

MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI
BANCO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN
FICHA DE ESTADISTICAS BASICAS DE INVERSIÓN (EBI)
VIGENCIA
2022

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

DEF. PROYECTO (ID):	BP-26004152
NOMBRE DE PROYECTO:	Divulgación en medios de comunicación de la oferta turística de Santiago de Cali
SOCIEDAD:	MCAL
PERFÍL PROYECTO:	13 - Desarrollo Turístico
ÁREA FUNCIONAL:	51030010016 - Plan de medios, nacional
CENTRO GESTOR:	4172 - Secretaria de Turismo
CENTRO DE COSTO:	4172100000 - DESPACHO DEL SECRETA
PROPONENTE:	SECRETARÍA DE TURISMO
PERSONA RESPONSABLE:	STEFANIA DOGLIONI VELEZ
DIRECCIÓN:	CALLE 12 #1-12
MUNICIPIO:	Municipio de Cali
TELEFONO:	

2. ORGANISMO QUE PRESENTA EL PROYECTO AL BANCO

RESPONSABLE:	STEFANIA DOGLIONI VELEZ
ORGANISMO:	4172 - SECRETARÍA DE TURISMO
CARGO:	SECRETARIA DE DESPACHO
CORREO ELECTRÓNICO:	STEFANIA.DOGLIONI@CALI.GOV.CO
TELÉFONO:	8811115

3. PLAN DE DESARROLLO

PROGRAMA MUNICIPAL:
P.D 2020 - 2023 Cali Unida por la vida->P,D 2020 - 2023 Cali Unida por la vida->DIM 1: Cali, Inteligente para la Vida->Línea 1.3: Posicionamiento Local en el A->Prog 1.3.1: Marca de Ciudad para un Dist->Plan de medios, nacional e internacional implementado

4. PROBLEMA CENTRAL

Baja visibilización de la oferta turística de Santiago de Cali en medios de comunicación
--

5. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

REGIÓN	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	CANTIDAD
Occidente	Valle del Cauca	Municipio de Cali	20.000

6. OBJETIVO GENERAL Y DESCRIPCIÓN

Impulsar la visibilización de la oferta turística de Santiago de Cali en medios de comunicación
El turismo es una de las industrias que ha incrementado considerablemente en los últimos años y cada ciudad en el mundo compite por mostrar sus mejores atractivos para aumentar su número de visitantes y por consecuencia su

economía. Un plan de medios permite la visibilización y promoción de la ciudad, su cultura, su gastronomía y todo lo que conforma la oferta turística de la misma. Finalmente, permite posicionar a la ciudad como un destino turístico, generando recordación de su oferta permite a propios y visitantes identificarse con la cultura del destino creando conexiones entre sus diferentes públicos lo que permite al destino expandirse en mercados locales, nacionales e internacionales. Es por esto que desde la Secretaría de turismo se hace necesario o implementar un plan de medios que permita generar estrategias audiovisuales a través de diferentes medios como herramienta masiva para promocionar una ciudad como Santiago de Cali. Una ciudad que aún carga con una imagen negativa por las huellas de la violencia, la inseguridad y poca infraestructura, pero que actualmente se encuentra en un periodo de transición significativo y que trae miradas internacionales, admiradas por su transformación social que avanza a pasos agigantados. Así mismo, sin negar que tanto los términos turísticos y comunicaciones han evolucionado, se espera integrar satisfactoriamente las nuevas tecnologías de la información a esta industria que, cada vez es de mayor prioridad para los pueblos, ciudades y países.

7. ASOCIACIÓN DE PRODUCTOS A METAS (PRODUCTOS Y COMPONENTES)

OBJETIVOS ESPECIFICOS	PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	CANTIDAD DE PROD, POR VIGENCIA	META
Visibilizar en diferentes medios de comunicación la oferta turística de Santiago de Cali	Servicio de promoción turística (Producto principal del proyecto)	Campañas realizadas	8	16

8. ACTIVIDADES

ELEMENTO PEP	DESCRIPCIÓN DE ELEM. PEP	POSPRE	NOMBRE DE POSPRE	FONDO	NOMBRE DE FONDO	VALOR
BP-26004152/1/01/01/01	Implementar un plan de medios nacional e internacional para la promoción Turística de Santiago de Cali	2-320202008	ServPresEmpServProd	121000	ICLD	326.312.760
BP-26004152/1/01/01/02	Brindar apoyo a la difusión y promoción turística de Santiago de Cali a nivel local, regional, nacional e internacional	2-320202009	ServComuniSocia Perso	121000	ICLD	292.456.320
BP-26004152/1/01/01/03	Implementar un plan de medios nacional e internacional para la promoción Turística de Santiago de Cali -	2-320202008	ServPresEmpServProd	13300000	R.B ICLD	450.885.400
BP-26004152/1/01/01/04	Brindar apoyo a la difusión y promoción turística de Santiago de Cali a nivel local, regional, nacional e internacional....	2-320202009	ServComuniSocia Perso	13300000	R.B ICLD	49.114.600

ELEMENTO PEP	DESCRIPCIÓN DE ELEM. PEP	POSPRE	NOMBRE DE POSPRE	FONDO	NOMBRE DE FONDO	VALOR
TOTAL						1.118.769.080

9. POBLACIÓN BENEFICIADA CON EL PROYECTO

UBICACIÓN	TIPO DE POBLACIÓN	CANTIDAD
Municipio de Cali	Población Afectada	2.241.491
Municipio de Cali	Población Beneficiada	20.000
Municipio de Cali	0 a 14 años	2.000
Municipio de Cali	15 a 19 años	4.500
Municipio de Cali	20 a 59 años	12.000
Municipio de Cali	Mayor de 60 años	1.500
Municipio de Cali	Población Afrocolombiana	0
Municipio de Cali	Población Raizal	0
Municipio de Cali	Pueblo Rom	0
Municipio de Cali	Población Mestiza	0
Municipio de Cali	Población Palenquera	0
Municipio de Cali	Masculino	0
Municipio de Cali	Femenino	0
Municipio de Cali	Desplazados	0
Municipio de Cali	Discapacitados	0
Municipio de Cali	Víctimas	0
Municipio de Cali	Población Indígena	0

10. INDICADOR OBJETIVO GENERAL

INDICADOR. OBJETIVO GENERAL	UNIDAD	META
Plan de medios, nacional e internacional implementado	Número	16

11. VIABILIDAD ORGANISMOS

Concepto de viabilidad de los Organismos	SI ☒ NO ☐
FECHA: 24/09/2021 HORA: 23:56:55 NOMBRE: Zoraya Garces Blandon	

12. CONTROL POSTERIOR DE VIABILIDAD DAPM

Concepto de Control Posterior de Viabilidad DAPM	SI ☒ NO ☐
FECHA: 11/10/2021 HORA: 21:56:13 NOMBRE: Roy Alejandro Barreras Cortes	