

INFORME DE GESTION

PERIODO 2025

INFORME DE GESTION – INDETUR 2025

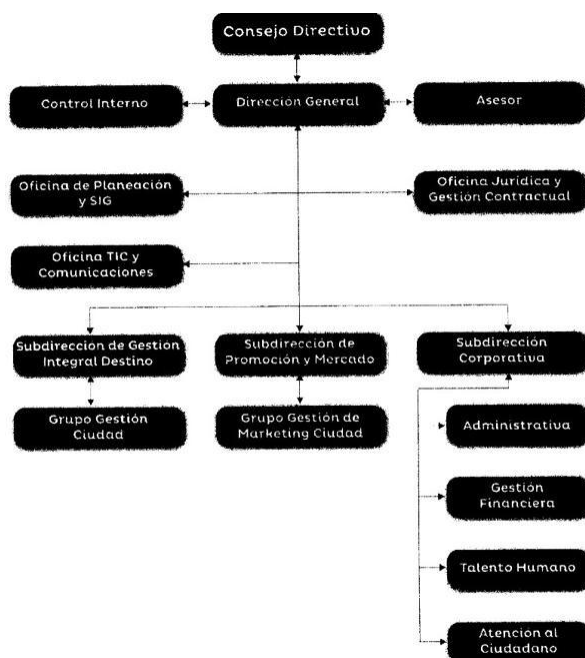
ACTA DE RECIBO DEL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO – SANTA MARTA

DIRECTOR GENERAL: me posesione el 2 de enero de 2024, en el cargo de director general código 505, grado 3, el instituto distrital su máximo órgano de decisión es el consejo directivo, establecido en el decreto 312 de creación del Instituto, el acuerdo 001 de 2016 que adopto la planta de personal y reglamento el funcionamiento del Instituto Distrital de Turismo de Santa Marta- INDETUR. Se modifico el manual de funciones el 4 de abril del 2025, se actualizo la planta de personal y se adoptó el cargo de Auxiliar Administrativo, formalizado por el consejo directivo de la entidad.

El instituto realiza sus funciones hoy con 2 áreas misionales la SUDIRECCION DE PROMOCION Y MERCADEO Y SUBDIRECCION DE GESTION DESTINO, cada área cuenta con un funcionario Profesional universitario de apoyo a su gestión, lo relacionado con la contratación se cuenta con un profesional especializado a cargo de los procesos contractuales, el área financiera y administrativa se cuenta con el Subdirector Corporativo, con una profesional universitaria y contador público vinculado por contratación, la dirección cuenta con un asesor de despacho, un funcionario para atender la plataforma de PQRSD, un funcionario tic- vinculado por contratación, se cuenta con 13 contratistas con estudios en diferentes disciplinas académicas para fortalecer las áreas misionales.

GESTION ADMINISTRATIVA:

Estructura organizacional:



PLANTA DE PERSONAL:

En cuanto a la planta de personal encontramos que fue creada mediante acuerdo 002 del 10 de noviembre de 2017, la planta fue modificada por el acuerdo 001 del 04 de junio de 2019, creando una planta de personal estructural de 11 servidores públicos quedando así: 1. Cargo de director, 1 asesor, asesor de control interno 5 cargos profesionales universitarios en provisionalidad 3 subdirectores, 1 asistencial

No	CARGOS ADOPTADOS
1	Director General Código 050 Grado 03
2	Asesor Código 105 Grado 01
3	Asesor Auditor Control Interno Código 105 Grado 01
4	Subdirector Código 084 Grado 02
5	Subdirector Código 084 Grado 02
6	Profesional Universitario Código 219 Grado 02
7	Profesional Universitario Código 219 Grado 02
8	Profesional Universitario Código 219 Grado 02
9	Profesional Universitario Código 219 Grado 03
10	Profesional Especializado Código 222 Grado 04
11	Auxiliar Administrativo Código 407 Grado 03

La entidad fortalecida el MIPG, como modelo estándar de calidad en los procesos administrativos, como dimensión de este modelo el talento humano ha implementado el plan estratégico de talento humano, de capacitación de bienestar, de vacante se previsión del empleo, plan de seguridad y salud en el trabajo, implementando las diferentes acciones Para la mejora del clima laboral en la seguridad y salud en el trabajo, fortalecimiento de los espacios de capacitaciones, espacios de integración social para fortalecer relaciones interpersonales.

Cronograma de Capacitaciones:

[illegible]

Cronograma de Bienestar:

ITEM		PROGRAMAS	DETALLE	INDICADOR	SEGUIMIENTO Y/O AVANCES
1		PROGRAMAS DE BIENESTAR	Protección de Servicios Sociales Garantizar mes a mes la afiliación y pago de las prestaciones sociales tales como salud, pensión, caja de compensación y riesgos laborales de los funcionarios del INDETUR. Garantizar el disfrute de las vacaciones de los funcionarios por cada año de labor. Actividades recreativas Realizar dos actividades recreativas al año. Artísticos y Culturales Realizar dos actividades artísticas o culturales al año. Promoción y prevención en salud Coordinar una capacitación realizada por la ARL.	Número de funcionarios afiliados por mes / Número total de funcionarios. Número de funcionarios que disfrutaron sus vacaciones al año / Número total de funcionarios. Número de actividades anuales realizadas / Número de actividades planeadas. Número de actividades anuales realizadas. Capacitación realizada.	
2		PROGRAMAS DE CALIDAD DE VIDA LABORAL	Medición de clima laboral Realizar una encuesta de clima laboral al año. Fortalecimiento de trabajo en equipo Realizar una capacitación o taller de trabajo en equipo. Incentivos no pecuniarios Celebración del día del funcionario público, novenas navideñas, incentivar el día de la familia	Encuesta realizada. Capacitación realizada. Celebración ejecutada.	

El Instituto distrital de turismo de Santa Marta, en la vigencia 2025, mantuvo el pago de la nómina de personal y la seguridad social con pagos puntuales de igual manera la de contratistas, articulamos acciones para el fortalecimiento del talento humano con **ARL-POSITIVA, CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR-CAJAMAG, FUNCION PUBLICA, ALCALDIA DISTRITAL.**

La entidad tiene permanentemente la dinámica de capacitar a los funcionarios para el fortalecimiento de su capacidad instalada, contribuyendo al desempeño de los funcionarios del ISNTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA- INDETUR

3.-CONTRATACION ESTATAL:

CÓDIGO CONTRATO	OBJETO CONTRATO	VALOR INICIAL CONTRATADO	VALOR INICIAL CONTRATADO	TÉRMINO DE EJECUCIÓN	CONTRATISTAS	MODALIDAD SELECCIÓN	PROCEDIMIENTO CAUSAL	FECHA REGISTRO CONTRATO	FECHA ACATAMIENTO
RE-ES-AL-004-2025	ALINAR ESFUERZOS PARA LA CONSTRUCCION DEL DIAGNOSTICO PARA DESARROLLO DEL PLAN SECTORIAL DE TURISMO EN EL MARCO DEL ORDENAMIENTO DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS PRESENTES EN EL DISTRITO TURISTICO, CULTURAL E HISTORICO DE SANTA MARTA.	\$1.500.000,00	1.500.000,00	91	900583080 FUNDACION SOCIAL RENACER Y ESPERANZA	CONTRATACIÓN CON ENTIDADES PRIVADAS SIN ÁNIMO DE LUCRO A LA QUE HACE REFERENCIA EL ART. 355 CP.	Convenios de asociación ESAL	8/10/2025 11:42:18 a.m.	2025/10/01
RE-ES-AL-003-2025	ALINAR ESFUERZOS, ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURISTICO DE SANTA MARTA PARA POSICIONARSE COMO DESTINO DE CLASE MUNDIAL Y CAPTAR MERCADOS ESTRATEGICOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.	\$2.150.000,00	2.150.000,00	110	900623310 LA FUNDACIÓN SOCIAL FORMACIÓN AL FUTURO SIGLA FUNDAFORO	CONTRATACIÓN CON ENTIDADES PRIVADAS SIN ÁNIMO DE LUCRO A LA QUE HACE REFERENCIA EL ART. 355 CP.	Convenios de asociación ESAL	7/10/2025 12:45:57 p.m.	2025/09/12
RE-ES-AL-	ANUAR ESFUERZOS PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD TURISTICA EN PLAYA BLANCA CON EL FIN DE ALCANZAR SU CERTIFICACION COMO DESTINO TURISTICO CONFORME A LA NORMA TECNICA SECTORIAL NTSTS00122024, INCORPORANDO LOS	\$660.000,00	660.000,00	22	1082942163 BIENVENIDO	CONTRATACIÓN CON ENTIDADES PRIVADAS SIN	Selección cuando hay	10/06/2025	2025/06/25

00-2-25	ESTANDARES DEL PROGRAMA BANDERA AZUL, ASI MISMO REALIZAR EL ESTUDIO TECNICO Y DIAGNOSTICO DE SEIS 6 ATRACTIVOS TURISTICOS DEL DISTRITO DE SANTA MARTA, CON MIRAS A SU INCLUSION EN FUTUROS PROCESOS DE CERTIFICACION EN SOSTINIBILIDAD TURISTICA .	000.00				GERMAN MARIN ZAMBRANA	ÁNIMO DE LUCRO A LA QUE HACE REFERENCIA EL ART. 355 CP.	más de una ESAL	1:45:59 p.m.	5/23
RE-ES-AL-00-1-20-25	AUNAR ESFUERZOS TECNICOS, FINANCIEROS Y ADMINISTRATIVOS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA PERCEPCION DE LA CIUDAD DE SANTA MARTA COMO DESTINO CULTURAL E HISTORICO DESTACADO PARA LOS POTENCIALES VISITANTES NACIONALES E INTERNACIONALES.	\$99.980.000	9999.8000	0	29	900656963 FUNDACION AUTOGESTIONARI A PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE LAS	CONVOCATORIA PÚBLICA - DECRETO 092/2017	AQUELLOS DE LOS QUE TRATA EL ARTICULO 355 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA	11/03/2025 10:00:35 p.m.	20/25/24
PS-00-5.2-02-5	PRESTAR SERVICIOS PROFESIONALES AL INDETUR, APOYAR LOS PROCESOS DE GESTION ADMINISTRATIVA Y TALENTO HUMANO EN LA DIRECCION GENERAL	\$10.000.000	1000.0000	60		7143365 JORGE ENRIQUE MOLINA MORALES	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	3/04/2025 2:23:41 p.m.	20/25/14
PS-04-4-20-25	PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES DE UN INGENIERO DE SISTEMAS PARA BRINDAR EL APOYO A LA OFICINA TIC DEL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA.	\$3.500.000	3500.000	29		7634823 JOSE EGUROLA PEDRAZA	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	4/12/2025 3:55:29 p.m.	20/25/13
PS-04-3-20-25	PRESTAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES COMO ASESOR JURIDICO EXTERNO EN LOS PROCESOS CONTRACTUALES DEL INSTITUTO DE TURISMO DE SANTA MARTA.	\$10.000.000	1000.0000	49		1082943132 NATHALY ANDREA MORENO POLO	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	4/12/2025 3:29:51 p.m.	20/25/12
PS-04-2-20-25	PRESTAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES COMO ASESOR JURIDICO EXTERNO EN LOS PROCESOS CONTRACTUALES DEL INSTITUTO DE TURISMO DE SANTA MARTA	\$16.500.000	1650.0000	82		1083021976 DANIEL AARON LINERO	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	30/10/2025 12:42:54 p.m.	20/25/10
PS-04-1-20-25	PRESTAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES PARA EJECUTAR PROCESOS CONTABLES Y FINANCIEROS ADELANTADOS POR EL INDETUR.	\$13.500.000	1350.0000	82		7604967 JOHAN ARMANDO DIAZ CABARCAS	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	30/10/2025 12:20:38 p.m.	20/25/10
PS-04-0-20-25	PRESTAR SERVICIOS PROFESIONALES PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACION DIGITAL PARA EL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA.	\$12.000.000	1200.0000	98		901578512 PUBLIMAGIC S.A.S.	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	6/10/2025 5:14:39 p.m.	20/25/23
PS-03-9-20-25	PRESTAR SERVICIOS PROFESIONALES ALINDETUR APOYAR LOS PROCESOS DE GESTION ADMINISTRATIVA Y TALENTO HUMANO EN LA DIRECCION GENERAL DEL INDETUR.	\$20.000.000	2000.0000	113		7143365 JORGE ENRIQUE MOLINA MORALES	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	6/10/2025 4:37:17 p.m.	20/25/08
PS-03-8-20-25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION ADMINISTRATIVA EN LA OFICINA JURIDICA Y DEGESTION CONTRACTUAL DEL INSTITUTODISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA.	\$3.200.000	3200.000	30		1004474602 JOSE RAFAEL REDONDO FUENTES	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	2/09/2025 2:16:48 p.m.	20/25/20
PS-03-7-20-25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO AL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA EN LA SENSIBILIZACION DE LAS COMUNIDADES HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE.	\$3.500.000	3500.000	30		1082930828 EDUARDO LUIS VILLEGAS CHAPARRO	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	2/09/2025 1:59:47 p.m.	20/25/20
PS-03-6-20-25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION DEL INDETUR EN LA PROMOCION DE OFERTAS DE TURISMO RURA LY COMUNITARIO DEL DISTRITO DE SANTA MARTA.	\$2.500.000	2500.000	30		1083031020 MAURICIO JOSE CEDEÑO RODRIGUEZ	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	2/09/2025 1:25:37 p.m.	20/25/20
PS-03-5-20-25	PRESTAR SERVICIOS PROFESIONALES AL INDETUR PARA APOYAR LOS PROCESOS DE GESTION ADMINISTRATIVA Y TALENTO HUMANO EN LA DIRECCIONGENERAL DEL INDETUR.	\$5.000.000	5000.000	30		7143365 JORGE ENRIQUE MOLINA MORALES	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	2/09/2025 12:36:07 p.m.	20/25/04
PS-03-4-20-25	DIVULGAR Y PROMOCIONAR SANTA MARTA COMO DESTINO TURISTICO Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA CIUDAD.	\$3.500.000	3500.000	30		1082923151 OLIVIA MILENA GOMEZ DIAZ	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	2/09/2025 1:03:36 p.m.	20/25/04
PS-03-3-20-25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION DEL INDETUR EN LA PROMOCION DE OFERTAS DE TURISMO RURAL Y COMUNITARIO DE LDISTRITO DE SANTA MARTA.	\$3.000.000	3000.000	29		85155345 Pablo Arturo Borja Yeppez	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	2/07/2025 8:20:57 p.m.	20/25/26
PS-03-2-20-25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO AL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA EN LA SENSIBILIZACION DE LAS COMUNIDADES HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE.	\$3.500.000	3500.000	29		12561220 DAMASO ALBERTO YEPES HINCAPIE	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	2/07/2025 7:44:09 p.m.	20/25/26
PS-03-1-20-25	PRESTAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES COMO ASESOR JURIDICO EXTERNO EN LOS PROCESOS CONTRACTUALES DEL INSTITUTO DE TURISMO DE SANTA MARTA.	\$20.000.000	2000.0000	121		57290183 MARIA DEL PILAR MANJARRES DIAZ TAGLE	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	2/07/2025 6:00:43 p.m.	20/25/17
PS-03-0-20-25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO ADMINISTRATIVO EN LA GESTION DEL AREA DE LA SUBDIRECCION CORPORATIVA,ASI COMO EL DISEÑO Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES DE DESEMPEÑO.	\$20.000.000	2000.0000	121		72275593 MARCEL LUJAN VARGAS	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	2/07/2025 5:36:20 p.m.	20/25/16
PS-02-9-20-25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION DEL INDETUR EN LA PROMOCION DE OFERTAS DE TURISMO RURAL Y COMUNITARIO DEL DISTRITO DE SANTA MARTA.	\$5.000.000	5000.000	60		36551018 MARIA CLAUDIA LOPEZ CAMPO	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	2/07/2025 5:06:10 p.m.	20/25/16
PS-02-8-	PRESTAR SERVICIOS PROFESIONALES AL INDETUR EN LA PROMOCION,MERCADEO Y GESTION DE LA COMPETITIVIDAD TURISTICA DE SANTA MARTA.	\$7.000.000	7000.000	60		1082991569 NATALIA CAMILA OSORIO MARIN	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	2/07/2025 4:42:5 p.m.	20/25/0

20 25		0,0 0						26 p. m.	6/ 16
PS- 02 7- 20 25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION EN LA FORMULACION DE PROYECTOS Y SEGUIMIENTO DE LOS MISMOS EN EL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA INDETUR.	\$8. 000 .00 0,0 0	8000 000	60	1082956875 KANEETH MARGARITA FLOREZ PERTUZ	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	2/07 /202 5 4:09: 38 p. m.	20 25 /0 6/ 12
PS- 02 6- 20 25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION DEL INDETUR EN LA PROMOCION DE OFERTAS DE TURISMO RURAL Y COMUNITARIO DEL DISTRITO DE SANTA MARTA.	\$5. 000 .00 0,0 0	5000 000	60	1083031020 MAURICIO JOSE CEDENO RODRIGUEZ	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	2/07 /202 5 3:44: 54 p. m.	20 25 /0 6/ 09
PS- 02 5- 20 25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO AL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA EN LA SENSIBILIZACION DE LAS COMUNIDADES HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE.	\$7. 000 .00 0,0 0	7000 000	60	1082930828 EDUARDO LUIS VILLEGAS CHAPARRO	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	2/07 /202 5 1:18: 44 p. m.	20 25 /0 6/ 05
PS- 02 4- 20 25	PRESTAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES COMO ASESOR JURIDICO EXTERNO EN LOS PROCESOS CONTRACTUALES DEL INSTITUTO DE TURISMO DE SANTAMARTA.	\$20 .00 0,0 0,0 00	2000 0000	12 1	1140854581 MAYRA ALEJANDRA MANRIQUE VARGAS	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	2/07 /202 5 12:3 8:47 p. m.	20 25 /0 6/ 05
PS- 02 3- 20 25	PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES DE UN INGENIERO DE SISTEMAS PARA BRINDAR EL APOYO A LA OFICINA TIC DEL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA.	\$7. 000 .00 0,0 0	7000 000	60	7634823 JOSE EGUROLA PEDRAZA	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	2/07 /202 5 12:0 3:10 p. m.	20 25 /0 6/ 05
PS- 02 2- 20 25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION ADMINISTRATIVA EN LA OFICINA JURIDICA Y DE GESTION CONTRACTUAL DEL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA.	\$6. 400 .00 0,0 0	6400 000	60	1004474602 JOSE RAFAEL REDONDO FUENTES	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	2/07 /202 5 11:1 5:25 a. m.	20 25 /0 6/ 05
PS- 02 1- 20 25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO AL FORTALECIMIENTO DE LOS PROCESOS DE PLANIFICACION, ADMINISTRATIVOS, ESTRATEGICOS Y OPERATIVOS PROPIOS DE LA GESTION INTEGRAL DEL DESTINO.	\$4. 000 .00 0,0 0	4000 000	30	32747086 ADALGIZA PADILLA BARROS	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	4/06 /202 5 11:0 1:38 a. m.	20 25 /0 5/ 23
PS- 02 0- 20 25	DIVULGAR Y PROMOCIONAR SANTA MARTA COMO DESTINO TURISTICO Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA CIUDAD.	\$7. 000 .00 0,0 0	7000 000	60	1082923151 OLIVIA MILENA GOMEZ DIAZ	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	29/0 5/20 25 4:48: 02 p. m.	20 25 /0 5/ 20
PS- 01 9- 20 25	PRESTAR SERVICIOS PROFESIONALES AL INDETUR APOYAR LOS PROCESOS DE GESTION ADMINISTRATIVA Y TALENTO HUMANO EN LA DIRECCION GENERAL DEL INDETUR.	\$10 .00 0,0 0,0 00	1000 0000	60	7143365 JORGE ENRIQUE MOLINA MORALES	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	29/0 5/20 25 4:10: 10 p. m.	20 25 /0 5/ 16
PS- 01 8- 20 25	PRESTAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES PARA EJECUTAR PROCESOS CONTABLES Y FINANCIEROS ADELANTADOS POR EL INDETUR.	\$22 .50 0,0 0,0 00	2250 0000	15 2	7604967 JOHAN ARMANDO DIAZ CABARCAS	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	28/0 5/20 25 6:29: 52 p. m.	20 25 /0 5/ 09
PS- 01 7- 20 25	PRESTAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES COMO ASESOR JURIDICO EXTERNO EN LOS PROCESOS CONTRACTUALES DEL INSTITUTO DE TURISMO DE SANTA MARTA.	\$27 .50 0,0 0,0 00	2750 0000	15 2	1083021976 DANIEL AARON LINERO	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	28/0 5/20 25 5:56: 54 p. m.	20 25 /0 5/ 09
PS- 01 6- 20 25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION DEL INDETUR EN LA PROMOCION DE OFERTAS DE TURISMO RURAL Y COMUNITARIO DEL DISTRITO DE SANTA MARTA.	\$3. 000 .00 0,0 0	3000 000	30	85155345 Pablo Arturo Borja Yeppez	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	28/0 5/20 25 12:4 4:59 p. m.	20 25 /0 5/ 06
PS- 01 5- 20 25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION DE LINDETUR EN LA PROMOCION DE OFERTAS DE TURISMO RURAL Y COMUNITARIO DEL DISTRITO DE SANTA MARTA.	\$2. 500 .00 0,0 0	2500 000	30	36551018 MARIA CLAUDIA LOPEZ CAMPO	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	28/0 5/20 25 12:0 1:26 p. m.	20 25 /0 5/ 02
PS- 01 4- 20 25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO AL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA EN LA SENSIBILIZACION DE LAS COMUNIDADES HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE.	\$3. 500 .00 0,0 0	3500 000	30	12561220 DAMASO ALBERTO YEPES HINCAPIE	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	28/0 5/20 25 10:5 8:00 a. m.	20 25 /0 5/ 02
PS- 01 3- 20 25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION DE ARCHIVO, CORRESPONDENCIA Y RECURSOS FISICOS DEL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTAMARTA.	\$3. 500 .00 0,0 0	3500 000	29	7144011 CARLOS MARIO VARGAS DE AGUA.	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	2/05 /202 5 10:5 2:29 a. m.	20 25 /0 4/ 24
PS- 01 2- 20 25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION ADMINISTRATIVA EN LA OFICINA JURIDICA Y DE GESTION CONTRACTUAL DEL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA.	\$2. 500 .00 0,0 0	2500 000	29	1004474602 JOSE RAFAEL REDONDO FUENTES	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	30/0 4/20 25 10:5 3:41 a. m.	20 25 /0 4/ 23
PS- 01 1- 20 25	PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES DE UN INGENIERO DE SISTEMAS PARA BRINDAR EL APOYO A LA OFICINA TIC DEL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA.	\$3. 500 .00 0,0 0	3500 000	29	7634823 JOSE EGUROLA PEDRAZA	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	30/0 4/20 25 10:1 3:50 a. m.	20 25 /0 4/ 22
PS- 01 0- 20 25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION DEL INDETUR EN LA PROMOCION DE OFERTAS DE TURISMO RURAL Y COMUNITARIO DEL DISTRITO DE SANTA MARTA.	\$2. 500 .00 0,0 0	2500 000	29	1083031020 MAURICIO JOSE CEDENO RODRIGUEZ	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	30/0 4/20 25 9:12: 52 a. m.	20 25 /0 4/ 22
PS- 00 0- 20 25	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO AL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA EN LA SENSIBILIZACION DE LAS COMUNIDADES HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE.	\$3. 000 .00 0,0 0	3000 000	29	1082930828 EDUARDO LUIS VILLEGAS CHAPARRO	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONAL ES Y APOYO	29/0 4/20 25 8:36: 00 p. m.	20 25 /0 4/ 22

PS-008-2025	PRESTAR SERVICIOS PROFESIONALES AL INDETUR EN LA PROMOCION, MERCADEO Y GESTION DE LA COMPETITIVIDAD TURISTICA DE SANTA MARTA.	\$3.500.000,00	3500.000	29	1082991569 NATALIA CAMILA OSORIO MARIN	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	29/04/2025 7:14:36 p.m.	2025/04/14
PS-007-2025	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION EN LA FORMULACION DE PROYECTOS Y SEGUIMIENTO DE LOS MISMOS EN EL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA INDETUR.	\$5.000.000,00	5000.000	29	1082956875 KANEETH MARGARITA FLOREZ PERTUZ	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	29/04/2025 6:39:48 p.m.	2025/04/14
PS-006-2025	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO ADMINISTRATIVO EN LA GESTION DEL AREA DE LA SUBDIRECCION CORPORATIVA, ASI COMO EL DISEÑO Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES DE DESEMPEÑO Y GESTION DOCUMENTAL.	\$24.000.000,00	2400.0000	182	57441442 ALEXANDRA PATRICIA DAU CRESPO	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	29/04/2025 5:39:26 p.m.	2025/04/08
PS-005-2025	PRESTAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES COMO ASESOR JURIDICO EXTERNO EN LOS PROCESOS CONTRACTUALES DEL INSTITUTO DE TURISMO DE SANTA MARTA.	\$12.000.000,00	1200.0000	90	1083021976 DANIEL AARON LINERO	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	10/03/2025 10:46:41 p.m.	2025/02/04
PS-003-2025	PRESTAR SERVICIOS PROFESIONALES PARA EJECUTAR PROCESOS CONTABLES Y FINANCIEROS ADELANTADOS POR EL INDETUR.	\$12.450.000,00	1245.0000	90	7604967 JOHAN ARMANDO DIAZ CABARCAS	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	10/03/2025 1:07:20 p.m.	2025/02/04
PS-002	EL CONTRATISTA CON PLENA AUTONOMIA TECNICA DE SU PARTE DE OBLIGA A PRESTAR SERVICIOS PROFESIONALES PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACION DIGITAL PARA EL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA	\$24.000.000,00	2400.0000	242	901578512 PUBUMAGIC S.A.S.	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	10/02/2025 3:46:00 p.m.	2025/01/20
PS-001	EL CONTRATISTA CON PLENA AUTONOMIA TECNICA DE SU PARTE DE OBLIGA A PRESTACION DE SERVICIOS EN LA ACTUALIZACION Y SOPORTE TECNICO EN EL SOFTWARE CONTABLE GBS	\$8.250.000,00	8250.000	344	830094053 GBS INFORMATION SOLUTIONS S.A.S.	CONTRATACIÓN DIRECTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y APOYO	10/02/2025 4:15:09 p.m.	2025/01/21
IP M C-005-2025	CONTRATAR EL SUMINISTRO DE ELEMENTOS DE PAPELERIA Y CAFETERIA NECESARIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO.	\$8.667.300,00	8667.693	34	572999021 MC SUMINISTROS DEL CARIBE	MÍNIMA CUANTÍA	Mínima Cuantía	9/12/2025 10:51:42 a.m.	2025/11/27
IP M C-004-2025	SUMINISTRO DE HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS MISIONALES Y DE APOYO A LA GESTION DEL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA.	\$15.800.000,00	1580.0000	55	7629793 ELKIN JOSE VEGA RAMOS	MÍNIMA CUANTÍA	Mínima Cuantía	4/12/2025 4:31:44 p.m.	2025/11/06
IP M C-003-2025	CONTRAR LA POLIZA DE SEGUROS PARA EL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA .	\$17.999.400,00	1799.9400	364	8605246546 ASEGURADORA SOLIDARIA DE COLOMBIA	MÍNIMA CUANTÍA	Mínima Cuantía	8/10/2025 9:09:34 p.m.	2025/09/18
IP M C-002-2025	CONTRATAR LA ADQUISICION DE AIRES ACONDICIONADOS PARA LAS INSTALACIONES DEL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA INDETUR, COMO PARTE DE LAS ACCIONES DE MEJORAMIENTO Y BIENESTAR LABORAL, DE CONFORMIDAD CON LOS REQUERIMIENTOS SEÑALADOS POR LA ENTIDAD	\$3.413.172,00	3413.172	104	1148700572 ANDRES FELIPE MANJARRES MOLINA	MÍNIMA CUANTÍA	Mínima Cuantía	8/10/2025 12:30:35 p.m.	2025/09/18
IP M C-001-2025	CONTRATAR LA PRESTACION DE SERVICIO PARA REALIZAR LOS EXAMENES MEDICOS OCUPACIONALES PARA LOS FUNCIONARIOS DEL INDETUR COMO PARTE DEL PROGRAMA DE BIENESTAR SOCIAL, DE CONFORMIDAD CON LOS REQUERIMIENTOS SEÑALADOS.	\$1.550.800,00	1550.800	182	819001920 PREVENIR 1A S.A. SERVICIOS INTEGRALES DE SALUD OCUPACIONAL, PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN	MÍNIMA CUANTÍA	Mínima Cuantía	2/07/2025 9:16:36 p.m.	2025/06/06
AR-002-2025	CONTRATAR EL ARRIENDO DE LA SEDE PRINCIPAL DEL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA, PARA GARANTIZAR SU FUNCIONAMIENTO.	\$3.000.000,00	3000.000	133	891702097 ZUCA LTDA	CONTRATACIÓN DIRECTA	ARRENDAMIENTOS Y ADQUISICIÓN DE INMUEBLES	2/09/2025 2:47:15 p.m.	2025/08/20
AR-001-2025	CONTRATAR EL ARRIENDO DE LA SEDE PRINCIPAL DEL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA, PARA GARANTIZAR SU FUNCIONAMIENTO.	\$41.100.000,00	4110.0000	182	891702097 ZUCA LTDA	CONTRATACIÓN DIRECTA	ARRENDAMIENTOS Y ADQUISICIÓN DE INMUEBLES	6/03/2025 12:24:04 p.m.	2025/02/04

AREA DE TIC'S:

Introducción

Este informe presenta la gestión institucional de tecnologías de la información de INDETUR durante 2025. Su propósito es relacionar la planeación estratégica definida en el PETI 2024–2027 con las metas del Plan de Acción Institucional, el seguimiento conocido durante la vigencia y las oportunidades de mejora identificadas por Control Interno.

La evidencia consultada permite describir avances en la ejecución del PETI, el Modelo de Seguridad y Privacidad de la Información (MSPI) y la actualización del portal. Al cierre de la vigencia, el balance presenta la ejecución institucional de las tres líneas definidas en el Plan de Acción: PETI, seguridad y privacidad de la información, y actualización del portal web. El resultado se expone de forma anual, con base en los productos y seguimientos de la vigencia.

La auditoría de TI y Comunicaciones permitió identificar oportunidades de fortalecimiento en copias de seguridad, infraestructura y documentación de comunicaciones. La atención de estas líneas se incorpora a la mejora continua institucional y se presenta en este informe dentro del balance anual de gestión.

Objetivo

Presentar los resultados verificables de la gestión institucional de TI en 2025, su articulación con el PETI y el Plan de Acción, las brechas señaladas por Control Interno y las acciones de continuidad pertinentes para 2026.

Alcance

Comprende planeación y gobierno de TI; seguridad y privacidad; portal institucional y transparencia; infraestructura; sistemas de información; soporte y servicios; e indicadores. La valoración corresponde a la vigencia 2025 y se estructura en torno a las metas institucionales, los reportes de seguimiento y los productos asociados a cada componente.

Marco estratégico y normativo

El PETI 2024–2027 es el marco de planeación de TI para el periodo institucional. En el portal de transparencia de INDETUR aparece en la sección de políticas, lineamientos y manuales.

Para 2025, el Plan de Acción tradujo esta orientación en tres productos anuales: ejecución del PETI, ejecución del MSPI y actualización de la página web conforme a los lineamientos del Índice de Transparencia y Acceso a la Información (ITA).

La gestión digital institucional debe leerse junto con la Política de Gobierno Digital y sus habilitadores de arquitectura, seguridad y privacidad y servicios ciudadanos digitales; con la Ley 1712 de 2014 sobre transparencia y acceso a la información pública; y con el MIPG, que integra planeación, gestión, control y mejora. La aplicación concreta y el nivel de cumplimiento normativo de cada obligación requieren su verificación mediante los instrumentos y evidencias institucionales correspondientes.

La auditoría TI y Comunicaciones de 2025, conocida a través de su Plan de Mejoramiento, sirve como fuente de control para valorar la suficiencia de los procedimientos, la protección de la información, la infraestructura y la continuidad operativa.

Articulación PETI y Plan de Acción 2025

El Plan de Acción asignó a la Oficina TI y Comunicaciones la ejecución anual de las líneas PETI, MSPI y actualización del portal web. Para el cierre de 2025, el balance institucional registra la ejecución de las actividades y productos programados en las tres líneas, con respaldo en los seguimientos de la vigencia y en las evidencias de gestión correspondientes.

Línea del Plan de Acción	Indicador / producto	Ejecución durante 2025	Lectura para el cierre
PETI	Plan Estratégico de TI / logros alcanzados	Durante 2025 se adelantó la gestión presupuestal para adquirir tecnología y se ejecutaron las actividades previstas en el PETI.	Resultado de 2025: actividades y productos programados ejecutados en el marco del PETI.
MSPI	Documentos elaborados / logros alcanzados	Durante 2025 se ajustaron los documentos de seguridad y privacidad y se ejecutaron las actividades previstas en el MSPI.	Resultado de 2025: instrumentos de seguridad y privacidad previstos actualizados en el marco del MSPI.
Portal web	Página web actualizada conforme a lineamientos ITA	Durante 2025 se actualizó información institucional y sus anexos en el portal.	Resultado de 2025: información y anexos institucionales actualizados en el portal.

La trazabilidad del ejercicio relaciona las metas anuales con sus productos y soportes. Los seguimientos de 2025 y las evidencias de ejecución respaldan el balance por línea; su conservación en el expediente de gestión facilita la consulta por Planeación y Control Interno.

Gestión por componentes de TI **Planeación y gobierno de TI**

La gestión de 2025 estuvo guiada por el PETI 2024–2027 y por su incorporación al Plan de Acción Institucional. Durante la vigencia se adelantó la gestión presupuestal para la adquisición de tecnología prevista y se ejecutaron las actividades programadas. La articulación entre planeación, recursos y productos permitió dar seguimiento anual a las iniciativas institucionales de TI.

Seguridad de la información y privacidad

Durante 2025 se adelantaron los ajustes a los documentos de seguridad y privacidad previstos en el MSPI, en articulación con las actividades programadas para la vigencia. La auditoría de TI identificó necesidades de formalización: política y plan operacional de seguridad y privacidad, inventario de activos de información y procedimientos de soporte y mantenimiento. La gestión se orientó a mantener actualizados los instrumentos de seguridad y privacidad y a fortalecer su uso institucional, con continuidad dentro de la agenda de mejora de TI.

El plan de mejoramiento 2025 también indicó que no se realizaban copias de seguridad periódicas de la información producida por funcionarios. El seguimiento de la vigencia 2025 clasificó la acción como cumplida y anotó que existía soporte de respaldos periódicos. Para confirmar efectividad, corresponde mantener evidencia de periodicidad, alcance, custodia, pruebas de restauración y responsables.

Portal web, transparencia y servicios digitales

Durante 2025 el área actualizó información institucional y anexos en el portal, en cumplimiento de la actividad prevista en el Plan de Acción. La publicación de planes, seguimientos y contenidos institucionales sostuvo el acceso a la información durante la vigencia.

La publicación de datos abiertos y la actualización del portal requieren coordinación permanente con las áreas productoras. La matriz de publicación, con responsables, fechas, enlaces, formatos y controles de accesibilidad, sirve como herramienta de continuidad.

Infraestructura tecnológica

Durante 2025 se adelantaron gestiones para fortalecer la infraestructura tecnológica y atender las necesidades identificadas por la entidad. La continuidad de esta línea comprende la actualización del inventario, la priorización de activos críticos y la planeación de su ciclo de renovación. La administración de inventario, antigüedad, estado de equipos, topología, capacidad, licencias e inversiones forma parte del seguimiento permanente requerido para priorizar el PETI y presupuestar el ciclo de vida tecnológico.

Sistemas de información, soporte y servicios

Los sistemas de información y los servicios de soporte acompañaron la operación institucional durante la vigencia. La continuidad de su gestión requiere conservar el catálogo de sistemas, responsables, mecanismos de atención y controles de mantenimiento.

La auditoría de TI aportó recomendaciones para fortalecer procedimientos, formatos y documentación de soporte y mantenimiento. Las acciones de mejora correspondientes se atendieron en el marco del plan institucional; mantener actualizados estos instrumentos respalda la continuidad del servicio.

Gobierno Digital y transparencia

La publicación de planes, seguimientos, políticas e información institucional en el portal conecta la gestión de TI con transparencia y acceso a la información. En 2025, el Plan de Acción incorporó la actualización web como indicador institucional. La coordinación con las áreas productoras y el

mantenimiento del repositorio de datos abiertos hacen parte de las tareas regulares de actualización y transparencia activa.

Indicadores y resultados

La tabla resume el resultado anual de las líneas del Plan de Acción y los asuntos de gestión vinculados con el PETI. Los resultados se presentan para la vigencia completa, sin trasladar porcentajes de cortes intermedios al cierre.

Indicador / resultado	Resultado de la vigencia	Estado de lectura
Ejecución PETI	Actividades y productos programados ejecutados durante 2025.	Cumplimiento anual.
Ejecución MSPI	Actividades e instrumentos programados ejecutados durante 2025.	Cumplimiento anual.
Actualización del portal	Actualización institucional realizada durante 2025.	Cumplimiento anual.
Copias de seguridad	Hallazgo atendido; respaldos periódicos establecidos y acción registrada como cumplida.	Atendida; mantener verificación periódica.
Infraestructura TI	Acción del plan de mejoramiento atendida durante la vigencia.	Atendida; sostener gestión del ciclo tecnológico.
Acciones de mejora TI	Acciones de mejoramiento registradas como atendidas en el seguimiento institucional de 2025.	Cumplimiento anual.
Disponibilidad, incidentes y soporte	Los datos operativos se administran dentro del esquema de soporte institucional.	La medición sistemática de volúmenes y tiempos de atención se mantiene como práctica de mejora para 2026.

Logros verificables

Durante 2025 quedó formalizada en el Plan de Acción la relación entre el PETI, el MSPI y la actualización del portal, con indicadores y periodicidad anual definidos.

En el marco de estas líneas se adelantó la gestión presupuestal para tecnología, se ajustaron los documentos de seguridad y privacidad y se actualizó la información web y sus anexos.

La auditoría y su plan de mejoramiento establecieron una ruta de atención con responsables y soportes. Al cierre de 2025, las acciones asociadas a documentación de TI, seguridad y privacidad, respaldos e infraestructura se registraron atendidas conforme al seguimiento institucional. El control periódico de estos asuntos forma parte de la mejora continua.

Controles de continuidad y fortalecimiento

Control permanente	Resultado para la gestión	Evidencia de operación
Trazabilidad PETI y Plan de Acción	Seguimiento anual de metas, productos y responsables.	Matriz de seguimiento y soportes de ejecución 2025.
Inventario e infraestructura	Identificación y priorización de activos para la continuidad y renovación tecnológica.	Inventario, diagnóstico y soportes de adquisición y operación.

Copias de seguridad	Respaldos periódicos establecidos y acción de mejora atendida.	Registros de respaldo, retención y verificación de restauración.
Sistemas y soporte	Atención de necesidades operativas y continuidad del servicio.	Catálogo de sistemas, procedimientos y registros de soporte.
Portal y datos abiertos	Actualización de contenidos institucionales y coordinación para su publicación.	Enlaces publicados, matriz de contenidos y responsables.

Acciones de mejoramiento para 2026

Las siguientes acciones dan continuidad a controles que forman parte de la operación regular de TI. Su programación para 2026 se articula con el PETI y el Plan de Acción Institucional.

Acción de continuidad 2026	Producto verificable	Responsables sugeridos	Prioridad
Mantener seguimiento periódico a las actividades PETI, MSPI y portal.	Matriz de seguimiento actualizada con productos y responsables.	TI y Comunicaciones / Planeación	Alta
Actualizar el inventario tecnológico y programar el ciclo de renovación.	Inventario y priorización anual de activos.	TI / Financiera / Dirección General	Alta
Sostener el ciclo de copias de seguridad y recuperación.	Calendario, registros de respaldo y verificaciones periódicas.	TI	Alta
Mantener vigentes los procedimientos de soporte y mantenimiento.	Catálogo de servicios y procedimientos revisados.	TI / Áreas usuarias	Alta
Mantener actualizados los documentos de seguridad y privacidad.	Instrumentos MSPI vigentes y registros de revisión.	TI / Comité de Gestión y Desempeño	Alta
Coordinar la actualización de contenidos y datos abiertos.	Matriz de contenidos, responsables y enlaces de publicación.	TI / áreas productoras	Media
Verificar accesibilidad, transparencia y actualización del portal.	Lista de verificación periódica y evidencias de publicación.	TI / Comunicaciones / responsables de contenido	Media
Revisar periódicamente el plan de mejoramiento y conservar evidencia de atención.	Seguimiento periódico con soportes y responsables identificados.	TI / Comunicaciones / Contratación	Alta

Conclusión

En 2025, INDETUR desarrolló la gestión de TI en articulación con el PETI 2024–2027 y las metas institucionales de planeación, seguridad y actualización web. El balance anual recoge las actividades ejecutadas y los productos reportados para cada línea, junto con los ajustes presupuestales, documentales y de contenidos digitales.

La auditoría de TI aportó recomendaciones para sostener el fortalecimiento de respaldos, infraestructura, documentación, soporte y seguridad. Estas líneas orientan las acciones de mejora de 2026 y permiten mantener la gestión tecnológica articulada con Planeación y Control Interno.

AREA MISIONAL – INDETUR: en el instituto distrital de turismo está integrada por una subdirección de promoción y mercadeo, Subdirección de Gestión destino, en las que se soporta la misión de la entidad logrando en la vigencia fiscal 2025, ejecutar los siguientes proyectos de inversión.

SUBDIRECCION DE PROMOCION:

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**

El año 2025 marcó un hito histórico para nuestro Distrito: la conmemoración de los 500 años de Santa Marta. Bajo esta coyuntura, desde el Instituto Distrital de Turismo (INDETUR), y alineados con la visión del Alcalde Carlos Pinedo Cuello, ejecutamos una estrategia sin precedentes para posicionar a la ciudad como un destino de clase mundial. Este informe detalla la ejecución del contrato CI-001771-2025, enfocado en el fortalecimiento de la competitividad, la promoción internacional y la apropiación cultural. Hemos logrado trascender del turismo de "sol y playa" hacia una narrativa de destino cultural, histórico, de naturaleza y cruceros, logrando cifras récord en llegada de visitantes, recaladas de cruceros y alcance digital.

La gestión se desarrolló bajo un enfoque territorial, participativo y basado en evidencia, integrando diagnóstico, diseño creativo, producción de contenidos y evaluación continua. Las acciones combinaron trabajo en campo con estrategias digitales, priorizando la inclusión de comunidades locales y la sostenibilidad ambiental. La metodología garantizó coherencia entre narrativa, piezas promocionales y actividades de formación dirigidas a prestadores y actores institucionales. 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.

- **Producción de Elementos de Merchandising y Material Promocional del Destino**

Se desarrolló la producción de material promocional institucional para fortalecer la visibilidad de Santa Marta en ferias, eventos y misiones comerciales nacionales e internacionales. Entre los elementos producidos se encuentran kits promocionales, guías turísticas, bolsas ecológicas, pines, gorras, camisetas y productos artesanales representativos de la identidad cultural del territorio. Estos materiales contribuyeron a consolidar una imagen sólida, coherente y de alta calidad del destino Santa Marta.

- **Participación en ferias de turismo y acciones de promoción**

Durante la vigencia, Santa Marta tuvo una presencia sostenida en escenarios nacionales e internacionales clave para la industria turística. La participación en FITUR Madrid 2025 y en la World Travel Expo (WTE) Miami permitió presentar la oferta del destino ante operadores, agencias mayoristas y medios especializados, generando una cartera de oportunidades valorada en millones

de dólares. Como Destino Invitado de Honor en la Colombia Travel Expo 2025, la ciudad desplegó un stand experiencial que recibió miles de visitantes y facilitó cientos de citas de negocio, consolidando alianzas con gremios y compradores. La gestión en Seatrade Cruise Global y la articulación con el Puerto de Santa Marta se tradujeron en un incremento histórico de recaladas y pasajeros, posicionando a la bahía como un puerto competitivo en la región. Estas acciones de relacionamiento se complementaron con misiones comerciales en Ecuador y ruedas de negocio en ciudades estratégicas del país, ampliando la red comercial del destino y abriendo canales de comercialización para prestadores locales.

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 2025.

Uno de los grandes hitos del año fue Santa Marta como ciudad Honorífica de la 44^{ava} Vitrina Turística de ANATO 2025, la feria más importante de América del Sur. Además, fuimos anfitriones de importantes eventos internacionales como la reunión iberoamericana de empresarios y la UE - CELAC, que reunió a más de 700 participantes. Se participó en más de 39 eventos relevantes de promoción turística, entre ferias, ruedas de negocios, congresos, campañas y workshops. Esto incluye eventos tanto **nacionales como internacionales**, tales como:

- **Participación en FITUR Madrid 2025**

Santa Marta realizó el lanzamiento internacional de los 500 años de la ciudad durante FITUR 2025, la feria de turismo más importante del mundo, marcando un momento histórico para la visibilidad global de la ciudad. La delegación estuvo encabezada por el alcalde Carlos Pinedo Cuello y el director de INDETUR, José Domingo Dávila, acompañados por el embajador de Colombia en España, Eduardo Ávila Navarrete, y la presidenta de ProColombia, Carmen Cecilia Caballero Villa. El acto oficial se desarrolló en el stand de ProColombia, donde Santa Marta presentó ante empresarios, medios internacionales y actores clave del turismo su agenda de ciudad del origen en el marco de los 500 años. Durante este lanzamiento, la ciudad exhibió uno de sus productos emblemáticos: el café de la Sierra Nevada, resaltando su importancia cultural, ancestral y gastronómica como símbolo del territorio samario.

Además del lanzamiento, la delegación sostuvo reuniones estratégicas con empresas como Holafly, Atari Tours, Ok Located, Andean Travel Company, Ibiza Turismo, Cataluña y Volavión.









- **Presentación de destino de Santa Marta y el caribe colombiano 2025 en IFEMA**

En el marco de la Feria Internacional de Turismo (FITUR) 2025, el Instituto Distrital de Turismo de Santa Marta (INDETUR), liderado por su director José Domingo Dávila Morales, presentó con éxito la oferta turística de la ciudad ante más de 25 agencias de viajes mayoristas europeas. La participación consolidó el posicionamiento de Santa Marta como destino de clase mundial, resaltando su combinación única de mar y montaña, su patrimonio cultural y su vínculo con las comunidades indígenas de la Sierra Nevada. La presencia en FITUR tuvo como objetivo principal posicionar a Santa Marta en el mercado europeo como destino prioritario para turismo de naturaleza, cultura y aventura; generar alianzas comerciales con operadores internacionales; y promover la agenda de promoción regional en conjunto con Atlántico, La Guajira y Cotelco Magdalena.

Resultados principales

- **Posicionamiento:** El fortalecimiento del posicionamiento del destino como prioridad en el mercado europeo gracias al apoyo de aliados internacionales. Presentación efectiva ante 25 agencias europeas, con alto interés manifestado por los asistentes.
- **Acciones simbólicas:** Entrega de artesanías de comunidades indígenas de la Sierra Nevada para reforzar la narrativa cultural y de sostenibilidad.
- **Oferta diversa:** presentación de experiencias de aventura, ecoturismo, turismo cultural y eventos.
- **Alianzas:** El impulso a una estrategia regional de promoción orientada a atraer turismo internacional de alto potencial y generar oportunidades comerciales sostenibles, a través del fortalecimiento del trabajo conjunto regional con Atlántico, La Guajira y Cotelco Magdalena.
- **Oportunidades comerciales:** Apertura de contactos para futuras operaciones y paquetes turísticos dirigidos al mercado europeo.

- **Visibilidad internacional:** Refuerzo de la marca Santa Marta como destino de alto valor ecológico, cultural y experiencial, alineado con la conmemoración de los 500 años de la ciudad.

El liderazgo institucional del alcalde y la gestión del director de INDETUR permitieron que Santa Marta debutara ante el mundo con una narrativa sólida, integrando historia, cultura, identidad y proyección turística, marcando oficialmente el inicio de su celebración de medio milenio.





- **Visitas de inspección para promover a Santa Marta como destino de reuniones en conjunto con Procolombia**

Santa Marta avanza con pasos firmes hacia su consolidación como un destino competitivo en la industria global de reuniones, un sector que representa más del 25 % del turismo mundial y genera un impacto económico directo superior a 1.07 trillion USD anuales, de acuerdo con cifras de la Events Industry Council y la ICCA. En el marco del ICCA Roadshow, liderado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ProColombia, la Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales (ICCA), la Alcaldía de Santa Marta a través del INDETUR y Pro Santa Marta Vital a través de su Convention Bureau, se ha ratificado el potencial de la ciudad y los nuevos desafíos que enfrenta en materia de infraestructura, articulación institucional y fortalecimiento de su narrativa como un modelo de turismo integral, donde la calidad de vida, el desarrollo empresarial, y el crecimiento económico convergen en un mismo propósito: construir un destino competitivo en el mercado global de reuniones.

La presencia de ICCA Colombia en Santa Marta, representada por su ejecutivo para Latinoamérica, junto a ProColombia, representa un paso decisivo para alinear a los actores locales y nacionales alrededor de una agenda que fortalezca el turismo de reuniones. La ciudad ha sido destacada dentro del ranking preliminar ICCA 2024, lo que confirma su potencial como escenario de grandes eventos regionales e internacionales. Es importante destacar que la industria de reuniones, también conocida como turismo MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), se ha consolidado como uno de los motores más dinámicos de las economías modernas. Este segmento no solo promueve la llegada de visitantes internacionales, sino que también impulsa la transferencia de conocimiento, la generación de empleo de calidad y la atracción de inversión extranjera.





- Stand de Santa Marta en la Vitrina Turística de ANATO 2025.

La participación de Santa Marta como ciudad invitada de honor en la Vitrina Turística ANATO 2025 realizada en Corferias Bogotá fue brillante, Santa Marta recibió más de 5.000 visitantes, logrando 2.400 citas de negocios proyectando un impacto económico de 4.500 millones de pesos. La ciudad participó con un stand de 261 m², mostrando su riqueza natural, cultural y gastronómica en el marco de la celebración de sus 500 años.

La destacada participación del alcalde Carlos Pinedo Cuello y del director del Instituto Distrital de Turismo, Indetur, José Domingo Dávila, fue clave para el éxito de la participación de Santa Marta en esta la Vitrina de Anato 2025. Ambos lideraron encuentros estratégicos con empresarios y gremios nacionales e internacionales, impulsando alianzas para fortalecer el turismo en la región.

En el marco de la conmemoración de los 500 años de Santa Marta, la ciudad llegó a Anato 2025 con la visión de posicionarse como un destino líder en turismo sostenible. Durante el evento, 53 empresas turísticas expositoras, entre hoteles, agencias y tour operadores participaron activamente en el stand resaltando la identidad única de la región. Y gracias al compromiso del alcalde Carlos Pinedo Cuello, quien ha hecho del turismo una prioridad para el desarrollo de la ciudad, se lograron cerrar más de 2.000 negocios, consolidando a Santa Marta como un referente en el turismo nacional e internacional.

Asimismo, se organizó y dirigió una agenda de reuniones estratégicas con organismos internacionales, 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.





- Participación en Sea Trade Cruise Global, EE. UU.

Santa Marta consolidó su presencia en Seatrade Cruise Global, la feria de cruceros más importante del mundo, realizada en Miami, Estados Unidos. Este escenario, que reúne a líneas de cruceros, proveedores, agencias de viaje y autoridades portuarias de más de 140 países, contó con la participación del alcalde Carlos Pinedo Cuello y del director de INDETUR, José Domingo Dávila, quienes lideraron la agenda internacional de la ciudad junto al Puerto de Santa Marta, fortaleciendo las gestiones para ampliar la operación de cruceros en el destino.

Los resultados de esta gestión se reflejan en el comportamiento de la temporada. En 2023, Santa Marta recibió 8.870 pasajeros y 10 cruceros; en 2024, se registraron 5.697 pasajeros y 20 operaciones, evidenciando un fortalecimiento en la dinámica portuaria. En 2025, gracias a la articulación institucional de la administración distrital y al posicionamiento logrado en Seatrade, la ciudad alcanza cifras históricas: al finalizar diciembre se contabilizaron 19.997 pasajeros y 25 cruceros. Este crecimiento representa un aumento superior al 300% frente a 2024 y un avance significativo respecto a 2023, consolidando a Santa Marta como un destino en expansión dentro de la industria de cruceros.

La llegada de estas líneas reafirma la confianza del sector en Santa Marta como un puerto atractivo y competitivo en el Caribe. Este balance confirma que la estrategia de posicionamiento internacional impulsada por la Administración Distrital está dando resultados contundentes. Con una expectativa de negocios de **1.140.000 USD**, Santa Marta avanza con fuerza en la industria de cruceros, fortalece su presencia en mercados globales y genera nuevas oportunidades para el desarrollo económico y turístico de la ciudad.





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

Desde la Subdirección se gestionó la recepción de 5 nuevas navieras a la ciudad de Santa Marta, donde se realizaron importantes acciones de promoción para que su recalada fuera exitosa. Así mismo se realizó el intercambio de placas con los capitanes y autoridades locales. Destacamos las visitas de los cruceros AIDALUNA, Volendam, The World, Seabourn Sojourn y AIDABLU.





- **Relacionamiento Estratégico y Postulación de Sede: Reunión Presidencia Ejecutiva de ANATO**

En el marco de la agenda de posicionamiento nacional, sostuvimos un encuentro de alto nivel con la Dra. Paula Cortés Calle, Presidente Ejecutiva de ANATO Nacional, y la Directora del Capítulo Caribe, Jacqueline Vives. Durante esta sesión, socializamos los avances en infraestructura y desarrollo turístico del Distrito, destacando la transformación de nuestra oferta. Gracias al liderazgo del Alcalde Carlos Pinedo Cuello, formalizamos la postulación oficial de Santa Marta como sede del Encuentro Nacional de Agencias de Viajes y Turismo para la vigencia 2026. Esta gestión reafirma nuestro compromiso de mantener a la ciudad en la agenda de los grandes eventos gremiales del país, capitalizando el impulso logrado tras nuestra participación como Destino Invitado de Honor en la Vitrina Turística 2025. Agradecemos el respaldo de ACODRES Magdalena y el sector hotelero, aliados fundamentales en esta apuesta de ciudad.



- **Stand promocional Santa Marta en VI Encuentro del Caribe colombiano**

Santa Marta fue anfitriona y protagonista del 7° Encuentro de la Cadena Turística del Caribe Colombiano, un evento de referencia regional organizado por COTELCO Magdalena. En articulación con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y FONTUR, el INDETUR garantizó una presencia institucional destacada a través de un stand de promoción de destino que sirvió como punto de encuentro para el networking y la generación de alianzas. El evento contó con una robusta agenda académica, paneles de expertos y un Show Room comercial, reuniendo a más de 1.600 actores de la cadena de valor, desde personal operativo hasta alta gerencia. Esta participación permitió alinear estrategias regionales y ratificar el liderazgo.



- **Presentación de destino a embajador de Emiratos Árabe junio**

En el mes de junio, sostuvimos un encuentro estratégico con el Embajador de los Emiratos Árabes Unidos para presentar las potencialidades de Santa Marta como destino de talla mundial. Durante la sesión, socializamos nuestra oferta de turismo de lujo y naturaleza, así como los proyectos clave de ciudad de cara a los 500 años, con el objetivo de abrir puertas a la cooperación internacional, la atracción de inversión extranjera y la captación de viajeros de alto gasto provenientes de Oriente Medio.



- **Hoteles con sabrosura 2025**

En 2025 la tercera edición de Hoteles con Sabrosura se consolidó como una iniciativa estratégica para posicionar a Santa Marta como destino gastronómico, con la participación de 18 hoteles que ofrecieron menús especiales inspirados en la cultura local y el plato emblemático “Sabor de los 500 años”, entre el 15 de mayo y el 2 de junio, generando mayor visibilidad para la oferta hotelera y culinaria de la ciudad en colaboración con Acodrés Capítulo Magdalena. Entre los establecimientos participantes estuvieron Hotel Catedral Plaza, AC Marriott Santa Marta – Playa Dormida, Best Western PLUS, Irotama Resort, Hilton Garden Inn, Zuana Beach, Hotel Palmarena y Estelar Santamar, entre otros, invitando tanto a locales como turistas a vivir la experiencia y compartirla en redes sociales para participar en premios especiales.

La iniciativa gastronómica consolidó la oferta culinaria del destino, integrando hoteles y restaurantes en menús temáticos que resaltaron la identidad local. Estas acciones dinamizaron la demanda. La colaboración con gremios y chefs locales fortaleció la cadena de valor y la experiencia del visitante. La campaña incluyó creación de contenidos y difusión en redes y medios especializados.

Desde INDETUR se brindó apoyo institucional a este evento, destacando su importancia para dinamizar el turismo gastronómico y el empleo en el sector, y se articuló apoyo para la campaña de creación de contenido y promoción de Hoteles con Sabrosura con el equipo audiovisual de la entidad, con el fin de amplificar su alcance y posicionar a Santa Marta en mercados nacionales y regionales como destino de experiencias culinarias y hoteleras auténticas. Adicional, se apoyó a ACODRES, en el avance de una guía gastronómica digital.



- **Apoyo en temporadas vacacionales**

Durante las temporadas de alta afluencia turística –Semana Santa, mitad de año, receso escolar, octubre y fin de año– el director José Domingo Dávila lideró espacios de coordinación y activaciones estratégicas para asegurar que la ciudad estuviera lista para recibir a miles de turistas. Estas acciones reafirmaron la efectividad de la promoción de destino, contribuyendo al incremento sostenido del flujo turístico y fortaleciendo la economía local.



- **Fortalecimiento Empresarial: Programa Integral de Sensibilización, Formación y Apropiación Cultural para Prestadores Turísticos**

Durante la vigencia 2025, el Instituto Distrital de Turismo de Santa Marta –INDETUR– ejecutó el Programa Integral de Sensibilización, Formación y Apropiación Cultural, orientado a fortalecer la identidad territorial, el sentido de pertenencia y la cultura turística en el marco de la conmemoración de los 500 años de Santa Marta. Esta actividad incluyó el diseño conceptual y visual de la campaña institucional “Santa Marta, el Corazón del Mundo – 500 años”, así como la producción de contenidos audiovisuales, gráficos y digitales alineados con el key visual oficial del proyecto.

Se desarrollaron jornadas de sensibilización territorial en las tres localidades del Distrito (Histórica, Turística y Rural), dirigidas a prestadores de servicios turísticos, guías, líderes comunitarios y ciudadanía, con énfasis en buen anfitriónaje, narrativa histórica, identidad cultural y atención al visitante. Estas acciones permitieron fortalecer capacidades humanas y comunicativas del sector, contribuyendo a mejorar la experiencia turística y la apropiación social del patrimonio histórico, cultural y natural del territorio; cerrando brechas de calidad en la atención.

Misiones comerciales

En alianza con el viceministerio de Turismo, FONTUR, el sector privado representado en COTELCO capítulo Magdalena, el INDETUR lideró misiones comerciales y ruedas de negocio en ciudades como Cartagena, Barranquilla, Valledupar y Medellín, con la participación de más de 200 agencias de viajes y alrededor de 25 empresarios samarios. Estas acciones permitieron dinamizar la comercialización de paquetes turísticos del destino, fortalecer la articulación regional y generar nuevas oportunidades de negocio para el sector turístico local.

Cartagena:





Valledupar





Barranquilla





- **Presstrip con la comisión de comunicaciones con FONTUR creación de contenidos**

Para conmemorar los 500 años de Santa Marta, en alianza con FONTUR y el sector privado ejecutamos viaje de familiarización con la comisión de comunicaciones de FONTUR generando contenido de alto valor, se desarrolló una agenda que incluyó city tour, cabo San Juan del Parque Tayrona, gastronomía, y Gotsezhy de la comunidad indígena wiwa, abordando el tejido de las mochilas desde la extracción del hilo de la planta de fique, entendimos la cosmogonía indígena y se creó contenido del territorio, logrando material que posiciona a Santa Marta no solo como destino vacacional, sino como un territorio de riqueza cultural viva.



- **Visita de Inspección Internacional para el Fortalecimiento del Turismo de Reuniones y Bienestar**

Santa Marta avanza en la consolidación de su oferta MICE y de bienestar con acompañamiento de experto internacional

En agosto de 2025, el Instituto Distrital de Turismo de Santa Marta –INDETUR–, bajo el liderazgo del director José Domingo Dávila y el subdirector Luis Ángel Reyes, desarrolló una visita de inspección estratégica junto a ProColombia, con la participación del experto internacional João Pinto Barbosa, consultor senior en termalismo, turismo de salud y bienestar, proveniente de Portugal. Esta actividad se enmarca en la apuesta institucional por fortalecer el segmento MICE (Meetings, Incentives,

Conferences and Exhibitions) y posicionar a Santa Marta como un destino competitivo en turismo de bienestar, reuniones y eventos de alto nivel.

La jornada fue articulada con Pro Santa Marta Vital y su Convention Bureau, así como con aliados del sector como ProColombia, Tumap Travel y el Clúster de Turismo de la Cámara de Comercio de Santa Marta, quienes han venido impulsando la diversificación de la oferta turística del Distrito. Durante la visita, el experto João Pinto destacó el potencial de Santa Marta para consolidarse como un destino internacional de bienestar, resaltando sus recursos naturales, paisajes diferenciadores y la conexión espiritual y cultural que ofrece el territorio, elementos que hoy son altamente valorados por los viajeros globales.

En su intervención, Pinto subrayó que el turismo de bienestar es uno de los segmentos de mayor crecimiento en el mundo, con una industria que mueve miles de millones de dólares anualmente y que responde a nuevas motivaciones de viaje centradas en el equilibrio físico, mental y espiritual. Señaló además que Santa Marta cuenta con ventajas competitivas únicas: ecosistemas diversos, comunidades indígenas con saberes ancestrales, experiencias de inmersión auténticas y una cadena de valor que puede integrar desde hoteles de alta categoría hasta pequeños emprendimientos locales orientados al bienestar integral.

La presencia del experto permitió realizar un análisis técnico de la infraestructura disponible para eventos, centros de bienestar, alojamientos, conectividad y experiencias complementarias, con el fin de identificar oportunidades de mejora y rutas de fortalecimiento para la internacionalización del destino. Asimismo, se desarrollaron espacios de diálogo con actores locales para revisar estándares, tendencias globales y estrategias de posicionamiento que permitan a Santa Marta competir en mercados especializados de turismo MICE y wellness.

Esta visita de inspección constituye un hito para el Distrito, pues reafirma la visión del alcalde Carlos Pinedo Cuello de impulsar un modelo turístico sostenible, innovador y de talla mundial. Gracias a la gestión de INDETUR y al trabajo articulado con Pro Santa Marta Vital y el Convention Bureau, Santa Marta se proyecta no solo como un destino de sol y playa, sino como un territorio preparado para recibir eventos internacionales, promover experiencias transformadoras y consolidarse como referente del turismo de bienestar en América Latina. Este avance fortalece la competitividad del sector y demuestra el compromiso institucional con el desarrollo turístico integral del Distrito.





- **Posicionamiento MICE: Activación y promoción turística en el marco del II Foro Iberoamericano de Turismo mayo**

Santa Marta ratificó su vocación como sede de eventos de talla internacional mediante nuestra participación activa y apoyo institucional en el **II Foro Iberoamericano de Turismo del consejo de empresarios iberoamericanos**. Este espacio académico y gremial reunió a líderes de la industria, expertos internacionales y autoridades del sector para discutir los retos de la sostenibilidad y la gobernanza turística.

Desde INDETUR, realizamos una activación de marca y promoción de destino ante los asistentes, destacando nuestra infraestructura para el turismo de reuniones y convenciones. Esta participación fue clave para fortalecer el relacionamiento con actores iberoamericanos y proyectar a la ciudad como un epicentro de diálogo y desarrollo turístico en la región.

- **Reconocimiento al talento local Galardón Latido Samario**

La Subdirección de Promoción impulsó la Creación del Galardón Latido Samario 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. En la Noche W de Wradio y los galardones Latido Samario 2025, nuestro director José Domingo Dávila acompañó un emotivo homenaje a quienes hacen del turismo una vocación, un motor de desarrollo y un orgullo para Santa Marta. Fue una noche para destacar el compromiso, la identidad y el trabajo de hombres y mujeres que le ponen el alma a esta ciudad que cumplió 500 años. Desde INDETUR, nos alegra otorgar estos reconocimientos, que van en sintonía con la visión del alcalde Carlos Pinedo Cuello, por un turismo más fuerte, humano y con propósito.

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 doce reconocimientos con más de 700 asistentes al evento.





- **Colombia Travel Expo 2025**

Participación como destino de honor, impactando el mercado paisa y nacional con una muestra cultural y de negocios masiva. El alcalde Carlos Pinedo Cuello, junto con el director del INDETUR, José Domingo Dávila, lideraron la participación de Santa Marta como ciudad invitada de honor en la Colombia Travel Expo 2025, realizada en Medellín del 16 al 18 de octubre. Este evento reunió a agencias de viajes, operadores, hoteles, aerolíneas, entidades gubernamentales y destinos nacionales e internacionales, consolidándose como una plataforma clave para fortalecer la industria turística, generar alianzas estratégicas y promover el turismo sostenible.

Durante los tres días de la feria, Santa Marta desarrolló diversas actividades estratégicas:

- Apertura del stand oficial: con el respaldo de ProColombia, Fontur y el Viceministerio de Turismo, mostrando la riqueza cultural, natural y gastronómica de la ciudad.
- Participación artística y cultural: actuaciones de Reynel, Mane Ariza y Pillao Rodríguez, y la intervención de Lucelly Torres, representante de la comunidad Arhuaca, resaltando la identidad samaria.
- Rueda de negocios y activaciones comerciales: fortalecimiento de alianzas con más de 80 agencias mayoristas del país.



- **Almuerzo de promoción Networking estratégico relacionamiento institucional en Medellín**

En el marco de nuestra estrategia de penetración en el mercado antioqueño, llevamos a cabo un almuerzo de relacionamiento comercial de alto nivel en la ciudad de Medellín. Este evento, presidido por el Alcalde Carlos Pinedo Cuello, José Domingo Dávila en calidad de Director de INDETUR, contó con el respaldo de COTELCO Magdalena, FONTUR y el Viceministerio de Turismo.

Logramos congregar a más de 80 agencias mayoristas y tomadores de decisiones del sector turístico de Antioquia. Durante el encuentro, presentamos las novedades del destino y la agenda de los 500 años. Destacamos la alianza estratégica con la aerolínea JetSmart para mejorar la conectividad aérea directa entre ambas ciudades.

El evento se enriqueció con una muestra cultural a cargo de los artistas Pillao Rodríguez, Mane Ariza y Reynel, llevando el "sabor samario" a Medellín. Asimismo, contamos con la participación del Vicepresidente de Turismo de ProColombia, Luis Dávila, y nombramos al influenciador Camilo Duque como nuevo "Embajador de Santa Marta", potenciando nuestra estrategia de marketing digital en esta región clave.



- **Participación en World Travel Expo en Miami - WTE, EE. UU.**

Gestión de más de 30 reuniones estratégicas con turoperadores norteamericanos, proyectando negocios por más de 1.8 millones de dólares.

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.

Con el objetivo de captar el mercado norteamericano, Santa Marta tuvo una participación protagónica en la World Travel Expo (WTE) de Miami. Lideramos una agenda comercial agresiva que resultó en más de 30 reuniones estratégicas con turoperadores, agencias de viajes y mayoristas de Estados Unidos y el Caribe. En este escenario global, que reunió a más de 3.000 compradores, articulamos esfuerzos con ProColombia y Avianca para presentar a Santa Marta como un destino de naturaleza y cultura. Se abrieron oportunidades concretas con aliados como Tripgift, USA Caribbean Tours Corp. y Cglobal Travel Solutions, enfocadas en la creación de nuevos paquetes turísticos y viajes de familiarización para incrementar el flujo de visitantes internacionales hacia nuestra ciudad.

Santa Marta brilló en la World Travel Expo -WTE Miami 2025 con resultados positivos que impulsan su internacionalización. Durante los días de Feria, la ciudad concretó más de 30 reuniones estratégicas con agencias de viajes, turoperadores y aliados internacionales, abriendo nuevas oportunidades de promoción conjunta, viajes de familiarización y acuerdos de mercadeo que fortalecerán la llegada de visitantes extranjeros.

Estos logros fueron posibles gracias al liderazgo del alcalde Carlos Pinedo Cuello, a través del Instituto Distrital de Turismo -INDETUR y su director José Domingo Dávila Morales, quienes encabezaron una agenda de alto nivel para posicionar al 'Corazón del Mundo' como destino competitivo en el escenario global.

La Feria fue escenario que reunió a delegaciones de Brasil, México, Honduras, Belice, República Dominicana, Jamaica y África, además de compañías como American Airlines e Iberia. Santa Marta participó junto a líderes importantes de Colombia, con el respaldo de ProColombia y Avianca, que fue aliado estratégico del stand nacional en Miami. Este trabajo conjunto multiplicó la visibilidad del destino y lo posicionó en la agenda de los principales actores de la industria turística internacional.

- **Misiones comerciales internacionales en Ecuador**

Ejecutamos visitas comerciales con el Bureau de Convenciones para captar el mercado ecuatoriano, clave para nuestro turismo regional. Entendiendo a Ecuador como un mercado natural y prioritario para el turismo regional, ejecutamos una misión comercial internacional en articulación con el Bureau de Convenciones de Santa Marta.

- **Quito 2025:** Se realizó una presentación de destino ante las principales mayoristas de la capital ecuatoriana, enfocándonos en la conectividad y la oferta de turismo de sol, playa y compras, altamente valorada por este mercado.
- **Guayaquil 2025:** Por primera vez, llevamos a cabo una rueda de negocios directa en Guayaquil, conectando con operadores de la costa ecuatoriana interesados en la oferta de bodas y turismo náutico de Santa Marta.

Estas acciones fortalecieron la presencia de la marca ciudad en el país vecino, recuperando cuota de mercado y fidelizando a los operadores que emiten viajeros hacia el Caribe colombiano.

- Famtrips, Presstrips y ruedas de negocios

Desde la Subdirección de Promoción y Mercadeo del INDETUR se fortaleció la estrategia de comercialización directa del destino mediante la planificación y ejecución de fam trips, presstrips y

ruedas de negocios especializadas. Estas acciones se desarrollaron bajo un enfoque de articulación interinstitucional y de corresponsabilidad público-privada, orientadas a consolidar a Santa Marta como un destino competitivo, diverso y alineado con las tendencias del mercado turístico nacional e internacional.

En este marco, se trabajó de manera coordinada con entidades del orden nacional como ProColombia, el Viceministerio de Turismo y FONTUR, así como con actores gremiales y organizacionales del territorio, destacándose la alianza estratégica con COTELCO Capítulo Magdalena y TUMAP OGD. Esta articulación permitió diseñar una agenda estructurada de experiencias vivenciales que integraron atractivos naturales, manifestaciones culturales, oferta gastronómica y capacidad hotelera, garantizando un conocimiento integral del destino por parte de los participantes y una adecuada alineación con los objetivos de promoción institucional.

Los fam trips y presstrips ejecutados durante la vigencia permitieron que operadores turísticos, agencias mayoristas y minoristas, medios de comunicación e influenciadores conocieran de primera mano la oferta turística del Distrito. La vivencia directa del destino facilitó la generación de contenidos de alto valor estratégico, los cuales fueron incorporados posteriormente en campañas de promoción, acciones de mercadeo digital y procesos de posicionamiento, tanto en mercados nacionales como internacionales priorizados por la entidad.

De manera complementaria, se desarrollaron ruedas de negocios y espacios de negociación B2B orientados al fortalecimiento de la cadena de comercialización turística. En estos encuentros participaron más de 50 agencias de viajes, junto con prestadores de servicios turísticos locales y establecimientos de alojamiento, propiciando escenarios de relacionamiento comercial directo, intercambio de información y construcción de alianzas estratégicas que impactan positivamente la dinámica económica del sector.

Un aspecto relevante de esta estrategia fue la diversificación de los mercados emisores nacionales, con énfasis en ciudades principales e intermedias como Medellín, Cali, Bucaramanga, Pereira, Armenia y Pasto. La vinculación de agencias provenientes de regiones no tradicionales permitió ampliar el alcance comercial del destino, facilitar su inclusión efectiva en nuevos portafolios de venta y sentar las bases para el incremento de flujos turísticos durante la vigencia 2026.

En cuanto a la segmentación de productos, se ejecutaron fam trips estratégicos dirigidos a nichos específicos del mercado turístico. Uno de ellos estuvo orientado a organizadores internacionales de bodas y eventos especiales, quienes conocieron la oferta de experiencias románticas, premium y de naturaleza del Distrito, mientras que otro se enfocó en agencias mayoristas y minoristas nacionales interesadas en productos vacacionales integrales. Estas acciones contribuyeron a diversificar la narrativa del destino y a posicionarlo en segmentos de alto valor agregado.

En términos generales, la ejecución de fam trips, presstrips y ruedas de negocios durante 2025 consolidó una herramienta efectiva de promoción y mercadeo territorial, alineada con los aprendizajes y resultados del informe de gestión 2024. Las acciones adelantadas fortalecieron el relacionamiento institucional y gremial, mejoraron el conocimiento del destino en mercados estratégicos y generaron impactos comerciales medibles, ratificando el compromiso del INDETUR con una gestión orientada a resultados, sostenibilidad y competitividad turística del Distrito.



- **Presentación destino PUM. Y embajador Indonesia**

Después de una nutrida agenda de capacitaciones, talleres y asesorías hicimos un intercambio de experiencias e intercambio de presentaciones de destino con el embajador de Indonesia y los representantes de la cooperación holandesa representada en PUM.



- **Apoyo para participación prestadores de servicios turísticos en ferias de consumo local en Santa Marta**

La actividad de apoyo para la participación de prestadores de servicios turísticos en ferias de consumo local en Santa Marta tuvo como propósito fortalecer la visibilidad, competitividad y articulación comercial de los actores del sector turístico en el marco de los 500 años de la ciudad. A través de esta iniciativa, INDETUR facilitó la presencia organizada de empresas, guías, emprendedores y prestadores en distintos escenarios feriales del Distrito, proporcionándoles espacios de exhibición, acompañamiento técnico y lineamientos de presentación que integraran la identidad cultural, patrimonial y sostenible del destino. Esta participación estratégica permitió que los prestadores mostraran su oferta, consolidaran relaciones comerciales y ampliaran su presencia en mercados locales y regionales, conectándose con nuevos públicos y actores del ecosistema turístico y empresarial.

Adicionalmente, la actividad contempló acciones de fortalecimiento previo y posterior a los eventos, orientación logística, preparación de material promocional y generación de estrategias de seguimiento para consolidar alianzas comerciales. La participación en ferias como el Congreso Nacional de Guías de Turismo y Forever Wedding Summit – Santa Marta permitió la promoción de servicios turísticos locales y la articulación con emprendimientos sostenibles, iniciativas comunitarias y proyectos de innovación regional. En conjunto, esta actividad contribuyó a posicionar la oferta

turística de Santa Marta como diversa, auténtica, responsable y alineada con las tendencias actuales del turismo cultural y sostenible.

- **Apoyo institucional al Forever Wedding Summit**

La promoción del segmento romance y bodas incluyó la participación en eventos especializados y la recepción de organizadores internacionales. Santa Marta presentó propuestas de valor para bodas destino, combinando escenarios naturales y servicios de alta calidad. Este segmento aporta ocupación de alto valor y oportunidades de posicionamiento en mercados premium. Las acciones se complementaron con fam trips y presentaciones a DMCs especializados.

Consolidación del Turismo de Romance:

Santa Marta se ratificó como un destino de lujo para el segmento de bodas (*Destination Weddings*) a través de nuestro apoyo institucional al **Forever Wedding Summit**. Este evento internacional reunió a los *wedding planners* y organizadores de eventos más influyentes de Latinoamérica y Estados Unidos.

Durante el evento, presentamos nuestra oferta de locaciones únicas que combinan playa, sierra y patrimonio histórico. La gestión incluyó la realización de un Fam Trip especializado para estos compradores, quienes validaron la capacidad instalada de la ciudad en términos de hotelería, proveeduría y escenarios para eventos de alto nivel. Esta acción apunta directamente a captar un segmento de mercado que genera alta derrama económica y estancias prolongadas.





- **Evento congreso de guías nacional stand de promoción: Profesionalización y Promoción**

Reconociendo el rol fundamental de los guías como embajadores del destino, INDETUR participó activamente en el Congreso Nacional de Guías de Turismo, disponiendo de un stand de promoción institucional. En este espacio, no solo socializamos la narrativa de los "500 Años" ante los guías más importantes del país, sino que también reforzamos el mensaje de la formalización y la calidad en el servicio. Aprovechamos la plataforma para presentar los productos turísticos incentivando a los guías nacionales a convertirse en multiplicadores de la oferta renovada y cultural de Santa Marta.

- **FAMTRIP con influencers y medios con FONTUR**

Estrategia de Influencia Digital: Fam Trip de Creadores de Contenido

Para potenciar el alcance digital de nuestra campaña "Santa Marta, Corazón del Mundo", ejecutamos en alianza con FONTUR un Fam Trip de alto impacto con influenciadores de viajes y estilo de vida, así como medios digitales nacionales. La agenda vivencial permitió a estos líderes de opinión experimentar y transmitir en tiempo real la magia de nuestros atractivos naturales y gastronómicos. Los contenidos generados, enfocados en turismo de aventura y experiencias auténticas, lograron viralidad en plataformas como Instagram y TikTok, alcanzando nuevas audiencias jóvenes y

conectadas, y generando un "boca a boca" digital positivo que refuerza el deseo de viaje hacia nuestro Distrito.

A continuación algunos links de las publicaciones más destacadas:

https://www.instagram.com/reel/DSDumzQDiCX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

https://www.instagram.com/reel/DSGbnemCbfA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

https://www.instagram.com/reel/DR92HXIjsju/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

- **Desarrollo del Proyecto de Promoción 500 Años**

El Proyecto de Promoción de los 500 años de Santa Marta tuvo como objetivo fortalecer las capacidades de los prestadores de servicios turísticos e instituciones para la promoción integral de la ciudad. Este proyecto se enfocó en:

- Mostrar los avances de la ciudad en materia de promoción turística en zonas urbanas y rurales.
- Fomentar el sentido de pertenencia entre los habitantes, destacando la importancia histórica, cultural y turística de Santa Marta.
- Generar estrategias que visibilicen el desarrollo sostenible y la riqueza del destino, asegurando que la ciudad proyecte su identidad y atractivo ante visitantes nacionales e internacionales.

Gracias a esta iniciativa, Santa Marta ha logrado consolidar un discurso turístico coherente, participativo y estratégico, reforzando su posicionamiento en el marco de los 500 años y proyectando un futuro de crecimiento sostenible para el sector turístico.

- **Convenio para construcción de muelles turísticos**

El Alcalde Carlos Pinedo firmó un convenio con Fontur para la construcción de seis nuevos muelles turísticos en zonas estratégicas: Aeropuerto, Pozos Colorados, El Rodadero, Playa Blanca, Taganga y Playa Grande.

Valor del convenio y aportes:

- Valor total del convenio: \$21.625 millones.
- Aporte de Fontur: \$17.700 millones.
- Aporte del Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta: \$3.925 millones.

Estos muelles permitirán:

- Mejorar la movilidad costera para embarcaciones pequeñas y medianas.

- Impulsar el desarrollo turístico de la ciudad.
- Fortalecer la infraestructura marítima para recibir visitantes y cruceros.

El director José Domingo Dávila fue uno de los principales impulsores de esta iniciativa histórica, que transforma la conectividad marítima de Santa Marta y consolida la ciudad como destino internacional.

- **Campañas y productos de comunicación**

Plan de Medios y Promoción Digital del Destino

Se estructuró y ejecutó el Plan de Medios para la difusión de Santa Marta en el marco de los 500 años, integrando medios tradicionales, free press, campañas digitales y producción audiovisual. Se desarrollaron piezas de alto impacto emocional y narrativo, difundidas a través de redes sociales institucionales, medios nacionales e internacionales y plataformas digitales. La estrategia digital se diseñó para generar awareness, consideración y conversión en segmentos de alto valor: turismo de naturaleza, buceo, aviturismo, romance y MICE. Se definieron audiencias por intereses, comportamientos y mercados geográficos prioritarios, optimizando la pauta para maximizar alcance y retorno. La combinación de contenido orgánico y pauta permitió captar audiencias nuevas y generar leads para operadores locales. Esta estrategia permitió fortalecer la recordación de marca, mejorar la percepción del destino y amplificar la visibilidad de Santa Marta como “El Corazón del Mundo”.

- Campaña "Santa Marta 500 años el corazón del mundo"

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. El key visual y la narrativa de la campaña articula símbolos del territorio —bahía, Sierra Nevada, patrimonio y comunidades— en una composición que comunica continuidad histórica y proyección contemporánea. La narrativa “Corazón del Mundo” enfatiza la conexión entre origen ancestral y experiencia turística, proponiendo un relato emocional y responsable. Este marco visual y textual orientó la producción audiovisual, el merchandising y las piezas digitales difundidas en ferias y redes.

- Estrategia de Free Press y Comunicación

Durante 2025, 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.

- **Creación de contenidos digitales en el marco de los 500 años**

Uno de los pilares de nuestra gestión en 2025 fue la Estrategia de Comunicación y Sensibilización Digital. Entendimos que, para conmemorar los 500 años, debíamos conectar emocionalmente tanto con el turista como con el local (el samario), fomentando el orgullo y el buen anfitriónaje. Nuestro

director lideró la creación de contenidos en distintos atractivos turísticos, y promoviendo tanto las actividades, los paisajes y la gastronomía local.

Estrategia ruta Santa Marta:

Concepto Narrativo:

La "Ruta Santa Marta" no es solo un recorrido físico, es un viaje por la identidad. Buscamos mostrar que la magia de la ciudad no está solo en sus paisajes, sino en su gente, su historia y su gastronomía.

Principales Activaciones de la Ruta:

1. **Lanzamiento en el Día Mundial del Turismo:** Iniciamos en la Bahía y el barrio Pescaíto. Influenciadores y autoridades compartieron un desayuno típico, resaltando la tradición culinaria y la vida de barrio.
2. **Ruta Taganga (Esencia Caribeña):** Nos enfocamos en la tradición pesquera y la autenticidad de este corregimiento, conectando con los pescadores y la oferta gastronómica frente al mar.
3. **Semana de Receso (El Corazón del Mundo te Espera):** Una activación masiva mostrando la alegría, la seguridad y la preparación de la ciudad para recibir a miles de turistas en temporada alta.
4. **Turismo de Naturaleza y Aventura:** Cierre de la ruta con experiencias de canopy y visita al Centro de Vida Marina, destacando la oferta diversa del destino.



Resumen de Métricas e Impacto en Redes Sociales

La campaña digital logró resultados sobresalientes, demostrando que el contenido orgánico, emotivo y humano tiene un alcance superior. A continuación, presentamos el consolidado de métricas de las publicaciones más destacadas de la campaña "Ruta Santa Marta" y contenidos asociados a los 500 años (Corte: Septiembre - Octubre 2025):

Tabla de Rendimiento - Videos Destacados (Instagram)

Contenido Título del Video	Visualizaciones	Cuentas Alcanzadas	Interacciones	Detalle de Impacto
Lanzamiento Ruta Santa Marta (Capítulo 1)	16.133	10.704	387	Viralización Alta. El 84% de la audiencia fueron <i>no seguidores</i> , lo que indica un gran alcance fuera de nuestra comunidad base.
Santa Marta vive la Semana de Receso (Bahía)	15.727	8.542	546	Engagement Alto. Generó 31 comentarios positivos y fue compartido 34 veces.
Cierre de la Ruta (Aventura y Naturaleza)	13.300	8.709	357	Excelente posicionamiento orgánico. Conectó la aventura con la marca de los 500 años.
Santa Marta, destino preferido (Entrevistas)	6.463	4.211	155	Testimonios reales de turistas que validan la calidad del destino.
La Ruta llega a Taganga (Capítulo 2)	4.879	2.863	144	Refuerzo de identidad local y turismo comunitario.
Video "El Corazón del Mundo te espera"	2.426	1.580	176	Contenido aspiracional con alta tasa de guardados (interés de viaje).

Contenido Título del Video	Visualizaciones	Cuentas Alcanzadas	Interacciones	Detalle de Impacto
Historias que inspiran (Pesca Artesanal)	1.064	740	41	Contenido de nicho enfocado en sostenibilidad y cultura.

Análisis General de Métricas:

- **Alcance Total de la Campaña (Muestra):** Más de **60.000 visualizaciones orgánicas** solo en las piezas principales de la Ruta.
- **Penetración en Nuevas Audiencias:** En promedio, más del **60%** de las cuentas alcanzadas fueron **no seguidores**, lo que demuestra que el algoritmo favoreció el contenido de calidad, expandiendo la marca INDETUR y Santa Marta 500 Años a nuevos públicos.
- **Interacción:** Se superaron las **1.800 interacciones directas** (likes, comentarios, compartidos) en este ciclo de publicaciones, evidenciando una comunidad activa y positiva.

El cierre de la *Ruta Santa Marta* alcanzó un excelente desempeño en alcance e interacción, consolidándose como una de las estrategias audiovisuales más efectivas de INDETUR. El formato experiencial y la combinación de naturaleza, aventura y emoción conectaron de manera profunda con la audiencia, posicionando a Santa Marta como un destino integral, auténtico y sostenible.

- **Campaña digital “Descubre el Corazón del Mundo” — Subproductos: buceo, avistamiento de aves, naturaleza y playas**

La campaña **“Descubre el Corazón del Mundo”** se diseñó para posicionar los subproductos turísticos de Santa Marta —buceo, avistamiento de aves, naturaleza y playas— como experiencias diferenciadas y de alto valor. La narrativa combinó el relato histórico de los 500 años con un enfoque experiencial: inmersión sensorial en los ecosistemas marinos, conexión con la Sierra Nevada, observación de aves endémicas y disfrute responsable de las playas. El objetivo fue atraer públicos segmentados (aventura, naturaleza, observadores de aves y turismo de buceo) y convertir la visibilidad digital en oportunidades comerciales concretas para prestadores locales.

La ejecución integró piezas audiovisuales de alto impacto (video hero y serie de reels), carruseles fotográficos, guías descargables y material para prensa. Cada pieza fue pensada para generar emoción y confianza: el **video hero** articuló la narrativa central; los **reels** cortos mostraron micro-experiencias (buceo, amanecer en la Sierra y rutas de avistamiento); los **carruseles** profundizaron en rutas y recomendaciones; y las **guías** ofrecieron información práctica para la conversión (operadores, rutas y experiencias). La producción priorizó voces locales y la compra responsable de insumos (artesanías, café de la Sierra) para reforzar el componente comunitario.

La estrategia de difusión combinó pauta segmentada y circulación orgánica en redes institucionales y aliados. Se trabajó con canales propios (@descubresantamarta y @indetursmr), con aliados como viceministerio y FONTUR, y con prensa y creadores de contenido invitados en fam trips y presstrips. La campaña incluyó además acciones de free press y notas en medios regionales y nacionales para amplificar el mensaje hacia audiencias de alto valor (Europa, Norteamérica y mercados sudamericanos prioritarios).

Finalmente, la campaña incorporó métricas de seguimiento para medir alcance, interacción y conversión hacia operadores locales. Los contenidos audiovisuales reportaron visualizaciones y engagement que permitieron identificar audiencias de interés y ajustar la pauta en tiempo real, optimizando la relación inversión-resultado y generando leads comerciales que hoy se encuentran en proceso de seguimiento por la Subdirección de Promoción y Mercadeo.

Medios, formatos y alcance (resumen ejecutivo)

Canal	Formato	Piezas clave	Métricas destacadas
Instagram (@descubresantamarta)	Reels, carruseles, stories	Video hero; 8 reels temáticos; 5 carruseles	Visualizaciones por reel: 1.957; 1.044; 816; 652; 566; 364 (ejemplos); interacciones acumuladas en reels: +200
Facebook (página institucional)	Reels, publicaciones, álbumes	Reels compartidos; galerías fotográficas	Publicaciones con alcance orgánico y compartidos; evidencias de engagement en eventos (fotos y reels)
Google Display & Meta Ads	Pauta segmentada (display y video)	Campañas de awareness y tráfico a guías	Campañas activas en noviembre-diciembre; optimización por audiencia (aventura, naturaleza, romance)
Medios regionales y nacionales	Artículos y notas (free press)	Cobertura en El Heraldo, Hoy Diario del Magdalena, Opinión Caribe y portales especializados	+40 apariciones en prensa durante la vigencia; notas sobre cruceros, FITUR y Cumbre CELAC-UE
Aliados y plataformas	Contenido en Tumap, ProColombia, bureaus	Publicaciones y enlaces a guías descargables	Difusión en portales turísticos y redes de turoperadores; tráfico referido a sitio y descargas de guías

Contenidos producidos y evidencia

Video hero: concepto y uso

El video hero de la campaña, de un minuto de duración con estética cinematográfica que recorre bahía, Sierra Nevada, Parque Tayrona y comunidades locales; sintetiza la propuesta experiencial de Santa Marta mediante planos cinematográficos y voces locales. Esta pieza se utilizó como ancla en presentaciones institucionales, stands en ferias y pauta digital, sirviendo para articular el resto de los contenidos. Su narrativa visual busca generar empatía y curiosidad, invitando a descubrir subproductos y rutas del destino.

Reels

Serie de reels: enfoque y resultados

Se produjeron ocho reels temáticos guardianes de la Sierra, buceo, Taganga, avistamiento de aves, patrimonio y experiencias gastronómicas. Cada reel fue optimizado para alcance en formato vertical y difundido en Instagram y Facebook, logrando un alto porcentaje de alcance a audiencias no

seguidoras. Estas piezas funcionaron como drivers de tráfico hacia guías descargables y páginas de operadores.

A partir del key visual se desarrolló una **serie de 8 reels** (20–40 segundos) que abordan micro-experiencias del destino con temáticas puntuales: “Los guardianes de la Sierra”, “Santa Marta, puente entre mundos”, “Todo comienza en Taganga”, “Santa Marta, aventura sin fin”, “Buceo: un paraíso bajo el agua”, “Naturaleza y biodiversidad”, “Quinta de San Pedro Alejandrino” y “El Morro: símbolo histórico”. Cada reel fue optimizado para alcance en formato vertical y difundido en Instagram y Facebook, logrando un alto porcentaje de visualizaciones entre audiencias no seguidoras. Estas piezas funcionaron como **drivers** de tráfico hacia guías descargables y páginas de operadores, y sus métricas permitieron identificar públicos de interés para ajustar la pauta.

Carruseles y materiales impresos

Se produjeron **5 carruseles fotográficos** bajo la línea “Postales de la Historia Viva” que destacaron legado indígena, patrimonio colonial, biodiversidad, buceo y aviturismo. Complementariamente se diseñaron:

- **500 guías turísticas impresas.**
- **Kits de souvenirs** para ferias y fam trips (mochilas indígenas; café de la Sierra; pines; gorras; camisetas; mugs). Estas piezas integraron la parrilla de contenidos y la estrategia de free press, reforzando la experiencia física con el relato digital y manteniendo coherencia estética con el key visual.

Evidencia y métricas

Las piezas audiovisuales y gráficas cuentan con evidencia de difusión y rendimiento: enlaces a reels y publicaciones institucionales, reportes de interacción y métricas de visualización (ejemplos: 1.957; 1.044; 816; 652; 566; 364 visualizaciones). Los resultados muestran **capacidad de atracción orgánica** hacia audiencias nuevas y un alto porcentaje de alcance a no seguidores, lo que evidencia potencial de conversión mediante acciones de seguimiento comercial.

Subproductos y operadores

Buceo

Oferta y experiencias: Santa Marta se posiciona como destino de buceo con ecosistemas marinos diversos y operadores certificados que promueven prácticas responsables. Las rutas incluyen sitios protegidos y experiencias guiadas que combinan inmersión y educación ambiental. **Operadores y protocolos:** Se trabajó en la estandarización de protocolos de seguridad y buenas prácticas ambientales, priorizando formación y certificación. Las alianzas con operadores y entidades ambientales buscan garantizar calidad, sostenibilidad y generación de valor para las comunidades.

Avistamiento de aves

Rutas y valor científico: La Sierra Nevada ofrece especies endémicas y rutas guiadas por expertos; la promoción incluyó fichas de especies, mapas de rutas y materiales técnicos orientados a nichos de alto valor. **Paquetes y comercialización:** Se diseñaron paquetes que integran observación de aves con alojamiento sostenible y actividades complementarias. La estrategia incluyó fam trips internacionales y contenidos especializados para facilitar la comercialización por agencias y operadores.

Naturaleza y senderismo

Las rutas de naturaleza y senderismo integran la Sierra Nevada, Minca y áreas protegidas, ofreciendo experiencias inmersivas que conectan con saberes ancestrales e interpretación ambiental. La oferta se articuló con operadores locales y programas de formación para guías, promoviendo recorridos que respetan la integridad del territorio y se posicionan como alternativas de turismo responsable y de alto valor experiencial.

- **Santa Marta Corazón del Mundo ATL- MEDIOS FONTUR**

La campaña ATL para la conmemoración de **Santa Marta (12 nov – 05 dic 2025)** buscó posicionar el destino mediante una estrategia multicanal que integró **TV nacional y regional, radio, prensa, vallas y terminales**. Se produjeron piezas clave: un **video hero** de 1 minuto, una **serie de 8 reels**, carruseles fotográficos, guías impresas y kits promocionales. Los resultados muestran **cumplimiento del 100% en cobertura de prensa** y métricas de alcance orgánico relevantes en redes, lo que valida la combinación de medios tradicionales y digitales para generar tráfico hacia guías y operadores.

Ejecución y productos entregados

Productos principales entregados

- **Plan de medios** y calendario de publicaciones.
- **Video hero** (1 minuto) con uso en presentaciones, stands y pauta digital.
- **Serie de 8 reels** (20–40 s) optimizados para alcance.
- **5 carruseles fotográficos**.
- **500 guías impresas y kits de souvenirs** para ferias y fam trips.
- Evidencias y reportes de interacción.

Métricas clave

Métricas Reels

Reel	Tema	Duración	Visualizaciones
1	Guardianes de la Sierra	30s	1.957
2	Santa Marta, puente entre mundos	35s	1.044
3	Todo comienza en Taganga	25s	816
4	Santa Marta, aventura sin fin	40s	652
5	Buceo: un paraíso bajo el agua	30s	566
6	Naturaleza y biodiversidad	20s	364
7	Quinta de San Pedro Alejandrino	30s	(sin dato)
8	El Morro: símbolo histórico	30s	(sin dato)

Cobertura en prensa

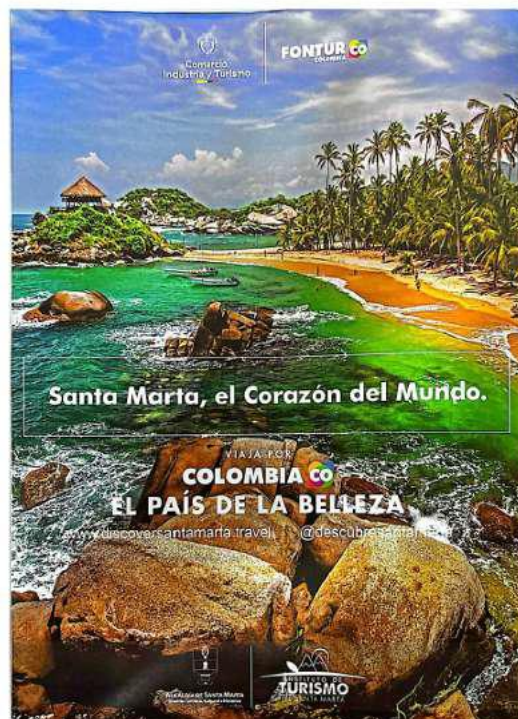
Medio	Salidas	Alcance logrado	Alcance estimado	% Cumplimiento
Prensa (consolidado)	4	1.913.000	1.913.000	100%

Medios destacados: **Opinión Caribe, El Heraldo, RTVC, Hoy Diario del Magdalena.**

Inversión y desglose

Subproductos promocionados

Buceo: rutas protegidas, operadores certificados, protocolos de seguridad, fam trips y material audiovisual. **Avistamiento de aves:** fichas de especies, mapas de rutas, paquetes con alojamiento sostenible y fam trips. **Naturaleza y senderismo:** rutas en Sierra Nevada y Minca, interpretación ambiental y formación de guías.



- **Alianzas estratégicas y memorandos formalizados**

Durante la vigencia se formalizaron acuerdos con actores nacionales e internacionales, incluyendo gremios, plataformas digitales y entidades de cooperación. Estas alianzas fortalecen la articulación público-privada y facilitan la ejecución de campañas, fam trips y proyectos de sostenibilidad. La colaboración institucional amplifica recursos y alcance de las acciones. Destacamos el memorando de entendimiento con CAMACOL, este acuerdo fortalece el trabajo articulado entre el sector público y el gremio de los constructores, impulsando iniciativas que aportan a la modernización, sostenibilidad y competitividad del destino.



- **Observatorio Turístico de Santa Marta y línea base segmentada**

Durante 2024 y 2025 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.

Conclusión

La gestión de la Subdirección de Promoción y Mercadeo en 2025 consolidó a Santa Marta como un destino con narrativa propia, capacidad operativa y alianzas estratégicas que permiten proyectarla hacia mercados de alto valor. El trabajo realizado en promoción, formación, producción de contenidos y articulación institucional sienta las bases para una hoja de ruta orientada a la sostenibilidad, la diversificación de productos y la internacionalización del destino.

Los resultados en FITUR, ANATO, WTE MIAMI, SEATRADE MIAMI, COLOMBIA TRAVEL EXPO, la construcción de muelles y el Proyecto de Promoción 500 Años demuestran el impacto tangible de una gestión estratégica y articulada, que incrementa la llegada de visitantes, genera negocios millonarios y fortalece la economía local. Santa Marta se consolida como la ciudad del origen y un referente turístico nacional e internacional.

2. DILIGENCIAR LA SIGUIENTE TABLA AL CULMINAR SU INFORME

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

SUBDIRECCION DE GESTION DESTINO:

Introducción misional del área: 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 diseñó 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.

2. 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:

- 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.
- 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
- Dirigir las acciones para fomentar y desarrollar emprendimiento y modelos asociativos productivos en el marco del turismo de la ciudad.
- 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 generando condiciones de competitividad turística del destino.
- Orientar y desarrollar las estrategias para fomentar la cultura turística dirigida a los prestadores de servicio turístico para la apropiación responsable del destino.
- 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.
- 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.
- Posicionar el destino mediante certificación y cumplimiento de las normas técnicas de sostenibilidad y competitividad en coordinación con la unidad sectorial correspondiente.
- 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
- Coordinar con la Secretaría de Desarrollo Económico acciones tendientes para generar condiciones de competitividad para el desarrollo turístico.
- 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.

- Apoyar encadenamientos productivos que fomenten la acometividad y generen valor para el desarrollo turístico, en coordinación con la secretaria de desarrollo económico.
- Gestionar proyectos que apoyen programas de seguridad económica.
- 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.
- 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.
- Las demás funciones que se asignen, de acuerdo con las necesidades de la dependencia y que correspondan al propósito del cargo.

3. Logros y actividades ejecutadas en la vigencia 2024 (Planes, programas, proyectos y actividades ejecutados): 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 al 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 convirtiéndonos 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.

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,

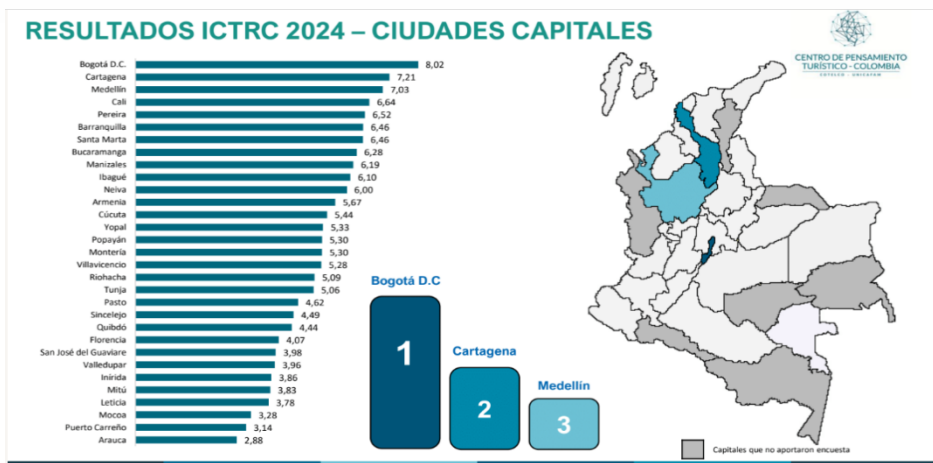
empoderamiento a las comunidades a través de la generación de capacidades y transferencias de conocimientos, la regeneración y conservación de los activos naturales, ancestrales y culturales del territorio y el desarrollo de nuevos bienes y servicios que aprovechen en equilibrio la riqueza natural, cultural 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 GESTIÓN DESTINO PARA LA TEMPORADA TURISTICA

Durante el 2024, la Subdirección de Gestión Integral de Destino en una planificación coordinada entre autoridades, empresas y la comunidad local logró que el distrito de Santa Marta a través 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 construyó 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 del Distrito de Santa Marta

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.



Mesas técnicas preparatorias para la temporada de mitad de año 2024:

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 para la temporada de mitad de año 2024

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



Competitividad turística

El Instituto a través de esta dependencia fortaleció las estrategias para mejorar la competitividad turística, 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

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 CALIDAD EN LOS ACTORES DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO DE SANTA MARTA.

El Instituto Distrital de Turismo INDETUR, en el marco del del Plan de Desarrollo Distrital SANTA MARTA 500+, ejecutó para la vigencia 2024 el "PROGRAMA DE FORMACION EN BILINGÜISMO, HABILIDADES DIGITALES Y SERVICIO AL CLIENTE PARA FORTALECER LA COMPETITIVIDAD TURISTICA 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.

De acuerdo con el 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 realizadas en el desarrollo del proyecto de bilingüismo

□ Levantamiento de línea base, diagnóstico y sondeo de los beneficiarios del proceso de formación en turismo proceso de inscripción al proyecto de formación en competitividad turística: 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 (INETUR) en su cuenta de Instagram @indetursmr, así como la realización y envió 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 habilito 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.

Socialización 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: 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, también se incluyeron 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 suvenires.

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

● **Diplomado 1: Ingles para atender a 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***

- Análisis de datos
- Modalidad: híbrida
- Participación: 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.

- ✓ **Memorando 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 Secretaría 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.

- **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.



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 BERNARDEZ**, identificada con cédula de ciudadanía N°1.095.802.485 de Floridablanca, Representante Legal **INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE BUCARAMANGA – IMCT**, identificado con NIT. 899.204.594-9, 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 NIT.901.131.788-5, quien para los efectos del presente documento se denominará **INDETUR**, herros acordado suscribir el presente memorando de entendimiento, el cual se registrá 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 1998, 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 turístico 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 esta: "i) Planificar, desarrollar, ejecutar, 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 312 de

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.

Limpieza 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 las 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.

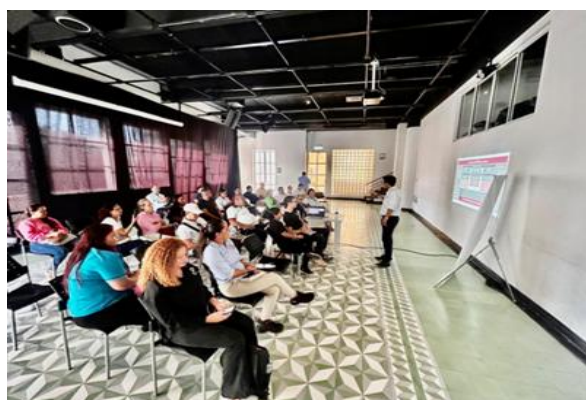
De igual forma, se llevó a cabo la propuesta de la actualización de la zonificación para las zonas de playa de Playa Blanca y área concesionada del Zuana Beach Resort Hotel, aprobándose por unanimidad la zonificación del área concesionada, en cuanto a Playa Blanca, se establecieron Mesas Técnicas de 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 turística:** 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 turística, para la aplicación de la resolución 0612 del 2024 la cual reglamenta la calidad turística 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.



Turismo responsable en el marco de la celebración de los 500 años:

Durante el año 2024 desde el liderazgo de la Subdirección de gestión integral del destino se articularon diferentes acciones encaminadas hacia las buenas prácticas en un turismo responsable tales como la prevención de la explotación sexual alrededor del contexto de viajes y turismo, prevención del tráfico de fauna y flora, justo precio.

- Prevención del ESCNNA: Alianza con UNODC, elaboración de un diagnóstico, mesas de trabajo.
- Tráfico de fauna y flora: Articulados con el viceministerio BOOTCAMP de prevención de tráfico de fauna y flora.



➤ **Bootcamp de prevención:** 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 llevó 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 prácticas 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 tráfico ilegal, y protección de la biodiversidad, como lo contempla el PLAN MAESTRO PARQUE NACIONAL TAYRONA.

**¡Únete al
Bootcamp
de Prevención
del Tráfico de
Fauna y Flora!**

Invitamos a prestadores de servicios turísticos, pescadores de la zona y actores de la cadena de valor ampliada del turismo en los territorios de influencia del Parque Nacional Natural Tayrona.

**DÍA 1:
12 de noviembre**

- Jornada académica.
- Estrategia de turismo responsable.
- Conversatorio sobre buenas prácticas para la prevención del tráfico y la protección de las especies.

🕒 9:00 a.m. a 4:00 p.m. 📍 Hotel Catedral Plaza, 2da. planta, Calle 35 No. 5-17, Centro Histórico

**DÍA 2:
13 de noviembre**

- Jornada de avistamiento de aves (20 participantes).
- Avistamiento de aves en el sector Zaino con preinscripción.

🕒 5:00 a.m. a 11:00 a.m. 📍 Salida desde el Hotel Catedral Plaza, llegada al parque Tayrona El Zaino, regreso al mismo hotel.

El tráfico de fauna y flora es un maltrato



- **Turismo de naturaleza:** Es importante destacar las ventajas comparativas de Santa Marta como destino de naturaleza, desde la gestión 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 con el impulso del turismo sostenible y regenerativo Santa Marta fue la sede de la 1era Cumbre de Turismo Sostenible de Latino América 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 Arahua, a través del plan de desarrollo en la meta fortalecimiento a comunidades de la Sierra Nevada de Santa Marta.

- ✧ **Ordenamiento de las actividades turísticas:** Para lo que va de la vigencia 2025, desde esta subdirección se ha brindado acompañamiento técnico y gestión interinstitucional con la finalidad de garantizar la operación turística acorde a la normativa nacional, asimismo, propender por la garantía de la experiencia de nuestros visitantes y sostenibilidad turística en el Distrito.

- ✧ **Mesa interinstitucional para la reactivación del turismo en el centro histórico con enfoque en la calle 10 y 14:** Desde esta subdirección se destacó la importancia de avanzar hacia una visión compartida de destino para las calles 10 a la 14, reconociendo su potencial turístico, cultural y comercial. Se propuso trabajar de manera articulada con el Comité Promotor Calle 10-14 y con el acompañamiento de TUMAP para diseñar estrategias conjuntas que permitan visibilizar y posicionar este corredor como parte del Plan de Gestión de Destinos.

Se señaló que este proceso se enmarca en una apuesta por la sostenibilidad, la gobernanza participativa y la promoción de micro destinos con identidad propia, y se valoró el liderazgo que ha venido desarrollando el Comité Promotor en la activación cultural y comunitaria de la zona. Asimismo, se mencionó que el destino cuenta con una valiosa cadena de valor turística conformada por alojamientos, establecimientos gastronómicos, agencias de viajes y atractivos culturales e históricos como el Museo del Oro, el Parque Simón Bolívar, el Malecón y la Iglesia San Francisco.

Durante la jornada, se identificaron problemáticas estructurales que afectan el desarrollo integral del destino, entre ellas:

- * Ausencia de articulación institucional sostenida
- * Poca visibilidad en los planes de promoción turística
- * Falencias en infraestructura básica y del espacio público
- * Problemáticas sociales asociadas al consumo de sustancias psicoactivas, indigencia,
- * prostitución y percepción de inseguridad
- * Debilidad en la gobernanza y participación de actores

El Comité Promotor manifestó su preocupación por la desarticulación actual entre actores y por la falta de presencia institucional permanente. Indicaron que, en promedio, el 70% de los visitantes de los hostales del sector son extranjeros, lo cual demuestra el alto potencial turístico del área y la necesidad urgente de mejorar sus condiciones y servicios.

Con el fin de avanzar en una estrategia conjunta y participativa para la consolidación del destino, se definieron los siguientes compromisos:

- INDETUR y TUMAP trabajarán en la inclusión formal del corredor Calle 14-10 en el Plan de Gestión de Destinos de Santa Marta.
- Se construirá una línea base de actores, a partir del reconocimiento territorial de los
- prestadores y organizaciones existentes.
- Se gestionará la inclusión del sector en un micro destino turístico con enfoque de sostenibilidad e identidad.
- A partir del Plan de Gestión de Destinos, se elaborará una solicitud de recursos ante FONTUR para intervenir integralmente la zona.
- Se realizará próximamente un taller de mapeo participativo para caracterizar la oferta
- turística, comercial y cultural del destino.
- El Comité Promotor se comprometió a ser multiplicador de la información.



I CLOP – Vigencia 2025

1. Plan de trabajo para el ordenamiento de playas de Santa Marta 2025: Para la vigencia 2025 se esperan realizar 4 sesiones de CLOP y 8 sesiones de mesas técnicas de playa. Para el caso de los Comité Locales de Playas se tienen previstos realizar en las fechas del 29 de enero (en ejecución), 4 de abril, 15 de agosto y 17 de diciembre.

Por otro lado, recomiendan adicionar dos fechas para la realización del CLOP, proponiendo así, realizar una sesión del CLOP el próximo 11 de marzo y otra el 20 de junio, este último, previo a la celebración de los 500 años de la ciudad, esta propuesta fue bien vista por los miembros del CLOP, dando su visto bueno.

Recomiendan que es necesario realizar las convocatorias son 20 días de anticipación, además del envío de los puntos a tratar, a fin de lograr realizar estos encuentros de manera presencial, para el caso del Viceministerio, realizar las gestiones pertinentes en cuanto a traslados a la ciudad de Santa Marta.

2. Socialización y aprobación de los horarios de las playas: Se aprobó por unanimidad el pilotaje de 3 meses para la modificación de horarios de uso de playa, en las zonas de reposo de zona de reposo hasta las 10:00 P.M en Playa El Rodadero y Bahía de Santa Marta.

3. Socialización de las actualizaciones y aprobación de las propuestas de zonificación de las playas: Se determinó realizar una mesa técnica para el viernes 31 de enero de 2025 en las instalaciones de la Secretaría de Planeación Distrital, además de contar una vez finalizada esta sesión del documento de propuesta de actualización de zonificación de 14 playas en el Distrito de Santa Marta, con el fin de que las entidades puedan realizar un análisis a profundidad y llevar sus consideraciones, unificar criterios y establecer una toma de decisión veraz.

II CLOP – Vigencia 2025

En el desarrollo de este segundo Comité, se aprobó por unanimidad las actualizaciones de zonificación para las playas de Puerto Gaira y Playa Blanca.

☐ Por unanimidad se aprueba que la sesión realizada que el próximo CLOP será realizado el próximo 12 de mayo, además de realizar para el mes de abril 2 mesas técnicas de playa los días 4 y 24.

☐ Realizar visita de campo a Bello Horizonte el próximo 21 de marzo de 2025. Esto por solicitud de controles a los jetsky.

☐ Consolidar los esfuerzos para cumplir con los criterios establecidos para Playa Blanca a la certificación internacional Blue Flag,

mencionándose que se formalizó un acuerdo de voluntades entre INDETUR, CORPSOTUR, ASOMARÍTIMOS Y CIM Rodadero, para el apoyo con operarios de aseo, inspectores de playa, pruebas de calidad de agua, y el INDETUR con la financiación de pago de la membresía y contratación de equipo profesional.

Se fijaron los siguientes compromisos:

- ☐ El INDETUR Solicitara a AUNAP base de datos de los pescadores identificados que realizan sus actividades en las playas de Santa Marta.
- ☐ Realizar mesas técnicas de playas los días 4 y 24 de abril de 2025.
- ☐ Realizar la próxima sesión del CLOP el 12 de mayo de 2025.
- ☐ Realizar visita de campo a Bello Horizonte el próximo 21 de marzo de 2025.
- ☐ Dar cumplimiento a los compromisos pendientes en las dos últimas mesas técnicas de playas y CLOP del 29 de enero de 2025.

III CLOP – Vigencia 2025

Se realizó la tercera sesión del CLOP el pasado 4 de septiembre de 2025. En la cual se trataron los siguientes puntos:

1. Pilotaje de extensión de horario de cierre de playas

Presentación: La Secretaría de Gobierno socializó la propuesta "Cierre Nocturno de Playas: Seguridad, Ambiente y Convivencia", que busca establecer un cierre a las 10:00 p.m. en playas como Bahía de Santa Marta, Rodadero, Bello Horizonte y Taganga.

Fundamento: La medida se basa en tres pilares:

Seguridad: Reducir incidentes nocturnos, facilitar el patrullaje y prevenir accidentes.

Medio Ambiente: Permitir la "oxigenación" de la playa y realizar limpiezas concentradas más efectivas.

Convivencia: Fomentar el respeto al espacio público con reglas claras.

Debate y Observaciones:

El Viceministerio de Turismo solicitó un informe detallado de los impactos (ambientales, de seguridad y económicos) del pilotaje.

La Capitanía de Puerto (DIMAR) cuestionó la competencia del CLOP para aprobar esta medida, sugiriendo que es una decisión administrativa de la Alcaldía.

Compromiso: Conformar una mesa de trabajo interinstitucional (Secretaría de Gobierno, DIMAR, DADSA, Policía de Turismo, INDETUR) para unificar criterios y elaborar un informe integral de impactos.

2. Actualización de zonificación de playas

Zonificación de Taganga: Propuesta: Ajustar las zonas de acceso y tránsito de embarcaciones, ampliar y reubicar la zona de fondeo hacia el norte, crear una zona de servicios al sur, ajustar la zona de deportes náuticos y eliminar las zonas de uso compartido.

□ Motivación: Alinearse con el proyecto de construcción de 6 muelles turísticos en el Distrito.

□ Aprobación: La propuesta fue aprobada por unanimidad (3 votos a favor de los 3 miembros con derecho a voto: Viceministerio de Turismo, DIMAR y Alcaldía Distrital).

□ Observación: CORPAMAG recomendó incluir a INVEMAR en futuras mesas técnicas para incorporar criterios ambientales sobre áreas sensibles y pastos marinos.

□ B. Zonificación de Playa Puerto Gaira

□ Propuesta: Actualizar la línea de costa, habilitar una zona de tránsito para embarcaciones de pescadores, ajustar zonas de reposo/activa/transición y crear un "área de varado" para la pesca artesanal. Incluye una "zona de servicios" como parte de un proyecto de dotación de infraestructura (garitas, baños, rampas) donada por CAMACOL.

□ Debate Central: Surgió una controversia legal sobre si la "Zona de Servicios" puede ubicarse en la playa (material no consolidado) según el Decreto 1766 de 2013.

□ Resultado: La aprobación fue aplazada. Se acordó:

□ Realizar una mesa técnica con todas las partes (CAMACOL, DIMAR, INDETUR, Secretaría de Planeación).

□ Solicitar al Viceministerio de Turismo que aclare la ambigüedad normativa para la próxima sesión del CLOP en octubre.

3. Pilotaje para actividades turísticas en playa lipe Propuesta: INDETUR presentó un plan piloto para una apertura controlada y progresiva, con un modelo de operación turística comunitaria y rotativa.

Características Clave:

Fase 1: Capacidad para 200 visitantes/día en un área delimitada.

Enfoque Ambiental: Solo el 13.8% del área se destina a turismo, reservando el 86.2% para funciones ecológicas.

Gobernanza Tripartita: Involucra a CORGEDAS (proponente), prestadores de servicios y autoridades (INDETUR, DIMAR, comunidad).

Postura de las Entidades:

Viceministerio de Turismo: Aclaró que el CLOP no tiene competencia para aprobar pilotajes, pero es un espacio idóneo para su socialización y seguimiento.

DIMAR: Compartirá estudios propios sobre Playa Lipe para enriquecer la propuesta.

Compromiso: Establecer una Mesa Técnica de Playas (INDETUR y DIMAR) para unificar criterios. El proponente deberá surtir el trámite de permiso de ocupación temporal ante la Secretaría de Gobierno.

4. Compromisos generales y próximos pasos: Firmas de Actas: INDETUR se comprometió a enviar las actas del CLOP de 2024 y 2025 en formato editable para su aprobación y firma por los miembros, a más tardar el 19 de septiembre de 2025.

Nueva Sesión CLOP: Se programó una nueva sesión del CLOP para octubre de 2025.

Mesas Técnicas: Se acordó la realización de varias mesas de trabajo para avanzar en los temas pendientes (horarios, zonificación de Puerto Gaira y Playa Lipe), incluyendo la participación de INVEMAR en las relacionadas con zonificación.

Blue flag Playa Blanca 2025-2026: Durante el periodo 2025, el Instituto Distrital de Turismo de Santa Marta, estableció la firma de un convenio interadministrativo clave para consolidar sus esfuerzos que den como resultado la izada por cuarta vez consecutiva de la Bandera Azul para Playa Blanca, Estos proyectos fueron los siguientes:

El primer proyecto firmado el 23 de mayo de 2024, este fue operado por la Corporación para la Gestión del Desarrollo Ambiental Sostenible – CORGEDAS, con un valor total de \$942.857.143, donde INDETUR aportó un valor de \$660.000.000 y el contratista aportó una contrapartida de \$282.857.143, el objeto del proyecto tuvo por nombre “AUNAR ESFUERZOS PARA LA “IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN PLAYA BLANCA, CON EL FIN DE ALCANZAR SU CERTIFICACIÓN COMO DESTINO TURÍSTICO CONFORME A LA NORMA TÉCNICA SECTORIAL NTS-TS-001-2:2024, INCORPORANDO LOS ESTÁNDARES DEL PROGRAMA BANDERA AZUL. ASIMISMO, REALIZAR EL ESTUDIO TÉCNICO Y DIAGNÓSTICO DE SEIS (6) ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE SANTA MARTA, CON MIRAS A SU INCLUSIÓN EN FUTUROS PROCESOS DE CERTIFICACIÓN EN SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA””

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.

Por otro lado, este proyecto es una iniciativa integral diseñada para transformar la gestión turística de las playas de Santa Marta, Colombia, con un enfoque central en la sostenibilidad y la certificación internacional. Su objetivo principal es sentar las bases para que estas playas, comenzando por Playa Blanca, alcancen el reconocimiento del programa Bandera Azul (Blue Flag), un prestigioso galardón que certifica altos estándares de calidad ambiental, seguridad, educación y gestión.

Alcance y Enfoque

Inicialmente concebido para intervenir en Playa Blanca y 5 atractivos más, el proyecto se amplió para abarcar un total de ocho playas:

- Playa Blanca
- Playa Lipe
- Playa Pozos Colorados
- Playa Bello Horizonte (sector Irotama y Zuana)
- Bahía Concha
- Playa Neguanje
- Playa Gairaca

El enfoque combina la acción técnica con la participación comunitaria, reconociendo que la sostenibilidad a largo plazo requiere del compromiso de todos los actores involucrados.

Metodología de trabajo: El proyecto se ejecuta a través de un proceso cíclico y estructurado en cuatro fases:

- Diagnóstico Integral: Se estableció una "línea base" para cada playa, comparando su estado actual con los 33 criterios exigidos por Bandera Azul. Esto permitió identificar fortalezas y "brechas" críticas.
- Diseño de Planes de Acción: Las brechas identificadas se tradujeron en planes operativos específicos y adaptados a la realidad socioambiental de cada playa.
- Implementación de Acciones Clave: Se ejecutaron intervenciones concretas, priorizando la sostenibilidad ambiental, la seguridad turística y la cohesión social. Esto incluyó talleres educativos, jornadas de limpieza y mejoras de infraestructura.
- Monitoreo, Evaluación y Ajustes: Se establecieron mecanismos para medir el impacto de las acciones, garantizar el cumplimiento normativo y realizar ajustes continuos para mejorar los resultados.

Se ha realizado, además, un plan de priorización que clasifica las playas según su nivel de cumplimiento y propone acciones correctivas específicas para cada pilar deficitario, con el objetivo de elevar el cumplimiento general por encima del 80%.

Gobernanza y Articulación

Un componente vital del proyecto es el fortalecimiento de la gobernanza local. Se ha trabajado en estrecha colaboración con el Comité Local para la Organización de Playas (CLOP) y se ha fomentado la articulación entre una amplia gama de actores clave, incluyendo:

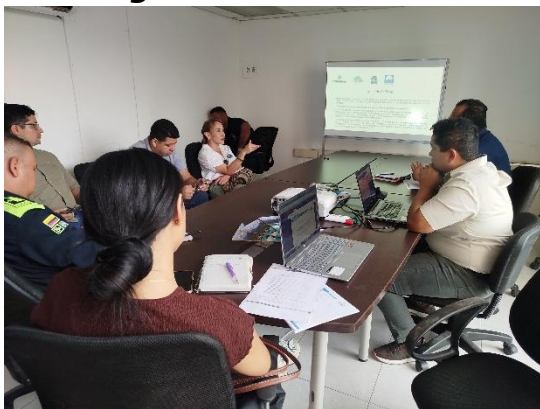
- ☐ Autoridades: Instituto Distrital de Turismo (INDETUR), Dirección General Marítima (DIMAR), Parques Nacionales Naturales, Corporación Autónoma Regional del Magdalena (CORPAMAG).
- ☐ Sector Privado: Hoteles (Irotama, Zuana), prestadores de servicios turísticos.
- ☐ Comunidad y Academia: Corporación Social Turística de Playa Blanca (CORSOTUR), universidades y colegios.

Resultados Esperados y Visión de Futuro

- ☐ La implementación exitosa de este proyecto busca:
 - Aumentar significativamente el número de playas en condiciones de obtener la certificación Bandera Azul.
 - Posicionar a Santa Marta como un referente nacional de turismo sostenible.

- Mejorar la experiencia del visitante y la calidad de vida de las comunidades locales.
- Establecer un legado de gestión costera transparente, participativa y basada en evidencia.

IV CLOP – Vigencia 2025



En la vigencia del 2025, entre el mes de noviembre y diciembre de 2025, se realizaron 2 mesas técnicas preparatorias para la celebración del Comité Local para la Organización de las Playas en las fechas comprendidas del 28 de noviembre de 2025 y el 10 de diciembre de 2025, en la que se incluyó como participante en esta mesa técnica a INVEMAR, como uno de los compromisos adquiridos en el III CLOP realizado el 4 de septiembre de 2025 y dentro de la celebración de las mesas técnicas también se presentaron formalmente las propuestas de zonificación de las playas del Rodadero y Puerto Gaira.

Se realizó la cuarta sesión del CLOP el 15 de diciembre de 2025. En el cual se trataron los siguientes puntos:

Presentación: La Dirección General Marítima socializó las propuestas de zonificación de la Playa del Rodadero y Puerto Gaira este último como producto de una alianza entre el Instituto Distrital del Turismo – INDETUR y CAMACOL.

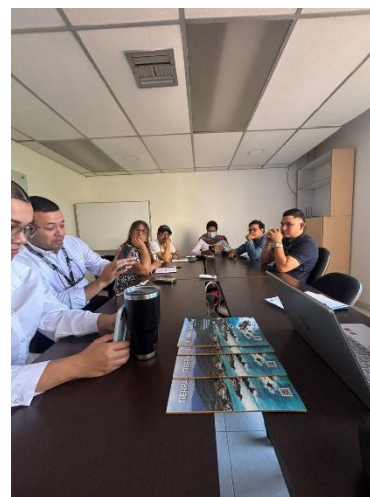




★ ***Limpieza de playa y sostenibilidad ambiental:*** Desde el Instituto Distrital de Turismo (INETUR) entre los meses de noviembre y diciembre se realizaron 2 jornadas de limpieza de playas, en los sectores del Aeropuerto y Playa de los Cocos. Estas acciones reafirmaron el compromiso de la administración distrital con la protección de una mejor promoción del destino y el embellecimiento de sus principales atractivos como una misión de la ciudad. Estas jornadas de limpieza y oxigenación de playa fueron 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 practicas sostenibles y responsables.

Como resultado de estos ejercicios, se logro recolectar cerca de **1.650 toneladas** de residuos sólidos.





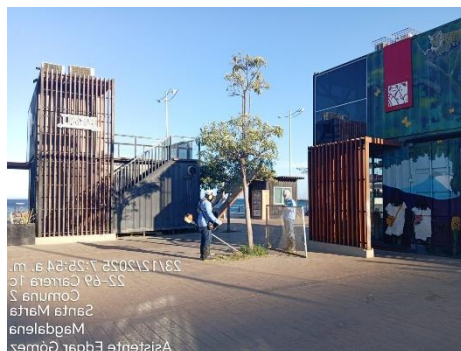
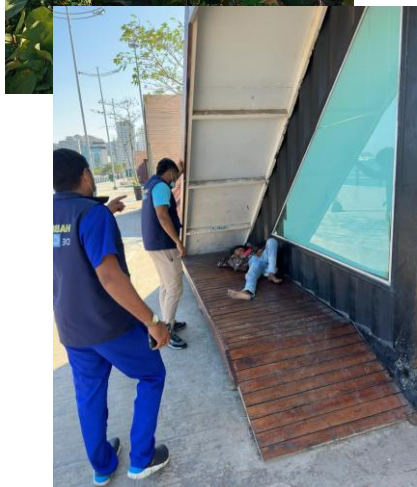
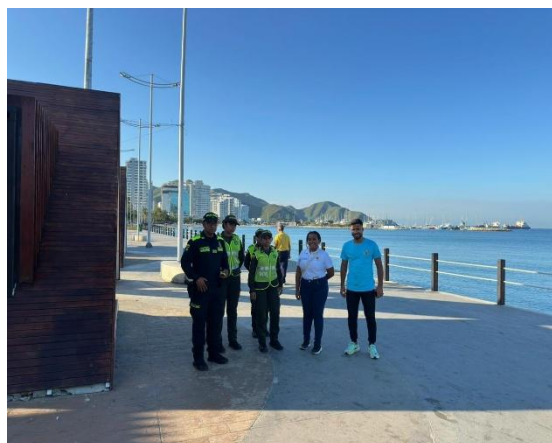
Desde el Instituto Distrital del Turismo – INDETUR bajo el liderazgo de la Subdirección de Gestión Integral del Destino, se realizaron 3 mesas interinstitucionales para la gran temporada de cruceros que arribaban a nuestra ciudad entre el mes de noviembre y diciembre de 2025, dentro de estas mesas interinstitucionales se abordaron una serie de puntos importantes para recibir a nuestros visitantes, así como también se realizaron articulaciones con toda la institucionalidad del Distrito y empresas prestadoras de servicios públicos para lograr una mejor visibilidad y opinión de Santa Marta y de su gestión turística.

Los puntos importantes tratados dentro de las mesas interinstitucionales de cruceros fueron:

- ✓ Aguas residuales o negras en el sector de la Bahía y el centro histórico
- ✓ La aglomeración de basuras o residuos sólidos en el sector de la Bahía y el centro histórico
- ✓ La presencia de habitantes de calle en el sector del puerto, la Bahía y el centro histórico.

La realización de estas mesas interinstitucionales permitió la identificación de las problemáticas que mas preocupan al Distrito a la hora de recibir visitantes, logrando así una articulación institucional para mitigar estos impactos negativos en el desarrollo turístico del Distrito.

Así mismo, dentro de este desarrollo institucional se logro articular un recorrido institucional con las diferentes instituciones del Distrito, teniendo como puntos los lugares que serian recorridos por los turistas, realizando charlas de sensibilización y propendiendo por un mejor bienestar turístico para nuestros visitantes y nuestros ciudadanos.



La Subdirección de Gestión Integral del Destino, bajo el liderazgo de la subdirectora Maria Lourdes López Barranco, realizó la mesa interinstitucional para la temporada de fin de año en el que se abordaron los siguientes temas:

- * Visitas a los prestadores turísticos del sector del centro histórico, la marina, el camellón de la Bahía, parque de los novios, Taganga y Rodadero.
- * Verificación de documentos legales de los prestadores de servicios turísticos (restaurantes, agencias de viajes, hoteles, hostales, lancheros, carperos entre otros).
- * Sensibilización a visitantes y propios del Distrito de Santa Marta
- * Socialización del horario de cierre de playas en temporada de fin de año
- * Socialización de cierre de bares y discotecas en la temporada turística



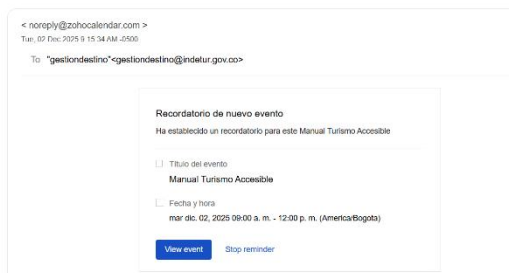
Esta mesa interinstitucional dio como resultado la articulación con la secretaria de Seguridad y Convivencia del Distrito de Santa Marta, de una mesa interinstitucional mucho más grande, invitando a todos los sectores turísticos y de seguridad del Distrito, logrando así el lanzamiento de temporada de fin de año en el Distrito de Santa Marta y la realización de un cronograma de actividades de intervención turística, para así lograr un turismo seguro, responsable y dinámico en la ciudad.

En el marco del Plan Distrital de Discapacidad de Santa Marta 2024-2031, la Subdirección de Gestión Integral del Destino, en articulación con el Viceministerio de Turismo, realizó el **2 de diciembre de 2025**, la socialización del Manual de Turismo Incluyente y Accesible dirigido a prestadores de servicios turísticos del Distrito, esto con el fin de realizar acciones que promuevan la inclusión en el Distrito de Santa Marta, esta actividad contó con la conexión virtual de varios prestadores de servicios turísticos, así como la participación presencial de personas discapacitadas en el Distrito.



En el marco del plan Distrital de Discapacidad, la Subdirección de Gestión Integral del Destino realizó la puesta en marcha de la implementación de experiencias turísticas con 30 personas discapacitadas, realizándose estas visitas turísticas en el Museo Bolivariano de la Quinta de San Pedro Alejandrino,

Se creó un recordatorio de evento para Manual Turismo Accesible @ mar dic. 02, 2025 09:00 a. m. - 12:00 p. m. (America/Bogota)



Museo del Oro del Banco de la Republica y el Museo de vida Marina (Acuario), estas experiencias turísticas reunieron alrededor de 90 personas discapacitadas con sus respectivos cuidadores, reafirmando el compromiso del Distrito de Santa Marta y del Instituto Distrital del Turismo con la promoción de un turismo responsable e incluyente.

AREA FINANCIERA- CONTABLE Y PRESUPUESTAL

GESTIÓN PRESUPUESTAL INDETUR VIGENCIA 2025

Situación presupuestal a corte 31 de diciembre de la vigencia 2025, derivada de la ejecución activa y pasiva del presupuesto general de ingresos y gastos:

Ejecución presupuestal:

Numero	Descripción	Valor	
1	Total Presupuesto de Ingresos		\$ 8.406.084.280
1.1	Presupuesto Inicial	\$ 3.660.000.000	
1.2	Adiciones Presupuestales	\$ 4.746.084.280	
1.3	Reducciones Presupuestales	0	

Numero	Descripción	Valor	
2	Ejecución Efectiva de Ingresos		\$ 4.756.864.444
2.1	Disponibilidad Inicial	0	
2.2	Transferencias Recibidas D.T.C.H.	\$ 4.659.980.000	
2.3	Reconocimientos por Recaudar	0	
2.4	Rendimientos Financieros	\$ 13.295.249	
2.5	Recuperación de Cartera	0	
2.6	Recursos No Apropriados	\$ 780.164	
2.7	Superávit y Reintegros	\$ 82.809.031	

Numero	Descripción	Valor	
1	Total Presupuesto de Gastos		\$ 8.406.084.280
1.1	Presupuesto Inicial	\$ 3.660.000.000	
1.2	+ Adiciones Presupuestales	\$ 4.746.084.280	
1.3	+ Créditos	\$ 495.838.562	
1.4	- Reducciones Créditos	0	
1.3	- Contracreditos	\$ 495.838.562	

Numero	Descripción	Valor	
1	Ejecución Efectiva de Gastos		\$ 8.328.771.492
1.1	Gastos de Funcionamiento	\$ 3.018.791.492	
1.2	Gastos de Inversión	\$ 5.309.980.000	

Presupuesto Inicial:

Para la vigencia fiscal 2025 el presupuesto inicial del INDETUR, alcanzó un valor de **TRES MIL SEISCIENTOS SESENTA MILLONES DE PESOS M/L (\$3.660.000.000)**.

Se realizaron adiciones por valor de **CUATRO MIL SETECIENTOS CUARENTA Y SEIS MILLONES OCHENTA Y UN CUATRO MIL DOSCIENTOS OCHENTA PESOS M/L (\$4.746.084.280)**, alcanzando un presupuesto total para la vigencia 2025 de **OCHO MIL CUATROCIENTOS SEIS MILLONES OCHENTA Y CUATRO MIL DOSCIENTOS OCHENTA PESOS M/L (\$8.406.084.280)**.

Presupuesto de Ingreso:

El presupuesto efectivamente recaudado durante la vigencia fiscal 2025 con destino a gastos de funcionamiento e inversión fue de **CUATRO MIL SEISCIENTOS CINCUENTA Y NUEVE MILLONES NOVECIENTOS OCHENTA MIL CIENTO PESOS M/L (\$4.659.980.000)**.

Presupuesto de Gasto:

Durante la vigencia fiscal 2025 se ejecutaron por gastos de funcionamiento un valor de **TRES MIL DIECIOCHO MILLONES SETECIENTOS NOVENTA Y UN MIL CUATROCIENTOS NOVENTA Y DOS PESOS M/L (\$3.018.791.492)**.

De igual forma para esta vigencia se ejecutaron por gastos de inversión **CINCO MIL TRESCIENTOS NUEVE MILLONES NOVECIENTOS OCHENTA MIL PESOS M/L (\$5.309.980.000)**.

El total del presupuesto ejecutado para la vigencia 2025 fue de **OCHO MIL TRESCIENTOS VEINTIOCHO MILLONES SETECIENTOS SETENTA Y UN MIL CUATROCIENTOS NOVENTA Y DOS PESOS M/L (\$8.328.771.492)**.

Saldos no ejecutados por **SETENTA Y SIETE MILLONES TRESCIENTOS DOCE MIL SETECIENTOS OCHENTA Y OCHO PESOS M/L (\$77.312.788)**.

Modificaciones al presupuesto:

Durante la vigencia se realizaron las siguientes adiciones dentro de presupuesto de ingresos y gastos por valor de **CUATRO MIL SETECIENTOS CUARENTA Y SEIS MILLONES OCHENTA Y CUATRO MIL DOSCIENTOS OCHENTA PESOS M/L (\$4.746.084.280)**.

ACTO ADMINISTRATIVO	FECHA	ADICION
2	8/01/25	\$ 82.809.031
15	17/02/25	\$ 999.980.000
68	29/08/25	\$ 2.150.000.000
79	22/09/25	\$ 1.500.000.000
91	12/12/25	\$ 13.295.249
TOTAL ADICIONES		\$ 4.746.084.280

Durante la vigencia 2025 se realizaron los siguientes traslados dentro de presupuesto de gastos por valor de **CUATROCIENTOS NOVENTA Y CINCO MILLONES OCHOCIENTOS TREINTA Y OCHO MIL QUINIENTOS SESENTA Y DOS PESOS M/L** (\$495.838.562.00).

ACTO ADMINISTRATIVO	FECHA	TRASLADO
7	3/02/25	\$ 40.000.000
34	4/04/25	\$ 3.000.000
44	29/04/25	\$ 187.317.000
44	29/04/25	\$ 20.000.000
61	1/08/25	\$ 13.000.000
61	1/08/25	\$ 90.521.562
61	1/08/25	\$ 12.000.000
81	30/09/25	\$ 2.500.000
81	30/09/25	\$ 13.000.000
81	30/09/25	\$ 12.000.000
81	30/09/25	\$ 60.000.000
84	7/10/25	\$ 11.500.000
84	7/10/25	\$ 13.500.000
92	15/12/25	\$ 15.000.000
92	15/12/25	\$ 2.500.000
TOTAL		\$ 495.838.562

GESTIÓN CONTABLE

Cuentas por pagar:

Al cierre de la vigencia 2025 las cuentas por pagar sumaron un total de **TRES MIL OCHOCIENTOS SESENTA Y CUATRO MILLONES SETENTA Y NUEVE MIL QUINIENTOS NOVENTA Y SIETE PESOS M/L** (\$3.864.079.597.00).

CONCEPTO	TERCERO	NIT	VALOR
Arrendamientos	Inmobiliaria Zuca	891.702.097	\$ 6.000.010
Bonificacion De Recreacion	Ana Fiorela Muñoz Vizcaino	1.082.858.335	\$ 501.529
Bonificacion De Recreacion	Luis Angel Reyes Beracasa	1.140.829.376	\$ 762.547
Bonificacion De Recreacion	Derlys Marena Padilla Garcia	36.669.593	\$ 411.390
Bonificacion De Recreacion	Greicy Juliette Cuello Hurtado	1.082.877.226	\$ 411.390
Bonificacion De Recreacion	Jose Domingo Davila Morales	72.244.676	\$ 984.125
Bonificacion por Recreación	Alejandra Gomez Bloise	39.045.437	\$ 727.014
Bonificacion De Servicios Prestados	Alejandra Gomez Bloise	39.045.437	\$ 3.816.825
Bonificacion De Servicios Prestados	Jose Domingo Davila Morales	72.244.676	\$ 5.166.659
Cesantias	Alejandra Gomez Bloise	39.045.437	\$ 11.934.481
Cesantias De La Vigencia Fiscal 2025	Fondo de Pensiones y Cesantias Porver	800.144.331	\$ 15.823.461
Cesantias De La Vigencia Fiscal 2025	Fondo Nacional Del Ahorro	899.999.284	\$ 42.577.507
Cesantias De La Vigencia Fiscal 2025	Fondo de Pensiones Proteccion	800.229.739	\$ 35.776.630
Intereses De Cesantias	Alejandra Gomez Bloise	39.045.437	\$ 1.432.138
Intereses De Cesantias	Jose Domingo Davila Morales	72.244.676	\$ 2.143.030
Intereses De Cesantias	Carlos Andres Paez Rojas	72.006.198	\$ 1.660.520
Intereses De Cesantias	Carmen Estrella Navarro	36.564.638	\$ 1.305.751
Intereses De Cesantias	Ana Fiorela Muñoz Vizcaino	1.082.858.335	\$ 1.092.129
Intereses De Cesantias	Isaac Bolivar Osorio	85.153.449	\$ 1.289.632
Intereses De Cesantias	Carlos Mario Vargas De Las Aguas	7.144.011	\$ 119.750
Intereses De Cesantias	Maria Lourdes Lopez Barranco	1.083.042.363	\$ 238.296
Intereses De Cesantias	Luis Angel Reyes Beracasa	1.140.829.376	\$ 1.660.520
Intereses De Cesantias	Greicy Juliette Cuello Hurtado	1.082.877.226	\$ 895.843
Intereses De Cesantias	Derlys Marena Padilla Garcia	36.669.593	\$ 895.843
Prima de Servicios	Alejandra Gomez Bloise	39.045.437	\$ 2.805.821
Prima de Vacaciones	Alejandra Gomez Bloise	39.045.437	\$ 5.728.551
Prima De Vacaciones	Ana Fiorela Muñoz Vizcaino	1.082.858.335	\$ 4.032.475
Prima De Vacaciones	Luis Angel Reyes Beracasa	1.140.829.376	\$ 6.131.150
Prima De Vacaciones	Derlys Marena Padilla Garcia	36.669.593	\$ 3.307.726
Prima De Vacaciones	Greicy Juliette Cuello Hurtado	1.082.877.226	\$ 3.307.726
Prima De Vacaciones	Jose Domingo Davila Morales	72.244.676	\$ 7.912.727
Servicios de Valoración Medica	Prevenir 1A	819.001.920	\$ 1.283.200
Servicios Para La Comunidad Sociales	CORGEDAS	900.864.871	\$ 165.000.000
Servicios Para La Comunidad Sociales	Fundacion Social Formacion Al Futuro	900.623.310	\$ 1.985.000.000
Servicios Para La Comunidad Sociales	Fundacion Social Renacer	900.583.080	\$ 1.500.000.000
Vacaciones	Alejandra Gomez Bloise	39.045.437	\$ 5.728.551
Vacaciones	Ana Fiorela Muñoz Vizcaino	1.082.858.335	\$ 5.914.297
Vacaciones	Luis Angel Reyes Beracasa	1.140.829.376	\$ 8.992.354
Vacaciones	Derlys Marena Padilla Garcia	36.669.593	\$ 4.851.332
Vacaciones	Greicy Juliette Cuello Hurtado	1.082.877.226	\$ 4.851.332
Vacaciones	Jose Domingo Davila Morales	72.244.676	\$ 11.605.334
			\$ 3.864.079.597

Dentro de las cuentas por pagar se encuentran las contribuciones inherentes a la nómina, como seguridad social y parafiscales del personal de planta del mes de diciembre, vacaciones, demás prestaciones sociales, pago de cesantías e intereses sobre las cesantías, entre otros.

En cuanto a impuestos, quedaron causados a corte 31 de diciembre de 2025 las obligaciones de retenciones en la fuente y estampillas.

Cuentas por cobrar:

Las cuentas por cobrar se establecieron por valor de al cierre de la vigencia 2025 las cuentas por pagar sumaron un total de **TRES MIL SEISCIENTOS CINCUENTA MILLONES DE PESOS M/L** (\$3.650.000.000.00), según el siguiente detalle:

CONCEPTO	TERCERO	NIT	VALOR
Ingresos corriente - Transferencia Recursos de Inversión Contrato RE-ESAL- 003-2025	Alcaldía Distrital De Santa Marta	891.780.009	\$ 2.150.000.000
Ingresos corriente - Transferencia Recursos de Inversión Contrato RE-ESAL- 004-2025	Alcaldía Distrital De Santa Marta	891.780.009	\$ 1.500.000.000
TOTAL TRANSFERENCIAS POR COBRAR			\$ 3.650.000.000

Reservas presupuestales

Al cierre de la vigencia 2025, no se constituyeron reservas presupuestales

GESTIÓN DE TESORERÍA

Ejecución del plan mensualizado de caja:

Para la vigencia fiscal 2025 la ejecución del plan anual de caja fue de OCHO MIL TRESCIENTOS VEINTIOCHO MILLONES SETECIENTOS SETENTA Y UN MIL CUATROCIENTOS NOVENTA Y DOS PESOS M/L (\$8.328.771.492).

Balance de pagos:

Al cierre de la vigencia fiscal 2025, fueron recaudados en total CUATRO MIL SETECIENTOS CINCUENTA Y SEIS MILLONES OCHOCIENTOS SESENTA Y CUATRO MIL CUATROCIENTOS CUARENTA Y CUATRO PESOS M/L (\$4.756.864.444.00)

Se pagaron obligaciones por un total de CUATRO MIL CUATROCIENTOS SESENTA Y CUATRO MILLONES SEISCIENTOS NOVENTA Y UN MIL OCHOCIENTOS NOVENTA Y CINCO PESOS M/L (\$4.464.691.895.00).

2.1	RECAUDOS		
2.1.1	RECAUDOS VIGENCIA 2025	\$4.756.864.444.00	
TOTAL RECAUDO			\$4.756.864.444.00
2.2	PAGOS		
2.2.1	PAGOS VIGENCIA 2025	\$ 4.464.691.895.00	
TOTAL PAGADO			\$ 4.464.691.895.00

Los gastos bancarios a la fecha han sido por valor de NOVENTA Y CUATRO MIL NOVECIENTOS SESENTA Y DOS PESOS M/L (\$ 94.962.00).

Los rendimientos financieros generados durante la vigencia fiscal 2025 sumaron un total de CATORCE MILLONES SETENTA Y CINCO MIL CUATROCIENTOS TRECE PESOS M/L (\$14.075.413.00).

Los saldos no ejecutados hasta al cierre de la vigencia fiscal 2025, fueron de SETENTA Y SIETE MILLONES TRESCIENTOS DOCE MIL SETECIENTOS OCHENTA Y OCHO PESOS M/L (\$77.312.788), recursos disponibles para el manejo y funcionamiento del INDETUR.

Saldos en banco:

A corte del 31 de diciembre de la vigencia fiscal 2025, INDETUR cerró con un saldo total en bancos de DOSCIENTOS DIECISIETE MILLONES TRESCIENTOS DIEZ MIL SEISCIENTOS OCHENTA Y TRES PESOS M/L (\$ 217.310.683) distribuido así:

CUENTA	BANCO	DESCRIPCION	SALDO EXTRACTO	PAGOS EN TRANSITO	SALDO FINAL
COMPONENTE FUNCIONAMIENTO					
00130844200000013	BBVA	CTA AHORROS	\$ 336.909.129	0	\$ 336.909.129
5104082020	BBVA	FONDO INVERSION	\$ 1.164.476	0	\$ 1.164.476
439039090	BOGOTA	CTA AHORROS	\$ 493.053	0	\$ 493.053
SUBTOTAL SALDOS FUNCIONAMIENTO			\$ 338.566.658	0	\$ 338.566.658
COMPONENTE INVERSION					
00130844200000015	BBVA	CTA AHORROS	\$ 1.813.463	0	\$ 1.813.463
5104082020	BBVA	FONDO INVERSION	\$ 1.156.149	0	\$ 1.156.149
439000096	BOGOTA	CTA AHORROS	\$ 165.236	0	\$ 165.236
SUBTOTAL SALDOS INVERSION			\$ 3.134.848	0	\$ 3.134.848
TOTAL			\$	0	\$

	6	341.701.50		341.701.50	6
--	---	------------	--	------------	---

Carlos A. Páez

CARLOS PAEZ ROJAS
Subdirector Corporativo

Proyectó	Johan Díaz Cabarcas	<i>Johan Díaz</i>
	Contratista Contador	

CONTROL INTERNO:

INFORME DE GESTIÓN - 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 2025, 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 el FURAG - MIPG para C.I y Planeación, lo cual arrojó certificaciones de cumplimiento (*Documentos que reposan en la entidad*). El reporte correspondiente a la OCI correspondiente a la vigencia 2024, se realizó el 7 de abril de 2025, cuya fecha límite era el 25 de abril de 2025 y se remitió por correo institucional a la Dirección General y a la Subdirección Corporativa, el 22 de abril de la corriente anualidad. El reporte de la vigencia 2025, se realizará durante la vigencia 2026.

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 2024 el 24 de febrero de 2025 con sus respectivos anexos, dentro de término establecido para tales efectos. Por otra parte, la OCI deja construidos y remitidos por correo institucional a la Subdirección corporativa y Contabilidad, los formatos debidamente diligenciados, correspondientes a la vigencia 2025 para su respectivo cargue en la vigencia 2026.

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 2025, se realizó y remitió su resultado por correo institucional a la Dirección en el mes de JULIO de 2025 y el Semestre JULIO a DICIEMBRE de 2025 se realizó y remitió su resultado por correo institucional a la Dirección en el mes de DICIEMBRE de 2025 para su publicación 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 2025, se realizó y remitió por correo a la Dirección en el mes de JULIO de 2025, el cual se encuentra publicado con su respectivo Plan de Mejoramiento y de manera oportuna, en la página web institucional. (*Documentos que reposan en la entidad*). El correspondiente al 2do semestre de JULIO a DICIEMBRE de 2025, en atención a la finalización del periodo del JCI y la necesidad de culminación de la vigencia, se realizará en el mes de ENERO de 2026, por el nuevo Asesor de la Oficina de Control Interno, sin embargo, se deja requerida la información base para su construcción.

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 2025 como Asesor de la OCI, se realizó el diligenciamiento del Formato CGR2007_CONTROL_INTERNO_CONTABLE, correspondiente a la vigencia 2024, reportado el 10 de febrero de 2025. (Fecha límite 28 de febrero de 2025) y el correspondiente a la vigencia 2025, se deja construido y remitido dentro del mismo periodo, por correo institucional a la Dirección General y a la Subdirección Corporativa para su cargue oportuno durante la vigencia 2026, por parte del nuevo Asesor de Control Interno.

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 13 de febrero de 2025 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. El reporte referente a la vigencia 2025, se deberá realizar en la vigencia 2026 y la información para su cumplimiento y/o link de contacto será remitida al correo tic@indetur.gov.co, por ser el reportado por el representante legal como responsable de la rendición respectiva, el cual queda pendiente para ser rendido por parte del nuevo Asesor de Control Interno de la entidad para el periodo 2026 – 2029, con la información suministrada por el responsable del área 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 y 3er Trimestre de 2025, 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). El correspondiente al 4to trimestre de la vigencia 2025, queda pendiente para ser rendido por parte del nuevo Asesor de Control Interno de la entidad para el periodo 2026 – 2029, con la información suministrada por el responsable del área contable, en consecuencia, se deja requerida la correspondiente información al área responsable, para su construcción.

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 2025, 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).

Con relación al Programa de Transparencia y Ética Pública PTEP INDETUR 2025, la Oficina de Control Interno - OCI, para dar cumplimiento a los lineamientos legales establecidos, mediante Acta No. 006 de septiembre 22 de 2025 del Comité de Gestión y Desempeño, deja claro que, queda pendiente por parte del área de Planeación la creación de la Matriz del Programa de Transparencia y Ética Pública (PTEP) 2025, atendiendo los lineamientos establecidos en el documento base que se aprueba el Acta en mención, pues se trata de una herramienta para fortalecer la gestión institucional contra la corrupción, promoviendo la legalidad y la integridad en la función pública. Se enfoca en la prevención y gestión de riesgos, la promoción de la cultura de legalidad, el acceso a la información y la participación ciudadana. La OCI a partir de la vigencia 2026 y una vez creada la Matriz por el área de Planeación, deberá realizar los seguimientos periódicos cuatrimestrales y demás obligaciones contenidas el documento PTEP que se adjunta.

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 2025:

En cumplimiento de los lineamientos del DAFP, se construyó para la vigencia 2025 el Plan Anual de Auditorías, el cual se aprobó mediante Acta N° 003 de enero 15 de 2025 del Comité de Coordinación de Control Interno del INDETUR, por lo cual se elaboró el Plan Anual de Auditoría vigencia 2025, el cual para su construcción final requirió de la elaboración de:

- Matriz Diagnóstica Operación OCI - INDETUR 2025. (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 2025. (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, con su respectivo seguimiento durante la vigencia 2025, 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, con su respectivo seguimiento durante la vigencia 2025, 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 Administrativa, SG-SST, SGC, SGD, Atención al Ciudadano: En atención a lo establecido en la Matriz Universo de Auditoría Basado en Riesgos y el Plan Anual de Auditorías del Instituto de la vigencia 2025, se realizó la Auditoría del área Administrativa, SG-SST, SGC, SGD, Atención al Ciudadano, cuyo informe se remitió a la Dirección y se encuentra publicado en la página web, link de transparencia de la entidad de conformidad con los

lineamientos del Índice de Transparencia y Acceso a la Información Pública ITA.

- ✓ Auditoría TI y Comunicaciones: En atención a lo establecido en la Matriz Universo de Auditoría Basado en Riesgos y el Plan Anual de Auditorías del Instituto de la vigencia 2025, se realizó la Auditoría del área de TI y Comunicaciones, cuyo informe se remitió a la Dirección y se encuentra publicado en la página web, link de transparencia de la entidad de conformidad con los lineamientos del Índice de Transparencia y Acceso a la Información Pública ITA.

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. 009 de 2025 de la PGN, el 28/08/2025 realizó el Reporte de Cumplimiento ITA INDETUR 2025, 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 2025, se realizaron los seguimientos a los Planes de Mejoramiento de la CDSM derivado de la Auditoría Financiera y de Gestión del INDETUR vigencias 2022, 2023 y 2024 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, 2023 y 2024, 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° 003 de enero 25 de 2025.
- Citación y Acta N° 004 de noviembre 7 de 2025.

Adicionalmente desde la OCI, se creó una Matriz de Comités INDETUR 2025, 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° 003 de enero 15 de 2025, 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 del Informe de PQRSD del 1er semestre de 2025, 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 la matriz, donde posteriormente se realizó el respectivo seguimiento y se encuentra 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 2025:

Derivado de las observaciones resultante del ejercicio de las Auditorías antes descritas, se desarrolló el respectivo Plan de Mejoramiento por parte del área Administrativa y TI, 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 realizó, 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 y 002 de la vigencia 2024 y se realizó el Cronograma de Actividades, cuyo proceso culminó 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 2025, 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 2025.

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 2025.

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 2025.

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 inadecuado desempeño se remitieron de manera periódica a la Dirección mediante la matriz de seguimiento a comités para lo pertinente, con relación a la vigencia 2025.

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 remitieron de manera periódica a la Dirección mediante la matriz de seguimiento a comités para lo pertinente, con relación a la vigencia 2025.

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 2025.

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 2025, no se realizaron Cursos, Seminarios y/o Diplomados impulsados por la entidad.

31. Cronograma de capacitaciones institucional vigencia 2025. 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 2025 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 y se continuó su implementación durante la vigencia 2025.

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 y se continuó su implementación durante la vigencia 2025.

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 2025.

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 culmina satisfactoriamente la vigencia 2025 y para la vigencia 2026, se recomienda la continuidad y avance de 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

Jose Domingo Davila

JOSE DOMINGO DAVILA MORALES
Director General