

ANEXO¹
FORMATO UNICO
ACTA DE INFORME DE GESTIÓN
(Ley 951 de marzo 31 de 2005)

1. DATOS GENERALES:

A	NOMBRE DEL FUNCIONARIO QUE ENTREGA	Óscar Andrés Sánchez Álvarez
B	CARGO	Director de Promoción y Desarrollo del Sector Turístico
C	ENTIDAD (RAZÓN SOCIAL)	Secretaría de Turismo
D	CIUDAD Y FECHA	Medellín, 15 de enero
E	FECHA INICIO DE LA GESTIÓN	01 de febrero de 2024
F	CONDICIÓN DE LA PRESENTACIÓN	RETIRO
G	FECHA DE RETIRO, SEPARACIÓN DEL CARGO O RATIFICACIÓN	31 de diciembre de 2024

2. INFORME RESUMIDO O EJECUTIVO DE LA GESTIÓN:

Logro 1: Construcción de la Red de Turismo Religioso y Patrimonial de Antioquia (RETRA)

Programa, proyecto y actividades:

Se invitaron a 25 municipios del Departamento con patrimonio religioso y peregrinación constante a participar de esta nueva red. Se realizaron dos encuentros departamentales de la Red, con conferencias y experiencias. Uno incluyó pasantía a Buga y dos pueblos mágicos del departamento del Valle. Apoyó Colombia Líder. Se realizaron 20 visitas y asesorías técnicas a los municipios de la Red y se cuenta ya con inventarios de turismo religioso y su respectivo soporte documental e histórico. Se construyó proyecto para elaboración de mapas turísticos y levantamiento arquitectónico de las iglesias emblemáticas de Antioquia.

Resultados:

Se construyó el logo e imagen de la Red y se hizo lanzamiento en medios de comunicación. Se promovieron por lo menos 15 eventos de carácter religioso y cultural en los municipios. Se promocionaron los 10 municipios con Semana Santa emblemática. Fuimos el Departamento invitado al III Encuentro Nacional de Turismo Religioso en Buga. Establecimos contacto directo con el representante en Colombia de la Red Mundial de Destinos de Turismo Religioso y Espiritual (RMDTRE), y con su directora general, la española Pilar Valdés. Se incluyó una categoría de turismo religioso en los primeros Premios Antioquia Es Mágica.

Logro 2: Construcción de la Red de Turismo Literario y Cultural de Antioquia (RELCA)

Programa, proyecto y actividades:

Invitamos a 29 municipios con escritores reconocidos, que trascendieron las fronteras de sus municipios y de las montañas de Antioquia a integrar este grupo. Se hizo lanzamiento oficial de la Red con representaciones de cuadros vivos de los autores por parte de los respectivos municipios. Se hizo el primer encuentro departamental de la Red. Se motivó e incentivó a los municipios que no disponen de las casas museos del autor

¹ Tomado de la Resolución Orgánica 5674 de 2005 de la Contraloría General de la República

a acondicionar en sus casas de la cultura exposiciones temáticas respecto a sus escritores, como es el caso de Emiro Kastos en Amagá.

Resultados:

Se construyó el logo e imagen de la Red y se hizo lanzamiento en medios de comunicación. Se motivó y propició la creación de festivales literarios, como enfoque turístico, como el 1er Festival Nacional de Literatura – Don Tomás Carrasquilla, en Santo Domingo (Antioquia). Se hicieron inventarios turísticos de bibliotecas, cafés literarios, tertulias culturales e instituciones con oferta literaria. Se construyó proyecto de promoción y muralismo para la consolidación de las rutas turísticas literarias urbanas. Se hizo publicación de reseñas biográfica de los autores y sus principales obras literarias.

Logro 3: Apoyar el fortalecimiento de la promoción del producto turístico de los municipios

Programa, proyecto y actividades:

Sensibilizar a los alcaldes sobre la importancia del fortalecimiento y la promoción del turismo a través de campañas, encuentros y eventos de socialización sobre el tema. Sensibilizar a los alcaldes sobre la importancia del fortalecimiento y la promoción del turismo a través de campañas, encuentros y eventos de socialización sobre el tema. Acompañar técnicamente en territorio la asesoría del fortalecimiento y la promoción del turismo de Antioquia: Entre Febrero y octubre (luego no hubo transporte ni permisos) se realizaron 28 visitas técnicas a igual número de municipios, todos sin pernocta y varios en transporte propio, como el propósito de afianzar los inventarios y las estrategias de promoción locales.

Gestionar espacios en medios de comunicación, gratuitos, para la promoción de los municipios y sus fiestas, actividades y festivales con interés para los turistas. Promoción de los municipios y sus fiestas y actividades con interés para los turistas en las redes sociales de la Secretaría de Turismo y cuentas aliadas de instituciones e influenciadores de viajes. De igual manera, facilitamos información a comunicaciones de la Gobernación de Antioquia para el diseño y publicación conjunta de la invitación de las fiestas tradicionales de los pueblos bajo la consiga. “Una puebliadita por Antioquia”.

Resultados:

Sensibilización a los alcaldes sobre la necesidad de incluir en sus Planes de Desarrollo Municipales los indicadores respectivos para el proceso de fortalecimiento y promoción del producto turístico y las herramientas de planeación para que el destino se convierta en un Pueblo Mágico. En este encuentro se obtuvo una participación de representantes de 27 municipios. En el siguiente link se encuentran los detalles y avances de estas visitas: [Informe visitas técnicas 1er semestre 2024 - Dirección de Promoción.pdf](#)

Mayor visibilidad y promoción de los destinos mágicos de Antioquia, lo que ayuda a aumentar el flujo de visitantes y el crecimiento de la derrama económica a través de la articulación de todo el ecosistema turístico. Mayor posicionamiento de la oferta turística de los municipios, y de manera especial de las fiestas tradicionales, que no dejan de ser el principal encuentro del pueblo y la actividad que deja mayor cantidad de derrama económica en los territorios.

Logro 4: Apoyar el fortalecimiento de la marca Antioquia es Mágica y todos sus componentes

Programa, proyecto y actividades:

Participación en diversas ferias, congresos y eventos turísticos y empresariales donde se promoció la marca "Antioquia es mágica", estableciendo contactos con profesionales de la industria y promoviendo al Departamento como destino sostenible entre ellas: **-Vitrina Anato Colombia 2024** (Bogotá 28 febrero -01 de

marzo). **-Encuentro con aliados del sector turismo** de Medellín y Antioquia, y con operadores. En abril generamos este espacio de retroalimentación con el objetivo de identificar las iniciativas que desde cada entidad pueda aportar al desarrollo de la actividad turística del departamento. – **Antioquia Florece:** Con motivo de la Feria de las Flores, el evento que más turistas nacionales y extranjeros trae a la ciudad, gestionamos un espacio gratuito en el Centro Comercial La Central, como piloto, para que 10 municipios mágicos. **-Feria Colombia Son las Regiones** – Federación Nacional de Departamentos (01 al 03 de agosto). **-VII versión de la Feria Colombia Travel Expo** – 2024: Plaza Mayor Medellín del 12 al 14 de septiembre. Acompañamos la primera jornada de la segunda feria de turismo más importante del país, liderada por Cotelco Antioquia. **-V Congreso de Confetur -2025:** El encuentro de la Micro, Pequeña y Mediana Industria Turística de Colombia tuvo por primera vez como sede Antioquia, y más precisamente en Apartadó (27 y 28 de noviembre).

-Feria Enamórate del Norte: Fue realizada por el municipio de San Pedro de los Milagros, con apoyo de Antioquia es Mágica, el pasado 31 de agosto y el 01 de septiembre. Hubo representación de emprendedores y funcionarios de los 17 municipios de esta región del Departamento. - **Consejos Subregionales de Turismo:** Son espacios creados por la Ordenanza Departamental de Turismo y se realiza una cada semestre por región. Desde la Dirección de Promoción acompañamos estos encuentros con los municipios y los actores del turismo y precedimos los consejos del segundo semestre del año. **-XL Encuentro Nacional de Autoridades Regionales de Turismo:** Participamos de esta actividad el pasado 02 de diciembre. Fueron socializados los nuevos modelos e instrumentos de planificación turística en Colombia.

-Taller de periodismo turístico o de viajes: Invitados por la Corporación Turística de Urabá, conversamos el pasado 21 de noviembre, en Apartadó, con los periodistas de medios alternativos y tradicionales de la región sobre cómo pueden apoyar la promoción turística del territorio. **-Talleres de creación de marca territorio o ciudad:** Lideramos espacios con varios municipios y sus mesas de turismo para iniciar la co-creación de las marcas territorio o ciudad, que son los apelativos o apellidos que tienen los destinos turísticos y que ayudan a consolidar la oferta y a hacer atractivo el lugar. **-Participación en eventos deportivos propios o en colaboración,** con el propósito de promover la visita a los territorios de Antioquia, generar reconocimiento del territorio y dinamizar la economía local. **-Creación de los primeros Premios de Turismo Antioquia Es Mágica.**

Resultados:

En Anato se logró la participación de 22 operadores turísticos del departamento que atendieron 624 encuentros comerciales como potenciales compradores nacionales e internacionales. Se registraron \$2.000 millones en oportunidades de negocios para empresarios de la Ciudad-Región. -En el encuentro de aliados participaron 36 actores del sector turismo acompañaron esta socialización. -En Antioquia Florece participaron 8 empresarios de igual número de municipios: Santa Fe de Antioquia, Alejandría, Titiribí, Pueblorrico, Carmen de Viboral, Jericó, Entreríos y Cisneros. Durante dos semanas pudieron promocionar sus productos y los municipios en el Centro Comercial La Central. -En Colombia Travel Expo promocionamos y visibilizamos a 10 municipios del Departamento, entre mágicos y emergentes, y logros que otros 10 empresarios de municipios diferentes participaran, por primera vez, de una rueda de negocios, con muy buenos resultados en la negociación y comercialización de sus diferentes productos turísticos.

-Además de ser protagonista de esta vitrina comercial nacional, con el **V Congreso de Confetur** la región de Urabá se visibilizó como destino en todo el país, pues hubo participantes de muchos departamentos de Colombia que no conocían la región. **-En la Feria El Norte Enamora** la mayoría de los emprendedores agotaron sus productos en el primer. Este ejercicio motivó dos ferias posteriores similares en esta región en Donmatías y en Angostura. -Estos encuentros son la forma más expedita de tener contacto permanente con los actores del

turismo en el territorio. En total realizamos cerca de 14 consejos subregionales en los que dialogamos con más de 500 personas. Es una forma de fortalecer confianza y estimular -En total 15 periodistas de igual número de medios de comunicación locales y corresponsales de medios regionales y nacionales participaron de este taller teórico – práctica, el que compartimos experiencias de viajes y sensibilizamos sobre cómo contar historias en el periodismo que motiven a los turistas a visitar los 10 municipios de Urabá. -Realizamos talleres con los municipios de San Carlos, El Santuario, Titiribí y Alejandría y logramos desarrollar la marca territorio.

-En la carrera Corre por Antioquia participaron 350 personas que se hospedaron desde el día antes en La Pintada, generando una buena ocupación en el sector hotelero. La mayoría de los participantes provenían del Valle de Aburrá. La actividad terminó con la apertura de una feria turística en la que participaron los 23 municipios de la región, con muestras artesanales, gastronómicas y culturales. -En el triatlón de El Peñol participaron 1.500 atletas, de los cuáles cerca del 20% fueron extranjeros. Hubo ocupación total de hotelería y una importante derrama económica, articulada con toda la oferta gastronómica y cultura del Municipios. -En los Premios Antioquia es Mágica fueron premiados cinco municipios y dos emprendedores, y se recibieron postulaciones de buena parte de los municipios del departamento.

Logro 5: Fomentar el turismo como pilar fundamental para el desarrollo económico

Programa, proyecto y actividades:

Participación en eventos o actividades propias o en colaboración, con el propósito de promover los emprendimientos y empresarios del sector turismo y de propiciar espacios para que estos puedan crecer y a su vez posicionar a sus territorios. -Realización de encuentros denominados **Ruta Exportadora – Procolombia** para el fortalecimiento de los empresarios del turismo. Participación en el **Ecosistema Turístico del Suroeste Antioqueño - Davivienda** La región apadrinada fue el Suroeste, que es donde más tiene presencia esta entidad. -**Programa Crecer es Posible, Ruta para el Emprendimiento:** Es liderado por la Cámara de Comercio de Medellín, en alianza con el programa Antioquia es Mágica de la Gobernación de Antioquia. Esta estrategia nación en el segundo semestre de este año y tuvo como piloto el norte del Departamento. -**Instalación de Punto de Información Turística (PIT) en el Suroeste:** Esta actividad hace parte de la estrategia 3.40, que es un circuito turístico alrededor de tres municipios hermanos y vecinos, que hasta hace medio siglo eran uno solo, agrupados en Jericó, cuna de Santa Laura. Tarso es la cuna del beato Jesús Aníbal Gómez, en proceso de canonización, y en Pueblorrico tienen el Cerro del Gólgota y una imponente iglesia.

Resultados:

-En la **Ruta Exportadora – ProColombia** Cerca de 200 emprendedores y empresarios del sector turístico recibieron herramientas básicas para cualificar sus servicios de cara al público extranjero. Muchos ya tienen el nivel para dar ese paso. -Con el **proyecto Raíces de Davivienda** a partir de 2025 se espera inicie la ejecución de este proyecto, serán capacitados los artesanos de esos municipios para sus negocios y el bienestar de sus familias a otro nivel. Se trabajará por rescatar las artes, los oficios y el turismo como patrimonio de nuestra región. -Con el **programa Crecer es Posible** se realizó en Santa Rosas de Osos el pasado 26 de septiembre el 1er Encuentro Subregional de Panaderías y Reposterías con emprendedores y dinamizadores de servicios turísticos alrededor de la gastronomía de la región. Ese día hubo jornada académica, con conferencias en temáticas de actualidad; salón de proveedores; y una muestra empresarial de los empresarios postulados al reconocimiento del mejor pandequeso y el mejor producto innovador del norte (que combine lo tradicional con la sofisticación). -**La estrategia público – privada 3.40** cuenta con un Punto de Información Turística -PIT ubicado sobre el corredor vial del proyecto conexión pacífico 2, exactamente en el área de servicios 2 (PR 30+000 vía La Pintada - Bolombolo). Ofrece información valiosa sobre 26 sitios, experiencias y/o atractivos turísticos distribuidos en cinco categorías: naturaleza, cultura, gastronomía, experiencias y turismo religioso. Fue inaugurado el pasado 05 de octubre.

3. SITUACIÓN DE LOS RECURSOS:

A. Recursos Financieros:

NO APLICA-La Dirección de Promoción y Desarrollo Turístico no manejaba recursos. era a través de la Secretaría de Turismo.

B. Bienes Muebles e Inmuebles

NO APLICA. La dirección no contaba con bienes muebles e inmuebles a cargo, como consta en el certificado expedido por la dependencia competente.

4. PLANTA DE PERSONAL:

Nombre	Cyomara Ríos Flores
Cargo	Profesional Universitario
Tipo de vinculación	Provisional
Nombre	Martha Cecilia Muñoz Velásquez
Cargo	Técnico Operativo
Tipo de vinculación	Provisional

5. PROGRAMAS, ESTUDIOS Y PROYECTOS:

NO APLICA-La Dirección de Promoción y Desarrollo Turístico no manejaba recursos. era a través de la Secretaría de Turismo.

6. OBRAS PÚBLICAS

NO APLICA-La Dirección de Promoción y Desarrollo Turístico no manejaba recursos. era a través de la Secretaría de Turismo.

7. EJECUCIONES PRESUPUESTALES

NO APLICA-La Dirección de Promoción y Desarrollo Turístico no manejaba recursos. era a través de la Secretaría de Turismo.

8. CONTRATACIÓN:

NO APLICA-La Dirección de Promoción y Desarrollo Turístico no manejaba recursos. era a través de la Secretaría de Turismo.

9. REGLAMENTOS Y MANUALES:

NO APLICA

10. CONCEPTO GENERAL:

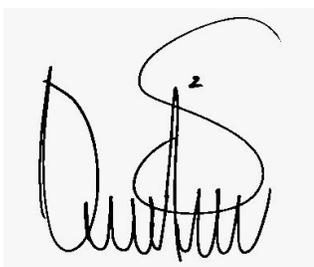
Como Director tengo un balance positivo en el cumplimiento de la gestión realizada, la cual viene siendo expresada en los resultados de los indicadores del Plan de Desarrollo. Se recomienda continuar con los procesos iniciados entre algunos temas que sobresalen a saber:

Taller de marca territorio o ciudad: Se realice una jornada de formación y capacitación en expertos en marca con coordinadores y comunicadores de los municipios mágicos, con el objetivo de que puedan crear o cualificar sus marcas territorio para el turismo.

Continuar con la articulación con las Cámaras de Comercio de Medellín para Antioquia y el resto de las subregiones, para las diferentes intervenciones en el sector, como aliados estratégicos para la planificación y promoción del fortalecimiento del sector turístico.

Continuar con el fortalecimiento del sector a través de los procesos de formación liderados en alianza con diferentes instituciones educativas.

Darle continuidad al seguimiento y cumplimiento de la Política Pública de Turismo Sostenible y generar acciones en el corto y mediano plazo.

A handwritten signature in black ink on a light gray background. The signature is stylized and cursive, starting with a large 'O' and ending with a flourish. A small number '2' is written above the final part of the signature.

11. FIRMA:

Óscar Andrés Sánchez Álvarez

**NOMBRE Y FIRMA
FUNCIONARIO SALIENTE**