

**ANEXO**  
**FORMATO ÚNICO ACTA DE INFORME DE GESTIÓN**  
**(Ley 951 de marzo 31 de 2005)**

**Contenido**

1. Datos generales .....	1
2. Informe resumido o ejecutivo de la gestión .....	1
3. Detalle de los proyectos ejecutados .....	3
4. Planta de personal .....	9
5. Espacios de participación por delegación o asistencia .....	10
6. Seguimiento a la contratación .....	10
7. Recomendaciones.....	10
8. Relación anexos.....	12

**1. Datos generales**

**Nombre del funcionario responsable que entrega:** Sandra Echeverri Duque

**Cargo:** Directora de Promoción y Desarrollo del Sector Turístico

**Entidad (Razón Social):** Gobernación de Antioquia,  
Secretaría de Turismo

**Ciudad y fecha inicio de la gestión:** Medellín, 5 de febrero  
del 2021

**Condición de la presentación:** Retiro

**Fecha de retiro, separación del cargo o ratificación:** 26 enero 2024

**2. Informe resumido o ejecutivo de la gestión**

Este apartado del informe de gestión tiene como propósito informar la gestión de la Dirección de Promoción y Desarrollo del Sector Turístico, durante el período comprendido entre el 4 de febrero del 2021 y finalizando el 26 de enero de 2024, en el marco de las competencias misionales que tiene definidas en el Decreto 2020070002567 del 5 de noviembre de 2020.

**2.1. Competencias misionales de la Dirección de Promoción y Desarrollo del sector Turístico:**

El Decreto 2020070002567 del 5 de noviembre de 2020 define el siguiente propósito y funciones para la Dirección de Promoción y Desarrollo del Sector Turístico:

**Propósito del Empleo a Dirigir**

Implementación de planes, programas, metodologías y actividades correspondientes a posicionar los municipios con potencialidades y atractivos turísticos del departamento y sus subregiones, en el ámbito local, nacional e internacional. Además de los talentos, saberes, sabores y experiencias.

## **Funciones**

1. Liderar programas y acciones de preparación y fortalecimiento de las empresas y emprendimientos de la cadena turística del departamento, para incrementar su competitividad y promoción.
2. Dirigir procesos de asesoría y asistencia técnica a entes públicos y privados para el aprovechamiento de oportunidades de consolidación y crecimiento del sector.
3. Fomentar la articulación de los aliados del sector turístico y propicie la generación de alianzas estratégicas.
4. Participar en la implementación de alianzas estratégicas entre las entidades gubernamentales y no gubernamentales, a través de la realización de acciones para la gestión de proyectos y posicionamiento de los destinos.
5. Contribuir en la gestión de los recursos requeridos para la ejecución y el oportuno cumplimiento de los planes, programas y proyectos de la dependencia, de acuerdo con las necesidades identificadas, las políticas de la entidad y las directrices del Gobernador.
6. Gestionar la implementación de estrategias orientadas a la mejora de los procesos y a la eficiencia en la prestación de los servicios de la dependencia, a través de acciones basadas en el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la innovación.
7. Dirigir el equipo de trabajo a su cargo, propiciando acciones de fortalecimiento, bienestar, capacitación, retroalimentación y reconocimiento que faciliten el cumplimiento de los objetivos de la dependencia.

### **2.2. La Dirección de promoción y Desarrollo del Sector Turístico dentro del Plan de Desarrollo Departamental “Unidos por la Vida 2020 - 2023”:**

La Dirección de Promoción y Desarrollo del Sector Turístico, fue creada a la vez que se crea la Secretaría de Turismo de Antioquia en noviembre de 2020 mediante el decreto 2020070002567. Por ello, es importante destacar que durante la construcción del Plan de Desarrollo Departamental "Unidos por la Vida 2020 - 2023", la Secretaría de Turismo aún no se había establecido como entidad independiente y se encontraba integrada como la Dirección de Turismo dentro del organigrama de la Secretaría de Productividad y Competitividad. Por lo cual, después de la creación de la Secretaría el Programa del Plan de Desarrollo asignado a la Dirección de Promoción y Desarrollo del Sector Turismo, es:

**PLAN DE DESARROLLO: UNIDOS POR LA VIDA 2020 – 2023**  
**LÍNEA ESTRATÉGICA: 2 Nuestra Economía**

COMPONENTE: 2.3 Antioquia Global  
PROGRAMA: 2.3.4 Marketing Turístico  
PROYECTO: Desarrollo de Marketing Turístico en el Departamento Antioquia

Tabla 1. Indicadores del Programa

Nombre del Indicador	Unidad de medida	Año disponible línea base	Línea Base	Meta Cuatrienio 2020-2023	Cálculo	Cumplimiento
Eventos para el posicionamiento del turismo en el Departamento, asistidos	Número	2019	4	16	Acumulado	100%
Sistema de Indicadores para el Seguimiento del Turismo en Antioquia diseñado y en funcionamiento	Número	2019	0	14	Acumulado	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de Plan de Desarrollo Departamental “Unidos por la vida 2020-2023”

El cumplimiento de los dos (2) indicadores a cargo de esta Dirección, tienen un cumplimiento del 100% de todo el cuatrienio.

### 2.3. Proyectos ejecutados, actividades misionales y sus principales resultados

En el presente apartado se hará mención exclusivamente a los resultados principales que fortalecen la prestación de los servicios, los cuales están enfocados en la ejecución de los proyectos de inversión y la realización de las actividades misionales. Los principales logros alcanzados son:

1. Proyecto para el fortalecimiento empresarial de Fincas Agroturísticas
2. Programa Antójate de Antioquia - Categoría Antioquia es Mágica.
3. Proyecto de identidad gastronómica
4. Acompañamiento en proyectos de cooperación internacional
5. Proyecto para la identificación de especies endémicas representativas del departamento enfocado en Aviturismo
6. Proyecto de promoción turística para el posicionamiento de Antioquia, como destino turístico
7. Estructuración de la metodología para la identificación de los empresarios y definición del producto turístico
8. Consolidación de las rutas turísticas “Antioquia es Mágica”
9. Estructuración de recetarios
10. Ejecución de Fam y Press trips mágicos
11. Proyecto de promoción – Fondo Nacional de Turismo 2021
12. Proyecto de Competitividad – Fondo Nacional de Turismo 2022
13. Salón de Proveedores - Sabores de Antioquia 2021 – 2022.
14. Turismo Responsable libre de delito-Convenio entre la Gobernación de Antioquia y Naciones Unidas UNODC 2022.
15. Turismo Seguro y Gestión del Riesgo - Prueba Piloto Municipio El Peñol –

julio 2023.

16. Homologación de Guías Turísticas Certificadas en Antioquia.

### **3. Detalle de los proyectos ejecutados**

#### **3.1 Fortalecimiento Empresarial de Fincas Agroturísticas.**

Este proyecto tenía como objetivo principal fortalecer a las fincas Agroturísticas y a los empresarios pymes del sector turístico en el Departamento de Antioquia. Su enfoque radicaba en la implementación de modelos de negocio a través de estrategias destinadas al fortalecimiento empresarial y la gestión comercial. El propósito era capacitar a los prestadores de servicios de alojamiento para mejorar la calidad de sus servicios y promover prácticas de calidad.

Este proyecto se llevó a cabo de manera consecutiva durante los años 2020, 2021 y 2022, beneficiando tanto a las fincas y prestadores de servicios que habían estado involucrados desde el inicio del programa como a nuevos participantes, compartiendo y replicando experiencias y buenas prácticas adoptadas.

Los logros alcanzados hasta diciembre de 2023 son los siguientes:

1. 92 fincas fueron capacitadas en estrategias de fortalecimiento empresarial, gestión comercial e implementación de buenas prácticas en calidad y servicio en 2020.
2. En 2021, se capacitó a 85 fincas en las mismas áreas mencionadas.
3. En 2022, un total de 71 fincas se beneficiaron de la capacitación en estrategias de fortalecimiento empresarial, gestión comercial e implementación de buenas prácticas en calidad y servicio.

#### **3.2 Antójate de Antioquia, Categoría Antioquia es Mágica.**

Como parte del programa bandera de la Secretaría de Productividad y Competitividad, teniendo como énfasis el fortalecimiento empresarial en los diversos sectores económicos, desde la Secretaría de Turismo se generó la vinculación en este proceso de entrega de incentivos y formación empresarial. En el año 2022 se tuvo 12 ganadores en la categoría de turismo, y para el 2023 se tuvo 70 ganadores en este sector en la línea denominada Antioquia es Mágica. De ese modo se continúa dando las condiciones para el fortalecimiento del ecosistema.

#### **3.3 Identidad Gastronómica.**

Se llevó a cabo un programa de identificación de empresarios de gastronomía en los 30 municipios de Antioquia es Mágica con el objetivo de conocer la identidad gastronómica de cada municipio y fortalecer el uso de productos y recursos locales en la producción y oferta de su gastronomía. Hasta la fecha, se lograron los siguientes avances:

1. Creación de una ruta gastronómica denominada "Los Siete Golpes del Paisa".
2. Desarrollo de un decálogo gastronómico.
3. Elaboración de tres recetarios gastronómicos: Cacao, Panela y Quesito.
4. Participación en la primera edición del festival gastronómico denominado "Delicias del Golfo", con la participación de 20 empresarios identificados como portadores de saberes y la entrega de 20 certificados de reconocimiento.

### **3.4 Acompañamiento en Cooperación Internacional.**

Basados en la necesidad de gestionar proyectos y recursos que se identificó para las diferentes entidades territoriales, especialmente evidenciado en las solicitudes realizadas por los municipios en las Jornadas de Acuerdos Municipales, desde la Gobernación de Antioquia se ejecutó un contrato con la entidad Makaia (Corporación Makaia Asesoría Internacional) con el objetivo de llevar a cabo una serie de acciones estratégicas. Estas acciones incluyeron:

- Identificación de habilidades empresariales: Se llevó a cabo una serie de alianzas y capacitaciones con el fin de identificar las habilidades, destrezas y capacidades en relación costos y servicios.
- Capacitación de Entidades Territoriales: Se realizó una capacitación dirigida a las entidades territoriales para fortalecer sus conocimientos y habilidades en áreas relacionadas con la movilización de recursos.
- Búsqueda de Contactos y Aliados Internacionales: Se emprendió la búsqueda activa de contactos y posibles aliados a nivel internacional que pudieran respaldar los proyectos en curso.
- Socialización con Actores Estratégicos: Hubo un proceso de socialización con la organización sobre los actores estratégicos identificados, lo que implicó la interacción y comunicación con estas partes interesadas clave.
- Mapeo de Oportunidades en Nodo Ka: Se realizó un mapeo exhaustivo de oportunidades utilizando la plataforma Nodo Ka, lo que permitió identificar oportunidades para la Secretaría de Turismo y entidades territoriales.

Este contrato involucró a varios municipios, especialmente aquellos que habían suscrito acuerdos municipales para la cofinanciación de proyectos relacionados con el sector turístico. Los municipios que se consideraron en esta búsqueda fueron Angostura, Arboletes, El Peñol, Guadalupe, Montebello, Santo Domingo, Caramanta, Cocorná, Guarne, San Carlos, Santa Rosa de Osos, Toledo, Alejandría, Andes, Anzá, Apartadó, Belmira, Betania, Cisneros, Ciudad Bolívar, El Retiro, El Santuario, Fredonia, Gómez Plata, Jardín, Jericó, Salgar, Sopetrán, Támesis, Titiribí, Uramita y Valparaíso, así como la Secretaría de Turismo.

De estos municipios, se seleccionaron 10 en función de la prioridad de proyectos específicos relacionados con el plan de desarrollo que requerirían ayuda internacional. Las fases del proyecto incluyeron:

1. Diagnóstico de Capacidades: Se realizó un diagnóstico exhaustivo de las capacidades de todas las partes involucradas. Esto se documentó en un informe que proporcionó información detallada sobre la organización y su categorización en términos de capacidades para la movilización de recursos de cooperación internacional.
2. Plan de Trabajo: Se elaboró un plan de trabajo para una posible etapa de acompañamiento con los municipios seleccionados.
3. Formación en Cooperación Internacional: Se diseñó un plan curricular de al menos ocho horas relacionado con la movilización de recursos y los mecanismos de búsqueda, recepción, distribución de información y relaciones con los aliados. También se proporcionaron memorias audiovisuales de la formación y se certificó a los participantes.
4. Identificación de Oportunidades: Se identificaron 30 oportunidades entre potenciales aliados, donantes, financiadores, fondos y convocatorias para la Secretaría de Turismo a través de la plataforma NodoKa. Además, se proporcionaron consejos prácticos para la presentación de proyectos.

### **3.5 Proyecto para la identificación de especies endémicas representativas del departamento enfocado en Aviturismo**

En cumplimiento de la Ordenanza 15 del 9 de agosto de 2022, la cual establece los lineamientos para el desarrollo de actividades de aviturismo en el departamento, la Secretaría de Turismo asumió la responsabilidad de llevar a cabo el proceso de reglamentación de esta normativa a través de un decreto reglamentario. Dicho decreto es el número 2023070001308 del 7 de marzo de 2023 y tiene como finalidad definir la distribución de competencias y responsabilidades necesarias para la implementación de las disposiciones contenidas en la mencionada Ordenanza, además de establecer los objetivos que guiarán su ejecución.

Diseño de Ruta Aviturismo en 3 subregiones del departamento de Antioquia

### **3.6 Proyecto de promoción turística para el posicionamiento de Antioquia, como destino turístico**

Con el objetivo de llevar a cabo estrategias productivas y competitivas para el turismo en Antioquia, se llevaron a cabo actividades de impacto regional, nacional e internacional con la finalidad de identificar nuevos mercados y estimular tanto la oferta como la demanda de los municipios. En esta línea, se decidió participar en la Vitrina Turística - ANATO, reconocida como la feria más importante del sector turístico en Colombia.

La participación en este evento se llevó a cabo a través de un stand conjunto en colaboración con la Alcaldía de Medellín y el Departamento de Antioquia, denominado "Ciudad-Región". Esta colaboración se mantuvo de forma continua durante el período 2020-2023, y durante este tiempo, se logró la participación de 40 operadores turísticos, generando alrededor de 3.000 citas de negocios.

### **3.7 Consolidación de las rutas turísticas "Antioquia es Mágica"**

Para la consolidación de producto turístico de calidad e incrementar la oferta consolidada de destinos en Antioquia, se ejecutó esta iniciativa que tenía como objetivo la definición de rutas turísticas en el Departamento para impulsar el desarrollo económico en diversas subregiones. Buscaba, en colaboración con el sector del turismo, dar visibilidad a los destinos y promover a los empresarios que, con su creatividad, conocimientos y talento, desarrollaban iniciativas que ofrecían experiencias valiosas para los turistas. El proceso consistió en la identificación, evaluación, validación y seguimiento a acciones de mejora. Estas seis rutas se desarrollaron en las subregiones de Oriente, Magdalena Medio, Urabá, Suroeste, Occidente y Norte, y para cada una de ellas se lograron los siguientes resultados:

- Se identificaron más de 370 empresarios en **8 catálogos en diferentes subregiones de Antioquia**: Magdalena Medio, Suroeste, Oriente Altiplano, Oriente Embalses, Oriente Páramo, Occidente, Urabá y Norte.
- Se crearon tres (3) recetarios: Quesito, Cacao y Panela.
- Se elaboró un catálogo titulado "Decálogo de la Cocina Paisa".
- Se desarrolló un catálogo denominado "Los 7 Golpes del Paisa" en inglés y español.

El alcance de este proceso benefició a los siguientes municipios:

Tabla 2. Rutas Turísticas

SUBREGIÓN	CANTIDAD	MUNICIPIOS	EMPRESARIOS
<b>Altiplano</b>	<b>4</b>	El Carmen de Viboral, El Retiro, La Ceja del Tambo, Marinilla	36
<b>Embalses</b>	<b>3</b>	El Peñol, Guatapé, San Rafael	42
<b>Páramos</b>	<b>3</b>	Abejorral, La Unión y Sonsón	27
<b>Magdalena Medio</b>	<b>3</b>	Caracolí, Puerto Berrio y Puerto Triunfo	29
<b>Suroeste</b>	<b>7</b>	Jardín, Jericó, Támeisis y Urrao	47
<b>Urabá</b>	<b>4</b>	Apartadó, Arboletes, Necoclí, Turbo	30
<b>Occidente</b>	<b>4</b>	San Jerónimo, Santa Fe de Antioquia, Olaya y Sopetrán	30
<b>Norte</b>	<b>5</b>	Barbosa, Carolina del Príncipe, Donmatías, San Pedro de los Milagros, Santa Rosa de Osos	31
<b>7 Golpes del Paisa</b>	<b>5</b>	El Carmen de Viboral, El Retiro, La Ceja del Tambo, Marinilla y Rionegro	81
<b>Aviturismo</b>	<b>11</b>	<i>Oriente:</i> San Rafael, Cocorná, La Ceja, Guarne. <i>Suroeste:</i> Jericó, Jardín. <i>Norte:</i> Yarumal, Yolombó, Santa Rosa de Osos, San Pedro de los Milagros, Taraza	17
		<b>Empresarios</b>	<b>370</b>

- Subregión Urabá (4): Apartadó, Arboletes, Necoclí, Turbo
- Subregión Oriente Altiplano (5): El Carmen de Viboral, El Retiro, La Ceja del Tambo, Marinilla.
- Subregión Oriente Embalses (3): El Peñol, Guatapé, San Rafael
- Subregión Oriente Paramo (3): Abejorral, La Unión y Sonsón

- Subregión Magdalena Medio (3): Caracolí, Puerto Berrio y Puerto Triunfo
- Subregión Suroeste (4): Jardín, Jericó, Támesis y Urrao
- Subregión Occidente (4) San Jerónimo, Santa Fe de Antioquia, Olaya y Sopetrán
- Subregión Norte (5): Barbosa, Carolina del Príncipe, Donmatías, San Pedro de los Milagros, Santa Rosa de Osos

### **3.8 Ejecución de Fam y Press trips mágicos**

Estos viajes de familiarización, conocidos como Fam Trips, se llevaron a cabo a través de experiencias turísticas en los mágicos territorios de Antioquia, donde se crearon las Rutas denominadas "Antioquia es Mágica" con productos turísticos definidos. Así mismo con los viajes de relacionamiento y medios de comunicación se realizaron 27 en total. El propósito detrás de estos viajes era dar a conocer a los operadores turísticos locales, nacionales e internacionales por qué estos municipios son considerados como lugares mágicos. Estas experiencias se organizaron en las subregiones de Oriente, Magdalena Medio, Urabá y Suroeste, beneficiando a más de 50 participantes de manera directa.

Los Fam Trips tuvieron un impacto significativo en diversas partes interesadas, incluyendo agencias de viajes locales, nacionales e internacionales que comercializan y promocionan las subregiones. Además, involucraron a varios actores, como el Bureau de Medellín, Anato, Cotelco, las Cajas de Compensación Familiar Comfama y Comfenalco, Procolombia, instituciones académicas, el Clúster de Turismo, la Red de Corporaciones Turísticas, entre otros.

Los logros alcanzados a través de estos Fam Trips fueron los siguientes:

1. Desarrollo de mercados especializados para los empresarios de las subregiones.
2. Impulso de la economía local en las subregiones y municipios.
3. Promoción del turismo internacional como fuente de divisas para el Departamento y el país.
4. Visibilización de los empresarios del sector turístico en los municipios y su oferta subregional.

### **3.9 Proyecto de promoción – Fondo Nacional de Turismo 2021.**

En este proyecto, se unieron esfuerzos para llevar a cabo las actividades del proyecto

FNTC–135–4600011783 / 2021, titulado "Promoción de Antioquia es Mágica en el marco de la reactivación turística del Departamento". El objetivo principal de este proyecto fue la creación de un video original que fungiera como la canción oficial del programa Antioquia es Mágica, junto con el desarrollo de piezas audiovisuales promocionales y cuñas radiales.

Durante su ejecución, se llevaron a cabo las siguientes acciones:

1. Creación de un video original que se convirtió en la canción oficial del programa Antioquia es Mágica, además del diseño de las piezas promocionales de la campaña.
2. Diseño y ejecución de un plan de medios a nivel nacional y regional, con el propósito de ampliar la visibilidad del programa.
3. Diseño y elaboración de piezas promocionales y material impreso, contribuyendo a la difusión de Antioquia es Mágica.
4. Diseño y ejecución de acciones de prensa relacionadas con "Antioquia es Mágica", fortaleciendo su presencia mediática.

### **3.10 Proyecto de Competitividad – Fondo Nacional de Turismo 2022.**

En el año 2022 se presentó a FONTUR el proyecto FNTC-141-2022, el cual tiene como objeto aunar esfuerzos técnicos, administrativos, financieros y jurídicos para realizar el programa de innovación y desarrollo empresarial para impulsar la competitividad del sector turístico del departamento de Antioquia, la ejecución de este proyecto se ha visto retrasada por la conciliación presupuestal, lo cual ya se ha solucionado. A la fecha en FONTUR ya se lanzó convocatoria para contratación del convenio.

### **3.11 Salón de Proveedores - Sabores de Antioquia 2021 – 2022.**

El Salón de Proveedores - Sabores de Antioquia tenía como objetivo dar visibilidad a la oferta de empresarios pertenecientes al Cluster de café, cacao, derivados lácteos, alimentos, bebidas, logística y dotación, entre otros sectores. Esta iniciativa tenía como propósito principal presentar la oferta a los actores del canal HORECA (Hoteles, Restaurantes y Cafeterías). El objetivo era convocar a compradores y vendedores para que pudieran conocer los servicios y productos disponibles, con la finalidad de estimular la generación de negocios.

#### **Logros en 2022:**

1. Expectativas de negocios por un total de 140 millones
2. Se vincularon 45 oferentes quienes generaron expectativas de negocio en el corto plazo por un valor de \$ 4.000.000, según reportó cada participante
3. 63 asistentes

### **3.12 Turismo Responsable libre de delito-Convenio entre la Gobernación de Antioquia y Naciones Unidas UNODC 2022.**

Este convenio tenía como propósito sensibilizar al sector de viajes y turismo, así como a estudiantes de educación secundaria, sobre la identificación de delitos como la Explotación Sexual y Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes (ESCNNA), y la Explotación y Extracción de Flora y Fauna Silvestre. Su duración fue de mayo a diciembre de 2022.

#### **Logros alcanzados:**

1. Impacto en 4 subregiones y 10 municipios:

- Oriente: Guatapé y El Peñol.
- Occidente: Santa Fe de Antioquia y San Jerónimo.
- Suroeste: Jardín y Jericó.
- Urabá: Turbo y Necoclí.

2. Entrega de diagnóstico sobre trata de personas y ESCNNA en Antioquia.
3. Expedición de certificados de asistencia al taller impartido por UNODC, enfocado en Turismo Responsable Libre de Delito, a operadores del sector turístico y a estudiantes de los Colegios Amigos del Turismo.
4. Entrega de un sello de la campaña "NO PERMITO" a establecimientos turísticos comprometidos con la prevención de estos delitos.

#### **4.13 Turismo Seguro y Gestión del Riesgo - Prueba Piloto Municipio El Peñol – julio 2023.**

Su objetivo era formular y actualizar los planes de gestión del riesgo de desastres en el municipio.

Logros alcanzados:

1. Entrega de 15 certificados por parte de la Gobernación de Antioquia a operadores turísticos, como constancia de su participación en el taller de "Fortalecimiento de los Planes de Gestión de Riesgo de Desastres."
2. Expedición de diplomas por parte del SENA a cada operador inscrito en el programa.
3. Capacitación a 15 operadores turísticos con influencia en la zona de embalse de El Peñol Guatapé, en acciones de prevención, de acuerdo con la normativa y protocolos de gestión del riesgo de desastres.
4. Fortalecimiento de conocimientos en los tres pilares de la Ley 1523 de 2012: conocimiento, reducción del riesgo y manejo de desastres.
5. Formulación de Planes de Gestión del Riesgo de Desastres para entidades públicas y privadas.
6. Reconocimiento de la estructura de la gestión del riesgo de desastres, teniendo en cuenta referentes internacionales, nacionales y locales.
7. Proposición de medidas de intervención considerando escenarios de riesgos, protocolos, estrategias intersectoriales y normatividad vigente.
8. Implementación de estrategias de intervención del riesgo, teniendo en cuenta escenarios, condiciones del entorno y capacidades locales.
9. Evaluación de la efectividad de las estrategias de intervención del riesgo de desastres implementadas, considerando resultados y plan de gestión.

#### **Otros eventos atendidos.**

##### **1. Rueda de Negocios Jericó.**

Esta actividad se llevó a cabo en el marco del Consejo Subregional de Turismo realizado en el municipio de Jericó en el año 2022, con el apoyo de la Cámara

de Comercio de Medellín para Antioquia. Los temas que sirvieron de preparación a los participantes se centraron en la gestión y operación logística, que brindó acompañamiento y fortalecimiento a los empresarios. El propósito de estas sesiones fue promocionar y dar a conocer los productos y servicios turísticos de la subregión.

Logros:

1. Citas agendadas: 383
2. Citas realizadas: 350
3. Expectativas de negocios: 995.130.000 COP
4. Compradores: 20
5. Oferentes: 40

## **2. Colombia Travel Expo 2022 – 2023.**

Su propósito es buscar, promocionar y comercializar destinos y productos turísticos colombianos, dónde se convoca a los diferentes operadores turísticos del Departamento a ofertar su portafolio en el stand de Antioquia es Mágica.

- Versión del año 2022: Se llevó a cabo los días 8 al 10 de septiembre, con la participación de 15 empresarios en la Rueda de Negocios. La vinculación es a través de un stand, con una participación de 20 operadores turísticos.
- Versión del año 2023: Se llevó a cabo los días 5 al 8 de octubre, y se tuvo la participación de 15 empresarios en la Rueda de Negocios.

## **3. Conmemoración Día Mundial del Turismo.**

El 27 de septiembre de 2022 se llevó a cabo la celebración del Día Mundial del Turismo en el Parque Explora, dicho evento se realizó en conjunto con la Alcaldía de Medellín, vinculación de los empresarios del sector público y privado, academia, estudiantes, por otro lado, la agenda se desarrolló con oferta académica y cultural. De igual forma se desarrolló en 2023 con una temática asociada a los aprendizajes de experiencias empresariales.

## **4. Expovirtual 2022.**

Convocar a expositores y visitantes de la industria del turismo, con el fin de dar a conocer, no solo los servicios de las empresas de la industria, sino también las diferentes regiones del departamento y así promover a Antioquia como un destino turístico de calidad, para los diferentes públicos, tanto locales, como nacionales; articulándose con la estrategia Antioquia es Mágica.

Logros

1. Visitantes: 25.781
2. Usuarios: 31.769
3. Ventas efectivas: 29.650.000 COP

## **5. Rueda de negocios - La Ceja.**

Esta actividad se llevó a cabo en el marco de la feria denominada Descubre el Oriente - Año 2023, con el apoyo de la Cámara de Comercio de Oriente. El objetivo fue la gestión y operación de la rueda de negocios llevada a cabo entre proveedores con oferta turística experiencial del Oriente Antioqueño y compradores potenciales de Medellín.

Logros:

1. Citas agendadas 435
2. Citas realizadas 442
3. Expectativas de negocios 1.369.750.000 COP
4. Compradores asistentes 27
5. Oferentes asistentes 39

## **6. Rueda de Negocios – Colombia Nature Travel Mart.**

Es la décimo primera edición de Colombia Nature Travel Mart (CNTM), encuentro de negocios de turismo de naturaleza y aventura que se realizó del 27 al 29 de septiembre en Rionegro. A este espacio asistieron 60 empresarios internacionales y cerca de 70 compañías de turismo de todo el país. Colombia Nature Travel Mart, estaba dirigido a mayoristas y agencias operadoras de turismo interesadas en realizar negocios con empresarios del sector en Colombia e incluir al país dentro de su catálogo de servicios. Este evento fue organizado por la Gobernación de Antioquia, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y PROCOLOMBIA con el apoyo de FONTUR.

Captación de este evento para Antioquia, 4 Fam Trips con compradores Internaciones y participación de empresarios Antioqueños

## **7. Rueda de Negocios Aburra Sur**

20 empresarios de Aburrá Sur y 10 agencias de viajes

## **8. Rueda de Negocios Occidente**

25 empresarios del Occidente Antioqueño y 20 agencias de viajes de Medellín que venden a mercado nacional e internacional

## **9. Más Turismo, más negocios.**

Su objetivo es desarrollar capacidades para la industria turística en el diseño de productos turísticos, creación de la oferta de valor de la marca, el uso de las OTAS para la comercialización y el planteamiento de una táctica de marketing digital. Se desarrolló en 2022 y 2023.

Público objetivo: 135 empresarios de Antioquia

Alcance: 8 Horas de formación presencial, 4 Horas de formación virtual

1 Sesión de asesoría virtual

## **10. II Encuentro Anual de Turismo Comunitario 2023.**

Es un modelo para gestionar el turismo dentro del territorio y así fortalecer e impulsar el crecimiento de las iniciativas turísticas comunitarias en Medellín y el departamento de Antioquia, desde la conservación natural, la preservación patrimonial y cultural, el desarrollo local y empoderamiento.

Agenda académica: 146 asistentes

Rueda de negocios: 26 oferentes – 24 compradores

Citas realizadas: 202

Expectativas de ventas 144.050.000 COP

## **11. Sistema de Inteligencia Turística de Antioquia**

El Sistema de Inteligencia Turística de Antioquia (SITA) fue desarrollado por la Secretaría de Turismo. Este sistema tiene como objetivo ser un instrumento de articulación entre diferentes sectores y fuentes, con el propósito de proporcionar información confiable y valiosa para la toma de decisiones, la orientación y coordinación sectorial hacia estándares de alto desempeño y sostenibilidad.

Las operaciones del SITA se centraron en el desarrollo de una serie de actividades clave para generar valor:

- **Recopilación de datos:** El SITA se esforzó por recopilar una amplia variedad de datos que permitieran diagnosticar el desempeño del sector turístico en el departamento. Esto se logró mediante la coordinación técnica con fuentes tanto públicas como privadas.
- **Análisis de datos:** Una vez recopilados los datos, se aplicaron técnicas de análisis para extraer información útil y tendencias relevantes. Esto tenía como objetivo comprender el comportamiento del mercado turístico local y definir una visión de mejora.
- **Pronóstico y predicción:** El SITA utilizó modelos predictivos para anticipar patrones futuros en el turismo. Esto incluía la demanda de alojamiento en ciertas fechas, la afluencia de visitantes en atracciones o eventos específicos, así como las tendencias de viaje.
- **Experiencia del turista:** La recopilación de datos sobre las tendencias del sector permitió comprender las preferencias del mercado y ajustar las estrategias de diseño de productos y experiencias turísticas para maximizar la satisfacción del turista y satisfacer la demanda del sector.
- **Monitoreo de los destinos:** Finalmente, el SITA se enfocó en establecer un procedimiento regular para actualizar las líneas base relacionadas con el desempeño del sector turístico departamental. Esto se hizo para determinar su evolución y desempeño, así como para proponer estrategias de mejora en las acciones realizadas.

Adicionalmente, dentro del Sistema de Inteligencia Turística de Antioquia, es importante resaltar:

- Boletines de cifras mensuales y estacionales: Los boletines de cifras mensuales fueron publicaciones que presentaron información actualizada sobre el sector turístico de Antioquia. La información se presentó de forma resumida y fácil de interpretar, y se actualizó mensualmente. En total, se han realizado 18 boletines hasta la fecha.
- Estudios sectoriales: Los estudios sectoriales son publicaciones que analizan aspectos específicos del sector turístico de Antioquia. Estos estudios se llevaron a cabo utilizando datos del SITA y proporcionaron información detallada y actualizada sobre los temas en cuestión. Algunos de los estudios que se desarrollaron incluyen:
  1. Informe de Viviendas Turísticas.
  2. Informe de Planificación Turística.
  3. Encuesta de Preferencias de Viaje por Antioquia 2022 y 2023
  4. Evolución de municipios mágicos
  5. Desarrollo territorial de Urabá
  6. Tableros de visualización de cifras.

Los tableros de visualización de cifras son herramientas que permiten visualizar información del SITA de forma interactiva. Estos tableros se usan para llevar a cabo análisis y obtener información valiosa sobre el sector turístico de Antioquia.

## 12. Planta de personal de la dirección de planeación y proyectos del sector turístico

*Tabla 3. Relación de personal*

Denominación Empleo	Cantidad
Director Técnico	1
Profesional Universitario	2
Técnico Operativo	0
Auxiliar Administrativo	0
Secretario	0
<b>Total</b>	<b>3</b>

*Tabla 4. Concepto personal*

Concepto	Número de cargos de la planta	Número de cargos provistos	Número de cargos vacantes
<b>Cargos de libre nombramiento y remoción</b>			
A la fecha de inicio de gestión	1	1	0
A la fecha de retiro	1	1	0
<b>Cargos Vacante definitiva en permanencia</b>			

A la fecha de inicio de gestión	2	2	0
A la fecha de retiro	2	2	0
<b>Cargos Temporales</b>			
A la fecha de inicio de gestión	0	0	0
A la fecha de retiro	0	0	0

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Cargo</b>	<b>NUC</b>	<b>Tipo de Cargo</b>
Sandra Echeverri Duque	Directora técnica	2000007332	Libre nombramiento y remoción
Cyomara Ríos Flórez	Profesional Universitaria	2000004008	Vacante definitiva en permanencia
Jaime León Sánchez Cadavid	Profesional Universitario	2000007365	Vacante definitiva en permanencia

Las funciones correspondientes a cada cargo, consultadas en el aplicativo G+, se adjuntan como anexo al presente Informe.

### 13. Espacios de participación por delegación o asistencia

Consejo Departamental de Patrimonio

#### 14. Seguimiento a la contratación

Con el fin de realizar seguimiento a la contratación, se tiene un archivo que es alimentado por la abogada de la Secretaría. [Seguimiento a la contratación](#)

### 15. Recomendaciones

1. Apropiación y difusión de la Política Pública y el componente de competitividad y promoción.
2. Definición de mecanismo de articulación institucional para Sistema de Inteligencia Turística de Antioquia.
3. Posicionar, gestionar y ejecutar estrategias de promoción de Antioquia es Mágica a nivel nacional e internacional con MinCIT y ProColombia
4. Implementar programas de sensibilización ambiental y turismo responsable: desarrollar programas de sensibilización ambiental y turismo responsable dirigidos a turistas, residentes locales y operadores turísticos, con el fin de promover prácticas sostenibles y la conservación del entorno natural.
5. Diseñar ruta de los 7 Golpes del paisa, 3d/2n, quedan todos los insumos.
6. Estudios previos para el diseño de ruta Biciturismo con recursos de Fondo de Antioquia en Bici.
7. El tiempo sugerido para el desarrollo de una Rueda de negocios exitosa se requiere planearla y ejecutarla en 12 semanas y con aliados como Cámaras de Comercio y Cajas de Compensación familiar.

8. El tiempo sugerido para el desarrollo de una Ruta Turística en promedio es un trabajo de campo de 5 meses con profesionales especializados y luego 2 meses en diseño, lanzamiento y promoción; en total 7 meses= 28 semanas.
9. Se deben actualizar datos de las Rutas turísticas existentes, cambiar algunas fotos, adicionar empresarios, cambiar logos de gobierno en catálogos, y videos, entre otros.
10. Diseño de catálogo de municipios como Barbosa que tienen información, pero no se diseñaron
11. Es importante mencionar que los procesos de validación de las rutas sean constantes.
12. Los empresarios de los catálogos y rutas deben ser los principales beneficiarios de los programas y proyectos de fortalecimiento y competitividad que se desarrollen.
13. Importante continuar el buen relacionamiento con los aliados: Artesanías de Colombia, Gremios: Cotelco, Anato, Tour Gastronómico, Clúster, 5 cámaras de comercio, Comfama, Comfenalco, Universidades Colegio Mayor de Antioquia, CTA, ProColombia, Bureau, Alcaldía de Medellín, Asesor VT, aliados medios de comunicación, Corporaciones de Turismo de Antioquia, ACOTUR, EAFIT, IU Digital, entre otros
14. Marca Antioquia Es mágica registrada
15. Portal de Turismoantioquia.travel se debe pagar dominio anual.

#### **16. Contratación:**

1. Ejecución proyecto competitividad Fontur y prórroga de tiempo.
2. Supervisión y licenciamiento de marca Antioquia es Mágica.
3. Definir participación de Vitrina turística ANATO en febrero. Por ser ganadores de Medalla al Mérito Turístico se tiene un incentivo adicional por parte del MinCIT.
4. Seguimiento a postulación a la red de observatorios turísticos OMT.
5. Antioquia es Mágica: Estrategia marketing digital y continuación de uso de cuentas de redes sociales.
6. Contrato SITA: Contratar algunas personas que desarrollaron y diseñaron el proyecto que permita dar continuidad al observatorio de turismo, continuación de uso de plataforma y suministro de datos, análisis y diseño de boletines y estudios propios.
7. Contrato Comunicaciones Redes Sociales (IG, FB, TikTok y Youtube): Estrategia promoción turística en dos perfiles cada una de las redes sociales, así: Institucional - Secretaría de Turismo y Antioquia Es Mágica, independientes con lenguajes y diseños especiales, continuación de uso de estas plataformas y suministro de datos y lenguaje para cada red.

## Relación anexos

Tabla 6. Tabla de anexos

ANEXO	ENLACE	APOYOS
Rutas Turísticas	Cargado en la página web <a href="http://turismoantioquia.travel">turismoantioquia.travel</a>	Cyomara Ríos
Fichas de Producto Turístico	Anexo <a href="#">Producto turístico</a>	Cyomara Ríos
Fotos, videos Antioquia Es Mágica	Cargado en la página web <a href="http://turismoantioquia.travel">turismoantioquia.travel</a>	Cyomara Ríos y Jaime Sánchez
SITA	Cargado en la página web <a href="https://secretaria.turismoantioquia.travel/sita/">https://secretaria.turismoantioquia.travel/sita/</a>	Jaime Sánchez
Ruedas Negocios	Anexo <a href="#">Ruedas Negocios</a>	Jaime Sánchez
SITA	Cargados los Indicadores en la página web <a href="https://secretaria.turismoantioquia.travel/sita/">https://secretaria.turismoantioquia.travel/sita/</a>	Jaime Sánchez

Fuente: Elaboración propia

**FIRMA:**



---

**Sandra Echeverri Duque**

Directora de Promoción y Desarrollo del sector  
Turístico Gobernación de Antioquia

**FUNCIONARIO SALIENTE, RESPONSABLE**

(Titular o representante Legal)

(\*) FUENTE: Ley 951 de 2005 y articulado de la presente resolución orgánica.