



**ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI**

**Informe de Rendición de Cuentas
Secretaría de Turismo Distrital**

14/nov./2023

Elaborado por: Henry Alberto Recaman Carvajal – Asesor designado para atender el tercer componente de PAAC - Rendición de Cuentas

Aprobado por: Stefania Doglioni Vélez- Secretaria de Turismo Distrital

Tabla de Contenido

1. Introducción.....	4
2. Fase preparatoria.....	4
• Publicaciones:	4
• Consulta “Temas de Interés”	6
• Articulación, actividades y logística.....	6
3. Convocatoria.....	7
• Uso de canales y plataformas.	7
• Contactos e identificación de los grupos de valor focalizados.	8
• Envío de Emails.	8
4. Asistencia.....	8
• Personal en línea y/o presencial.	9
• Resumen de la transmisión en directo.	9
• Reproducciones.	9
• Invitados / Panelistas.	10
5. Información Divulgada en la Actividad	11
5.1 El aumento del turismo y el aumento en la ocupación hotelera.....	11
5.1.1 Sobre la estrategia que ha impulsado el continuo crecimiento turístico en Cali y cómo se alinea con el plan de desarrollo CALI UNIDA POR LA VIDA.	12
5.2. Secretaría Técnica:	13
5.2.1 Política Pública de Turismo	13
5.2.2 Destino Turístico Inteligente	14
5.2.3 El turismo gastronómico como herramienta de conservación y sostenibilidad en Santiago de Cali	15
5.2.4 El Proyecto Integral Cristo Rey	16
5.2.5 Ecosistema de seguimiento a todos los proyectos:	18
5.3 Turismo Transformador de Vidas:.....	19
5.3.1 Turismo al Barrio y Rural:	19
5.3.2 Turismo al Barrio Comuna 20:	20

5.3.3 Ruta Cultural y Turística de la Salsa Barrio Obrero:.....	20
5.3.4 Destino naturaleza:	22
5.4 De Cali se Habla:	23
5.4.1 Ecosistema para la promoción:	24
5.5 Premios y reconocimientos:.....	26
5.6 Cumplimiento de metas Plan de desarrollo 2020 - 2023:	27
5.7 Ejecución Presupuestal 2020 - 2023:	27
5.8 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) asociados a los proyectos de la secretaría de turismo distrital:.....	28
6. Evaluación	33
6.1. Genero:	34
6.2. Edad:	34
6.3. Escolaridad:.....	35
6.4. La explicación sobre el procedimiento de las intervenciones en la actividad de Rendición de Cuenta fue?:.....	35
6.5. La oportunidad para que los asistentes opinen durante la actividad de Rendición de Cuentas fue:	36
6.6. La información presentada en la actividad de rendición de cuentas, respondió a sus intereses:	36
6.7. ¿La actividad de rendición de cuentas dio a conocer los resultados de la gestión del Organismo?:.....	37
7. Preguntas y Respuestas – PQRSD	37
7.1. PQRSD respondidas durante la transmisión:.....	39
7.1.1 PQRSD, pendientes por responder como compromiso con los grupos de valor:	40
7.1.2 PQR Comentarios y Preguntas Facebook Live:	40
7.1.3 PQR Preguntas del público asistente:.....	41
7.2 Análisis de la interacción	43
8. Conclusiones.....	43

1. Introducción

La rendición de cuentas como tercer componente del PAAC – Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano, es un proceso que busca la transparencia de la gestión de la Administración, es una obligatoriedad para las entidades, los organismos y los servidores públicos; en el que el administrador público expone en lenguaje claro los resultados de su gestión en la garantía de derechos a los ciudadanos, a través de espacios de diálogo con sus grupos de valor y, la ciudadanía en general.

La Secretaría de Turismo Distrital, convocó y realizó su segunda actividad de rendición de cuentas 2023, de manera presencial en el gran salón del Hotel Spirito, el martes 14 de noviembre pasado, con transmisión en vivo a través de Facebook Live, en el enlace: <https://fb.watch/ojCuwXpqIn/?mibextid=ZbWKwL>.

De esta manera la Secretaría a través de su despacho, dio cumplimiento al Plan de Desarrollo “Cali Unida por la Vida”, presentando la gestión y logros de los planes, programas y proyectos ejecutados.

Este informe es un resumen de la información divulgada el 14 de noviembre de 2023, para que los grupos de valor y la ciudadanía, evidencien la presentación en vivo de lo realizado por la Secretaría durante el periodo de gobierno del señor Alcalde - Jorge Iván Ospina R., en su compromiso ciudadano, armónico con el plan de desarrollo, contribuyendo así a la efectiva prestación del servicio y, por ende al bienestar ciudadano en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible - O.D.S., con enfoque diferencial; garantizando de manera incluyente los derechos humanos y el acceso a la información.

Es de destacar que el Organismo en cumplimiento del Plan de desarrollo considera y así lo tiene consignado, cumplir con 4 ODS; 8, 10, 11, 17. Con énfasis en el 8 trabajo decente y crecimiento económico, el cual se desarrolló con 23 fichas BP.

2. Fase preparatoria

El periodo contemplado para realizar el evento de diálogo estuvo enmarcado, desde 02 de enero hasta el 14 de noviembre de 2023”, contemplando los temas definidos por el despacho secretarial en cumplimiento del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano – PAAC.

• Publicaciones:

30 DÍAS ANTES:

TWITTER

https://x.com/securismocali/status/1714113847286456376?s=46&t=iyNGkS_DIbBTTqF_RB9Ig

FACEBOOK

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=669837061912154&set=a.374784614750735&type=3&mibextid=cr9u03>

INSTAGRAM

<https://www.instagram.com/p/Cye-jDktWUU/?igshid=Z2VscnZndTIzd3ll>

CALENDARIO DE ACTIVIDADES ALCALDÍA

<https://www.cali.gov.co/turismo/calendario/6639/ultima-rendicion-de-cuentas-2023/>

BOLETÍN DE PRENSA

<https://www.cali.gov.co/turismo/publicaciones/178995/participa-en-la-ultima-rendicion-de-cuentas-de-turismo-distrital/>

BANNER DE INSTANCIA:



Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaría de turismo

15 DÍAS ANTES

INSTAGRAM

<https://www.instagram.com/p/Cy9DrUvOTCt/?igshid=Y2pjaWFhbnl4aG9n>

10 DÍAS ANTES

TWITTER

https://x.com/secturismocali/status/1721009667009102162?s=46&t=iyNGkS_DIbBTTqF_RB9Ig

FACEBOOK

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=679954204233773&set=a.374784614750735&type=3&mibextid=cr9u03>

INSTAGRAM

<https://www.instagram.com/p/CzP-X90N6vF/?igshid=MWhiMmdoNzB2cW9nNg==>

5 DÍAS ANTES

INSTAGRAM

https://www.instagram.com/p/Czb_kfBOQPo/?igshid=MXVqamY1b3M1N29nZA==

FACEBOOK

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=682193874009806&set=a.374784614750735&type=3&mibextid=cr9u03>

TWITTER

https://x.com/securismocali/status/1722701100094992824?s=46&t=iyNGkS_DIItbBTTqF_RB9Ig

3 DÍAS ANTES

FACEBOOK

<https://fb.watch/ofEI6lGWXq/?mibextid=cr9u03>

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=683171173912076&set=a.374784614750735&type=3&mibextid=cr9u03>

INSTAGRAM

<https://www.instagram.com/reel/CzgpsbUuBLO/?igshid=MWFxNGIzbjhodz10dQ==>

https://www.instagram.com/p/Czg_ad2O_X4/?igshid=MWx5Z3d3ZWZpZDh1aA==

• Consulta “Temas de Interés”

Utilizando la herramienta de formularios Google, se realizó consulta a grupos de valor y ciudadanía para identificar que temas les interesa conocer en la segunda actividad de diálogo 2023 de la secretaría de turismo distrital.

La consulta realizada obtuvo una participación de 41 personas con un Total de 41 respuestas correspondientes al 100% de los que diligenciaron la encuesta, cuyo resultado reposa en el enlace: https://docs.google.com/document/d/1bUxufZVdmcs70siks_I7_VAJQoxpb0YL/edit

• Articulación, actividades y logística.

Por medio de las redes sociales se envió a los grupos de valor, infografía fomentando la cultura de petición de cuentas, se compartió a través de los siguientes enlaces:

https://docs.google.com/document/d/16IAWzDmnZ2R2gpKXNKsA43fsnpcL1pJz/edit?usp=drive_link&ouid=118412258549691028927&rtpof=true&sd=true

Reunión con el nivel directivo para la planeación del segundo evento de diálogo, Y con el equipo de comunicaciones de la Secretaría de Turismo Distrital, para la elaboración de la pieza gráfica del segundo evento, llevar a cabo las publicaciones en la intranet, correo institucional masivo,

redes sociales y los afiches Institucionales, obra mediante acta obra mediante acta N° 93 del 18 de octubre de 2023.

Para la logística se convocó a reunión del equipo articulador, previa definición de roles, la actividad se llevó a cabo en el gran salón del hotel Spirito, espacio donde se convocó a la comunidad hotelera y de turismo, un gran grupo de valor y ciudadanos para rendirles cuentas, de manera presencial y de igual manera se transmitió la actividad en vivo por Facebook Live, a través del enlace: <https://fb.watch/ojCuwXpqIn/?mibextid=ZbWKwL>.

Para definir el temario, se reunió la secretaria con su equipo líder, con la finalidad de consolidar la información solicitada como resultado de la encuesta y la pertinente según las directrices y el ordenamiento, dicha reunión se efectuó en la sala de reuniones de la secretaría el día jueves 2 de noviembre.

3. Convocatoria

Las estrategias que se utilizaron en cumplimiento al elemento información para la convocatoria de la ciudadanía y grupos de valor fueron las siguientes:

Por gestión documental - Orfeo, se invitó a participar a todo el talento humano de la entidad y a la ciudadanía en general, informándole la fecha sitio y horario del evento. La convocatoria se realizó por circular con radicación ALCALDIA DE SANTIAGO DE CALI - SECRETARIA DE TURISMO - Radicado No.: 202341720100007504 de 2023-10-25

Para: Secretarios de Despacho, Subsecretarios de Despacho, Directores de Departamento, Subdirectores de Departamento, Gerentes Públicos de entidades Descentralizadas Municipales, Directores Técnicos, Jefes de Oficina, Servidores Públicos, Prestadores de Servicios, Centro de Administración Local Integrada (CALI) y Comunidad en General

Asunto: Invitación al segundo evento de diálogo en el marco de la estrategia de Rendición de la Secretaría de Turismo Distrital.

• Uso de canales y plataformas.

Divulgación en canales virtuales: Para propagar la información convocante, se utilizó medios de difusión conforme los mecanismos de participación ciudadana y, por correo institucional se envió la invitación aprobada por la oficina de comunicaciones de la entidad.

Calendario de Actividades Alcaldía

<https://www.cali.gov.co/turismo/calendario/6639/ultima-rendicion-de-cuentas-2023/>

Boletín de Prensa

<https://www.cali.gov.co/turismo/publicaciones/178995/participa-en-la-ultima-rendicion-de-cuentas-de-turismo-distrital/>

Publicaciones en redes sociales del organismo: Twitter, Facebook
<https://www.facebook.com/100066575975657/posts/pfbid0KitxonV1p4apZifVbh1ifXkVEaoX622ATUzQqtT7nCucVoNs3ZDWVQJ5GcpmVe4Pl/?d=w&mibextid=5GydJY>

E, Instagram:



- **Contactos e identificación de los grupos de valor focalizados.**

Difusión Participación Ciudadana, en los siguientes canales:

- WhatsApp: De parte del equipo de Participación Ciudadana y Desarrollo Comunitario de la Secretaría de Turismo les hacemos extensiva la invitación a participar de nuestra segunda rendición de cuenta. Para que te enteres de todos los planes y proyectos ejecutados por la Secretaría de Turismo. Te esperamos.
- Correo electrónico:

<https://www.facebook.com/100066575975657/posts/pfbid0KitxonV1p4apZifVbh1ifXkVEaoX622ATUzQqtT7nCucVoNs3ZDWVQJ5GcpmVe4Pl/?d=w&mibextid=5GydJY>

Divulgación de la convocatoria a través del chat autorizados en los grupos de trabajo:

- Equipo Articulador Rendición de Cuentas y Servicio al Ciudadano
- Grupo TURISMO, donde están todos los colaboradores del organismo.
- Grupo equipo competitividad.

- **Envío de Emails.**

Envío de correo masivo invitando a los servidores públicos, contratistas, gremios y comité sectorial.

[file:///D:/DOCUMENTOS/Henry/aTURISMO/PAAC/2023/A%20RENDICION%20DE%20CUENTAS%202023/SEGUNDA%20ACTIVIDAD/CONVOCATORIA%20CORREOS%20MASIVOS/CO3F8B_1%20\(2\).PD](file:///D:/DOCUMENTOS/Henry/aTURISMO/PAAC/2023/A%20RENDICION%20DE%20CUENTAS%202023/SEGUNDA%20ACTIVIDAD/CONVOCATORIA%20CORREOS%20MASIVOS/CO3F8B_1%20(2).PD)

4. Asistencia

La asistencia se realizó por medio del formulario de Google, el cual se dejó fijado en el chat del Facebook para llevar a cabo el diligenciamiento del listado de asistencia en el siguiente enlace:

<https://fb.watch/ojCuwXpqIn/?mibextid=ZbWKwL>

- Personal en línea y/o presencial.

En el registro obtenido en el formulario Google se evidencia la participación de 9 personas en la segunda actividad de Rendición de Cuentas que se abrieron al dialogo, agradeciendo o preguntando sobre actividades de la secretaría en los territorios; conforme la métrica del evento.

- Resumen de la transmisión en directo.



Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaría de turismo

- Reproducciones.

A nivel estadístico, se detalla el Informe de la métrica:

De acuerdo con el registro obtenido en las métricas del evento arrojadas por el Facebook, el número máximo de espectadores que obtuvo la secretaría de manera virtual fue de 37 personas conectadas en el vivo a través del Facebook live de la Secretaría de Turismo, siendo un buen balance teniendo en cuenta que se realizó de manera dual.

De igual manera el en vivo obtuvo un total de 5 compartidas, lo que nos permite llegar a un mayor alcance a nivel de transmisión, siendo un impacto positivo para la secretaría que espera seguir generando un mayor impacto en la sociedad.

En este mismo orden de ideas, es importante resaltar que se obtuvo un total de 45 comentarios, lo que permite concluir que de los 37 conectados permanente, todos fueron usuarios activos que se

tomaron el tiempo de realizar un comentario positivo o plantear una pregunta que fue respondida en el en vivo del pasado 14 de noviembre de 2023.

Como dato adicional, se puede afirmar que hay muchas personas por cautivar, ya que un total de 345 personas como lo expresan las métricas, se conectaron por al menos un minuto, lo que permite generar una estrategia, que nos permita mantener este total de personas impactadas.

Para concluir, es importante mencionar que se obtuvo un total de 79 reacciones, afirmando que se tuvo un mayor alcance a nivel de conectados a la rendición.

- **Invitados / Panelistas.**

Una (1) En aplicación del sistema de conversatorio, la secretaria fue entrevistada por la moderadora una (1): Se contó con el apoyo de la contratista encargada de la Política Pública de Turismo y, a modo de inclusión, se contó con la presencia de un (1) traductor del lenguaje de señas.

- **Videos institucionales:**

Durante el evento se llevaron a cabo 5 videos institucionales que permitieron evidenciar la información sobre la gestión, los cuales se pueden disfrutar en el siguiente enlace:

<https://drive.google.com/drive/folders/1DQlKS9Bt9Jmtf1h8rCvsDcGVfuQ54ZCk>

La asistencia presencial fue conformada por 156 personas, en su mayoría representantes de entidades, universidades, ONG y demás integrantes de los grupos de valor de la Secretaría, se identificó que: 7 Guías de turismo acompañaron la actividad, 2 agentes de viajes, 2 chef, 4 personas se vinculan con la actividad de la salsa, 6 personas del Sena, 2 de Univalle y, 1 Icesi entre estudiantes y un docente hicieron presencia igualmente; un senderista, una promotora de turismo, 1 de comfandi, 12 personas se identificaron como independientes, 4 personas de hotel, 1 persona de Emcali, 1 de CVC y, el resto del personal hace parte o compone al personal de establecimientos y emprendimientos del sector turístico.

En total la actividad contó con 193 personas, entre integrantes del gremio del turismo e integrantes de las comunidades favorecidas por la actividad del Organismo, lo que se evidenció en las manifestaciones de agradecimiento y apoyo.

Es de aclarar que la apertura del espacio de dialogo estuvo precedida por otro evento de dialogo masivo convocado por la secretaria en el que se agrupó a más de 300 personas entre gremios y operadores turísticos, en dicho espacio la Secretaría de Turismo Distrital de la Alcaldía de Santiago de Cali diálogo e intercambio conocimiento entre el sector, la academia y la Administración Distrital, socializando acciones, poniéndose retos y generando estrategias en torno al desarrollo turístico del destino enfocado en la consolidación de Cali como un Destino Turístico Inteligente.

5. Información Divulgada en la Actividad

La Secretaria del Organismo dio la bienvenida a la segunda actividad de rendición de cuentas, abriendo el espacio de transmisión con un video del Auténtico Sabor Caleño, emblemática estrategia que hoy ubica a Cali como un fortín gastronómico a nivel nacional e internacional.

Se aplaude a seguidores y amigos del común, que se han reunido en este sitio: son más de 137 actores del turismo que asistieron para fortalecer sus competencias brindando herramientas que les ayudan a mejorar sus habilidades, escuchando a importantes invitados nacionales, expertos en accesibilidad, innovación, sostenibilidad y gobernanza.

Se abre el chat de Facebook recordando a los asistentes que envíen sus preguntas y en el transcurso del diálogo se les estará respondiendo. Además, por este mismo medio se estará posteando el link de asistencia para que diligencien y, al finalizar se pide completar la encuesta de satisfacción compartida. Y se expresa agradecimiento a todos los ciudadanos que participaron de manera activa al completar la encuesta de Petición de Cuentas.

Gracias a su participación, hoy se evidencian los temas que han despertado su interés. Igualmente se invita a quienes están presentes a difundir y seguir la transmisión por Facebook, igualmente se les invita a seguir a la secretaría por las redes sociales @secturismocali y @visitcali.official” un organismo promotor y convocante de la actividad turística.

La secretaria de turismo del Distrito de Santiago de Cali, acto seguido comparte los logros y resultados alcanzados en la entidad durante el cuatrienio 2020-2023, manifestándose sobre:

5.1 El aumento del turismo y el aumento en la ocupación hotelera

Es importante resaltar que durante este año el Distrito ha recibido un incremento en la llegada de visitantes de 104% comparado con el año 2019 año antes de la pandemia.

Muy seguramente para diciembre según la proyección SITUR se superará la afluencia de turistas del 2022 con la cantidad de visitantes que lleguen a disfrutar de la Feria de Cali.

Es crucial destacar la relevancia de los datos y cifras al tomar decisiones para diseñar las estrategias de promoción, es así como el talento humano de la secretaría se compromete en un exhaustivo ejercicio de investigación para fundamentar el accionar en información concreta.

Este análisis no se limita únicamente a la llegada de turistas; también se lleva a cabo estudios de mercado que permiten identificar ciudades potenciales para integrar a Cali en sus portafolios.

Por ejemplo, nos preguntamos: ¿Cuáles destinos requieren un fortalecimiento continuo? Esto cobra especial importancia cuando consideramos que ciudades como Bogotá y Medellín ya incluyen a Cali entre sus destinos más destacados. Estos estudios nos permiten tomar decisiones informadas para potenciar la presencia de Cali en mercados estratégicos.



Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaría de turismo

5.1.1 Sobre la estrategia que ha impulsado el continuo crecimiento turístico en Cali y cómo se alinea con el plan de desarrollo CALI UNIDA POR LA VIDA.

Después del Estallido Social, el sector retoma la confianza, por lo que es necesario replantear una Secretaría Técnica, más dinámica, con más personal técnico en turismo que redunde en una secretaría reconocida, respetada y cercana al sector y a las comunidades. Así mismo articulada con ONG, empresa privada y organismos, con los de la gobernación del valle del cauca y gremios del turismo, con la cámara de comercio de Cali, con Cali valle bureau, con el gobierno nacional; el ministerio de cultura, viceministerio de turismo, parques nacionales naturales, Fontur.

Para ello se recurre a la estrategia de transformar socialmente los territorios a través del turismo comunitario para así lograr que se hable de Cali como un destino que inspira a Colombia y al mundo por sus atractivos turísticos.



Secretaría Técnica

Secretaría reconocida, respetada y cercana al sector y a la gente



Turismo transformador de vidas

Transformación social de los territorios a través del Turismo Comunitario



De Cali se habla

Un destino que inspira en Colombia y el mundo por su labor y sus atractivos turísticos

Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaria de turismo

5.2. Secretaría Técnica:

El objetivo de la Secretaría Técnica, es contar con un Organismo reconocido, respetado y cercano al sector y a la comunidad con énfasis en la efectividad, la conectividad, y la articulación, actos que fueron esenciales para sacar adelante la ejecución de los 14 indicadores del plan de desarrollo:

1. Iniciativas de Tecnologías de la información y comunicación TICS para la promoción del turismo apoyadas
2. Política pública de turismo ajustada y adoptada
3. Productos turísticos desarrollados
4. Proyectos de ciudad con componentes turísticos cofinanciados
5. Acciones de fortalecimiento turístico en el cerro de las tres cruces implementadas
6. Programa de incentivos y estímulos del sector turístico implementado
7. Prestadores de servicios turísticos formados
8. Jóvenes formados para el desarrollo del turismo, con enfoque de cuidado por la casa común y otros seres sintientes
9. Norma Técnica Sectorial de Turismo sostenible NTS TS 001-1 Implementada en Pance - Boulevard del Río y San Antonio
10. Plan estratégico de turismo rural y de naturaleza, adoptado e Implementado
11. Sistema de Información geográfico para el Turismo, operando
12. Estudios del sector turismo, realizados
13. Sistema de señalización turística implementado
14. Parques de experiencia turística diseñados e implementados

5.2.1 Política Pública de Turismo

En el año 2022 se aprobó la Política Pública de Turismo por parte del Concejo Distrital de Cali, fue un gran logro, puesto que llevaba gestándose durante los últimos 10 años y, finalmente con el apoyo de la universidad san buenaventura, se concretó con un respaldo unánime del concejo distrital de 20 votos a favor.

El objetivo general de la política, es consolidar el Distrito Especial, Deportivo, Cultural, Turístico, Empresarial y de Servicios de Santiago de Cali como un destino turístico multicultural, biodiverso y sostenible, que cuenta con una oferta experiencial innovadora a través de implementación de estrategias competitivas que impulsen el desarrollo socioeconómico y contribuyan con el mejoramiento de la calidad de vida del Distrito.

La política pública tiene 4 Ejes estratégicos:

1. Gobernanza y gestión del destino – comuna 20 gobernanza de sus territorios
2. Desarrollo sostenible – plan estratégico rural de naturaleza – puede ser un tipo de turismo regenerativo, según Julián Guerrero.
3. Competitividad e innovación y
4. Posicionamiento y promoción del destino.

→ 23 acciones

→ 5 corresponsables

Avance en la implementación:

	Metas cumplidas	Inversión aproximada	Avance anual frente al decenio
2022	22	\$25.363.531.041	9.7%
2023	23	\$54.363.061.682	10%

Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaría de turismo

→ **Avance a la fecha: 19,7%**

Además, en ese mismo año, Cali se unió a la red Iberoamericana de Destinos Turísticos Inteligentes, convirtiéndose en la tercera ciudad de Colombia en formar parte de esta destacada red que merece capítulo aparte.

5.2.2 Destino Turístico Inteligente

Es un proyecto estratégico que contribuye en la implementación de la política pública de turismo y llena de orgullo a Colombia con una distinción que recibió a nivel internacional como ‘Destino Turístico Inteligente Adherido’, un reconocimiento que hace a la ‘Sucursal del Cielo’ un destino con altos estándares internacionales.



Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaría de turismo

Cali, hoy día, es la cuarta ciudad de Latinoamérica con esta designación. Hoy pertenece a la red DTI, que cuenta con más de 450 destinos a nivel mundial, y a la Red Ibero DTI.

Sin duda, Cali es una ciudad que busca incrementar la calidad de la experiencia de sus visitantes y, por supuesto, la calidad de vida de los residentes. Estamos comprometidos con este modelo de mejora que, de la mano de las empresas del turismo, pretende fortalecer la competitividad turística a través del desarrollo sostenible.

5.2.3 El turismo gastronómico como herramienta de conservación y sostenibilidad en Santiago de Cali

La dirección de turismo de la secretaria de cultura fue la que empezó con todo el tema de la gastronomía de turismo, una actividad transversal que compete igualmente a cultura, desarrollo económico y demás con quienes se debe pensar en la Articulación del Plan de Acción Gastronómico para Santiago de Cali, y la Política para el conocimiento, salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia.

La importancia de la gastronomía es tal, que desde el Ministerio se trata con la secretaria de cultura y con el viceministerio de turismo en una estrategia muy importante de turismo gastronómico, lo que lleva a la secretaría a pensar en la gastronomía con 4 ejes principales:

1. Gastronomía como herramienta para el posicionamiento nacional e internacional.
2. Gastronomía como herramienta para el desarrollo económico.
3. Gastronomía como herramienta para la conservación del patrimonio histórico.
4. Gastronomía como herramienta para el bienestar social.

Vivo ejemplo es lo del pandebono con testa atlas, es así como la gastronomía, impulsa y se convierte en la herramienta nacional e internacional de visibilización, por ende de cocineros restauranteros y chefs, dentro de esa orbita, en la realidad del hacer, nace “El auténtico sabor Caleño” propiamente el evento que toca los 4 ejes, el generador de la caracterización gastronómica de lo que tiene Santiago de Cali, un evento que cuenta ya con 3 versiones y la última versión ha sido un éxito total por la participación tan amplia de los diversos sectores de Cali, ya está muy ligado el concurso a la misma secretaría y además surgió igualmente un proyecto que se llama “Cocinas de vos a voz”, que permitió caracterizar al sector gastronómico distrital y encadenarlo en una ruta, o una serie de puntos, que pretende fortalecer al sector.



Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaría de turismo

El auténtico sabor Caleño: La estrategia que ha cautivado a los amantes de la cocina y la gastronomía. Este concurso no solo busca preservar la gastronomía tradicional, sino que también se ha convertido en uno de los proyectos destacados de su administración.

Logros del concurso “El auténtico sabor caleño”:

1. Inclusión a la Red de Eventos Gastronómicos de Colombia REGCO, siendo el primer evento de Cali que promueve las cocinas tradicionales como motivador de viaje.
2. Dotación a beneficiarios con herramientas para fortalecer sus emprendimientos generando así una sostenibilidad en el largo plazo, fomentando la innovación y el desarrollo de sus productos y servicios.
3. Consolidación de bases para el desarrollo de nuevas experiencias turísticas asociadas a las tradiciones culinarias caleñas a través de circuitos gastronómicos turísticos por las calles de Cali.
4. Identificación de preparaciones tradicionales de Cali que permitan el reconocimiento de nuestras raíces a través de varios sabores.
5. Fortalecimiento de la oferta gastronómica permitiendo una dinamización del sector de la gastronomía.
6. Recuperación de cuatro recetas auténticas de Cali: empanadas de arroz con leche, la carne caleña, el champús y el sancocho de pata.
7. Trasmisión de conocimientos a 4 jóvenes cocineros de dos reconocidas universidades de Cali, que significaron 4 recetas tradicionales: Los trasnochados, los cuaresmeros, el pajarito y, la rellena blanca.

Impactos Verdaderos:

- | | | |
|------------------|-----------------|----------------|
| • Población | • Inclusión | • Evita el |
| • Vulnerable | • Toca la base | desplazamiento |
| • Comunidad | • Empleabilidad | • Cuidado del |
| • Ancestros | • Recuperación | agua. |
| • Producto local | de cultivos | |
| • Tradiciones | • Practicas | |
| | rudimentarias | |

5.2.4 El Proyecto Integral Cristo Rey

Cristo Rey representa un espacio importante para la construcción de propuestas de desarrollo armónico entre el ser humano y la naturaleza. Una "fortaleza" para la conservación y desarrollo de fauna y flora nativa que debe ser conservado, fortalecido y proyectado sobre su zona de influencia en busca de conectividades con el sistema de cerros tutelares con el propósito de avanzar decididamente hacia la conformación y consolidación de la “oferta ambiental” de la ciudad y de la región.

Por lo anterior, el Ecoparque Cristo Rey debe ser un área protegida del orden local, con la adopción de su respectivo Plan de manejo ambiental hecho fundamental para fortalecer y dar lineamientos a corto y mediano plazo sobre las acciones de gestión y manejo de una de las áreas más importantes de la Estructura Ecológica Principal, con base en el conocimiento científico del área, el diagnóstico biofísico, identificación de los principales problemas y perturbaciones que deben ser abordados

para lograr un desarrollo sostenible, los objetivos de planificación y manejo de los recursos del área, la zonificación y una serie de instrumentos de manejo que deben implementarse a través de planes operativos específicos.

Con tal precedente se diseñó el CAV y el resto del Ecoparque, siendo una muestra de seriedad y compromiso con el territorio y el Distrito que, sin lugar a dudas, debe mostrarse como un santuario y, con orgullo al visitante, en tal sentido la Secretaría ha entablado las siguientes acciones:



Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaría de turismo

- Diseños realizados por la Secretaría de Turismo:

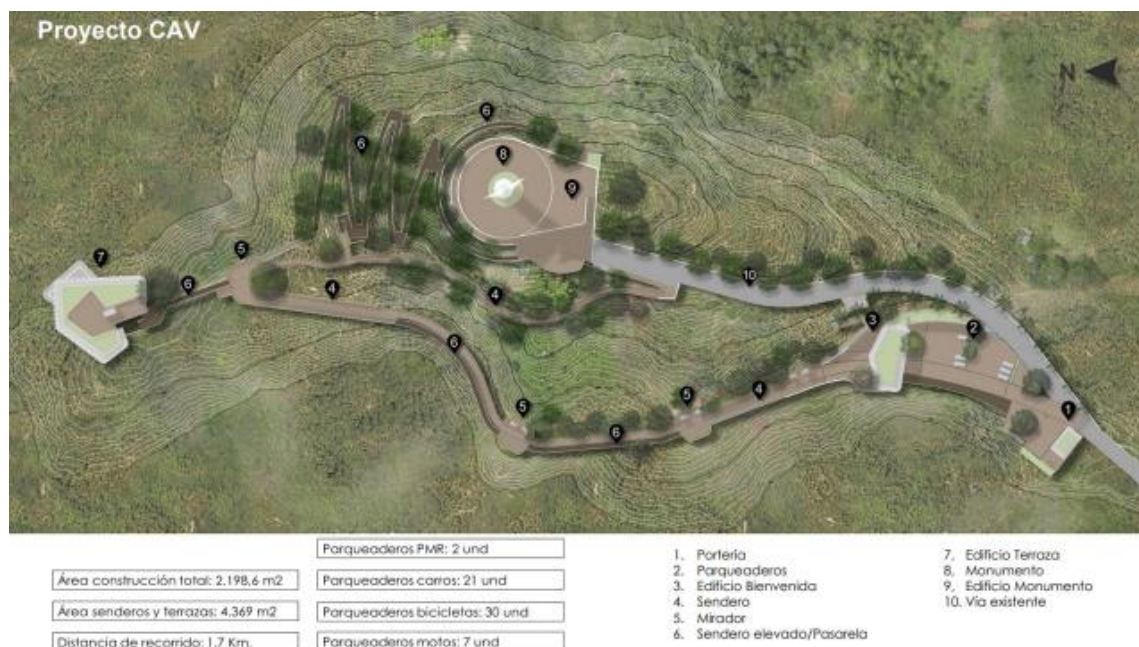
El proyecto contempló dentro del Ecoparque la construcción de un espacio denominado CAV (Centro de Atención a Visitantes) ubicándolo en la FASE 5, en donde se encuentra el monumento.

- Modelo de operación C.A.V.:

Dicho espacio requirió la necesidad de un estudio de consultoría conforme ficha BP-26003757 realizado por la firma ACOLAP (Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de diversiones) para implementar un MODELO DE OPERACIÓN Y SOSTENIBILIDAD.

- Sostenibilidad Financiera:

Visible en el documento modelo de operación, la revisión preliminar realizada por la Secretaría de Turismo arroja que de conformidad con la naturaleza jurídica del bien, la figura contractual ideal para el aprovechamiento económico del CAV del ECOPARQUE CRISTO REY, sería a través de un contrato de concesión de espacio público. No obstante, se tendrá que revisar a fondo sobre las competencias de la Secretaría de Turismo para la entrega en administración de dicho bien.



Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaría de turismo

5.2.5 Ecosistema de seguimiento a todos los proyectos:

El organismo ha valorado enormemente que diversas agencias de viajes, influencer y turistas promocionen según sus vivencias y experiencias, el destino. Esta es una de las razones fundamentales por las que se ha apostado por el ecosistema como medio para la promoción.

En línea con la política de gobierno digital y el modelo integrado de planeación y gestión MIPG en su dimensión 6 “Gestión del conocimiento y la Innovación”, en la secretaria de turismo de la alcaldía de Cali, se ha implementado un ecosistema de control y seguimiento de la información comprendido por algunas herramientas de análisis y visualización de datos, esto con el ánimo de administrar los programas y proyectos de la secretaría.

El ecosistema comprende algunos elementos de los 4 ejes de la dimensión de gestión del conocimiento y la Innovación:

1. Portales Virtuales
2. Bases de Datos
3. Tableros de control

El ecosistema de la secretaria cuenta con:

1. Un portal tipo Intranet para consolidar los diferentes informes y reportes de cada área de la secretaria. Dicha herramienta fue desarrollada en la herramienta “sites” de Google.
<https://sites.google.com/cali.gov.co/secretaria-de-turismo/inicio>
2. Hojas de cálculo en la herramienta de Google con la información a presentar y calcular.

3. Tableros de visualización de la información con el ánimo de visibilizar de manera práctica y completa los datos, en la herramienta de Google “Data Studio”.

Las herramientas mencionadas cuentan con el sistema de seguridad de información de Google que permite parametrizar las opciones de lector, editor o comentarista, según sea la necesidad.

Las metas ligadas a los recursos y a la ejecución dentro de una plataforma tecnológica, conllevan a tomar decisiones inmediatas, a cuantificar, a ponderar y proyectar en tiempos cortos haciendo más efectiva la proyección y la acción.

5.3 Turismo Transformador de Vidas:

Cali alberga numerosos lugares que incluso para los propios caleños pueden resultar desconocidos.

Gracias a diversas colaboraciones con distintos actores del turismo, el organismo ha logrado potenciar la estrategia 'Turismo al Barrio', que brinda la oportunidad tanto a los locales como a los visitantes de explorar la magia que se esconde en las calles de Cali.

Es un indicador del plan de desarrollo: Una (1) Iniciativa de "Turismo al barrio" y turismo comunitario rural apoyado, de ahí surgen:

5.3.1 Turismo al Barrio y Rural:

Estrategia diseñada por la Secretaría de Turismo que consta de 4 fases:



Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaría de turismo

“El turismo comunitario comprende la oferta de servicios turísticos por parte de una comunidad organizada que participa, se beneficia e involucra en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo”¹ (MinCIT, 2012).

Es por tanto, una opción que desarrollaron las comunidades propias de un barrio o sector para obtener ingresos que les permitiera mejorar su calidad de vida y, ven en el turismo la oportunidad que tienen para darle valor a lo propio; los recursos naturales y culturales, pero al mismo tiempo busca una resignificación con las comunidades que de alguna forma se han visto excluidas.

Desde la Secretaría de Turismo se ha venido trabajando en tres territorios urbanos y cinco rurales identificando la oferta turística y fortaleciéndola por medio de la estrategia de ‘Turismo al barrio y rural’, este trabajo busca:

- Generar oportunidades y dinámicas para la comunidad.
- Integrar a la comunidad en la tarea de la autogestión de los recursos.
- Generar equidad social.
- Resaltar las costumbres, lo autóctono, para evitar que se pierda en el tiempo.
- La dignificación, avance, formalización y el turismo como proyecto de vida.

5.3.2 Turismo al Barrio Comuna 20:

El Turismo al Barrio se convierte en un transformador de realidades y territorio, generando impactos positivos en la comunidad que se ven reflejados en la evolución turística de estas zonas. En el caso de la comuna 20, se ha consolidado un micro-ecosistema de colectivos turísticos que han forjado oportunidades laborales para la comunidad. Además, se ha logrado mayor unión entre los diferentes colectivos, reduciendo las barreras invisibles que anteriormente limitaban la movilidad en la comuna y fomentaban rivalidades y escenarios negativos para los jóvenes ha ofrecido muy buenos resultados, el liderazgo comunitario finalmente coincidió y dejó de andar solo para aunar esfuerzos con el organismo.

Estas acciones conjuntas han concluido y desde la mesa de gobernanza se tiene mapeados:

- 14 colectivos turísticos de la comuna 20, con quienes iniciaron el proceso.

Así mismo se ha logrado y el organismo se encuentra impulsando:

- 6 rutas turísticas lideradas por colectivos de la comunidad.
 1. Ruta Isabel Pérez
 2. Tour Siloé la 53
 3. Trepación a la Loma
 4. Tour de la Estrella
 5. Tour tardeando en Siloé
 6. Recorrido ecoturístico “Los Guayabales”
- Creación de mesa turística de la comuna 20 liderada por los colectivos con el apoyo de la Secretaría de Turismo
- 72 murales con arte urbano y acciones de embellecimiento y ornato de calles y casas.
- 11 señaléticas en territorio para la orientación del turista

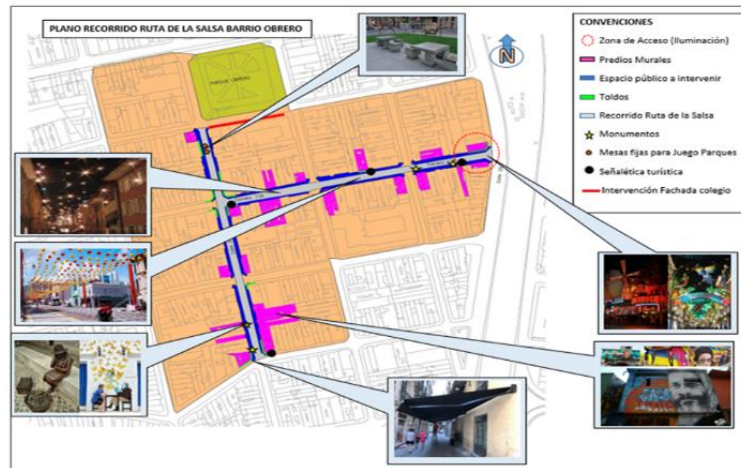
5.3.3 Ruta Cultural y Turística de la Salsa Barrio Obrero:

La cuna de la salsa, brinda el museo de la salsa, melaza, la matraca y demás rumbeaderos que los líderes han venido organizando y proponiendo, así el organismo ha llegado a un proyecto que ya

tiene prioridad para el viceministerio del turismo. A la fecha se está en el cumplimiento de los requisitos y la consecución de los apoyos financieros. Lo que se pretende es adelantar el diseño de una calle de la salsa, un recorrido embriagador de salsa, de colorido, con sabor, una imagen muy parecida a un pueblito salsero.

Tipos de intervenciones fase 1

1. Mejoramiento de andenes
2. Mejoramiento de vías
3. Murales.
4. Esculturas.
5. Toldos.
6. Cerramiento de árboles y arborización.
7. Mobiliario



Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaría de turismo

La Ruta Cultural y Turística de la Salsa Barrio Obrero comprende:

- Patrimonio cultural inmaterial: Complejo musical-dancístico de la salsa caleña, conforme la siguiente proyección ilustrada:



Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaría de turismo

Es la Transformación del territorio impulsado por dinámicas turísticas propias del sector, es la comunidad organizada que participa en la co-creación de “un proyecto de todos para todos”.



Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaría de turismo Alcaldía de Cali.

5.3.4 Destino naturaleza:

Con la Vuelta a occidente y la Ruta de la montaña, el organismo ha querido impactar promoviendo la zona rural y su potencial biodiverso que visibiliza el territorio como destino de naturaleza; en el Saladito, la Elvira, la Leonera, Pichindé y los Andes y, Pance, Villacarmelo y la Buitrera respectivamente.

Así mismo se apoya a los prestadores de servicio con iniciativas de consultoría como el Consultorio Turístico y la Incubadora Turística en apoyo al emprendimiento, siendo conscientes que la proyección turística en el territorio, debe ser una de las variables más importantes para el turismo, sobre todo en la reducción de las brechas sociales; con acompañamiento determinante al emprendimiento e inclusión financiera, como transformador de vidas se liga a lo económico con el fomento de la economía territorial.

El organismo es consciente que debe sobresalir la sostenibilidad en el encuentro con la Naturaleza, se debe permitir la transición sin sacrificar beneficios y recursos, permitiendo la explotación consciente y responsable de los lugares en donde se disfruta de una experiencia memorable.

De esta manera, la Secretaría se involucra con la comunidad y se compromete en los territorios apoyando el emprendimiento y promoviendo la oferta, sin olvidar que debe ser una actividad responsable con el Medio Ambiente.

Destino Naturaleza



Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaría de turismo

5.4 De Cali se Habla:

La visibilización consiste en reivindicar los ámbitos locales, al igual que las identidades culturales las cuales son posibles gracias al vínculo entre territorio, la sociedad y la práctica turística, así plantea el Organismo el cumplimiento de 14 indicadores del plan de desarrollo:

1. Red de puntos información turística operando
2. Eventos y/o ferias del sector turístico apoyados
3. Viajes de familiarización y prensa realizados
4. Ruedas de negocios turísticos realizadas
5. Participaciones del Distrito en misiones comerciales de turismo
6. Plan de medios, nacional e internacional implementado
7. Zonas turísticas activadas en el marco de la Copa América y Juegos Panamericanos Junior
8. Personas de grupos vulnerables de las comunas y corregimientos beneficiadas con iniciativas de turismo social
9. Eventos de turismo de negocios MICE - SMERF apoyados
10. Marca Destino Turístico Desarrollada
11. Eventos de turismo de negocios MICE - SMERF apoyados
12. Marca Destino Turístico Desarrollada
13. Eventos de turismo de negocios MICE - SMERF apoyados
14. Programa intersectorial para la promoción del turismo en el Centro Histórico

Lo que pretende el organismo es que las comunidades sepan atender y, entiendan que siendo buenos anfitriones y, demostrándolo en cada una de las ferias y eventos programados, se extiende el conocimiento de la oferta del territorio, motivando el regreso.

Generar satisfacción apunta a la repetición de la experiencia. “De Cali se habla” vincula la actividad comercial, promoviéndola y generando mayor conocimiento sobre el destino a nivel interno y externo.

Promover y generar eventos continuos, unificando una buena imagen, una marca de reconocimiento, atrae. Sin olvidar la importancia del turismo como un fenómeno que involucra el territorio, por tal razón debe ser sostenible y un pilar de desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida la población local.



Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaría de turismo

El énfasis del organismo, es: ¿cómo atraer turistas? en ello se piensa continuamente y por eso se trabaja conjuntamente con y en la comunidad, en sus destinos, fomentando nuevos productos turísticos, aprovechando todos los recursos turísticos alrededor del patrimonio inmaterial, sin olvidar la sostenibilidad y las normas técnicas para evitar daños medioambientales.

La Secretaría propende por crear indicadores que contribuyan, implementando la política pública de turismo, maximizando las oportunidades, aunando estrategias para mitigar los impactos que causa el visitante, estableciendo como prioritario que la actividad turística contribuya al desarrollo de los territorios.

La estrategia gira alrededor de la visibilización de los territorios y, nace en los mismos. Da a entender y comprender que involucrándose y aportando se logra el crecimiento turístico que igualmente trae consigo múltiples desafíos y oportunidades, siendo conscientes de maximizar las oportunidades, minimizando en lo posible todo tipo de inconvenientes.

5.4.1 Ecosistema para la promoción:

Con 3 ejes fundamentales “Cali turística – Cali imperdible y Cali el Secreto de Colombia”, el organismo pretende:

- 1- Transformar el imaginario caleño, preparando a la comunidad y a los agentes turísticos en el conocimiento y la promoción de la oferta, del destino Cali.
- 2- Posicionar a Cali como destino turístico a nivel nacional y,
- 3- Posicionar a Cali como destino turístico en mercados estratégicos internacionales.



Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaría de turismo

Todo esto se logró con:

- Viajes de familiarización: Más de 110 personas impactadas a nivel nacional e internacional.
Países como México, Puerto Rico, Estados Unidos, Francia, entre otros.
35% de crecimiento en cuanto a presencia en portafolios de agencias de viajes y mayoristas.
- Programa de incentivos: Recaudo total de \$437.643.904 COP por parte de Panamericana de Viajes, Sion Travel y Manakin, agencias de viaje y mayoristas nacionales.
Participación en viaje de familiarización con experiencias y actividades turísticas en la ciudad de Cali.
- Misiones Comerciales: Participación en misiones comerciales de gran relevancia como ANATO, Expo Dubái, Colombia Travel Mart, entre otras.
Más de 1.294 personas atendidas en stand de ANATO.
Cifra aproximada de negocios potenciales por \$1.420.100.000.
- Ruedas de negocios: Realización de (9) nueve ruedas de negocios con impacto superior a 500 personas.
Posicionamiento nacional e internacional con empresarios de Bogotá, Medellín, México, Puerto Rico, Argentina, Paraguay y Uruguay.
Enfoques rurales y urbanos.
- Ecosistema digital:
Visit Cali - Actualización de página web con información de prestadores y recursos turísticos
Más de 4 millones de impresiones y un alcance de 2 millones en redes sociales: Facebook e IG,

Códigos QR. - Alcance de más de 35.000 visitas. Más de 24.000 interacciones con un 68.88% de media. Mayor número de interacciones provenientes de Colombia, Estados Unidos, Panamá, Perú y Argentina. (Se resalta la importancia de los taxistas.)

Recorridos turísticos: Con una media superior a 25 recorridos por año, se han impactado más de 2.000 turistas.

Fortalecimiento de las rutas: Centro Histórico, naturaleza urbana, San Antonio, de la Salsa y Comuna 20.

Puntos de Información Turística: * Cinco PIT fijos en funcionamiento: Solar del Río, Terminal de Transporte, San Antonio, Centro Cultural y Zoológico; un PIT itinerante posicionado en eventos.

Registro total de más 9.000 turistas atendidos desde el inicio de operación de los diferentes PIT.

- Plan de medios: Impacto en diferentes canales de comunicación: ATL (radio, televisión y medios impresos/digitales), BTL, OTA's servicios de Streaming (Spotify) Posicionamiento en mercados estratégicos tanto nacional como internacional: Bogotá Medellín Bucaramanga, Barranquilla, Mexico, Ecuador. Estados Unidos, España, Puerto Rico.

5.5 Premios y reconocimientos:

Un estímulo evidenciado en los premios, se recibe con mucha emoción; este reconocimiento es el meritorio resultado del buen ejercicio de la actividad visibilizadora del sector a nivel interno y externo, que ha consolidado un microecosistema de colectivos turísticos que irradian a la economía sectorial, siendo así mismo un forjador de oportunidades laborales para la comunidad.

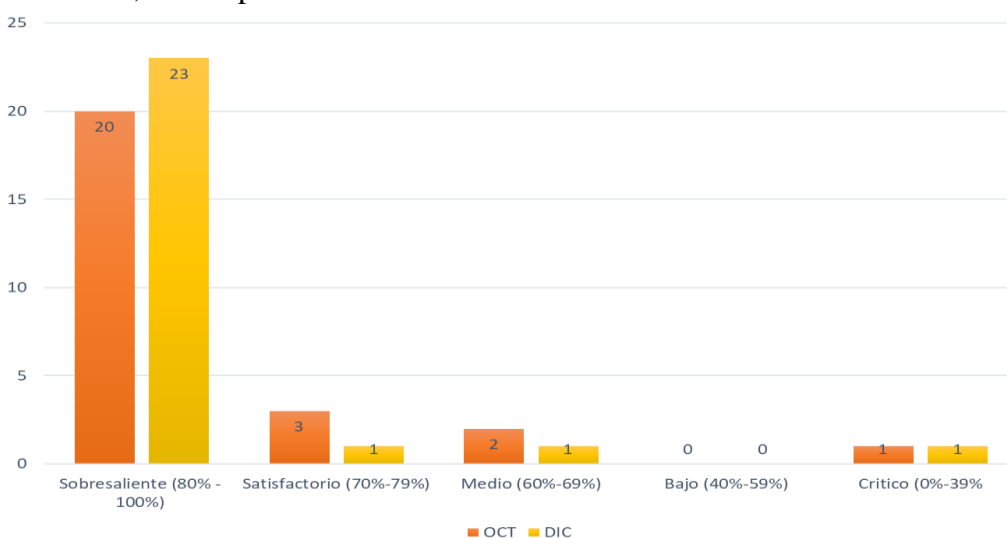
Se ha cambiado la mentalidad de la comunidad, se ha instaurado un espíritu emprendedor, de construcción de paz y articulación en pro del desarrollo de las comunas y su población y, esta es la mejor evidencia:

- ☐ Sustainable Tourism Awards de Skäl International. Turismo al Barrio como: "Mejor proyecto Comunitario y Gubernamental"
- ☐ Turismo al Barrio: "Mejores prácticas en Turismo Social". Por el Centro de Pensamiento Turístico de Colombia - CPTUR. Turismo al Barrio.
- ☐ Concurso gastronómico: "Auténtico Sabor Caleño" Por su aporte al fortalecimiento del producto turístico gastronómico del País y por ser el primer evento de Santiago de Cali, en ingresar a la Red de Eventos Gastronómicos de Colombia REGCO. Viceministerio de Turismo.
- ☐ "Destino Ciudad Líder Cultural de Sudamérica" (2019,2021, 2022 y 2023) World Travel Awards-WTA

- "Destino Turístico Emergente" 2020 - World Travel Awards- WTA "Destino Turístico Inteligente Adherido" Santiago de Cali como destino adherido a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes del Mundo. SEGITTUR.
- "Certificación de Calidad ISO 9001: 2015" La Secretaría de Turismo obtiene la re certificación en calidad como destino turístico. 2022.

5.6 Cumplimiento de metas Plan de desarrollo 2020 - 2023:

26 Indicadores programados en el cuatrienio 2020 – 2023: A cierre de octubre y proyectando a diciembre, se tienen 23 metas sobresalientes de las 26, es decir se está entre un 80 y un 100%, se tiene una meta a término satisfactorio, entre el 70 y 79%, dos metas a término medio, entre 60 y 69%, en bajo no se tiene y, en crítico se tiene una meta, de un proyecto que no se pudo desarrollar y, que consistía en desarrollar un proyecto de diseño del parque de las aves, pero para poder adelantar el mismo, se requería comprar predios por parte de la administración. Y, por prioridad de recursos, no fue posible. Detalle en la ilustración:



Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaría de turismo

5.7 Ejecución Presupuestal 2020 - 2023:

La ejecución presupuestal refleja el conjunto de acciones destinadas a la utilización óptima de los recursos financieros, con el objetivo de cumplir las metas propuestas en los planes y compromisos adquiridos como organismo.

Este informe refleja la ejecución a nivel de compromisos y obligación del presupuesto de inversión de la secretaria, en donde los ciudadanos y el público en general podrán encontrar la ejecución presupuestal de los proyectos de inversión que se encuentran registrados en el Banco de Proyectos.

Para ser más claros, se ha proyectado el cumplimiento del cuatrienio conforme lo evidencia el grafico:

Ejecución presupuestal 2020-2023

Año	Total presupuesto	Ejecución	Cumplimiento
2020	4.782.188.000	3.675.318.721	76,9%
2021	6.709.118.182	6.103.319.114	91%
2022	9.465.575.889	9.213.445.372	97,34%
2023	8.065.475.902	8.001.294.402	99%



Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaría de turismo

5.8 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) asociados a los proyectos de la secretaría de turismo distrital:

Los O.D.S. se encuentran inmersos en el Plan de Desarrollo de la Alcaldía Distrital de Santiago de Cali, en atención a que desde septiembre de 2015 la Asamblea de las Naciones Unidas adoptó los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS, como Agenda internacional que orientará dentro de los próximos 15 años las políticas de desarrollo, de modo que los países del mundo, continúen en su empeño por enfrentar la pobreza, la desigualdad y el cambio climático.

Es así como los ODS, se encuentran asociados a los proyectos del Organismo y, en tal sentido, se evidencia cada proyecto y las metas asociados a los ODS, mostrando el avance de cumplimiento a 31 de octubre de 2023, esto, bajo el principio de transparencia y acceso a la información que corresponde a las comunidades habitantes de los territorios turísticos por naturaleza y a quienes han encontrado de esta actividad un componente de emprendimiento, el cual debe estar acorde con los planteamientos de sostenibilidad que merece el recurso.



BP	Nombre	Meta del plan de Desarrollo	% de avance al 31 de octubre de 2023	Presupuesto ejecutado
BP -26002795	IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA EN CALI	En el periodo 2020-2023 se implementa el sistema de señalización turística con la instalación de 200 señaléticas de información turística.	85%	\$ 100.000.000
BP -26002789	MEJORAMIENTO DE LA RED DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE CALI (PITS)	En el periodo 2020-2023 se fortalecen 6 puntos de información turística	50%	\$ 239.045.000
BP -26002912	IMPLEMENTACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA DISTRITAL DE TURISMO EN CALI	En el periodo 2021 se adopta la política pública de turismo sostenible	81%	\$ 104.186.000
BP -26002793	APOYO PARA LA PROMOCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN CALI	En el periodo 2020-2023 se apoyan 3 eventos de turismo de negocios MICE - SMERF	75%	\$ 2.156.359.000
BP -26004106	DESARROLLO DE INICIATIVAS TURÍSTICAS EN EL CORREGIMIENTO DE VILLACARMELO DE SANTIAGO DE CALI	En el periodo 2021-2023 se apoyan 10 iniciativas de turismo al barrio	68%	\$ 53.250.000
BP -26004109	FORTALECIMIENTO DE INICIATIVAS TURÍSTICAS DEL CORREGIMIENTO DE PICHINDÉ DE SANTIAGO DE CALI	En el periodo 2021-2023 se apoyan 10 iniciativas de turismo al barrio	49%	\$ 121.503.902
BP -26004323	DESARROLLO DE INICIATIVAS DE TURISMO AL BARRIO EN SANTIAGO DE CALI	En el periodo 2021-2023 se apoyan 10 iniciativas de turismo al barrio	29%	\$ 240.000.000

BP -26004437	FORTALECIMIENT O DE UNA RUTA TURÍSTICA DE LA COMUNA 1 DE SANTIAGO DE CALI	En el periodo 2021-2023 se apoyan 10 iniciativas de turismo al barrio	15%	\$ 141.750.000
BP -26004438	FORTALECIMIENT O DE UNA RUTA TURÍSTICA EN EL CORREGIMIENTO EL SALADITO DE SANTIAGO DE CALI	En el periodo 2021-2023 se apoyan 10 iniciativas de turismo al barrio	14%	\$ 30.000.000
BP -26003653	FORMACIÓN DE JÓVENES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA COMUNA 20 DE CALI	En el periodo 2021-2023 se forman a 240 jóvenes para el desarrollo del turismo	100 %	\$ 130.000.000
BP -26003264	APOYO A FORMACIÓN A JÓVENES PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA COMUNA 1 SANTIAGO DE CALI	En el periodo 2021-2023 se forman a 240 jóvenes para el desarrollo del turismo	100 %	\$ 82.420.000
BP -26004324	APOYO PARA EL DESARROLLO DE FERIAS Y EVENTOS CON COMPONENTES TURÍSTICOS EN SANTIAGO DE CALI	En el periodo 2020-2023 se apoyan 10 eventos y/o ferias para la promoción de Cali como destino turístico	91%	\$ 1.334.219.000
BP -26002920	DESARROLLO DE INICIATIVAS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE CALI	En el periodo 2021-2023 se realizan 6 Viajes de familiarización y prensa	50%	\$ 90.000.000
BP -26004352	FORTALECIMIENT O DE LA CAPACIDAD DE COMERCIALIZACIÓ N Y VENTA DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE SANTIAGO DE CALI	En el periodo 2020-2023 se realizan diez (10) ruedas de negocios de bienes y servicios turísticos	72%	\$ 310.969.000

BP -26004153	IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE MISIÓN COMERCIAL PARA LA PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE SANTIAGO DE CALI	En el periodo 2021-2023 se asisten 4 misiones comerciales turísticas	100 %	\$ 190.000.000
BP -26004152	DIVULGACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DE SANTIAGO DE CALI	En el periodo 2020-2023 se realizan 24 acciones de plan de medios a nivel nacional e internacional	65%	\$ 1.475.980.000
BP -26004381	APOYO PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS TURÍSTICOS EN SANTIAGO DE CALI	En el periodo 2022-2023 se cofinancian 5 proyectos de ciudad con componente turístico	70%	\$ 200.000.000
BP -26004154	IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA DESTINO DE SANTIAGO DE CALI	En el periodo 2021-2023 se realizan 4 acciones para el desarrollo de la marca de destino turístico.	100 %	\$ 80.000.000
BP -26002914	DESARROLLO DE ACCIONES TURÍSTICAS EN LOS CERROS DE CALI	En el periodo 2021-2023 se implementan 3 acciones turísticas en el cerro de las Tres Cruces	100 %	\$ 40.000.000
BP -26002913	IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE APOYO AL SECTOR TURÍSTICO DE CALI	En el periodo 2020-2023 se implementa un programa de incentivos y estímulos del sector turístico	86%	\$ 97.758.500
BP -26003758	IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA INTERSECTORIAL PARA LA PROMOCIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO DE SANTIAGO DE CALI	En el periodo 2022-2023 se gestionará un programa intersectorial para la promoción del centro histórico	100 %	\$ 50.000.000

BP -26004325	IMPLEMENTACIÓN DE LA NORMA TÉCNICA SECTORIAL DE TURISMO SOSTENIBLE NTS-TS001-01 EN SANTIAGO DE CALI	En el periodo 2020-2023 se avanzará en el cumplimiento del 88% con la norma técnica TS01 en 3 destinos turísticos	20%	\$ 195.000.000
BP -26002911	IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO RURAL Y DE NATURALEZA EN CALI	En el periodo 2021-2023 se implementan 16 acciones del plan estratégico de de turismo, rural y de naturaleza	85%	\$ 91.968.000

10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



BP	Nombre	Meta del plan de Desarrollo	% de avance al 31 de octubre de 2023	Presupuesto ejecutado
BP -26002790	FORTALECIMIENTO PARA LA COMPETITIVIDAD DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE CALI	En el periodo 2020-2023 se forman a 1000 prestadores de servicios turísticos	33%	\$ 177.797.000

11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



BP	Nombre	Meta del plan de Desarrollo	% de avance al 31 de octubre de 2023	Presupuesto ejecutado
BP -26004326	APOYO PARA LA CONSOLIDACIÓN DE PARQUES DE EXPERIENCIA EN SANTIAGO DE CALI	En el periodo 2020-2023 se implementan (2) Parques de Experiencia Turística: Cristo Rey y Pance	0%	\$ 0

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



BP	Nombre	Meta del plan de Desarrollo	% de avance	Presupuesto ejecutado
BP -26002792	IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA DE TURISMO EN CALI	En el periodo 2020-2023 se opera el sistema de Información geográfico para el Turismo	82%	\$ 85.763.000
BP -26002905	ELABORACIÓN DE ESTUDIOS DEL SECTOR TURÍSTICO DE SANTIAGO DE CALI	En el periodo 2020-2023 se elaboran 8 estudios del sector turístico por el observatorio turístico	54%	\$ 170.000.000

6. Evaluación

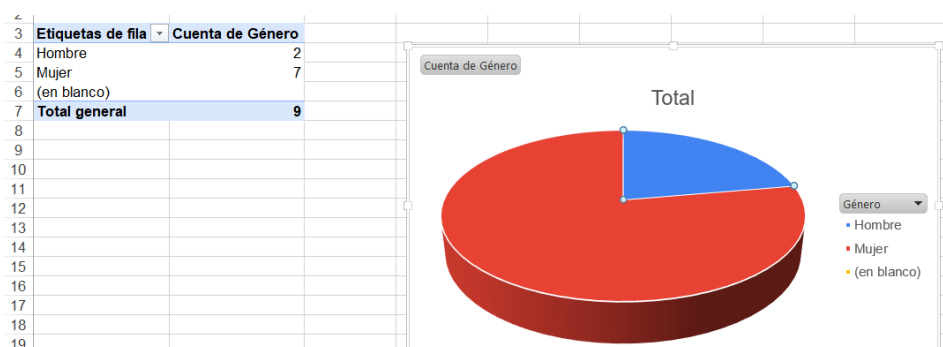
De manera presencial la actividad contó con la nutrida asistencia de 156 personas, siendo estas en su mayoría pertenecientes a los grupos de valor de la secretaría, es decir que hubo una buena respuesta a la invitación y por ende es el resultado de la buena convocatoria realizada a través de los medios vigentes, las invitaciones personales y la promoción de la petición de cuentas.

7 Guías de turismo acompañaron la actividad, 2 agentes de viajes, 2 chef, 4 personas se identificaron con la actividad de la salsa, 6 personas del Sena y 2 de Univalle y, 1 Icesi entre estudiantes y un docente hicieron presencia igualmente, un senderista, una promotora de turismo, 1 de comfandi, 12 personas se identificaron como independientes, 4 personas de hotel, 1 persona de Emcali, 1 de CVC y, personal de los siguientes establecimientos y emprendimientos: Apt. cah river suite, Camina por el valle, La parcela de Ceci, Rancho lulufa, Salsa chefs, Historia de curso, Valley adventours, Siloestour, Cali salsa experience, Redecas, Villamaju, Kawsay, Camila Travel, Flyventure, Huella organiza, IQSA Santa Mónica, mandalisa, red sonora, mandalisa, Casa Carmen, Cali salsa experience, Rh positivo, sbs discapacidad, Want Ztrek, Exstr Sas, R Reburu, Cali es Cali, Gold Hospedaje, Viaje y Turismo, El Nilo Pance, Guíame Travel, Amanda Travel, La cápita Pichindé, Escuela turismo, Cocina ancestral, Oliverio Tour, Ageoturs, Babilania, Politécnico Pio, Corporación portocolombia, Travel & smile, Travel, Hotel cuarta avenida, Stella-Buffet, Trips Colombia, Intenalco, health traveler, La martha, Hotel av. 3 real, Guía-aves, Ritmos de Colombia, Global experiencia, luna nuevaeco, Global experiencia, Destino, asociación las eco, bichacue, Sbs Planeta, Logtrevel, Fundación Pro cultura, Corredor gastronómico, Familia Águilas, Setap Travel, Asociación Destino, Nature strem, Experiencia roots, Grupo mentor,

Alcaldía candelaria, Raíces, El chalet, Hotel Torre, Nature strem, Agroturismo, Grupo mentor v.coop. Colombia, dasam tour.

En el Facebook Live, se realizó la divulgación del enlace del formulario de encuesta de evaluación durante la trasmisión en vivo, con el fin de garantizar el diligenciamiento por medio del siguiente enlace: A nivel de data se analizaron los resultados de las 9 encuestas realizadas donde se obtuvo la siguiente información:

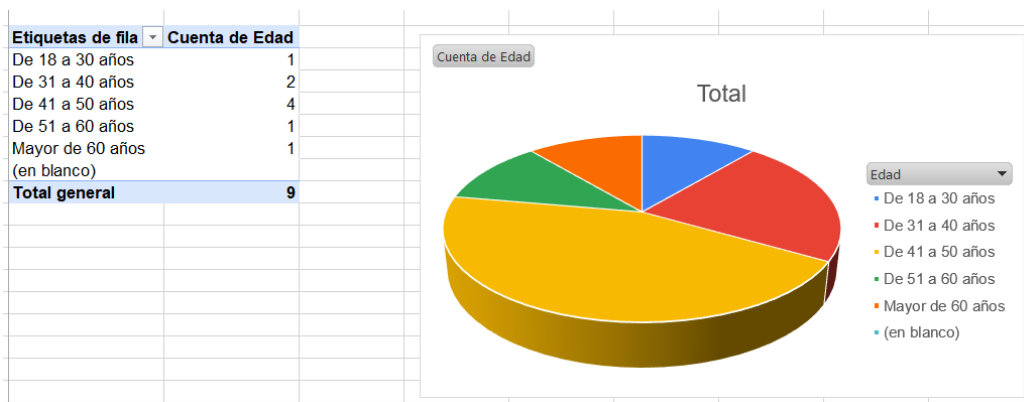
6.1.Genero:



Fuente: Encuesta de evaluación – Secretaría de turismo distrital

El resultado de la encuesta indicó que el 85% corresponde al género femenino para un total de 7 mujeres, el 15% restante corresponde al género masculino

6.2.Edad:

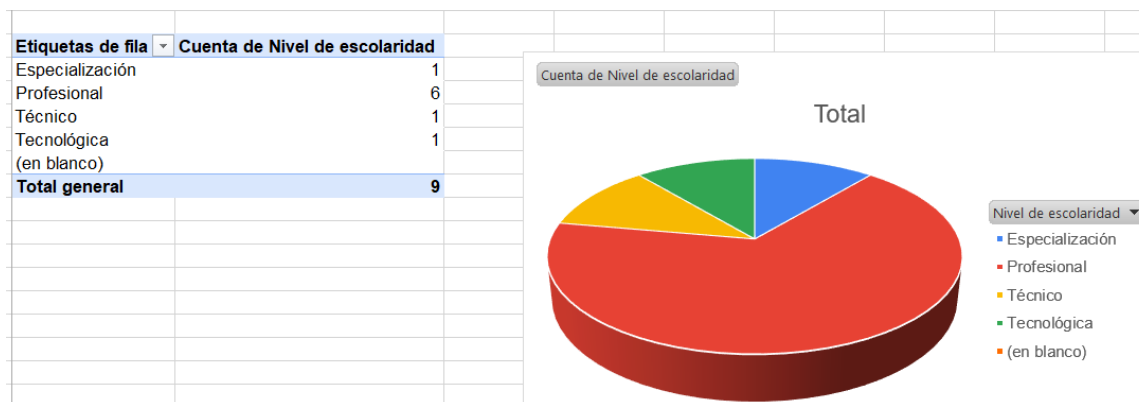


Fuente: Encuesta de evaluación – Secretaría de turismo distrital

Los rangos de edad establecidos en el mayor número de asistentes a la segunda Rendición de Cuentas del organismo, presentó el rango entre de 41 a 50 con una igualdad de participación del 45.5 % equivalente a 4 asistentes, de 31 - 40 años con un porcentaje del 25.5% equivalente a 2 asistentes, se observó que las personas con edades entre 18 a 30 años, las de 51 a 60 y mayores de

60 años presentan una igualdad de participación del 10.0 % cada uno, lo que corresponde a 1 asistente por rango.

6.3.Escolaridad:



Fuente: Encuesta de evaluación – Secretaría de turismo distrital

De los asistentes virtuales que diligenciaron la encuesta de evaluación de la actividad del evento de rendición de cuentas del organismo, los porcentajes más relevantes son: el 70.0% de participación fue de profesionales con 6 personas, el 30.0% restante fue unánime con 1 persona, es decir 10% de personas con especialización, 10% técnicos y 10% tecnológicos.

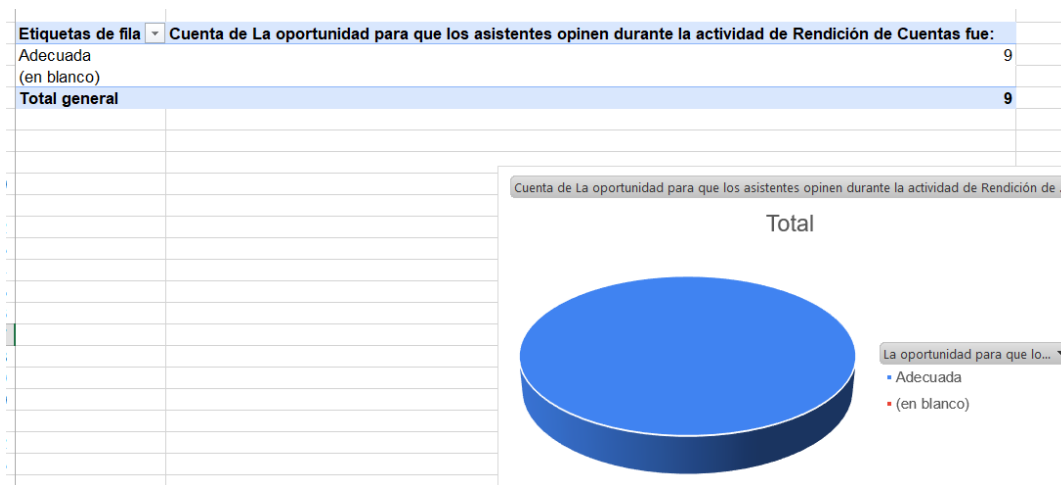
6.4.La explicación sobre el procedimiento de las intervenciones en la actividad de Rendición de Cuenta fue?:



Fuente: Encuesta de evaluación – Secretaría de turismo distrital

Sobre la explicación sobre el procedimiento de las intervenciones en la actividad, se evidenció un 100% de unanimidad, sobre que fue clara, oportuna y confiable.

6.5. La oportunidad para que los asistentes opinen durante la actividad de Rendición de Cuentas fue:



Fuente: Encuesta de evaluación – Secretaría de turismo distrital

Sobre la explicación sobre la oportunidad de opinión de los asistentes a la actividad, se evidenció un 100% de unanimidad, sobre que fue adecuada.

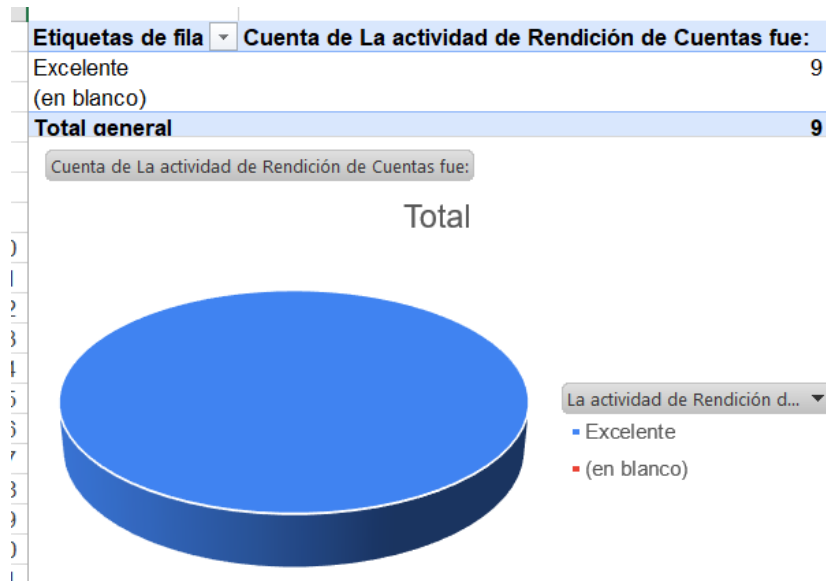
6.6. La información presentada en la actividad de rendición de cuentas, respondió a sus intereses:



Fuente: Encuesta de evaluación – Secretaría de turismo distrital

Sobre si la información presentada en la actividad respondió a sus intereses, los asistentes a la actividad, evidenciaron un 100% de unanimidad en la afirmación.

6.7. ¿La actividad de rendición de cuentas dio a conocer los resultados de la gestión del Organismo?:



Fuente: Encuesta de evaluación – Secretaría de turismo distrital

Sobre si la actividad de Rendición de Cuentas dio a conocer los resultados de la gestión del organismo, los asistentes a la actividad evidenciaron un 100% de unanimidad en la excelencia.

Los temas de interés para la próxima actividad de rendición de cuentas propuestos son:

1. Turismo accesible en las calles de la ciudad
2. Más enfoque en la zona rural
3. Cali como destino sostenible
4. Conocer proyectos de impacto
5. La seguridad

En tal sentido, se considerará y bajo las nuevas circunstancias de gobierno, se expondrán dichos temas para que se consideren en los planes de acción.

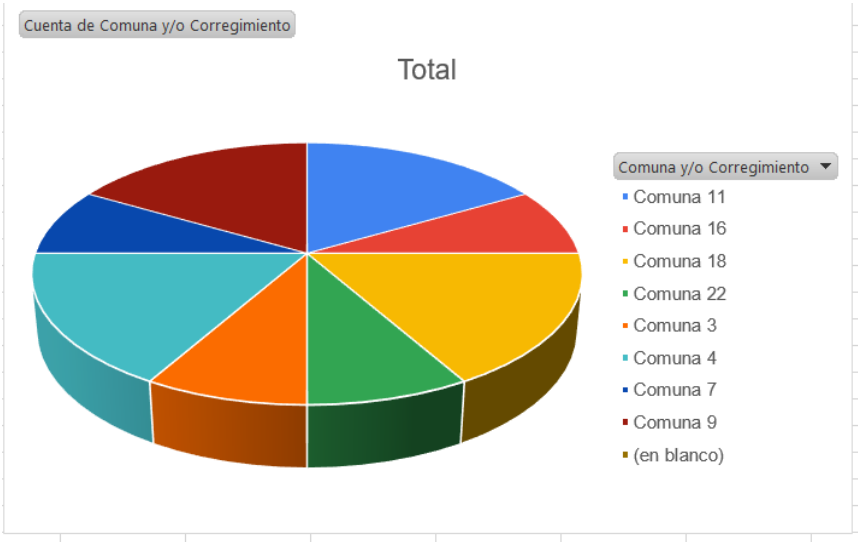
7. Preguntas y Respuestas – PQRSD

Durante el evento de diálogo se registraron 6 preguntas – PQRSD y, un comentario que quisimos considerar para darle respuesta junto con las demás inquietudes presentadas por los asistentes y/o grupos de valor a través de <https://fb.watch/ojCuwXpqIn/?mibextid=ZbWKwL>

Como todas las preguntas no fueron resueltas durante la transmisión, en cumplimiento del tercer elemento de la actividad de rendición de cuentas “responsabilizarse de lo acordado”, la secretaria de turismo distrital elaboró el informe de acuerdo al compromiso adquirido con los grupos de

valor, respecto de brindar respuestas a las preguntas realizadas durante la segunda actividad de diálogo en un tiempo no superior a quince (15) días, el resultado del total de preguntas se publicará como informe en la instancia del organismo con la relación de las preguntas y respuestas, dando así cumplimiento al elemento de responsabilidad.

Asistencia por comunas en la plataforma Facebook live, en la que participaron 8 comunas del Distrito, con mayor afluencia de las comunas 11, 18, 4 y 9 en igual proporción, buen indicador, puesto que las comunas 1, 20 y la 9 han sido favorecidas con la estrategia “Turismo al Barrio y Rural”, las cuales igualmente hicieron presencia como lo demuestran las peticiones.



Fuente: Facebook Live

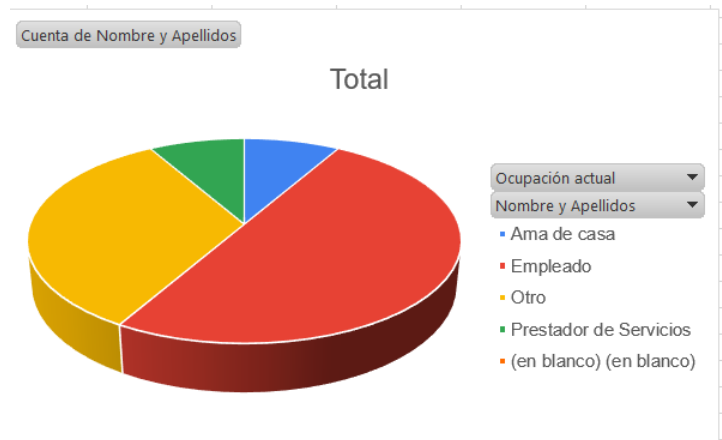
Etiquetas de fila	Cuenta de Comuna y/o Corregimiento
Comuna 11	2
Comuna 16	1
Comuna 18	2
Comuna 22	1
Comuna 3	1
Comuna 4	2
Comuna 7	1
Comuna 9	2
(en blanco)	
Total general	12

Fuente: Facebook Live

Etiquetas de fila	Cuenta de Nombre y Apellidos
Ama de casa	1
Empleado	6
Otro	4

Prestador de Servicios	1
(en blanco)	
(en blanco)	
Total general	12

Fuente: Facebook Live



Fuente: Facebook Live

En cuanto a la actividad realizada por los asistentes, se evidencia presencia de los empleados seguidos por otra actividad no detallada. La asistencia de empleados y amas de casa, puede derivar de la hora en la que se realizó la transmisión, hecho que se tuvo en cuenta respecto del horario en el que se realizaron las anteriores actividades.

7.1.PQRSD respondidas durante la transmisión:



Ruta de la salsa y turística barrio obrero -cali

Seguir

Desde la ruta de la salsa conjuntamente con la comunidad estamos pendientes por hablar sobre el proyecto además para saber que se dejó proyectado para el 2024



Requerimos más seguridad para realizar caminatas ecológicas etc lo del zoológico ahora en halloween fue muy bonito , recorridos por el río cauca etc hay muchos lugares para recorrer

Fuente: Despacho/Comunicaciones Secretaria de turismo

Durante la transmisión se efectuaron dos peticiones y un comentario al cual se le dará respuesta, por la connotación del comentario, por ello se incluye. Las peticiones se evidencian en el grafico precedente, no se respondieron durante la transmisión por el tipo de formato, más sin embargo se abrió el espacio de preguntas al final de la presentación, las cuales por tiempo, se decidió responderlas dentro de los 15 días siguientes. El comentario fue respondido en el chat del Facebook Live.

7.1.1 PQRS, pendientes por responder como compromiso con los grupos de valor:

De acuerdo con el compromiso adquirido con los grupos de valor, el público asistente y seguidor de las redes, el Facebook Live y, con base en la legalidad respecto de brindar respuestas a las preguntas realizadas durante el segundo evento de diálogo en un tiempo no superior a (15) días hábiles. Todas las preguntas fueron remitidas a los técnicos correspondientes para dar respuesta a la dirección de correo, al chat del teléfono reportado y, así mismo se adjuntará como anexo a la publicación del informe en la instancia del Organismo el consolidado de preguntas y respuestas discriminadas.

7.1.2 PQR Comentarios y Preguntas Facebook Live:

¿Desde la ruta de la salsa y conjuntamente con la comunidad estamos pendientes por hablar sobre el proyecto además para saber que se dejó proyectado para el 2024?

Respuesta: Conforme a la reunión llevada a cabo el día lunes 20 de noviembre de 2023, soportada mediante el acta No. 4172.010.14.95., se remite copia del acta de la reunión mediante la cual se dio trámite y respuesta al interrogante planteado en la rendición de cuentas del 14 de noviembre de 2023, presentado en el Facebook Live Segunda Rendición de cuentas 2023 a través del siguiente usuario conectado “Ruta de la salsa y turística barrio obrero- Cali”.

¿Requerimos más seguridad para realizar caminatas ecológicas etc.”? Lo del zoológico ahora en Halloween fue muy bonito, recorridos por el río cauca etc., hay muchos lugares para recorrer.

Respuesta: De acuerdo a su inquietud manifestada durante la pasada rendición de cuentas por parte de la Secretaria Stefania Doglioni “Requerimos más seguridad para realizar caminatas ecológicas etc. lo del zoológico ahora en Halloween fue muy bonito, recorridos por el río cauca etc. hay muchos lugares para recorrer” nos permitimos informarle que la seguridad turística está a cargo de la policía de turismo de la ciudad y la Secretaría de Seguridad y Justicia de la Alcaldía.

Se informa que la Policía cuenta con patrullas en diferentes zonas turísticas de la ciudad lo cual se complementa con la estrategia de zonas seguras adelantada por la Secretaría de Seguridad y Justicia. A la fecha, la Secretaría logró intervenir las 13 zonas turísticas priorizadas con señaléticas para el fortalecimiento de la comunicación entre Policía Nacional de Turismo, comunidad y comerciantes. Esta intervención ha permitido fortalecer los lazos de comunicación como lo ha sido la creación de una red de apoyo y Frentes de Seguridad

En caso que el recorrido turístico requiera un acompañamiento por parte de la policía turística pueden comunicarse al correo electrónico mecal.turismo@policia.gov.co y hacer la solicitud siempre y cuando el recorrido no tenga ningún costo para los participantes.

Muy explícita, clara y concisa. Gracias por ese gran amor que le tiene a Cali, el turismo nos hace más visible para el mundo entero.

Respuesta: Secretaría de Turismo en el chat del Facebook Live de la actividad: “Amanda, muchas gracias por su comentario. Entre todos podemos hacer de Santiago de Cali un destino que inspira.”

7.1.3 PQR Preguntas del público asistente:

¿Es preocupante que la población con discapacidad no pueda asistir a puntos turísticos porque no hay accesibilidad – rampas?

Respuesta: De acuerdo a su inquietud manifestada durante la pasada rendición de cuentas por parte de la Secretaria Stefania Doglioni “Es preocupante que la población con discapacidad no pueda asistir a puntos turísticos porque no hay accesibilidad – rampas” nos permitimos informarle que desde la Secretaría somos conscientes que tenemos una gran labor por delante para convertir a Cali en un destino turístico accesible. Es por esta razón que, alineado con la designación de la ciudad como un Destino Turístico Inteligente Adherido realizamos un primer diagnóstico de accesibilidad turística en la ciudad al igual que se generaron recomendaciones a implementar para mejorar la accesibilidad en la ciudad, las cuales se han venido implementando paulatinamente.

Adicionalmente, se han venido adelantando jornadas de socialización sobre este importante tema para el turismo de la mano del equipo de discapacidad de la Secretaría de Bienestar Social, buscando un acercamiento por parte del equipo de la Secretaría al igual que del sector turístico. Estas jornadas han tenido como enfoque los prestadores de servicios turísticos de la ciudad.

¿Para la comuna 19, cómo se ha pensado la Secretaría de Turismo el comercio. En la Comuna 19 Loma de la Cruz?

Respuesta: Atendiendo a su pregunta: “¿Cómo se ha pensado la Secretaría de Turismo el comercio en la Comuna 19 - Loma de la Cruz?”, realizada en la rendición de cuentas de la Secretaría de Turismo el 14 de noviembre del 2023, le informamos lo siguiente:

La Secretaría de Turismo de Santiago de Cali, ha realizado ruedas de negocios denominadas “Cali vive experiencias únicas”, donde empresarios y artesanos de La Loma de la Cruz hicieron parte del evento, ofreciendo sus productos y experiencias a tour operadores de turismo de la ciudad.

De esta manera, promoviendo la negociación de los empresarios y visibilizando los productos y servicios que ofrece cada uno para que los visitantes y turistas puedan conocer toda la oferta que se encuentra en el Parque Artesanal Loma de la Cruz. La intención del organismo, es seguir promoviendo estas ruedas de encadenamiento a nivel nacional e internacional en conjunto con otros organismos con el fin de fortalecer a proveedores y prestadores de servicios turísticos.

¿Cómo está el plan de naturaleza en la ciudad?

Respuesta: Atendiendo a su pregunta: “¿Cómo está el plan de naturaleza en la ciudad?”, realizada en la rendición de cuentas de la Secretaría de Turismo el 14 de noviembre del 2023, le informamos lo siguiente:

La Secretaría de Turismo de Santiago de Cali, actualmente ha avanzado en la implementación del Plan Estratégico de Turismo Rural y de Naturaleza con un cumplimiento del 87.5%, lo cual se traduce en la ejecución de 14 de las 16 acciones estratégicas establecidas. Esto de acuerdo con las metas e indicadores temporales descritos por el Plan.

De igual manera, se ha avanzado con actividades y gestiones que se encaminan al cumplimiento de acciones faltantes y actividades específicas con el objetivo de direccionar a nuestra zona rural a un desarrollo ordenado, coherente, competitivo y sostenible.

Teniendo en cuenta la inclusión en la red internacional de observatorios de turismo sostenible, ¿quisiera saber si hay una hoja de ruta o lineamientos a seguir para todos los actores del sector?

Respuesta: En atención a sus respuesta referente a la pregunta manifestada durante la pasada rendición de cuentas por parte de la Secretaria. “... quisiera saber si hay una hoja de ruta o lineamientos a seguir para todos los actores del sector”, nos permitimos informarle que al entrar en el club inсто de la OMT, Colombia, Cali, y el Valle del Cauca aceptan el reto de las Naciones Unidas de generar información que permita la creación de planes, programas proyectos y políticas públicas para la mitigación de los efectos ambientales económicos y culturales que genera el turismo. Para esto, aparte de generar esto se deben estar en constante asistencia de los comités en los diferentes lugares del mundo que la OMT invite. Hay que generar redes de intercambio con otros observatorios e invitarlos a nuestros territorios, que conozcan nuestros procesos e ir a los territorios de las otras ciudades. También hay que, por parte de la administración pública tanto gubernamental como local y nacional deben generar la inversión necesaria para tener nuevos instrumentos de medición nuevas investigaciones, generar conocimientos asociados a la mitigación del cambio climático Y yo creo que en el futuro, está gobernación entra ante uno de los esfuerzos es que debe aumentar la financiación del sistema de información y el observatorio y el gobierno nacional debe apostarle a las nuevas formas de entender el turismo que desde la OMT se está proponiendo en pro del modelo sostenible.

Las PQRSD recibidas por los grupos de valor que así mismo integra el público asistente durante esta segunda actividad de diálogo de la Rendición de Cuentas de la vigencia 2023, evidencian que las preguntas están relacionadas con las principales actividades que realiza el Organismo Secretaria de turismo distrital, de la siguiente manera:

El 40% está relacionado con la planificación y la competitividad desarrollada por la secretaría.
El 60% temas variados de la secretaría técnica – despacho.

En consideración al componente de responsabilidad, el compromiso adquirido durante la segunda jornada de Rendición de Cuentas del Organismo, fue subir a la instancia del organismo como

anexo al informe de Rendición de Cuentas, todas las respuestas que no se alcanzaron a contestar por cuestiones de formato y tiempo.

7.2 Análisis de la interacción

El evento de diálogo obtuvo la siguiente interacción de los participantes, lo que permiten un buen posicionamiento y participación por parte de los grupos de valor:

Personas alcanzadas: El número máximo de espectadores que obtuvo la secretaría de manera virtual fue de 37 personas conectadas en el vivo a través del Facebook live.

Veces que se compartió: De igual manera el en vivo obtuvo un total de 5 compartidas, lo que nos permite llegar a un mayor alcance a nivel de transmisión, siendo un impacto positivo para la secretaría que espera seguir generando un mayor impacto en la sociedad.

Comentarios: Es importante resaltar que se obtuvo un total de 45 comentarios, lo que permite concluir que de los 37 conectados permanente, todos fueron usuarios activos que se tomaron el tiempo de realizar un comentario positivo o plantear una pregunta que fueron respondidas en el “en vivo” del pasado 14 de noviembre de 2023.

Me gusta: 55 - Me encanta: 54

8. Conclusiones

La Secretaría de turismo distrital ha dado cumplimiento al tercer componente del Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano acatando el deber de toda entidad pública, de interactuar con la comunidad abriendo espacios de dialogo, dando a conocer a la ciudadanía y a los grupos de valor la gestión realizada durante el cuatrienio del periodo 2020 al 2024, que en esta ocasión se planteó de manera presencia con apoyo de transmisión en Facebook live - formato virtual en dicho espacio de dialogo e interacción se presentó un informe ejecutivo de la gestión, los logros y la ejecución presupuestal.

Es de destacar que la apertura del espacio de dialogo estuvo precedida por otro evento de dialogo masivo convocado por la secretaría en el que se agrupó a más de 300 personas entre gremios y operadores turísticos, en dicho espacio la Secretaría de Turismo Distrital de la Alcaldía de Santiago de Cali ha creado este evento como un espacio de diálogo e intercambio de conocimiento entre el sector, la academia y la Administración Distrital, para socializar las diferentes acciones, retos y estrategias en torno al desarrollo turístico del destino enfocado en la consolidación de Cali como un Destino Turístico Inteligente.

La agenda del evento se enfoca en los ejes estratégicos del modelo de Destino Turístico Inteligente donde conferencistas locales y nacionales de muy alto nivel expusieron compartiendo sus experiencias y aprendizajes en los siguientes temas:

Turismo Accesible: Un mundo sin fronteras - Conferencista: Fernando Aguirre. Deportista convencional y Paralímpico de Alto Rendimiento. Sostenibilidad - Conferencista: Julián Guerrero. Ex Viceministro de Turismo y precursor de la Política de turismo sostenible: Unidos por la Naturaleza. Innovación - Gente que marca la diferencia - Conferencista: Luis Guillermo Buitrago. Experto en comunicación estratégica, liderazgo y motivación de equipos. Pertenece al equipo de mentores de las cámaras de comercio de Bogotá y Cali. Gobernanza: Cali a Pesar de los Prejuicios - Conferencista: José Pablo Arango. Experto en marketing y comunicaciones, Ex director de marca país Colombia.

Se invitó a participar a la ciudadanía y grupos de valor por todos los medios incluyendo la virtualidad, en esta ocasión se optó por la presencialidad y la exposición conforme lo solicitaron los encuestados en la encuesta de petición.

La preparación consideró a la comunidad y sus precedentes peticiones de cuentas y, con dicho formato se expuso la rendición de cuentas, la invitación fue difundida a través de los diferentes medios de comunicación con el apoyo del sistema de gestión documental Orfeo, correo institucional, redes sociales, la publicación de carteleros en algunos Cali's,. No se obtuvo gran participación en peticiones y encuesta de evaluación, por lo que programaremos y haremos énfasis en el próximo evento de diálogo, solicitando apoyo al nivel directivo para que los grupos de trabajo asistan y se apropien de los temas del organismo.

La información proyectada, los videos y lo divulgado por la secretaria durante la actividad de Rendición de Cuentas, se destacó por la metodología del conversatorio, utilizando un lenguaje claro, completo, coherente y propio, así lo arroja la encuesta de percepción. El lugar del evento es el ideal, suficientemente aireado, amplio y suficiente, cumpliendo así con lo solicitado por los grupos de valor, con una ubicación estratégica y todas las condiciones de bioseguridad se abordaron y se acogió al público asistente.

La secretaria proporcionó información clara y concreta, con propiedad, conocimiento y buen manejo de datos, lo que permitió el entendimiento y motivó el silencio a la hora de las preguntas durante la actividad que clausura el periodo de gobierno enmarcado en el diálogo, el Facebook seguirá publicado en la instancia del organismo y la publicación de este informe se hizo dentro del tiempo establecido por la Función Pública.

En el desarrollo de la rendición de cuentas del organismo, se contó con una intérprete de lengua de señas, profesora de la práctica, que mantuvo su alerta de señas constante durante la transmisión, lo cual permitió la inclusión para la personas con discapacidad auditiva.

La actividad de Rendición de Cuentas, garantizó los derechos fundamentales del ciudadano a participar en el control del poder público, de acceder a la información y los principios de transparencia. Aunque en la actividad no se alcanzó a poner en contexto el paralelo siguiente, se opta por plasmar la información en este documento para cumplir las condiciones de publicidad e información que se debe a los grupos de valor y las comunidades.