

MATRIZ DE COLECCIÓN DE INFORMACIÓN PARA SEGUIMIENTO DE PLAN DE ACCIÓN Y PLAN INDICATIVO CONFORTRISMO 2017.

(1) CUANTO DIFERENCIA	(2) RECOMIENDA DIFERENCIA	(3) RECOMIENDA DIFERENCIA	(4) SUBPROGRAMA	(5) META PRODUCTO PLAN DE DESARROLLO 2017	(6) PROYECTO	(7) META PROYECTO	(8) META PROYECTO EJECUCIÓN A MARZO DE 2017	(9) META PROYECTO EJECUCIÓN A JUNIO DE 2017	(10) META PROYECTO EJECUCIÓN A SEPTIEMBRE DE 2017	(11) META PROYECTO EJECUCIÓN A DICIEMBRE DE 2017	FORCENAL DE EJECUCIÓN SEGÚN PLANEACIÓN	FORCENAL DE EJECUCIÓN POR PROGRAMAS SEGÚN PLANEACIÓN	% cumplimiento o a la fecha	Evaluación proyecto	Evaluación por Programas propios	(12) INDICADOR				AFORCENAL DE DEFINIRVA SEGÚN PRES	EJECUCIÓN SEGÚN PRES	FORCENAL DE EJECUCIÓN	(13) CRONOGRAMA PROGRAMADO	ACTIVIDAD	(14) OBSERVACIONES EN MARZO	(14) OBSERVACIONES ABRIL-JUNIO	(14) OBSERVACIONES JULIO-SEPT	(14) OBSERVACIONES OCT-DIC
																(A) NOMBRE	(B) VALOR A DIC 2013	(C) VALOR A DIC 2014	(D) VALOR A DIC 2015									
																(A) NOMBRE	(B) VALOR A DIC 2013	(C) VALOR A DIC 2014	(D) VALOR A DIC 2015									
			Nuevo y Variado Clérfico Turístico	1) Nuevos productos turísticos	Tulúm competitivo y fuente de desarrollo sostenible en Cartagena de Indias	Número de nuevos productos turísticos ofertados en la ciudad de Cartagena de Indias	0	0	0	0	0.00%		0%	0%				Número de nuevos productos turísticos ofertados en la ciudad de Cartagena de Indias	0	0	0		Creación de nuevos productos turísticos	En cuanto conceptualización y desarrollo de producto turístico, se continúa trabajando en la Ruta de Museos donde se han hecho acuerdos con un grupo de artesanos locales para la producción de productos artesanales y se continúa con el desarrollo de la ruta de museos. Se continúa con el desarrollo de la ruta de museos y se continúa con el desarrollo de la ruta de museos.	En cuanto conceptualización y desarrollo de producto turístico, se continúa trabajando en la Ruta de Museos donde se han hecho acuerdos con un grupo de artesanos locales para la producción de productos artesanales y se continúa con el desarrollo de la ruta de museos. Se continúa con el desarrollo de la ruta de museos y se continúa con el desarrollo de la ruta de museos.	En cuanto conceptualización y desarrollo de producto turístico, se continúa trabajando en la Ruta de Museos donde se han hecho acuerdos con un grupo de artesanos locales para la producción de productos artesanales y se continúa con el desarrollo de la ruta de museos. Se continúa con el desarrollo de la ruta de museos y se continúa con el desarrollo de la ruta de museos.	Se cuenta con el arte digital para la materialización de este producto el cual estamos socializando con cada uno de los Museos para su aprobación final y definición de la fecha de lanzamiento.	
				35071 pasajeros legando por vía marítima	Tulúm competitivo y fuente de desarrollo sostenible en Cartagena de Indias	306.115 de pasajeros legando por vía marítima	129.974	58.792	13.316	140.171	100.00%		112%	111.81%				Número de pasajeros legando por vía marítima	0	243.958	304.311		Participación en el evento SEATADE desarrollado en Fort Lauderdale en mes de mayo.				Se ha hecho presencia en los eventos patrocinados de las recadas inaugurales de los nuevos frees de cruces que han llegado a Cartagena de Indias tales como Wang In, Columbia, Carnival Freedom	
				26773 pasajeros internacionales legando por vía aérea	Tulúm competitivo y fuente de desarrollo sostenible en Cartagena de Indias	258.385 pasajeros internacionales legando por vía aérea	82.279	74.284	82.761	79580	100%		123%	123.42%				Número de pasajeros internacionales legando por vía aérea	166.261	178.731	232.015	275.851	Participación en Feria 2017 realizada en Madrid España, que es la feria más importante de Europa y el mundo, mostrando la oferta de calendario de gestión de posicionamiento turístico al mundo.	Participación en el evento CAPA Americas Aviation Summit 2017 en Orlando EEUU. En el mes de abril el cual reúne a los altos ejecutivos de las líneas aéreas, aerolíneas y organizaciones gubernamentales a nivel internacional para abordar las principales acciones estratégicas y comerciales que afectan al desarrollo de la aviación en el continente.	Participación en Ruta de Indias donde reúne a las principales representantes y formadoras de decisión de la industria aérea internacional principalmente aquellas interesadas en hacer negocios en el continente americano, donde se llevaron a cabo 16 citas.	Participación en el evento Seminario Colombia en Cartagena de Indias, teniendo en cuenta que se ha identificado una demanda potencial por productos, enfocados en Historia y Cultura, Agro turismo y Hobbies y comunicación a los agentes más representativos del país, este seminario es un plataforma para la búsqueda y generación de nuevas oportunidades de negocios y el mantenimiento de las relaciones comerciales existentes con Chile. 3. Delta Vapors University es uno de los eventos educativos más largos y respetados en el país para agentes de viajes. Checa a los agentes de viajes de Estados Unidos y Canadá un amplio oferta de destinos, especialidades y áreas de desarrollo empresarial impartiada por expertos en destino y productos. Se contó con la asistencia de más de 2.000 agentes de viajes.	Participación en la conferencia de USFDA que reúne a los principales Tour operadores de Estados Unidos, nuestro principal emisor de turistas hacia el destino, donde tuvimos la oportunidad de sostener encuentros con más de 20 tour operadores que venían y trabajarán en promocionados en la próxima vigencia.	
				36773 pasajeros internacionales legando por vía aérea	Tulúm competitivo y fuente de desarrollo sostenible en Cartagena de Indias	258.385 pasajeros internacionales legando por vía aérea	82.279	74.284	82.761	79580			123%	123.42%				Número de pasajeros internacionales legando por vía aérea	166.261	178.731	232.015	275.851	Realización de PRESS TRIP	Se realizó un press trip con periodistas panameños con motivo del lanzamiento de la nueva ruta de la carretera al Panamá en la ruta Cartagena-Panamá, el pasado 01 de junio	Se realizó un press trip con periodistas panameños con motivo del lanzamiento de la nueva ruta de la carretera al Panamá en la ruta Cartagena-Panamá, el pasado 01 de junio	No se realizaron press trips durante este periodo	Se realizó un press trip con Ploce Ok Studio en el que participaron dos bloggers e influenciadoras de Ploce quienes en el marco del congreso de Turismo Turístico realizaron una agenda de reconocimiento del destino, el cual fue en el marco de la promoción de la ruta aérea por Latam.	
			Agencia Y Consultoría De Mercados, Estudios Estratégicos A Nivel Nacional E Internacional	220263 pasajeros nacionales legando por vía aérea	Tulúm competitivo y fuente de desarrollo sostenible en Cartagena de Indias	2.098.424 pasajeros nacionales legando por vía aérea	513.225	490.555	532.479	529.015	98%		98%	98.42%				Número de pasajeros nacionales legando por vía aérea	1.534.515	1.634.207	1.746.469	1.931.511	Diseño y producción de material promocional	Se diseñó e imprimió material promocional con información de Cartagena y Bolívar el cual se entregó en la Vitrina Turística de Ando.				Se desarrolló material promocional con contenido general y detallado de la ciudad para ser entregado a personas importantes con gran influencia a nivel nacional e internal con el fin de continuar fortaleciendo la estrategia de promoción.
				220263 pasajeros nacionales legando por vía aérea	Tulúm competitivo y fuente de desarrollo sostenible en Cartagena de Indias	2.098.424 pasajeros nacionales legando por vía aérea	513.225	490.555	532.479	529.015			98%	98.42%				Número de pasajeros nacionales legando por vía aérea	1.534.515	1.634.207	1.746.469	1.931.511	Desde Copacabana y sus canales de difusión se muestran las diferentes actividades de a nivel Distrito Institucional y del sector se desarrollan para promover el destino a nivel nacional e internacional, así como todas aquellas acciones misionales que buscan elevar la importancia de la industria en nuestra ciudad y al país.	Desde Copacabana y sus canales de difusión se muestran las diferentes actividades de a nivel Distrito Institucional y del sector se desarrollan para promover el destino a nivel nacional e internacional, así como todas aquellas acciones misionales que buscan elevar la importancia de la industria en nuestra ciudad y al país.	Desde Copacabana y sus canales de difusión se muestran las diferentes actividades de a nivel Distrito Institucional y del sector se desarrollan para promover el destino a nivel nacional e internacional, así como todas aquellas acciones misionales que buscan elevar la importancia de la industria en nuestra ciudad y al país.	Concededores de la importancia de comunicar y promover desde Copacabana se ha continuado con la implementación de la estrategia de comunicaciones en sus canales de difusión mostrando las diferentes actividades que a nivel Distrito Institucional y del sector se desarrollan para promover el destino a nivel nacional e internacional así como todas aquellas acciones misionales que buscan elevar la importancia de la industria en nuestra ciudad y al país.		
				220263 pasajeros nacionales legando por vía aérea	Tulúm competitivo y fuente de desarrollo sostenible en Cartagena de Indias	2.098.424 pasajeros nacionales legando por vía aérea	513.225	490.555	532.479	529.015			98%	98.42%				Número de pasajeros nacionales legando por vía aérea	1.534.515	1.634.207	1.746.469	1.931.511	Participación en la vitrina turística más importante del país.	A la Vitrina Turística de Ando se participó en alianza con el Departamento de Bolívar. Este año se contó con un stand de 216 metros cuadrados y participaron 85 empresarios. El tema principal realizado Cartagena de Indias y Bolívar más por descubrir. Contamos con el acompañamiento institucional de Colegios, Academia, ICAVE, CICAER, Cámara de Comercio, Feriado entre otros.				Participación en la vitrina turística más importante del país.
				220263 pasajeros nacionales legando por vía aérea	Tulúm competitivo y fuente de desarrollo sostenible en Cartagena de Indias	2.098.424 pasajeros nacionales legando por vía aérea	513.225	490.555	532.479	529.015			98%	98%				Número de pasajeros nacionales legando por vía aérea	1.534.515	1.634.207	1.746.469	1.931.511	Refuerzo estrategia online de promoción	Se mantiene una estrategia digital basada en redes sociales y el portal único de destino www.cartagenaenindias.com , facebook (https://www.facebook.com/cartagenaenindias) 1170 me gusta, twitter (https://twitter.com/cartagenaenindias) 1216 seguidores, Cartagenaenindias Facebook (https://www.facebook.com/cartagenaenindias) 27415 me gusta, twitter (https://twitter.com/cartagenaenindias) 1810 seguidores.	Se mantiene una estrategia digital basada en redes sociales y el portal único de destino www.cartagenaenindias.com , facebook (https://www.facebook.com/cartagenaenindias) 1166 me gusta, twitter (https://twitter.com/cartagenaenindias) 1200 seguidores, Cartagenaenindias Facebook (https://www.facebook.com/cartagenaenindias) 27415 me gusta, twitter (https://twitter.com/cartagenaenindias) 1810 seguidores.	Se mantiene una estrategia digital basada en redes sociales y el portal único de destino www.cartagenaenindias.com , facebook (https://www.facebook.com/cartagenaenindias) 1229 me gusta, twitter (https://twitter.com/cartagenaenindias) 1200 seguidores, Cartagenaenindias Facebook (https://www.facebook.com/cartagenaenindias) 27415 me gusta, twitter (https://twitter.com/cartagenaenindias) 1810 seguidores.	Se mantiene una estrategia digital basada en redes sociales y el portal único de destino www.cartagenaenindias.com , facebook (https://www.facebook.com/cartagenaenindias) 1229 me gusta, twitter (https://twitter.com/cartagenaenindias) 1200 seguidores, Cartagenaenindias Facebook (https://www.facebook.com/cartagenaenindias) 27415 me gusta, twitter (https://twitter.com/cartagenaenindias) 1810 seguidores.	
				Sostenimiento de la certificación del centro histórico como destino turístico sostenible	Tulúm competitivo y fuente de desarrollo sostenible en Cartagena de Indias	Sostenimiento de la certificación del centro histórico como destino turístico sostenible	1	1	1	1	100%		100%	100%				Sostenimiento del sistema de gestión base de la certificación del centro histórico como destino turístico sostenible	1				Puntos de información turística de Cartagena de Indias (3 puntos).				Se realizó la vinculación del personal y se encuentran funcionando los puntos de información ubicados en Plaza de la Paz, Museo La Botafuera y Aeropuerto.	
				Sostenimiento de la certificación del centro histórico como destino turístico sostenible	Tulúm competitivo y fuente de desarrollo sostenible en Cartagena de Indias	Sostenimiento de la certificación del centro histórico como destino turístico sostenible	1	1	1	1	100%		100%	100%				Sostenimiento del sistema de gestión base de la certificación del centro histórico como destino turístico sostenible	1				Compañías de sostenibilidad.				En el marco de la preparación de la temporada turística de fin de año se desarrolló la estrategia de Comunicados de la empresa que contó con los diferentes Secretarías del Distrito fueron vigas para preservar a la ciudad de la epidemia. Esta estrategia tuvo como un producto el desarrollo de la estrategia de comunicaciones durante varios días estuvieron en el plano de las redes sociales a los turistas y residentes o unirse a la campaña "Tu que haces por Cartagena?" las personas se tomaron fotos las cuales eran publicadas en las redes sociales como un compromiso por un turismo sostenible.	
				Sostenimiento de la certificación del centro histórico como destino turístico sostenible	Tulúm competitivo y fuente de desarrollo sostenible en Cartagena de Indias	Sostenimiento de la certificación del centro histórico como destino turístico sostenible	1	1	1	1	100%		100%	100%				Sostenimiento del sistema de gestión base de la certificación del centro histórico como destino turístico sostenible	1				Formación o prestadores de servicios turísticos (vendedores internacionales, promotores turísticos, coaches) y HVS.				Se realizó convenio con la Universidad los Libertadores en donde se trabajó con los vendedores que hacen campañas legítimas en total 70 personas (vendedores de turismo, inmobiliarias, comercio, vendedores de productos turísticos del mundo la bodogear) los cuales a través de una estrategia integral se les capacitaron en componentes de coaching, temas ambientales, temas sociales y temas académicos. Por otra parte en conjunto con el Seno se trabajó la estrategia Cartagena Binge beneficiando a 150 prestadores de servicios turísticos en idiomas de portugués, francés e inglés.	
				Sostenimiento de la certificación del centro histórico como destino turístico sostenible	Tulúm competitivo y fuente de desarrollo sostenible en Cartagena de Indias	Sostenimiento del sistema de gestión base de la certificación del centro histórico como destino turístico sostenible	1	1	1	1	100%		100%	100%				Sostenimiento del sistema de gestión base de la certificación del centro histórico como destino turístico sostenible	1				Sticar.				Se tuvo la proyección de la temporada de fin de año y se cuenta con la consolidación de los otros 31 de diciembre de 2017.	
				Sostenimiento de la certificación del centro histórico como destino turístico sostenible	Tulúm competitivo y fuente de desarrollo sostenible en Cartagena de Indias	Sostenimiento del sistema de gestión base de la certificación del centro histórico como destino turístico sostenible	1	1	1	1	100%		100%	100%				Sostenimiento del sistema de gestión base de la certificación del centro histórico como destino turístico sostenible	1				Preparación de la temporada de fin de año				Se realizó la reunión de preparación de la temporada en la cual con la Gerencia del Centro Histórico y los diferentes Secretarías del Distrito se implementó el Plan de Comunicados de la Empresa, esta estrategia inició el 27 de diciembre y finalizó el 14 de enero de 2018 el objetivo de las Comunicados fue vigilar en las diferentes redes sociales temas de seguridad pública, vendedores, seguridad, entre otros, procurando que la ciudad estuviera en óptimas condiciones para atender a residentes y turistas. Cada Secretaría envió un reporte a Copacabana con las inspecciones realizadas.	

(1) OBJETIVO D) BARRERA	(2) PROGRAMA	(3) SUBPROGRAMA	(4) SUBPROGRAMA	(7) META PRODUCTO PLAN DE DESARROLLO 2015	(9) PROYECTO	(10) META PROYECTO	(11) META PROYECTO EJECUTADA A MARZO 30 DE 2017	(11) META PROYECTO EJECUTADA A JUNIO 30 DE 2017	(11) META PROYECTO EJECUTADA A SEPTIEMBRE 30 DE 2017	(11) META PROYECTO EJECUTADA A DICIEMBRE 31 DE 2017	PORCENTAJE DE EJECUCION SEGUN PLANEACION	PORCENTAJE DE EJECUCION POR PROGRAMAS SEGUN PLANEACION	% cumplimiento a la fecha	Evaluación propia	Evaluación por Programas propios	(12) INDICADOR				AFORRACION DEFINITIVA SEGUN PRECIS	EJECUCION SEGUN PRECIS	PORCENTAJE DE EJECUCION	(13) CRONOGRAMA PROGRAMADO	(14) OBSERVACIONES ENR-MARZO	(14) OBSERVACIONES ABRIL-JUNIO	(14) OBSERVACIONES JUNIO-SEPT	(14) OBSERVACIONES OCT-DIC
							(A) NOMBRE	(B) VALOR A DIC 2013	(B) VALOR A DIC 2014	(C) VALOR A DIC 2015						(D) VALOR A DIC 2016											
							ACTIVIDAD																				
			Turismo Responsable e incluyente como instrumento de desarrollo de nuestra ciudad.	Fortalecimiento de la campaña de perfeccionamiento del turismo por parte de los cartageneros y su responsabilidad como arribiones en el destino.	Turismo competitivo y fuente de desarrollo sostenible en Cartagena de Indias	Fortalecimiento de la campaña de perfeccionamiento del turismo por parte de los cartageneros y su responsabilidad como arribiones en el destino.	1	1	1	1	100%		100%	100%	Fortalecimiento de la campaña de perfeccionamiento del turismo por parte de los cartageneros y su responsabilidad como arribiones en el destino.												El 20 de diciembre se realizó los premios de la Muestra Soy, lo en conjunto con la Alcaldía Mayor de Cartagena, la Policía y la Fundación Renacer, cuyo objetivo fue socializar los estrategias que los diferentes grupos o comunidades han desarrollado en la prevención del ECHNA. En este evento participaron más de 200 personas y se realizó reconocimiento a los establecimientos certificados en THE CODE y a los actores que trabajan en las estrategias de prevención.
				Fortalecimiento de la campaña de perfeccionamiento del turismo por parte de los cartageneros y su responsabilidad como arribiones en el destino.	Turismo competitivo y fuente de desarrollo sostenible en Cartagena de Indias	Fortalecimiento de la campaña de perfeccionamiento del turismo por parte de los cartageneros y su responsabilidad como arribiones en el destino.	1	1	1	1	100%		100%	100%	Fortalecimiento de la campaña de perfeccionamiento del turismo por parte de los cartageneros y su responsabilidad como arribiones en el destino.												1. En el mes de diciembre se desarrolló una estrategia en conjunto con PMA Hamaca 'De regreso al Mar' la cual buscaba generar conciencia del manejo de residuos sólidos para los visitantes hacia la Zona Insular y conciencia del no ocupar elementos en vía de circulación.
				Fortalecimiento de la campaña de perfeccionamiento del turismo por parte de los cartageneros y su responsabilidad como arribiones en el destino.	Turismo competitivo y fuente de desarrollo sostenible en Cartagena de Indias	Fortalecimiento de la campaña de perfeccionamiento del turismo por parte de los cartageneros y su responsabilidad como arribiones en el destino.	1	1	1	1	100%		100%	100%	Fortalecimiento de la campaña de perfeccionamiento del turismo por parte de los cartageneros y su responsabilidad como arribiones en el destino.												2. En conjunto con Unicolombia se realizó visita de reparación a Orlas para hacer levantamiento de información del estado de los prestadores de servicios turísticos para un proceso de formación y fortalecimiento con base en los Normas Técnicas Sectoriales de Turismo Sostenible.
			Cartagena conectada	1 Nueva ruta conectando directamente a Cartagena de Indias con el mundo	Turismo competitivo y fuente de desarrollo sostenible en Cartagena de Indias	1 Nueva ruta conectando directamente a Cartagena de Indias con el mundo	3	1	0	2	100%		600%	600%	Nuevas rutas conectando directamente a Cartagena de Indias con el mundo												Se desarrollaron campañas con los prestadores de servicios turísticos y las comunidades generando conciencia de los diversos problemas que se presentan en la ciudad en la parte social y ambiental del destino.
																Desarrollo de planes de mejoramiento de accesibilidad y rutas exclusivas internacionales.											Se desarrollaron campañas con los prestadores de servicios turísticos y las comunidades generando conciencia de los diversos problemas que se presentan en la ciudad en la parte social y ambiental del destino.
																Desarrollo de planes de mejoramiento de accesibilidad y rutas exclusivas internacionales.											Se desarrollaron campañas con los prestadores de servicios turísticos y las comunidades generando conciencia de los diversos problemas que se presentan en la ciudad en la parte social y ambiental del destino.

83.10%

84.10%

Fuente: Puerto de Cartagena y SACSA.

Nota: los datos correspondientes de pasajeros nacionales e internacionales correspondientes al mes de diciembre son datos estimados, dado que aun las entidades no han entregado los datos del en mención.