de Santa Marta - INDETUR y fue provisto dicho cargo para la vigencia 2021.

En aras de satisfacer lo establecido en el literal b, numeral 3 del artículo 2.2.21.2.4, del Decreto 1083 de 2015, con el objeto de establecer y comunicar el propósito, la autoridad y la responsabilidad que define el marco de actuación de la Oficina de Control Interno del INDETUR y dando cumplimiento a la normatividad en dicha materia, se presenta el siguiente Informe de Gestión, referente a las actividades desarrolladas por esta área, durante lo transcurrido de la vigencia 2024, por lo que se han venido actualizando e implementando procesos internos para optimizar la operación de la entidad, de la siguiente manera:

PRESENTACIÓN DE INFORMES DE LEY:

1. Medición Estado de Avance del Modelo Estándar de Control Interno MECI - MIPG (FURAG). Decreto 2145 de 1999 Literal C) del artículo 5°, modificado por el artículo 2° del Decreto 2539 de 2000, modificado por el artículo 2° del Decreto 1027 de 2007 y Decreto 1083 de 2015 capítulo 3 artículo 2.2.23.3):

Se reportó FURAG – MIPG para la OCI y Planeación, correspondiente a la vigencia 2023, el 3 de mayo de 2024, cuya fecha límite era el 16 de mayo de 2024, lo cual arrojó certificaciones de cumplimiento. (*Documentos que reposan en la entidad*). El reporte de la vigencia 2024 se realizará durante la vigencia 2025.

2. Rendición de Cuentas CDSM - SIA CONTRALORÍA (Formato F19). Resolución No. 041 del 03 de marzo 2017 CDSM:

La OCI realizó ante la entidad, el reporte sobre el formato F19 CDSM de la vigencia 2023 el 4 de marzo de 2024 con sus respectivos anexos, dentro de término establecido para tales efectos y el correspondiente a la vigencia 2024 se realizará durante la vigencia 2025.

3. Informe de evaluación independiente del estado del Sistema de Control interno. (Art. 9 de la Ley 1474 del 12 de julio de 2011 - Decreto 2482 de 2012): La

Circular Externa N° 100-006 de 2019 del DAFP, referida a dar cumplimiento a lo establecido en el Decreto 2106 de 2019, artículo 156:

Semestre de ENERO a JUNIO de 2024, se realizó y remitió su resultado por correo institucional a la Dirección en el mes de JULIO de 2024 y el Semestre JULIO a DICIEMBRE de 2024 se realizó y remitió su resultado por correo institucional a la Dirección en el mes de ENERO de 2025 y se encuentran publicados en la página web del INDETUR (Documentos que reposan en la entidad).

4. Informe sobre la atención prestada por la entidad, por parte de las Oficinas de Quejas, Sugerencias y Reclamos PQRS. Artículo 76 de la Ley 1474 del 12 de julio de 2011:

El Informe de PQRS 1er semestre de ENERO a JUNIO de 2024, se realizó y remitió por correo a la Dirección en el mes de JULIO de 2024, y el 2do semestre de JULIO a DICIEMBRE de 2024 se realizó y remitió su resultado por correo institucional a la Dirección en el mes de ENERO de 2025, los que a su vez se publicaron de manera oportuna en la página web institucional. (Documentos que reposan en la entidad).

5. Informe Control Interno Contable - Aplicativo CHIP. Resolución 706 del 16 de diciembre de 2016 artículo 3, Resolución 193 de 2016, modificada por las Resoluciones 0430 y 097 de 2017:

Durante la vigencia 2024 como Asesor de la OCI, se realizó el diligenciamiento del Formato CGR2007_CONTROL_INTERNO_CONTABLE, correspondiente a la vigencia 2023, reportado el 16 de febrero de 2024. (Fecha límite 28 de febrero de 2024) y el correspondiente a la vigencia 2024, se realizará durante la vigencia 2025, dentro del mismo periodo.

6. Informe Derechos de Autor Software - a la Dirección Nacional de Derecho de Autor DNDA. Circular No. 017 del 01 de junio de 2011; Directivas Presidenciales 01, de 1999 y 02 de 2002; Circular No. 04 del 22 de diciembre de 2006 y Circular 17 de 2011:

El informe correspondiente a la vigencia 2024, se rindió el 16 de febrero de 2024 oportunamente, y se remitió a la Dirección el Certificado de cumplimiento con el cuestionario debidamente diligenciado y según información suministrada por el área de TI.

7. Informe de Austeridad en el Gasto y Eficiencia del Gasto Público. Decreto 26 y 1737 de 1998; Decreto 030 de 1999, Decreto No. 984 de 2012:

El Informe de Austeridad del 1er, 2do, 3er y 4to Trimestre de 2024, se realizaron y se remitieron por correo a la Dirección y publicaron en la página web de la entidad dentro del término legal establecido, de conformidad con la información suministrada por el área Contable / Subdirección Corporativa. (Documentos que reposan en la entidad).

8. Informe Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano PAAC. Decreto 2641 del 17 de diciembre de 2012 - Decreto 124 de 2016, artículo 2.1.4.6:

Durante la vigencia 2024, se generaron tres (3) seguimientos al PAAC en virtud de su periodicidad Cuatrimestral, por tanto, remitidos a la Dirección de manera oportuna, es decir, antes de su fecha de publicación, la cual es durante los 10 primeros días hábiles siguientes de culminado el periodo, para su oportuna publicación en la web en la fecha legal establecida. (Documentos que reposan en la entidad).

Cabe resaltar que mediante el artículo 31 de la Ley 2195 de 2022, se creó el Programa de Transparencia y Ética Pública (PTEP), cuyo contenido modificó artículo 73 de la Ley 1474 de 2011 que creaba el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano. En este marco, los Programas de Transparencia y Ética Pública se deben formular para promover la cultura de la legalidad e identificar, medir, controlar y monitorear constantemente el riesgo de corrupción en el desarrollo de la misionalidad institucional. El PTEP para 2025, en Colombia, es una iniciativa obligatoria para todas las entidades públicas, sin embargo, dicho plazo se extendió hasta la vigencia 2026 según lineamientos de la Alcaldía Distrital de Santa Marta en su proceso de adaptación, el cual busca promover una cultura de legalidad y fortalecer la lucha contra la corrupción, mediante la identificación, gestión y monitoreo de riesgos de corrupción. El PTEP reemplaza al antiguo Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano y se alinea con el Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG).

9. Formulación y ejecución de los Planes de Auditoría. Guía de Auditoría Interna basada en riesgos para entidades públicas versión 4 - Función Pública y Procedimiento Auditoría Interna INDETUR 2024:

En cumplimiento de los lineamientos del DAFP, se construyó para la vigencia 2024 el Plan Anual de Auditorías, el cual se aprobó mediante Acta N° 001 de enero 25 de 2024 del Comité de Coordinación de Control Interno del INDETUR, por lo cual se elaboró el Plan Anual de Auditoría vigencia 2024, el cual para su construcción final requirió de la elaboración de:

- Matriz Diagnóstica Operación OCI - INDETUR 2024. (Documento que reposa en la entidad).
- Matriz Universo de Auditoría Basado en Riesgos - INDETUR 2024-2027. (Documento que reposa en la entidad).
- Matriz Plan Anual de Auditoría vigencia 2024. (Documento que reposa en la entidad). En consecuencia y dando cumplimiento al Plan de Auditoría mencionado, se desarrollaron para la presente vigencia las siguientes Auditorías:
 - ✓ Auditoría Interna Gestión Contractual: Se realizó la Auditoría del área durante los meses de junio y julio de 2024, cuyo informe se remitió a la Dirección y se encuentra publicado en la página web de la entidad de conformidad con los lineamientos del Índice de Transparencia y Acceso a la Información Pública ITA. (Documento que reposa en la entidad).
 - ✓ Auditoría Interna Gestión Financiera: Se realizó la Auditoría del área durante los meses agosto y septiembre de 2024, cuyo informe se remitió a la Dirección y se encuentra publicado en la página web de la entidad de conformidad con los lineamientos del Índice de Transparencia y Acceso a la Información Pública ITA. (Documento que reposa en la entidad).

10. Índice de Transparencia y Acceso a la Información - ITA. Literal i) del artículo 23 de la Ley 1712 de 2014; Directiva N° 004 de 2024 PGN:

Dando cumplimiento a la Directiva No. 004 de 2024 de la PGN, el 30/07/2024 realizó el Reporte de Cumplimiento ITA Indetur 2024, desarrollado desde el administrador tic@indetur.gov.co, resultado del cuestionario realizado al equipo del INDETUR por el responsable y que arrojó como resultado 89/100 puntos.

SEGUIMIENTOS DE LEY:

11. Seguimiento y/o Avances a Planes de Mejoramiento de la CDSM. Artículos 267 y 272 de la CP y Decreto Ley 403 de 2020 aprobado mediante Resolución No. 05 de 2023:

Durante la vigencia 2024, se realizaron los seguimientos a los Planes de Mejoramiento de la CDSM derivado de la Auditoría Financiera y de Gestión del INDETUR vigencias 2022 y 2023, los cuales correspondió desarrollar en la vigencia

2024, por lo cual se atendieron las observaciones reflejadas y se reportó la información concerniente a los avances de los Planes de Mejoramiento de la CDSM derivado de la Auditoría Financiera y de Gestión del INDETUR vigencias 2022 y 2023, que a su vez se publicaron en la página web institucional.

12. Seguimiento al Plan de Acción - Evaluación por Dependencias. Ley 909 de 2004 art. 39 inc. 2; Decreto 1227 de 2005 artículo 52; Circular 04 de 2005 del Consejo Asesor del Gobierno Nacional en Materia de Control Interno; Acuerdo 000137 de 2010 de la Comisión Nacional del Servicio Civil artículo 4 literal f.):

Se realizó los seguimientos de los cuatro (4) trimestres, referente a los avances que se han observado en el Plan de acción de cada área, con sus anotaciones de parte de la OCI y se remitió por correo a la Dirección para su posterior publicación en la página web institucional. (Documentos que reposan en la entidad).

13. Seguimiento a Comités del INDETUR. Resoluciones internas No. 040 y 046 de 2019; las No. 028, 029, 030, 033, 053, 056 de 2021 y No. 049 de 2023:

En virtud de lo establecido en las Resoluciones mediante las cuales se crean los Comités de la entidad, como Asesor de Control Interno se hace presencia en los mismos como invitada a los comités, cuya participación es con voz, sin voto.

Referente al Comité de Coordinación Institucional de Control Interno, en la calidad de asesor de Control Interno, se han realizado hasta la fecha dos (2) sesiones ordinarias durante la vigencia 2024, de la siguiente manera:

- Citación y Acta N° 001 de enero 25 de 2024.
- Citación y Acta N° 002 de octubre 25 de 2024.

Adicionalmente desde la OCI, se creó una Matriz de Comités INDETUR 2024, donde se realiza seguimiento mensual a todos los comités que lo integran con sus observaciones y se reporta por correo institucional a la Dirección General para lo pertinente.

14. Seguimiento Matrices de Riesgo Institucional y de Corrupción. Política de Administración de Riesgos en Función Pública V19 2024 y Política de Administración del Riesgo INDETUR 2024:

Referente a las Matrices de Riesgo Institucional y de Corrupción respectivamente, mediante Acta N° 001 de enero 25 de 2024, del Comité de Control Interno se

aprobaron las Matrices en mención y desde la OCI se realizan sus seguimientos de manera trimestral los cuales a su vez se publican en la página web institucional, link de transparencia.

15. Seguimiento a los planes de mejoramiento de Informes de Austeridad. Decreto 26 y 1737 de 1998; Decreto 030 de 1999, Decreto No. 984 de 2012:

Derivado de las observaciones resultante de los Informes de Austeridad realizados y antes enunciados, se desarrollaron los respectivos Planes de Mejoramiento por las áreas correspondientes, cuando aplique, a lo cual la OCI realizó los seguimientos del caso y se remiten por correo a la Dirección General para su publicación en la página web de la entidad dando con esto cumplimiento al ITA.

16. Seguimiento a los planes de mejoramiento de informes de PQRSD. Artículo 76 de la Ley 1474 del 12 de julio de 2011:

Como resultado de la construcción de los Informes de PQRSD del 1er y 2do semestre de 2024, se hizo necesaria la elaboración de los respectivos Planes de Mejoramiento, para lo cual la Dirección General / Subdirección Corporativa, atendiendo las observaciones al respectivo informe, remitió a la OCI las matrices, donde posteriormente se realizó el respectivo seguimiento y se encuentran debidamente publicado en la página web institucional. (Documentos que reposan en la entidad).

17. Seguimiento a los planes de mejoramiento de informes de Auditorías. Guía de Auditoría Interna basada en riesgos para entidades públicas versión 4 - Función Pública y Procedimiento Auditoría Interna INDETUR 2024:

Derivado de las observaciones resultante del ejercicio de las Auditorías antes descritas, se desarrolló el respectivo Plan de Mejoramiento por parte del área Contractual y Financiera y posteriormente desde la OCI se realizaron los seguimientos del caso y su posterior publicación en la página web de la entidad.

18. Seguimiento a la Estrategia de Rendición de Cuentas. Ley 1757 de 2015 "Estatuto de Participación Ciudadana" y Guía de Rendición de Cuentas INDETUR 2024:

Frente al proceso de Rendición de Cuentas de la vigencia 2024, se está realizando, en cuanto a la construcción de la estructura del respectivo proceso, remitidos a la Dirección General del INDETUR, por lo que, se construyó el Acta de reunión No. 001 del 28/08/2024 y se realizó el Cronograma de Actividades para su posterior

publicación en la página web del instituto, cuyo proceso culminará con el desarrollo de cada una de sus etapas durante la vigencia 2025.

19. Seguimiento a los contratos con terceros - SIA OBSERVA. Resolución No. 041 del 03 de marzo 2017 CDSM y Circular Externa No. 001 del 15/01/2024:

Se realiza revisión a los Contratos con Terceros, a través de la Rendición de Contratos suscritos por la entidad en el Aplicativo SIA OBSERVA, y su seguimiento a las diferentes etapas que se pueden evaluar hasta los cortes mensuales respectivos por lo cual, se remite mensualmente las observaciones por correo a la Dirección General para lo pertinente.

20. Seguimiento al reporte de la Ley de Cuotas. (Ley 581 de 2000):

La "Ley de Cuotas" en Colombia, formalmente conocida como la Ley 581 de 2000, busca garantizar la participación equitativa de las mujeres en cargos de toma de decisiones dentro de las ramas y órganos del poder público. En 2024, se emitió la Ley 2424, que modifica la Ley 581 para fortalecer la participación paritaria de las mujeres. Esta ley establece que las entidades públicas deben reportar anualmente la participación femenina en cargos de nivel decisorio, y se busca alcanzar una representación del 50%.

Dando cumplimiento a la circular externa de la Función Pública, la Dirección General - Área de Talento Humano del INDETUR, realizó el cargue de la información al aplicativo dentro del término establecido, herramienta habilitada por el Departamento Administrativo de la Función Pública (DAFP) de manera temporal.

21. Seguimiento al Reporte de vinculación de jóvenes entre los 18 y 28 años (Decreto 2365 de 2019 y la Directiva Presidencial 01 de 2020 DAFP), el cual se ha venido reportando, por parte del área respectiva, Subdirección Corporativa, según lineamientos establecidos por el DAFP.

22. Seguimiento al reporte de Vinculación de personas con discapacidad en el sector público (Decreto 2011 de 2017 DAFP), en atención a la inobservancia de las observaciones de la OCI contempladas en el PAAC de la entidad, sobre la materia, se remitió a la Dirección por correo institucional, recomendaciones referente a la implementación del Decreto 2011 de 2017, el cual tiene como objeto establecer el porcentaje de vinculación laboral de personas con discapacidad en las entidades del sector público, lo cual hasta la fecha sigue irresuelto.

ASISTENCIA A COMITÉS:

23. Comité Institucional de Coordinación de Control Interno. Decreto 648 de 2017. Artículo 2.2.21.1.5 y 2.2.21.1.6. y Resolución No. 030 de marzo 26 de 2021 del INDETUR:

Como Secretaria Técnica del comité se promovió la realización de las 2 reuniones ordinarias durante la vigencia 2024, por lo cual se suscribieron las Actas respectivas y antes enunciadas las cuales reposan en los archivos físicos de la entidad y de manera digital en el correo de la Dirección.

24. Comité Institucional de Gestión y Desempeño. Decreto 1419. Artículo 2.2.22.3.8. y Resolución No. 028 de marzo 26 de 2021 del INDETUR:

En virtud de lo establecido en las Resoluciones mediante las cuales se crean todos y cada uno de los Comités de la entidad, el Asesor de Control Interno hace presencia en los mismos y de igual forma presta apoyo en cuanto a las asesorías del desempeño de cada una de ellas, cuando así se requiera, como es el caso de su asistencia en las reuniones ordinarias y/o extraordinarias que se desarrollaron en el Comité Institucional de Gestión y Desempeño del INDETUR durante la vigencia 2024.

25. Comité de Conciliación y Gestión Jurídica. Decreto 1716 de 2009 y Resolución No. 029 de marzo 26 de 2021 del INDETUR:

En virtud de lo establecido en las Resoluciones mediante las cuales se crean todos y cada uno de los Comités de la entidad, el Asesor de Control Interno hace presencia en los mismos y de igual forma presta apoyo en cuanto a las asesorías del desempeño de cada una de ellas, cuando así se requiera, como es el caso de su asistencia en las reuniones ordinarias y/o extraordinarias que se desarrollaron en el Comité de Conciliación y Gestión Jurídica del INDETUR durante la vigencia 2024.

26. Comité Técnico de Sostenibilidad y Saneamiento Contable. Resolución 119 de 2006, Resolución 193 de 2016 y Resolución No. 053 de junio 15 de 2021 del INDETUR:

En virtud de lo establecido en las Resoluciones mediante las cuales se crean todos y cada uno de los Comités de la entidad, el Asesor de Control Interno hace presencia en los mismos y de igual forma presta apoyo en cuanto a las asesorías del desempeño de cada una de ellas, cuando así se requiera, como es el caso de su asistencia en las reuniones ordinarias y/o extraordinarias que se desarrollaron en el Comité de Técnico de Sostenibilidad y Saneamiento Contable del INDETUR durante la vigencia 2024.

27. Comité de Contratación. Decreto 1082 de 2015, Resolución No. 040 de julio 18 de 2019 y 056 de julio 22 de 2021 del INDETUR:

En virtud de lo establecido en las Resoluciones mediante las cuales se crean todos y cada uno de los Comités de la entidad, el Asesor de Control Interno hace presencia en los mismos y de igual forma presta apoyo en cuanto a las asesorías del desempeño de cada una de ellas, cuando así se requiera, y las observaciones frente a su desempeño se remiten de manera periódica a la Dirección mediante la matriz de seguimiento a comités para lo pertinente, con relación a la vigencia 2024.

28. Comité de Convivencia laboral - COCOL. Ley 1010 de 2006, Resolución 652 de 2012 y Resolución No. 030 de marzo 26 de 2021 del INDETUR:

En virtud de lo establecido en las Resoluciones mediante las cuales se crean todos y cada uno de los Comités de la entidad, el Asesor de Control Interno hace presencia en los mismos y de igual forma presta apoyo en cuanto a las asesorías del desempeño de cada una de ellas, cuando así se requiera, y las observaciones frente a su desempeño se remiten de manera periódica a la Dirección mediante la matriz de seguimiento a comités para lo pertinente, con relación a la vigencia 2024.

29. Vigía de Seguridad y Salud en el Trabajo. Ley 1562 de 2012 y Resolución No. 030 de marzo 26 de 2021 del INDETUR:

En virtud de lo establecido en las Resoluciones mediante las cuales se crean todos y cada uno de los Comités de la entidad, el Asesor de Control Interno hace presencia en los mismos y de igual forma presta apoyo en cuanto a las asesorías del desempeño de cada una de ellas, cuando así se requiera, como es el caso de su asistencia en las reuniones ordinarias y/o extraordinarias que se desarrollaron en el Vigía del INDETUR durante la vigencia 2024.

PARTICIPACIÓN EN CAPACITACIONES:

30. Cursos, Seminarios y/o Diplomados. De conformidad con lo establecido por el DAFP y Cronograma de la entidad:

Durante la vigencia 2024, no se realizaron Cursos, Seminarios y/o Diplomados impulsados por la entidad.

31. Cronograma de capacitaciones institucional vigencia 2024. Plan Institucional de Capacitación PIC INDETUR 2024 y Cronograma de Capacitaciones:

Se participó de manera activa en las capacitaciones realizadas por la entidad durante la vigencia 2024 y se le realizó seguimiento al cumplimiento de las mismas en los informes respectivos.

32. Acompañamiento permanente a la Administración para generar alertas sobres cambios que afectan la operación de la entidad. De conformidad con lo establecido por el DAFP:

Se realiza de manera permanente, de parte de la OCI acompañamiento a las distintas áreas de conformidad con las necesidades de la entidad prestando apoyo en cuanto a las asesorías del desempeño de cada una de ellas, cuando así se requiera.

33. Elaboración de los documentos, formatos o matrices correspondientes al área de Control Interno. De conformidad con lo establecido por la entidad y el área:

Se realizó por parte de la OCI la actualización y/o modernización de los procedimientos, documentos, formatos o matrices del área, los cuales se aprobaron por parte del Comité de Control Interno mediante Acta No. 002 de octubre 25 de 2024.

34. Acompañamiento y apoyo en la elaboración de manuales, procedimientos, planes, formatos, etc., en los diferentes procesos. De conformidad con lo establecido por el DAFP y la entidad:

Se realizó por parte de la OCI acompañamiento en la actualización y/o modernización de los procedimientos, documentos, formatos o matrices de las diferentes áreas de la entidad, los cuales se aprobaron por parte del Comité de Gestión y Desempeño mediante Acta No. 002 de octubre 21 de 2024.

35. Apoyo a los directivos en el proceso de tomas de decisiones. De conformidad con lo establecido por la entidad:

Se realizó de manera permanente de conformidad con los requerimientos de la entidad, durante la vigencia 2024.

36. Presentación oportuna de informes a los entes de control. De conformidad con lo establecido por los entes de control:

Se realiza de manera permanente de conformidad con los requerimientos de los entes de control y se reporta a la entidad de manera oportuna para su posterior publicación en la página web del INDETUR.

NOTA: Toda la documentación antes relacionada reposa en el Instituto de manera física y/o digital, en los archivos escaneados y en los correos electrónicos institucionales, así como en la página web de la entidad. Los reportes a entes de control pueden consultarse en las respectivas plataformas cuyos dominios pertenecen al INDETUR.

Se espera culminar satisfactoriamente la vigencia 2024 y para la vigencia 2025, se implementen todos los procesos al interior del INDETUR, junto con el capital humano requerido para su funcionamiento a fin de continuar mejorando en la Planeación y Gestión de la entidad, cumpliendo de manera oportuna con los informes, seguimientos y/o rendiciones periódicas exigidas por la Ley y los entes de control y atendiendo las recomendaciones realizadas por la OCI en cada uno de sus informes y/o seguimientos.

AREA O DEPENDENCIA	Control Interno
NOMBRE DEL FUNCIONARIO	Alejandra Gómez b.
CARGO	Asesor de Control Interno

AREA DE PROMOCION Y MERCADEO

INTRODUCCIÓN DE SU AREA MISIONAL

De acuerdo con el Decreto 312 del 2016, el cual crea el Instituto Distrital de Turismo de Santa Marta, dentro del organigrama que establece, se encuentra la Subdirección de Mercadeo y Promoción, la cual se enfoca en la formulación, control, coordinación y dirección de los planes, proyectos y estrategias que promuevan y posicionan la imagen de la ciudad como destino turístico atractivo y diverso, con calidad para conocer e invertir, además, de la realización de mercados turísticos.

PROGRAMAS, PROYECTOS O ACTIVIDADES EJECUTADOS DURANTE LA VIGENCIA

La subdirección de Promoción y Mercadeo del Instituto ha realizado las siguientes actividades, las cuales estuvieron encaminadas a posicionar y a fortalecer la ciudad de Santa Marta como un destino turístico sostenible, competitivo e innovador, tanto a nivel nacional como internacional.

a. **Participación en ferias de turismo**

Estuvimos presentes en Ferias nacionales e internacionales, consolidando alianzas estratégicas y promocionando a Santa Marta ante actores clave del turismo. Como resultado, logramos generar más de 2.7 millones de dólares en oportunidades y expectativas de negocio consolidadas a lo largo del año 2024.

Uno de los grandes hitos del año fue el anuncio de Santa Marta como Sede Honorífica de la Vitrina Turística de ANATO 2025, la feria más importante de América del Sur. Además, fuimos anfitriones de importantes eventos internacionales como la Primera Cumbre de Turismo Sostenible (GSTC) y el Congreso Nacional de Turismo de FENALCO, que reunió a más de 700 participantes. Se participó en más de 19 eventos relevantes de promoción turística, entre ferias, ruedas de negocios, congresos y workshops. Esto incluye eventos tanto **nacionales como internacionales**, tales como:



- **Stand de Santa Marta en la Vitrina Turística de ANATO 2024** participaron activamente 24 empresas turísticas, entre hoteles, agencias y tour operadores, logrando 2.400 citas de negocios proyectando un impacto económico de 22.000 millones de pesos. La feria logró un total de 50.000 visitantes. Asimismo, se organizó y dirigió una agenda de reuniones estratégicas con organismos internacionales como la ONU Turismo, departamentos y destinos turísticos, así como con DMC y distintas agencias de Latinoamérica, que permitieron identificar y plantear necesidades en infraestructura y promoción turística clave para la ciudad.

- **XXXIX Encuentro Nacional de Autoridades Regionales de Turismo**

Participación activa en la promoción de Santa Marta durante el encuentro, impulsando su inclusión en programas estratégicos como Destinos Inteligentes y Destino de Calidad Turística, generando el posicionamiento de la ciudad como un referente en innovación, sostenibilidad y excelencia en la experiencia turística, fortaleciendo su competitividad tanto a nivel nacional como internacional.



- **Participación en Sea Trade Cruise Global, EE. UU.** A través de gestión conjunta con ProColombia y el Puerto de Santa Marta **se logró** atraer nuevas recaladas a la ciudad, incluyendo la primera recalada nocturna, las líneas que arribaron son Swan Hellenic, Oceania Cruises, AIDA Cruises, The World Residences At Sea, Seabourn cruises y Holland American Lines. La feria conglomeró a representantes de más de 120 países y reunió a un total de más de 10.000 asistentes. Con una expectativa de negocios de **1.140.000 USD** consolidándose como un puerto atractivo para el turismo marítimo con grandes oportunidades para el desarrollo económico y turístico de la región.



- **Recepción de Nuevos Cruceros a Santa Marta**



Desde la Subdirección se gestionó la recepción de 8 nuevas navieras a la ciudad de Santa Marta, donde se realizaron importantes acciones de promoción para que su recalada fuera exitosa.

- **Presentación de Santa Marta en la rueda de Negocios del gremio ASOTELCA**



El INDETUR participó activamente en diferentes Ruedas de negocios organizadas por el gremio ASOTELCA en las ciudades de Barranquilla y Cartagena fortaleciendo la conexión con la Región Caribe. Estos espacios permitieron la promoción de alianzas estratégicas entre agencias y hoteles posicionando al Distrito como destino clave en la región, en las mismas participaron más de 50 agencias y hoteles.

- **Promoción de Santa Marta como Destino Sostenible**



Nos reunimos con el grupo directivo del Consejo Global de Turismo Sostenible, quienes participaron en una cata de café y un recorrido por la ciudad, así promovimos a Santa Marta como un destino sostenible y planteamos avances estratégicos para impulsar el turismo de la ciudad.

- **Participación en la 1ra Cumbre de Turismo Sostenible (GSTC), Santa Marta acogió a más de 300 líderes y expertos en turismo sostenible líderes de 22 países.**



Se impulsó la participación y el liderazgo de Santa Marta en la 1ª Cumbre de Turismo Sostenible del Caribe y Latinoamérica, consolidándose una gran articulación con el Viceministerio de Turismo y su equipo, logrando convocar a más de 32 delegados de diversos países en las mesas técnicas marcando un hito en la promoción de estrategias sostenibles para el turismo de la ciudad.

- **Participación en World Travel Expo en Miami - WTE, EE. UU.** La Subdirección lideró la participación de Santa Marta mediante una acción de promoción internacional en la Feria WTE Miami, en Estados Unidos, donde se realizaron presentaciones a diferentes agencias y entidades internacionales interesadas en conectar con la ciudad e incrementar el flujo de turistas internacionales, logramos proyectar en negocios más 1.8 millones de dólares y participaron distintas agencias y entidades con quienes se impulsó la promoción, en espacios estratégicos que Procolombia le permite a las ciudades y regiones del País. El evento atrajo a más de 3,000 compradores americanos e internacionales.



- **Participación en el Congreso Nacional de ACODAL (Cartagena)**

Se promocionó a Santa Marta como destino turístico de calidad y se promovió las certificaciones de bandera azul obtenidas en la versión 67 del congreso internacional de ACODAL 2024 que contó con más de 2500 asistentes, evento desarrollado los días 5-7 de junio en la ciudad de Cartagena, y teniendo en cuenta la invitación de ACODAL, participamos como destino en el stand de Santa Marta en la muestra comercial. Éste espacio comercial nos permitió intercambiar conocimientos y experiencias con los prestadores de servicios turísticos y las autoridades de las ciudades y municipios que ostentan playas banderas azules (Blueflag) tales como Cartagena, San Andrés y Coveñas (Sucre).



- **Participación en el workshop y la Rueda de negocios internacional Colombia con Argentina, Uruguay y Paraguay**



Participamos en este evento organizado por PROCOLOMBIA, en Santa Marta. Estos Workshops son espacios comerciales donde presentamos la oferta turística de Colombia a las fuerzas de ventas internacionales en el marco de la rueda de negocios que se tuvo entre compradores y exportadores. Durante el evento, tuvimos la oportunidad de tener citas con 9 compradores internacionales.

Fue una oportunidad perfecta para mostrar los productos, destinos y experiencias únicas que Santa Marta tiene para ofrecer, contamos con el privilegio por ser ciudad sede de hacer el saludo de bienvenida a los compradores internacionales y nacionales, así como hacer una muestra cultural con indígenas kogui quienes contaron sobre su cosmogonía.

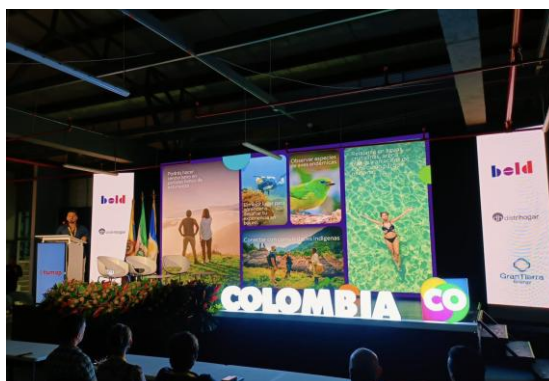


- **Participación en el Encuentro de la Cadena Turística Colombiana**

Por invitación de COTELCO Magdalena, el viceministerio y FONTUR participamos en el encuentro del Caribe que contó con una agenda académica con paneles, ponencias magistrales, conversatorios y un Show Room en el cual contamos con un stand del destino. Participaron más de 1600 miembros de la cadena turística desde personal operativo hasta gerentes.



- **Participación en el IV Congreso y rueda de negocios de Acotur en Putumayo** Santa Marta fue protagonista en Putumayo, llevando a cabo una presentación de destino y una agenda de reuniones estratégicas para disminuir los rumores de seguridad en la Sierra Nevada en relación a los DMC's, también con los programas de USAID, como destino de naturaleza y el Viceministerio de turismo buscando darles continuidad a los procesos relacionados al turismo responsable y comunitario de Santa Marta. En la rueda de negocios en Mocoa, Putumayo, organizada con ACOTUR, se generaron **expectativas de negocio por más de \$1.500 millones de pesos colombianos (aprox. 390.000 USD).**



- **Participación en el Congreso Nacional de ANATO**



La Subdirección de Promoción lideró con éxito la participación de Santa Marta en el Congreso Nacional de ANATO, evento organizado anualmente por el gremio de agencias de viajes. Este espacio fue clave para fortalecer la conectividad aérea de la ciudad y mejorar su percepción como destino turístico. Además, se fortaleció la alianza estratégica con Copa Airlines, asegurando la continuidad del único vuelo internacional directo hacia Santa Marta y respaldando institucionalmente la necesidad de ampliar las conexiones internacionales de la ciudad. Igualmente, el congreso permitió presentar los atributos turísticos de Santa Marta a diversas agencias, fomentando el intercambio comercial y la generación de nuevas oportunidades de negocio para el destino.

- **Bogotá Fashion Week & Bogotá Fashion Weekend**

Santa Marta tuvo una participación destacada en estos dos eventos del sector moda realizados en la capital del país, en articulación con marcas locales, la Fundación Wirakoku y la marca Anthias del diseñador Marco Andrés Muñoz. Durante el evento se resaltó la identidad ancestral de los pueblos indígenas de la Sierra Nevada de Santa Marta a través del diseño y el relato. Esta participación consolidó a Santa Marta como un destino creativo, cultural y sostenible. Se lograron articulaciones con medios de comunicación y casas de moda nacionales e internacionales, fortaleciendo el posicionamiento del destino en nuevos nichos de mercado.



- **Congreso Nacional de COTELCO (Barranquilla)** Durante el Congreso Nacional de Hotelería se visibilizó la oferta de infraestructura hotelera y la

cadena de valor del turismo en Santa Marta, resaltando las buenas prácticas en sostenibilidad y promoción del destino. Se establecieron 40 reuniones con representantes de hoteles, agencias de viajes y asociaciones gremiales, y se compartió el avance del Distrito en la obtención de certificaciones como Bandera Azul y Destino Turístico Sostenible. Se reforzaron lazos de cooperación con actores del Caribe y otras regiones del país.



- **Ruedas de negocios con agencias nacionales**
En alianza con ACOTUR y COTELCO, se lideraron espacios de negociación con la participación de más de 50 agencias y hoteles de diferentes ciudades como Medellín, Cali, Bucaramanga, Pereira y Armenia. Las ruedas se realizaron en el marco de eventos gremiales y reuniones regionales, con el objetivo de fortalecer la cadena de comercialización, mejorar el conocimiento del destino y facilitar alianzas directas con prestadores locales.



- Fam trip y Rueda de negocios internacional con compradores de Perú**
 Santa Marta participó en una rueda de negocios organizada por ProColombia y dirigida a 11 agencias internacionales provenientes de Lima, Cusco y Arequipa. El evento permitió mostrar la oferta de sol y playa, turismo de naturaleza y turismo comunitario. Se lograron acuerdos de intención con al menos cinco agencias peruanas interesadas en operar rutas hacia la ciudad en alianza con operadores locales.



- **Congreso Nacional de Turismo de FENALCO** Santa Marta fue ciudad sede del Congreso Nacional de Turismo de FENALCO "Turismo para una Cultura de Paz", que reunió a más de 700 participantes de todo el país. El evento abordó temas como turismo de experiencias, paz territorial, sostenibilidad e inclusión, y Santa Marta fue reconocida por su liderazgo en la implementación de estrategias de turismo comunitario. La ciudad contó con un stand institucional, muestra cultural con comunidad kogui y mesas de articulación con entidades nacionales. Esta participación reafirmó a la ciudad como epicentro de la discusión sobre el turismo como herramienta para el desarrollo.



b. Acciones de promoción nacional e internacional

Celebramos la llegada de dos nuevas aerolíneas, JetSmart y Clic, lo que representa un avance clave en la conectividad aérea de Santa Marta. La llegada de JetSmart, aerolínea chilena de bajo costo, ha ampliado la conectividad internacional de Santa Marta, mientras que Clic Airlines inauguró la ruta Medellín - Santa Marta, incrementando las conexiones nacionales. Estas nuevas opciones facilitan el acceso de turistas, fortaleciendo el posicionamiento de la ciudad como destino líder. En el 2024 hubo un movimiento de 3.695.605 de pasajeros, oscilando entre 224 a 233 vuelos semanales, con un crecimiento del 24 % en pasajeros en temporada alta. Santa Marta fue el **3° destino preferido** en Colombia según encuesta nacional 2024, tras Cartagena y el Eje cafetero (fuente: FONTUR).

i. Recepción de influencers internacionales en Santa Marta

La subdirección recibió distintas personalidades, resaltando la presencia de Gary el Gringo (@garyelgringo) quien en alianza con Tump y el Cluster de Turismo, se generaron contenidos difundidos en Estados Unidos a través de las redes del influencer. También se realizó cata de Café en Vólolo Café Casa Marina y presentación de destino con intercambio cultural afro con la influencer estadounidense, en el marco de una colaboración con el Hotel Hilton Bello Horizonte y Procolombia. Éste evento contó con la participación de la influencer y empresaria estadounidense Marty Santiago (@marty_sandiego), quien representa un mercado interesado en la historia negra, las experiencias culturales y la conexión con comunidades afrodescendientes, se destaca la participación de Rotisha (@rotishaworld) y la Fundación Maleua en el intercambio. Como **resultados** posicionamiento de Santa Marta como un destino atractivo para el turismo cultural afro, generación de conexiones estratégicas con representantes del mercado estadounidense y reafirmación del compromiso de la ciudad con la promoción de su diversidad cultural y turística.



- **Recepción de Fam Trips de Procolombia**



Presentación de Santa Marta como destino turístico con gran potencial para agencias de Argentina, Uruguay, Chile y Brasil. Adicionalmente, también se articuló con Agencias de Suramérica y otras regiones de Colombia, se contó con el apoyo del bureau de convenciones, del hotel Hilton y la agencia Go Colombia.

- **Recepción de influencers y activación de SANTA MARTA en el Corona Sunset**

Desde la Subdirección se generaron conversaciones directas con el equipo de Corona, con quienes colaboramos en su campaña This Is Santa Marta para la promoción del Sunset y el destino, también se recibieron Influencers que vinieron a Santa Marta, entre ellos Viña Machado, la alcaldía a través del INDETUR tuvo participación durante el festival.



- **Campaña Travel Sale Santa Marta**

Se desarrolló la iniciativa “Travel Sale Santa Marta” en alianza con la Cámara de Comercio y la plataforma Tumap, con el objetivo de impulsar la temporada de vacaciones. Esta estrategia incluyó atractivos descuentos en aerolíneas como Jetsmart y empresas de transporte terrestre como Brasilia, además de la promoción de diversos paquetes turísticos a través de plataformas digitales, generando un impacto positivo en la ocupación hotelera y el respaldo a los prestadores de servicios turísticos del Distrito, fortaleciendo la economía local y consolidando a Santa Marta como un destino atractivo y competitivo.



- **Famtrips y Presstrips**
En articulación con ProColombia, el Viceministerio de Turismo, FONTUR, la aerolínea JetSmart y COTELCO Magdalena, se ejecutaron diversos famtrips

y presstrips que trajeron a Santa Marta agencias nacionales e internacionales, periodistas, creadores de contenido y medios especializados. Estas acciones permitieron generar visibilidad en mercados prioritarios como Perú, Argentina, Uruguay, Brasil y Estados Unidos. Los contenidos generados se difundieron en canales como redes sociales, revistas especializadas y plataformas de viajes, mostrando los atractivos del destino desde una perspectiva experiencial y cultural.



- Presstrip revista Semana





- Peruanos



c. Reconocimiento al talento local- Medalla al Mérito Turístico



La Subdirección de Promoción impulsó la Creación del Galardón Medalla al Mérito Turístico, un reconocimiento destinado a destacar a los empresarios que han realizado aportes significativos al sector turístico de Santa Marta, honrando la trayectoria, los antecedentes y el impacto generado en términos de empleo directo e indirecto, fortaleciendo el crecimiento del sector. Este espacio en alianza con el Hilton Santa Marta y La W Radio se convirtió en una ocasión para

reflexionar sobre nuevas estrategias para posicionar a la ciudad como un destino competitivo, sostenible y de alta calidad. Se otorgaron siete reconocimientos con más de 300 asistentes al evento.

d. **Memorandos de entendimiento con Destinos de Colombia y entidades o actores estratégicos**

Desde la Subdirección, y aprovechando el capital relacional como un recurso estratégico clave, se contribuyó significativamente a la gestión de INDETUR y al cumplimiento de los objetivos establecidos en el Plan de Desarrollo, consolidando importantes alianzas estratégicas formalizando diversos memorandos de entendimiento con entidades claves, tales como:

- **Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)**, reconocida por su labor en la planificación y gestión de asistencia económica y humanitaria a nivel global, se generó una alianza para el impulso del turismo regenerativo, sostenible y comunitario de Santa Marta, además, de la implantación de acciones para la preservación de la identidad y cultura ancestral y la conservación de la Sierra Nevada de Santa Marta como reserva de Biosfera.
- **La Alcaldía de Bucaramanga, a través del Instituto Municipal de Cultura y Turismo** liderado por Maylin Jaramillo, estableció un hermanamiento estratégico desde la Subdirección de Mercadeo y Promoción, orientado a fortalecer la promoción y competitividad turística de ambos destinos. Este acuerdo reconoce la significativa afluencia de turistas provenientes de Bucaramanga hacia Santa Marta y busca implementar acciones conjuntas que potencien su posicionamiento en el mercado turístico, promoviendo el intercambio de buenas prácticas y el desarrollo de iniciativas que beneficien a ambas regiones.
- **La Alcaldía Municipal de Dosquebradas** estableció un hermanamiento con Santa Marta, enfocado en fortalecer la conexión entre las experiencias cafeteras de ambos destinos. Este acuerdo reconoce el potencial del Eje Cafetero y Dosquebradas como regiones estratégicas para la recepción de turismo nacional hacia Santa Marta, fomentando el intercambio de experiencias y la integración de esfuerzos para impulsar el desarrollo turístico de manera colaborativa.
- **Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena**, desde la subdirección se promovió un memorando de entendimiento y una alianza estratégica destinada a fortalecer el clúster de turismo y su estrategia de competitividad. Este esfuerzo permitió integrar e impulsar a los prestadores de servicios dentro de la cadena de valor del clúster. Además, buscó una mayor integración entre el distrito de Santa Marta y el departamento del

Magdalena, generando estrategias de promoción que incrementen la visibilidad y posicionamiento de los actores turísticos, contribuyendo al desarrollo sostenible del sector.

TUMAP, la plataforma de turismo de Santa Marta y el Magdalena liderada por Óscar Solano, en articulación con la subdirección formalizó un memorando de entendimiento orientado a la alineación presupuestaria y a la consolidación de objetivos estratégicos en materia de promoción turística, que permitirán la ejecución de campañas conjuntas que fortalezcan el posicionamiento de Santa Marta como destino turístico por medio esta plataforma digital.

- **Asociación Colombiana de Industria Gastronómica (ACODRES)**, capítulo Magdalena, siendo los del gremio gastronómico en cabeza de Paola Narváez, se estableció un memorando de entendimiento enfocado en el impulso del turismo gastronómico en Santa Marta, reconociendo la relevancia de la gastronomía local eje central para la atracción de turistas nacionales e internacionales, consolidando a la ciudad como un destino de excelencia culinaria.
- La **Institución Universitaria de Santa Marta**, bajo la dirección de Jocelyn Azar, adelantó un memorando de entendimiento orientado al fortalecimiento y desarrollo de las capacidades de los prestadores de servicios turísticos, buscando aprovechar los programas de educación técnica y tecnológica que ofrece el centro educativo, contribuyendo a la profesionalización del sector y al fortalecimiento de la competitividad turística de la región.

2.5 Campañas y productos de comunicación

- **Campaña "Santa Marta en el Mapa"**
Esta campaña de promoción fue construida con base en un análisis de mercado y benchmarking internacional que identificó las tendencias de turismo de lujo, bienestar, accesibilidad y romance, así como referentes como "One Happy Island" de Aruba o "Visit Miami". A partir de estos insumos, se construyó una narrativa centrada en mostrar a Santa Marta como un destino sofisticado, natural, diverso y de clase mundial. Se desarrollaron piezas audiovisuales, contenidos digitales, alianzas con medios y se aprovechó la comunidad existente de la cuenta @descubresantamarta para potenciar el alcance. La campaña generó más de 1.5 millones de impresiones digitales y se replicó en medios de Colombia y Estados Unidos.
- **Estrategia de Free Press y Comunicación**
Durante 2024, se potenció la estrategia de relaciones públicas y generación de contenido en medios nacionales e internacionales. Se gestionaron más de 40 apariciones en prensa, incluyendo menciones en *Revista Semana*, *El*

Tiempo, entre otras. Los temas cubiertos incluyeron turismo cultural, experiencias con comunidades indígenas, gastronomía y proyectos de sostenibilidad. Esta estrategia permitió aumentar la percepción de Santa Marta como destino innovador y auténtico sin recurrir a pauta publicitaria directa.

2.6. Observatorio Turístico de Santa Marta y línea base segmentada

Durante 2024 se avanzó significativamente en el diseño y consolidación del Observatorio Turístico de Santa Marta, una herramienta estratégica para el monitoreo y análisis del comportamiento del turismo en la ciudad. Este instrumento integra datos del sector público y privado y está orientado a fortalecer la toma de decisiones en promoción, sostenibilidad y competitividad. En su etapa inicial se estructuró un modelo de indicadores y se inició la recopilación de datos provenientes del Registro Nacional de Turismo (RNT), Migración Colombia, el Aeropuerto Simón Bolívar, terminales de transporte y encuestas aplicadas en territorio. El proyecto se desarrolla en alianza con Tumap, la Cámara de Comercio de Santa Marta y otros actores locales. Además, se ha trabajado en la construcción de una línea base de datos segmentados por tipo de turismo (naturaleza, cultural, sol y playa y MICE), que permitirá orientar de forma diferenciada las estrategias del destino. La información recopilada y procesada está disponible a través del portal público: <http://tumap.travel/sit>. Este Observatorio será clave para evaluar el impacto de las campañas, ferias, estrategias de conectividad y acciones de desarrollo turístico en el mediano y largo plazo.

2.7. Estrategia de Especialización Turística: Portafolios Segmentados

Como parte de la estrategia de promoción inteligente, se diseñaron y difundieron portafolios especializados para turismo de romance, avistamiento de aves, buceo y turismo ancestral. Estos materiales comerciales se presentaron en ferias, workshops y ruedas de negocio como herramientas diferenciadoras, permitiendo a Santa Marta destacarse en segmentos estratégicos de alta demanda nacional e internacional. La estructuración incluyó mapas, conectividad, atributos diferenciadores, listado de operadores y acciones de sostenibilidad. Estos portafolios fortalecen la competitividad de Santa Marta al ofrecer un relato atractivo, técnico y orientado a nichos específicos del mercado turístico global.

2.8. Narrativa de ciudad y marca conmemorativa

Durante esta vigencia, Santa Marta consolidó una narrativa de ciudad profundamente arraigada en su identidad cultural, histórica y natural, a través del relato “Custodio del Corazón del Mundo”. Esta narrativa, construida de forma participativa con gremios, comunidades indígenas, academia y sector público, posiciona a la ciudad como un referente de sostenibilidad, diversidad y conexión espiritual con su entorno. En línea con esta narrativa, se renovó la identidad visual de la marca ciudad, que ahora incorpora elementos como el Morro, el mar Caribe, la Sierra Nevada y la cultura indígena. Esta narrativa y marca no solo fortalecen la promoción turística, sino que también promueven el orgullo ciudadano y la apropiación colectiva del territorio, alineando a Santa Marta con las ciudades que lideran procesos de construcción de marca sólida a nivel global.

3. PROGRAMAS, PROYECTOS O ACTIVIDADES EN DESARROLLO DURANTE LA VIGENCIA

Santa Marta como Destino de Clase Mundial. Durante el 2024, se puso en marcha la estrategia “Santa Marta Destino de Clase Mundial”, la cual orienta las acciones de posicionamiento y competitividad turística de la ciudad con una visión al 2030. Esta iniciativa busca consolidar a Santa Marta como epicentro turístico del Caribe colombiano, integrando su riqueza natural y cultural con prácticas sostenibles e inclusivas. En esta fase de desarrollo, se han priorizado segmentos de alto valor como el turismo de romance, aviturismo, buceo, ancestral y comunitario, estructurando portafolios especializados y campañas de promoción focalizadas en estos nichos. Asimismo, se han generado productos audiovisuales y un kit digital de destino para el uso de prestadores turísticos, que refuerzan la narrativa y marca ciudad con el respaldo de figuras como Carlos Vives.

Fortalecimiento de la competitividad turística y alianzas estratégicas Se ha fortalecido la presencia de Santa Marta en mercados nacionales mediante ruedas de negocios organizadas en más de seis ciudades en alianza con COTELCO Magdalena, Acotur, Asotelca, Procolombia y ANATO. Estas acciones han permitido consolidar alianzas comerciales estratégicas y preparar al destino para su participación como Invitado de Honor en ANATO 2025, lo cual representa una oportunidad sin precedentes para generar ingresos, empleo y nuevas conexiones comerciales para los empresarios del sector.

AREA O DEPENDENCIA	Subdirección de Promoción y Mercadeo
NOMBRE DEL FUNCIONARIO	Luis Ángel Reyes
CARGO	Subdirector de Promoción y Mercadeo

AREA GESTION INTEGRAL DEL DESTINO

1. INTRODUCCION AREA MISIONAL

Durante la vigencia 2024 y en el ejercicio de las funciones propias del cargo pudimos articular acciones para el fortalecimiento de la calidad y la competitividad turística del territorio, permitiendo la identificación de las debilidades y amenazas del sector pero a su vez proponiendo alternativas de solución que permitan a los diferentes actores de la cadena de valor del turismo que estas carencias se conviertan en estrategias facilitadoras del dialogo, en espacios de escucha con el territorio y en la construcción de soluciones.

En este contexto, desde mi rol como responsable de la Subdirección de Gestión de Destino del Instituto Distrital de Turismo de Santa Marta, se diseño un plan de acción con base a los diferentes procesos Misionales encontrados en la entidad que han permitido estructurar e implementar las diversas estrategias y acciones para fortalecer la cadena de valor turística de la ciudad.

Por tanto, este documento presenta el informe de gestión y las acciones realizadas, así como lo proyectado, desarrollado y ejecutado en el Plan de Desarrollo Turístico de la ciudad, reflejado en la consolidación de iniciativas dirigidas al crecimiento del sector.

1.1 Funciones y Misionalidades del Cargo

De acuerdo con el Decreto 312 del 2016, el cual crea el Instituto Distrital de Turismo de Santa Marta y Mediante la Resolución N 040 del 7 de mayo de 2024 ,”por medio del cual se modifica el manual específico de funciones y competencia laborales para los empleos de la planta del Instituto Distrital de Turismo, considero la incorporación y adopción del Cargo SUBDIRECCION DE GESTION INTEGRAL DE DESTINO dentro del organigrama que establece, se encuentra la Subdirección de Gestión Integral del Destino , la cual se enfoca Formular, controlar coordinar y dirigir los planes, proyectos y estrategias para promover y posicionar los destinos turísticos, atractivos la diversidad de la ciudad de Santa Marta, propender por la calidad en busca del crecimiento visible posicionándolo como un mercado para la inversión turística.

Con base a esto, desde este cargo desempeñe las funciones de:

1- Dirigir los planes programas y proyectos orientados a la gestión del destino turístico, su respectivo sistema de información y desarrollo de indicadores, estudios y actualización del inventario de atractivos turísticos de la ciudad de Santa Marta.

2.- Participar en la formulación del plan de desarrollo desde su área en la

construcción de las metas de turístico de la ciudad de santa marta

3.- Dirigir las acciones para fomentar y desarrollar emprendimiento y modelos asociativos productivos en el marco del turismo de la ciudad.

4.- Diseñar los estudios para caracterizar la oferta de recurso atractivos y prestadores de servicios turísticos orientados en la implementación de gestión del sistema de calidad e incorporación de desarrollo sostenible que estimule a los prestadores de servicios turísticos el conocimiento, la innovación y la participación activa generando condiciones de competitividad turística del destino.

5.- Orientar y desarrollar las estrategias para fomentar la cultura turística dirigida a los prestadores de servicio turístico para la apropiación responsable del destino.

6.- Generar y apoyar mecanismos para estimular a los prestadores para estimular a los prestadores de servicios turísticos para adquirir conocimientos y participar activamente sobre los productos turísticos para el distrito turístico de e histórico de santa marta.

7.- promover mecanismos para identificar y caracterizar la oferta turística de recursos activos y servicios de la ciudad de santa marta, orientado a generar condiciones ópticas de competitividad turística del destino y de este en su contexto regional y nacional.

8.- Posicionar el destino mediante certificación y cumplimiento de las normas técnicas de sostenibilidad y competitividad en coordinación con la unidad sectorial correspondiente.

9.- implementar sistema de sistema de gestión de la calidad, gestión logística y principios de desarrollo sostenible en las actividades turísticas del distrito, dirigidos a los presentadores de servicio turístico

10.- Coordinar con la Secretaria de Desarrollo Económico acciones tendientes para generar condiciones de competitividad para el desarrollo turístico.

11.- orientar el desarrollo de modelos de gestión en la articulación con la secretaria de desarrollo económico, relativos a programas de innovación en calidad, Formalización, capacitación y financiamiento de emprendimiento del sector turístico y apoyo de las iniciativas de las localidades.

12.- apoyar encadenamientos productivos que fomenten la actividad y generen valor para el desarrollo turístico, en coordinación con la secretaria de desarrollo económico.

13.- gestionar proyectos que apoyen programas de seguridad económica.

14.- generar y apoyar iniciativas de formato, entrenamiento a quienes intervienen en la cadena de servicio, así como la sensibilización sobre la prevención y erradicación del turismo sexual con menores de edad.

15.- promover la definición y formulación de las políticas del desarrollo turístico, así como adoptar planes, programas y proyectos que lo hagan posible, mediante la aplicación de herramientas gerenciales, con el propósito de dar cabal cumplimiento a los objetivos y metas institucionales.

16.- Las demás funciones que se asignen, de acuerdo con las necesidades de la dependencia y que correspondan al propósito del cargo.

2. Logros y Actividades Ejecutados en la vigencia |2024: PLANES, PROGRAMAS, PROYECTOS Y ACTIVIDADES EJECUTADOS DURANTE LA VIGENCIA 2024.

Cabe indicar que durante el 2024 se alcanzaron varios logros en la gestión del destino principalmente el haber acompañado y liderado tanto la construcción como la puesta en marcha del Plan de Desarrollo Turístico 2024-2027 Santa Marta 500+ en equipo con la Subdirección de promoción y mercadeo, se desarrollaron mesas de trabajo con los actores principales de la cadena de valor del turismo como un escenario de reconocimiento de las problemáticas que nos facilitó la articulación con el territorio estableciendo diferentes mecanismos de trabajo , implementando estrategias innovadoras para posicionar al Distrito como un destino turístico destacado.

Se le dio impulso a el proceso de recertificación de bandera azul BLUE FLAG en playa blanca, para entrar en procesos de ordenamiento de atractivos turísticos, se reactivaron los diferentes comités locales de playa dando cumplimiento a las normas establecidas como principios del turismo en Colombia y reglamentadas mediante actos administrativos legitimados por la administración Distrital del Gobierno del doctor CARLOS PINEDO CUELLO, se generaron desde la Subdirección de Gestión integral del Destino acciones para la competitividad del turismo a través de un proyecto en Bilingüismo y la guía de los 500 años se planificaron las temporadas turísticas en previas mesas de trabajo con las diferentes autoridades convirtiéndolos en los articuladores entre los prestadores de servicios turísticos y las entidades cuyas competencias recaen en la solución de las eventuales contingencias y también siendo estos espacios claves para la recopilación y el análisis de datos que permitirá una mejor gestión durante las

diferentes temporadas de alta afluencia en los años siguientes, se realizaron jornadas de limpieza en las diferentes playas de la ciudad donde logramos contar con el apoyo de la empresa privada e instituciones educativas de la ciudad, visitamos diferentes colegios para el fortalecimiento del programa amigos del turismo, lideramos acciones de Inspección, Vigilancia y Control dirigido a prestadores de servicios turísticos para el cumplimiento de los requisitos de ley, capacitamos y formamos en diferentes espacios para el fortalecimiento en la calidad turística.

LA PUESTA EN MARCHA DEL PLAN DE DESARROLLO PDD 2024-2027.

El plan de desarrollo Distrital se construyó con la participación de los diferentes sectores de la ciudad desde indetur se recopilaban los insumos entregados en mesas participativas que permitieran demostrar como desde la administración Distrital podría ayudar a mejorar la gobernanza a través de la participación pública, privada y la articulación comunitaria entre los actores locales e incluso regionales para unificar los esfuerzos que permitan mejorar los aspectos más importantes socialmente para nuestra ciudad, seguridad e implementación de sellos de calidad en los prestadores de servicios turísticos, empoderamiento a las comunidades a través de la generación de capacidades y transferencias de conocimientos, la regeneración y conservación de los activos naturales, ancestrales y culturales del territorio y el desarrollo de nuevos bienes y servicios que aprovechen en equilibrio la riqueza natural, cultural e histórica del distrito, orientados inteligentemente a las preferencias de los mercados emisores de Colombia y de Santa Marta.

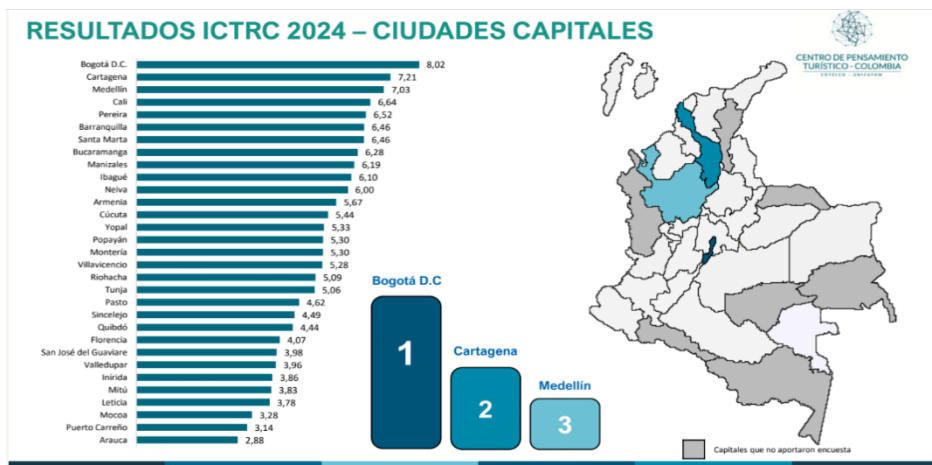


La planificación y parametrización de las metas definidas en esta hoja de ruta y las posibles acciones derrotero de los resultados en la primera vigencia de este gobierno, desde los diagnósticos, el trabajo de campo la consolidación de

estrategias que desde la construcción del Plan de Desarrollo Distrital en materia de Turismo, responden a las necesidades mediante programas que apuestan al fortalecimiento de la ciudad como destino turístico alineándose con las prioridades de la ciudad, donde el turismo se posiciona como un pilar estratégico para el desarrollo económico como principal actividad, promoviendo la formación y capacitación para el fortalecimiento de las competencias laborales de los operadores turísticos locales y el fortalecimiento de las comunidades garantizando ser un destino de talla mundial, lo que permitirá dinamizar la economía local y la generación de empleo, todo esta construcción y consolidación asegura que el turismo sea un motor económico pero que también pueda catalizar la sostenibilidad de las actividades turísticas.



De acuerdo a la cifras analizadas por el centro de pensamiento turístico de Colombia el Distrito de Santa Marta para el año 2024 obtuvo 6.46 en el índice de competitividad turística entre ciudades capitales ocupándose en el séptimo lugar ascendiendo del puesto nueve respecto del año anterior gracias al cumplimiento de las metas e indicadores dispuestos en el plan de Desarrollo Distrital Santa Marta 500+, un plan diseñado de acuerdo a los lineamientos entregados para su construcción diecinueve metas e indicadores, desde donde se pretende darle impulso a la innovación y la apropiación de nuevas tecnologías de información para el ordenamiento de los atractivos turísticos y uso de los datos en la toma de decisiones, mejorando la gobernanza a través de la participación pública, privada y la articulación comunitaria con los actores locales y regionales para unificar los esfuerzos de promoción, seguridad e implementación de sellos de calidad en los prestadores de servicios turísticos, empoderando a las comunidades a través de la generación de capacidades y transferencias de conocimientos, la regeneración y conservación de los activos naturales, ancestrales y culturales del territorio y el desarrollo de nuevos bienes y servicios que aprovechen en equilibrio la riqueza natural, cultural e histórica del distrito, orientados inteligentemente a las preferencias de los mercados emisores de Colombia y de Santa Marta.



Adicionalmente, también busca fortalecer la infraestructura turística, como eje fundamental para el crecimiento del sector, así como adecuación de espacios urbanos para potencializarlos generando un mayor atractivo hacia turistas y residentes. Por otro lado, se busca diversificar la oferta turística mediante el desarrollo de rutas temáticas, como el turismo de naturaleza y cultural, aprovechando la riqueza histórica y ambiental de Santa Marta. Estas acciones fomentan una mayor interacción entre los visitantes y las comunidades locales, generando un impacto positivo en la percepción que se verá reflejado en la competitividad de Santa Marta a corto plazo, además del impacto positivo que el contribuye al ecosistema turístico.

ESTRATEGIAS DE GESTION DE DESTINO PARA LAS TEMPORADAS TURISTICAS.

Durante el 2024, la Subdirección de Gestion Integral de Destino en una planificación coordinada entre autoridades, empresas y la comunidad local logró que el distrito de Santa Marta a traves de las diferentes instancias como mesas preparatorias a las temporadas o planes de mandos unificados por corredores turísticos que lideramos coordinando actividades generadas para cada temporada, se establecieron acciones para el control de las medidas reglamentarias y se construyo una herramienta para la consolidación de datos articulados con la secretaria de desarrollo económico y haciendo acompañamiento a la terminal de transporte y aeropuerto simón bolívar en donde en términos de organización se estimaron los requerimientos en materia de seguridad, información turística, prevención de la Explotación Sexual de niños, niñas y adolescentes en el contexto de viajes y turismo, compromisos y responsabilidades asumidos para la asistencia de los visitantes en nuestro destino y un trabajo en equipo con los gremios para la consolidación de una oferta turística integral.



En términos de la gestión integral del destino cada temporada representa las necesidades más próximas del territorio, identificando aspectos claves para asegurar que la oferta integral del destino de garantías tanto a turistas como a prestadores de servicios turísticos y poder cumplir los estándares incluso en materia de Calidad del sector factores como los servicios básicos, protección civil, seguridad, campañas de sensibilización para el cuidado del medio ambiente y canales de comunicación en redes oficiales.

VISITAS A LA TERMINAL DE TRANSPORTE: como se había mencionado se establece comunicación constante con las terminales tanto terrestre como aérea, para realizar campañas informativas y socializar las recomendaciones que se consideren y permitan conservar la integridad los visitantes en la ciudad.



(Coordinación de operaciones terminal de transporte)

MESAS PREPARATORIAS: Se realizaron cuatro mesas preparatorias para las temporadas turísticas de Semana Santa, vacaciones de mitad de año, Semana de receso escolar, Temporada turística de fin de año, a cargo de indetur para la Implementación de acciones conjuntas al previo inicio de temporadas turísticas, delegaciones oficiales, planes de contingencia frente a eventuales situaciones, presentación de la oferta institucional por entidad frente a sus competencias para el portafolio de servicios en cada temporada, espacio de escucha con los

prestadores de servicios turísticos y gremios donde se observan sugerencias de acuerdo a las posibles problemáticas con sus posibles soluciones.



PLAN DE MANDO UNIFICADO: En las diferentes temporadas turísticas se implementaron estrategias de coordinación entre diferentes entidades para garantizar la seguridad, movilidad, atención en salud, control ambiental y bienestar general de los turistas y residentes durante temporadas de alta afluencia se organizaron cuatro coordinaciones ubicadas en diferentes puntos turísticos de la ciudad para tener mayor control de la dinámica como por ejemplo RODADERO, CORREDOR TURISTICO DEL SUR, ZONA RURAL TRONCAL DEL CARIBE Y CENTRO HISTORICO, a cargo de directores y funcionarios de la administración Distrital encargados de liderar las acciones que generen presencia, inspección y vigilancia institucional, estos grupos de PMU se mantienen activos durante todo el año y en preparación constante para las temporadas.



(PMU temporada de mitad de año 2024)

COMPETITIVIDAD TURISTICA

El Instituto a traves de esta dependencia fortaleció las estrategias para mejorar la competitividad turistica, a su vez el plan de desarrollo Distrital considero la necesidad de generar políticas, planes y programas que permitan la sostenibilidad, la promoción, y la constante formación y capacitación en convocatorias dirigidas a Prestadores de Servicios, gremios u organizaciones afines a la cadena de valor Turístico del Distrito de Santa Marta.

TURISMO COMPETITIVO POR LOS 500 AÑOS DE SANTA MARTA:

El Instituto Distrital de Turismo INDETUR, en el marco del del Plan de Desarrollo Distrital SANTA MARTA 500+, ejecuto para la vigencia 2024 el “PROGRAMA DE FORMACION EN BILINGUISMO, HABILIDADES DIGITALES Y SERVICIO AL CLIENTE PARA FORTALECER LA COMPETITIVIDAD TURISITCA DEL DESTINO EN EL MARCO DE LOS 500 AÑOS DE SANTA MARTA”, dentro de sus metas contemplo el programa de fortalecimiento para la competitividad turística, que tuvo como propósito fortalecer las competencias básicas en los actores de la cadena de valor del turismo de Santa Marta para mejorar la prestación de servicios turísticos, la competitividad y calidad turística de la ciudad.

ENTIDAD	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA
CONVENIENTE	FUNDACION EMPRESARIAL DEL CARIBE
NIT	900.169.229-0
REPRESENTANTE LEGAL	JORGE LUIS PEREZ TROCHA
CEDULA	8736651
VALOR DEL CONVENIO	\$1.028.571.429
APORTES DE INDETUR	\$720.000.000
APORTES DE LA ESAL	\$308.571.429
Objeto:	ANUAR ESFUERZOS PARA LA “IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE FORMACIÓN EN BILINGÜISMO, HABILIDADES DIGITALES Y SERVICIO AL CLIENTE PARA FORTALECER LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DEL DESTINO EN EL MARCO DE LOS 500 AÑOS DE SANTA MARTA” MEJORANDO LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS CON CALIDA EN LOS ACTORES DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO DE SANTA MARTA.

De acuerdo al PLAN DE DESARROLLO SANTA MARTA 500+ 2024-2027 cuyo propósito en el cuatrienio es: META:PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD TURISTICA: 500 Prestadores de servicios turísticos fortalecidos en competitividad, se cumplió con lo propuesto en el plan indicativo cuya meta para el año 2024 serian 150 prestadores fortalecidos en competitividad.

ACTIVIDADES:

- ✧ LEVANTAMIENTO DE LÍNEA BASE, DIAGNÓSTICO Y SONDEO DE LOS BENEFICIARIOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN EN TURISMO PROCESO

DE INSCRIPCION AL PROYECTO DE FORMACION EN COMPETITIVIDAD TURISTICA: BILINGÜISMO 500 AÑOS.

La convocatoria para la inscripción de 150 beneficiarios del proceso de formación en competitividad, fue surtida mediante diferentes canales de comunicación, tales como las redes sociales oficiales del Instituto Distrital de Turismo (INDETUR) en su cuenta de Instagram @indetursmr, así como la realización y envío de cartas a los diferentes actores del turismo, gremios y asociaciones de prestadores de servicios turísticos a quienes les solicitamos que en colaboración acompañaran el proceso de difusión entre sus asociados, por otra parte se habilitó el siguiente link <https://indetur.gov.co/capacitate/> el cual estuvo habilitado desde el día 30 de septiembre extendiéndose hasta el día 5 de septiembre, para un total de 214 personas inscritas.

Los inscritos fueron segmentados entre hoteles y alojamiento, agencias de viajes, restaurantes y guías turísticos, sector transportes, experiencias turísticas, etc., en donde se considera que existen la principal necesidad y por lo tanto se espera el aprovechamiento de este como una oportunidad.

SOCIALIZACION A BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA.

Se ejecutó una estrategia de Socialización y comunicación que incluyó diseño y publicación de piezas comunicativas, eventos de convocatoria y selección de los Prestadores de Servicios Turísticos.

Lanzamiento oficial del programa, donde se presentaron los objetivos y componentes del proyecto.

SISTEMA DE INFORMACIÓN EN LA GESTIÓN ACADÉMICA

Para el seguimiento del progreso académico, se utilizó un software de gestión que facilitó:

- Registro de asistencia de estudiantes y docentes.
- Control de notas.
- Seguimiento y evaluación de actividades.
- Envío de información y noticias relevantes.



ESTRATEGIA DE SOCIALIZACIÓN, DIVULGACIÓN Y COMUNICACIÓN

Incluyó actividades de comunicación orientadas a:

- Diseño de imagen del programa.
- Creación de contenido multimedia.
- Publicación y divulgación de información del proyecto.
- Producción de reconocimientos y souvenirs.

Se entregaron Kits académicos con insumos como marcadores, cuadernos, lapiceros, carpetas, y termos. Además, se distribuyó la "Cartilla Turística de los 500 Años de Santa Marta" en español e inglés, la cual se utilizó como material clave para el aprendizaje.



✓ **Desarrollo de los Diplomados.**

Se desarrollaron tres diplomados de 40 horas cada uno, conformando un total de 120 horas de formación:

Diplomado 1: inglés para Atender Turistas Internacionales

- Enfoque: habilidades esenciales en inglés, comunicación efectiva y conocimiento de sitios turísticos.
- Modalidad: híbrida.
- Participación: máximo 30 personas por grupo.

Diplomado 2: Herramientas Digitales Aplicables al Turismo

- Analisis de datos.
- Modalidad: híbrida.
- Participación: máximo 30 personas por grupo.

Diplomado 3: Fortalecimiento de Habilidades para la Prestación del Servicio Turístico

- Enfoque: competencias en servicio al cliente y narrativa histórica de Santa Marta.
- Modalidad: híbrida.
- Participación: máximo 30 personas por grupo.

El programa concluyó con un evento de clausura, donde se destacó la participación de los beneficiarios y se entregaron reconocimientos por su compromiso. También se distribuyó la "Cartilla Turística de los 500 Años" como un recurso educativo perdurable.

Las actividades realizadas en el marco de este proyecto permitieron fortalecer las competencias bilingües, digitales y de atención al cliente de los Prestadores de Servicios Turísticos, contribuyendo al desarrollo del sector turístico de Santa Marta. La combinación de estrategias pedagógicas, herramientas tecnológicas y experiencias prácticas garantizó un impacto positivo y sostenible en los participantes del programa



-JORNADAS DE FORMALIZACION MIGRATORIA: En articulación con el centro de servicios migratorios de Santa Marta, realizamos jornadas de Formalización migratoria con la finalidad Regularizar la situación migratoria de ciudadanos extranjeros residentes o empleados en el sector turístico, facilitando su acceso a documentos de identificación, permisos de permanencia o trabajo y demás requisitos exigidos por la legislación nacional.

Los establecimientos turísticos **deben verificar el estatus migratorio de sus huéspedes y empleados extranjeros**. La contratación o alojamiento de personas en situación migratoria irregular puede conllevar a la imposición de multas económicas, cierre temporal o definitivo del establecimiento y Procesos legales por incumplimiento de la normatividad migratoria y laboral en cumplimiento a los objetivos misionales del área en lo respectivo a procesos de Formalización hacia un destino competitivo se realizó en la vigencia una jornada con la asistencia de más de **500 personas en representación del sector hotelero**.



MEMORANDOS DE ENTENDIMIENTO ENTRE CIUDADES Y ENTIDADES:

La Alcaldía de Bucaramanga, a través del Instituto Municipal de Cultura y Turismo liderado por la doctora Maylin Jaramillo en su calidad de Secretaria de Despacho, estableció un hermanamiento estratégico desde la Subdirección de Mercadeo y Promoción, orientado a fortalecer la promoción y competitividad turística de ambos destinos. Este acuerdo reconoce la significativa afluencia de turistas provenientes de Bucaramanga hacia Santa Marta y busca implementar acciones conjuntas que potencien su posicionamiento en el mercado turístico, promoviendo el intercambio de buenas prácticas y el desarrollo de iniciativas que beneficien a ambas regiones.

SUSCRITO ENTRE EL INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE BUCARAMANGA - IMCT Y EL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA - INDETUR

Entre MAYLIN TATIANA JARAMILLO BERMUDEZ, identificada con cédula de ciudadanía N°1.093.402.485 de Floridablanca, Representante Legal INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE BUCARAMANGA - IMCT, identificado con N°1.490.204.594-9, quien para los efectos del presente documento se denominará IMCT, por una parte, y por la otra JOSÉ DOMINGO DAVILA MORALES identificado con la cédula de ciudadanía N°72.244.676 expedida en Santa Marta, en calidad de Representante Legal del INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA - INDETUR, identificado con N°80.131.788-5, quien para los efectos del presente documento se denominará INDETUR, hemos acordado suscribir el presente memorando de entendimiento, el cual se registra por las cláusulas que adelante se expresan, previas las siguientes:

CONSIDERACIONES

Que el artículo 209 de la Constitución Política, dispone que la función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones; en este sentido, el artículo 6 de la Ley 489 de 1995, en concordancia con la Carta Política, señala que las autoridades administrativas deben garantizar la armonía en el ejercicio de sus respectivas funciones con el fin de lograr los fines y cometidos estatales en virtud de los principios de coordinación y colaboración.

Que el INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE BUCARAMANGA - IMCT, tiene por objeto fortalecer y promover los sectores turísticos y cultural del municipio, para potenciar los diferentes sectores de desarrollo, mediante la planeación, estructuración, comercialización y ejecución de estrategias y eventos en el orden local, departamental, nacional e internacional, con alianzas públicas, privadas, organizaciones no gubernamentales y/o cooperación internacional.

Que el INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE BUCARAMANGA - IMCT, dentro de sus funciones está: "i) Planificar el desarrollo económico, social y ambiental de su territorio, de conformidad con la ley y en coordinación con otras entidades. ii) Promoción del turismo, la cual busca desarrollar estrategias de promoción para atraer visitantes a Bucaramanga tanto a nivel nacional como internacional. iii) Implementación de estrategias para la estimulación productiva y el comercio de bienes y servicios culturales con el ánimo de generar alternativas preventivas y ocupacionales ante la emergencia social y económica generada por el Covid-19 iv) Implementar una estrategia asociada a la economía naranja para impulsar sectores de servicios creativos, turismo, artesanías y tecnologías."

Que el INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA - INDETUR, fue creado mediante el Decreto 212 de



ORDENAMIENTO TURISTICO:

BLUE FLAG PLAYA BLANCA 2024-2025.

Durante el periodo 2024, el Instituto Distrital de Turismo de Santa Marta, firmó dos convenios claves para consolidar sus esfuerzos que dieron como resultado la izada por tercera vez consecutiva de la Bandera Azul para Playa Blanca, Estos proyectos fueron los siguientes:

El primer proyecto firmado el 24 de abril de 2024, este fue operado por la Corporación para la Gestión del Desarrollo Ambiental Sostenible – CORGEDAS, con un valor total de \$428.571.423, donde INDETUR aportó un valor de \$300.000.000 y el contratista aportó una contrapartida de \$128.571.423, el objeto del proyecto tuvo por nombre “Apoyo al fortalecimiento del proceso de gestión encaminado al sostenimiento de la certificación Blue Flag de Playa Blanca del Distrito de Santa Marta”

Un segundo proyecto fue firmado el 04 de septiembre de 2024, operado por la Fundación Reverdecer Natural, con un valor total de \$685.297.854, de los cuales el INDETUR aportó \$479.708.498 y el contratista aportó una \$205.297.854, el objeto de este proyecto tuvo por nombre “Aunar esfuerzos para la implementación de una estrategia de sostenibilidad turística en Playa Blanca como destino certificado basado en la homologación de la Norma Técnica Sectorial NTS-TS-001-2:2024 desde los estándares de Bandera Azul, con el objetivo de fortalecer la gobernanza local, mejorar la calidad de los servicios turísticos, y promover el desarrollo socio-económico de los prestadores de servicios turísticos”.

Gracias al trabajo articulado realizado con la Corporación Social Turística de Playa Blanca – CORSOTUR, Playa Blanca ha demostrado un compromiso sustancial con los 33 criterios establecidos en el programa internacional Blue Flag, implementando medidas efectivas en las áreas de calidad del agua, educación ambiental, gestión ambiental, y seguridad y servicios; el cumplimiento continuo de los rigurosos estándares establecidos por Blue Flag no solo refuerza el atractivo turístico de Playa Blanca, sino que también fomenta prácticas sostenibles que resultan beneficiosas tanto para el medio ambiente como para la comunidad local. Estos progresos se reflejan en una mayor conciencia y participación de la comunidad en la conservación del entorno natural, así como en la implementación de medidas efectivas que aseguran la preservación y sostenibilidad de este importante destino turístico.

Estos proyectos impactaron significativamente cerca de **1.321** prestadores de servicios turísticos que intervienen directa e indirectamente en Playa Blanca, además de la población local y visitante quienes pueden disfrutar con total seguridad de las bondades y actividades que se ofrecen en este atractivo de mar y playa, certificado internacionalmente, Asimismo, durante el periodo 2024 se implementó un plan piloto de transporte marítimo público entre El Rodadero y Playa Blanca, operado por las empresas de transporte marítimo Taximarino y ASOMARÍTIMOS, partiendo desde los sectores Norte (Canal de las Iguanas) y Sur (Mi Ranchito) del Rodadero. El análisis muestra el seguimiento de aforo de Playa Blanca con total anual de 479.055 turistas.

MES	SECTOR		TOTAL PAX	PROMEDIO DIARIO
	NORTE	SUR		
Enero 2024	47.923	28.655	76.578	2.470
Febrero 2024	19.713	10.792	30.505	1.052
Marzo 2024	23.622	15.846	39.468	1.273
Abril 2024	15.858	11.034	26.892	896
Mayo 2024	17.478	12.706	30.184	974
Junio 2024	24.612	16.509	41.121	1.371
Julio 2024	22.404	13.815	36.219	1.207
Agosto 2024	20.786	13.696	34.482	1.112
Septiembre 2024	26.805	9.807	36.612	1.220
Octubre 2024	25.940	13.145	39.085	1.261
Noviembre 2024	23.279	12.704	35.983	1.199
Diciembre 2024	24.301	27.625	51.926	1.675
TOTALES	292.721	186.334	479.055	1.312
Promedio	24.393	15.528	39.921	1.309
Maximo	47.923	28.655	76.578	2.470
Minimo	15.858	9.807	26.892	896

Matriz control de pasajeros ruta Rodadero – Playa Blanca vigencia 2024.

LIMPIEZAS DE PLAYA Y SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL.

Desde el Instituto Distrital de Turismo (INDETUR) ha llevado a cabo cerca de 7 jornadas de limpieza de playas, en los sectores de Playa Blanca, Taganga, Bello Horizonte, y apoyo a establecimientos turísticos como el Hotel Irotama en sus jornadas de limpieza de playa. Estas acciones reafirman el compromiso de la administración distrital con la proyección de una mejor promoción del Destino y el embellecimiento de sus principales atractivos, esto no solo en la búsqueda del cumplimiento de estándares internacionales como Blue Flag para Playa Blanca, sino además como misión de ciudad. Estas jornadas de limpieza y oxigenación de

playa han sido esenciales para sensibilizar y fomentar el uso responsable del territorio entre las comunidades locales, prestadores de servicios turísticos y visitantes, contribuyendo a la correlación y protección del ecosistema marino costero, sino también que promuevan prácticas sostenibles y responsables.

Como resultado de estos ejercicios, se logró recolectar cerca de **12.6 toneladas** de residuos sólidos.



COMITÉ LOCAL PARA LA ORGANIZACIÓN DE PLAYAS CLOP – 2024

Durante la vigencia 2024, el Instituto Distrital de Turismo de Santa Marta participó activamente en las 2 sesiones del Comité Local para la Organización de Playas donde se avanzó favorablemente en los diferentes compromisos trazados por las autoridades de orden nacional y Distrital.

De igual forma, se llevó a cabo la propuesta de la actualización de la zonificación para las zonas de playa de Playa Blanca y área concesionada del Zuana Beach Resort Hotel, aprobándose por unanimidad la zonificación del área concesionada, en cuanto a Playa Blanca, se establecieron Mesas Técnicas de Playa con el objetivo de aunar criterios de las entidades por competencias que diera como resultado la propuesta de zonificación de las playas, acorde al contexto, necesidades y garantías para el cumplimiento de los estándares del programa Blue Flag, certificación que ostenta Playa Blanca por tercera vez consecutiva.

Cabe aclarar, que desde el Despacho del Sr. Alcalde, se otorgó delegación a este instituto para cumplir funciones de secretaría técnica de este Comité; De igual manera, hemos trabajado de la mano y en varias mesas sectoriales con comunidades de playa incluyendo carperos, silleteros, vendedores,

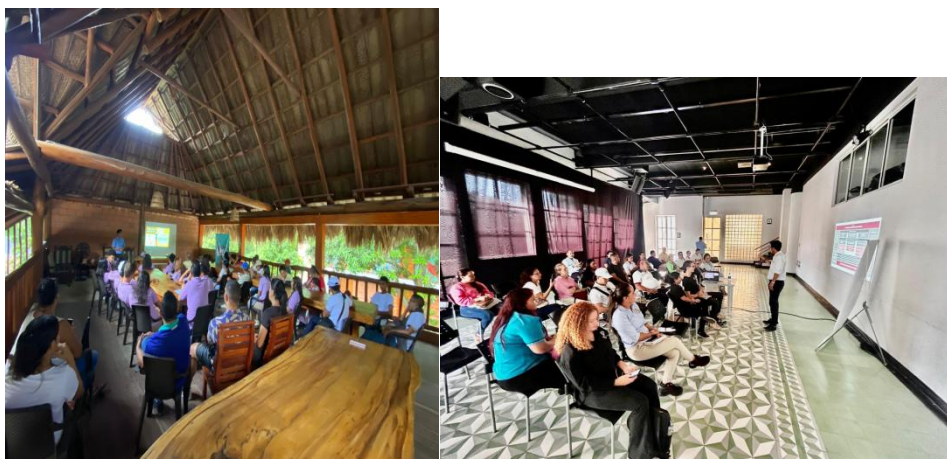
transportadores, masajistas, restaurantes, entre otros para integrarlos en el proceso de ordenamiento de playa y abordar de diferentes temáticas con respecto a ordenamiento abarcando zonificación, precios establecidos en playa, horarios de funcionamiento, promoción, limpieza, servicio al cliente, garantizar no solo un buen servicio a los visitantes pero también una buena convivencia dentro de la comunidad.



CALIDAD TURISTICA

La calidad y el perfeccionamiento de la oferta turística es otra de nuestras grandes metas en el plan de desarrollo santa marta 500+, son otros aspectos que requieren una atención urgente. Aunque Santa Marta cuenta con una amplia gama de atractivos naturales, culturales e históricos, la calidad de los servicios turísticos ofrecidos deben dirigirse hacia entandares que cumplan un turismo de talla mundial pero que sobre todo ofrezca calidad para satisfacer las expectativas de los turistas, La falta de capacitación y profesionalización de los prestadores de servicios, así como la escasez de estándares de calidad y sostenibilidad, afectan negativamente la experiencia del visitante y la percepción del destino, por tal razón en articulación con el ministerio de Comercio Industria y Turismo organizamos en el mes de septiembre tres jornadas de capacitación en calidad turistica, para la aplicación de la resolución 0612 del 2024 la cual reglamenta la calidad turistica en Colombia y define los nuevos parámetros a aplicar con esta jornada pudimos fortalecer los conocimientos del tres sectores dela ciudad como la zona rural exactamente

prestadores de servicios turísticos del corredor turístico de la troncal del caribe, Taganga y el centro histórico, logrando impactar a 100 prestadores de servicios turísticos.



JORNADA DE SENSIBILIZACIÓN EN CALIDAD TURÍSTICA

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo invita a los prestadores de servicios turísticos, gremios, asociaciones y otros actores del sector a la socialización de la Resolución 0612 de 2024, la cual reglamenta el artículo 12 de la Ley 2088 de 2020, que trata lo relacionado con la Calidad Turística en Colombia

RESOLUCIÓN 0612 DE 2024

COLOMBIA Co
EL PAÍS DE LA BELLEZA

25 de septiembre de 2024
2:15pm - 4:40 pm.

Arca Tayrona Hostel & Restaurant
Km 30 + 900 metros
Vereda Cañaveral
Santa Marta

INSTITUTO DE TURISMO DE SANTA MARTA
Indetur y la Secretaría de Desarrollo Económico en el marco de la

SEMANA DEL TURISMO
"EL TURISMO SEGURO UN COMPROMISO DE TODOS"

INVITA ESTE 25 DE SEPT A

MICROFERIA DE FORMALIZACIÓN Y FORTALECIMIENTO EN COMPETITIVIDAD **8 A 4**
AM PM

TALLER DE SENSIBILIZACIÓN EN CALIDAD TURÍSTICA: SOCIALIZACIÓN DE LA RESOLUCIÓN 0612 DE 2024 **2 A 5**
PM PM

Lugar: ARCA TAYRONA RESTAURANTE
Km 30 + 900M, Vereda Cañaveral, Santa Marta

DIRIGIDO POR: PSF DE EXPERIENCIAS RURALES, COMUNITARIAS DEL CORREDOR TURÍSTICO GUACHACA,

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - FONTUR, Cámara de Comercio - Secretaría de Gobierno - Grupo de Protección al Turismo y Patrimonio Nacional - Policía Metropolitana de Santa Marta, Secretaría de Salud, Secretaría de Promoción Social, Industria y Comercio, DAS - Renero - DAGE - DIPAR - Secretaría de Planeación - PSE - CAJAMAR - SEMA - COLCIENCIAS - INPEC - Secretaría de Seguridad y Convivencia

ALCALDÍA DE SANTA MARTA
Distrito Turístico, Cultural e Histórico

TURISMO RESPONSABLE EN EL MARCO DE LA CELEBRACION DE LOS 500 AÑOS: Durante el año 2024 desde el liderazgo de la Subdirección de gestion integral del destino se articularon diferentes acciones encaminadas hacia las buenas practicas en un turismo responsable tales como la prevención de la explotación sexual alrededor del contexto de viajes y turismo, prevención del trafico de fauna y flora, justo precio.

PREVENCION DE ESCNNA: Alianza con UNODC, elaboración de un diagnostico , mesas de trabajo.



✧ **TRAFICO DE FAUNA Y FLORA:** Articulados con el viceministerio BOOTCAMP de prevencion de trafico de fauna y flora.

BOOTCAMP DE PREVENCION: Desde el Instituto Distrital de Turismo, y en cumplimiento de la sentencia T-606 actuando en articulación con el Viceministerio de Turismo, Por tal razón el día 12 y 13 de Noviembre del año 2024, se llevo a cabo el Bootcamp de Prevención del Tráfico de Fauna y Flora, liderado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y organizado con apoyo de FONTUR Colombia, INDETUR apoyo en la convocatoria mediante diferentes canales de comunicación de la entidad como redes sociales, y grupos de whatsapp con prestadores de servicios turísticos del territorio de parques nacional Tayrona, acompañamiento Institucional a las dos jornadas programadas un primer espacio académico para la Socialización del la estrategia de Turismo Responsable y las buenas practicas para la preservación de la fauna y la flora, y una segunda Jornada de avistamiento de aves realizada en el Parque Nacional Natural Tayrona, sector Zaino.



Esta actividad estuvo dirigida a actores de la cadena de valor ampliada del turismo, prestadores de servicios turísticos y pescadores de la región del parque tayrona, promoviendo el fortalecimiento de capacidades en prácticas de turismo responsable, fomentándose la protección especial de las especies susceptibles al trafico ilegal, y protección de la biodiversidad, como lo contempla el PLAN MAESTRO PARQUE NACIONAL TAYRONA.

TURISMO DE NATURALEZA

Es importante destacar las ventajas comparativas de Santa Marta como destino de naturaleza, desde la gestion integral del destino se ha buscado fortalecer a la ciudad desde las experiencias, la sostenibilidad ambiental y la puesta de no solo ser un destino de sol y playa Al respecto, la ciudad cuenta con dos de los Parques Nacionales Naturales más visitados del país: el Parque Tayrona y la Sierra Nevada de Santa Marta

En relación al impulso del turismo sostenible y regenerativo Santa Marta fue la sede de la 1era Cumbre de Turismo Sostenible de Latino America y del Caribe, la cual en alianza con Fontur, Viceministerio, Consejo Global de Turismo Sostenible y USAID, fue posible establecer puntos en los que se continuará trabajando tales como:

El Próximo Foro de Turismo Regenerativo de Santa Marta para establecer la ruta y políticas para la conservación y desarrollo turístico sostenible de la Sierra Nevada y el Parque Tayrona.

Fortalecer el Aviturismo con Audubon y el Cluster de Turismo de la Cámara de Comercio con quienes se espera fortalecer el turismo indígena apoyando el desarrollo de la gobernanza y vinculando a Katansama Territorio Arhuaco, a través de el plan de desarrollo en la meta fortalecimiento a comunidades de la sierra nevada de Santa Marta

AREA O DEPENDENCIA	Subdirección Gestion Integral de Destino
NOMBRE DEL FUNCIONARIO	Karen Viviana Hernandez Lopez
CARGO	Subdirectora de Gestion Integral de Destino