PROPUESTA CORPOTURISMO - CONVENIO 2024

CONSOLIDACIÓN DE LA PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE CARTAGENA DE INDIAS

1. DATOS GENERALES:

NOMBRE DEL PROYECTO	CONSOLIDACIÓN DE LA PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE CARTAGENA DE INDIAS
TIPO DE PRESUPUESTO:	INGRESOS CORRIENTES DE LIBRE DESTINANCIÓN – DIVIDENDOS ACUACAR Y DIVIDENDOS SOCIEDAD PORTUARIA
CÓDIGO PRESUPUESTAL	2.3.3502.0200.2021130010205
FUENTE	1.2.1.0.00-001 - ICLD
	1.3.1.1.03-062 – DIVIDENDOS ACUACAR
	1.3.1.1.03-138 – DIVIDENDOS SOCIEDAD PORTUARIA
	1.3.3.1.00-95-001 RB ICLD.
CÓDIGO BPIN:	2021130010205
OBJETO:	AUNAR ESFUERZOS ENTRE LA ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA Y LA CORPORACIÓN TURISMO CARTAGENA DE INDIAS PARA LA EJECUCIÓN Y DESARROLLO DE LAS ACCIONES DE PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL, CONECTIVIDAD Y TURISMO RESPONSABLE, EN LA CIUDAD DE CARTAGENA.
LINEA ESTRATEGICA	TURISMO, MOTOR DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA PARA CARTAGENA DE INDIAS
PROGRAMA	PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL
META PRODUCTO PLAN DE DESARROLLO	MANTENER EL NÚMERO DE VISITANTES EN 3.207.999 LLEGANDO A CARTAGENA POR VÍA AÉREA, MARÍTIMA Y TERRESTRE
PRESUPUESTO 2024	*CINCO MIL OCHOCIENTOS SESENTA Y NUEVE MILLONES DE PESOS M/CTE ($5.869.000.000)*

2. ELEMENTOS DEL ESTUDIO

a. GLOSARIO:

Destino (destino principal de un viaje): El destino principal de un viaje turístico se define como el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje RIET 2008, parr. 2.3.1) (OMT)

Producto interno bruto directo turístico: El producto interno bruto directo turístico es la suma de la parte del valor añadido bruto [a precios básicos) generada por todas las industrias en respuesta al consumo turístico interno más los impuestos netos sobre los productos e importaciones incluidos en el valor de este gasto a precios de adquisición (CST: RMC 2008, párr. 4.96). (OMT)

Sector turístico: El sector turístico, según la Cuenta Satélite de Turismo, es la agrupación de unidades de producción en diferentes industrias que suministran los bienes y servicios de consumo que demandan los visitantes. Esas industrias se denominan industrias turísticas porque las adquisiciones de los visitantes representan una proporción tan considerable de su oferta que, en ausencia de visitantes, su producción dejaría de existir en cantidades significativas. (OMT)

Servicios: Los servicios son el resultado de una actividad productiva que cambia las condiciones de las unidades que los consumen o que facilita el intercambio de productos o de activos financieros (SCN 2008, párr. 6.17). (OMT)

Turista (o visitante que pernocta): Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET2008, párr. 2.13). (OMT)

Turismo: Turismo se refiere a la actividad de los visitantes (RIET 2008. párr. 2.9). (OMT)

Turismo internacional: El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor. es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del pais de referencia, como parte de sus viajes turísticos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores (RIET, 2008, parr.242). (OMT)

B. CONTRIBUCIÓN DEL PROYECTO A LA POLÍTICA PÚBLICA

A. CONTRIBUCIÓN AL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

El Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 "COLOMBIA, POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA", es una apuesta por convertir al país en líder de la lucha mundial por la vida, la humanidad y la naturaleza. Su énfasis radica en las transformaciones a través de la mirada territorial y sus poblaciones, que el desarrollo económico parta desde el ordenamiento del territorio y la inclusión.

Propone 5 grandes transformaciones:
1) Ordenamiento del territorio alrededor del agua.
2) Seguridad humana y justicia social.
3) Derecho humano a la alimentación.
4) Transformación productiva, internacionalización y acción climática.
5) Convergencia regional.

El mencionado plan incluye entre otras actividades el fomento del Turismo Sostenible a través del conocimiento y la innovación "creando modelos de negocios incluyentes, con enfoque de circularidad, generando encadenamientos productivos de alto valor agregado en el sector agropecuario, forestal, pesquero, farmacéutico, textil, de turismo de la naturaleza y otros sectores de la bioeconomía, dirigidos a los mercados nacionales y extranjeros" (PND, 2023).

El **Plan Sectorial de Turismo "Turismo en armonía con la vida 2022-2026"**, tiene como objetivo "construir capacidades para consolidar el desarrollo sostenible y responsable del turismo en el país, mejorando las prácticas de inclusión e innovación que realizan los entes gubernamentales, las empresas, las comunidades y los territorios, incrementando las oportunidades para la creación de valor social y económico en la oferta turística, para aumentar la demanda de viajeros y el reconocimiento turístico del país", en consecuencia, el desarrollo del bienestar social es el objetivo principal de este instrumento, que se medirá a partir de la generación de oportunidades laborales en el sector en relación de la llegadas de turistas que llegan al país.

El Plan Sectorial establece cuatro grandes líneas estratégicas del Gobierno Nacional para el cuatrienio 2022-2026 que, en el largo y el mediano plazo, buscan solucionar los cuellos de botella que enfrenta el sector. Las líneas estratégicas son:

1. Democratización del turismo como fuerza transformadora para una cultura de paz.
2. Territorios turísticos para la equidad y el bienestar
3. Turismo: alternativa para la transición económica y protección de la naturaleza
4. Turismo: dinamizador de la economía para la vida y la justicia social

CONTRIBUCIÓN AL PLAN DISTRITAL DE DESARROLLO VIGENTE

El Plan de Desarrollo Cartagena 2020 - 2023 "SALVEMOS JUNTOS A CARTAGENA, POR UNA CARTAGENA LIBRE Y RESILIENTE", en el Capítulo II. Pilares estratégicos, eje transversal, líneas estratégicas y programas, en el artículo 9 "Pilar Cartagena

Contingente", en la línea estratégica 9.3 "Turismo, motor de reactivación económica para Cartagena de Indias" que teniendo en cuenta el contexto de emergencia sanitaria del Covid – 19, contempla "...Por lo anterior los planes para la ejecución de la política turística para el Distrito de Cartagena de Indias se han reorientado, en concordancia con las acciones propuestas por la Organización Mundial del Turismo y con la contribución de los Miembros del Comité de Crisis Mundial para el Turismo, integrado por representantes de la OMT" (Plan de Desarrollo Cartagena 2020-2023), el cual le apunta "..La reactivación del crecimiento de la industria turística de la ciudad mediante estrategias promoción y conectividad aérea que deben ser reforzadas con incentivos y/o recursos por parte del estado, todo esto articulado al plan sectorial de turismo y en segundo lugar un grupo de medidas que deben apuntar a organizar la actividad informal que se presenta en este sector en un nuevo contexto internacional" (Plan de Desarrollo Cartagena 2020-2023).

La línea estratégica anteriormente descrita, cuenta con 3 programas:

2. *Promoción Nacional e Internacional de Cartagena de Indias.*
3. *Conectividad*
4. *Turismo Competitivo y Sostenible.*

Con lo anterior, se busca lograr una reactivación sostenida que tras el año 2020 de cierres y el 2021 de recuperación con restricciones intermitentes tras los picos de COVID y proceso de vacunación, mantener el número de visitantes que llegaron a la ciudad de Cartagena de Indias en año 2019, que fueron de 3.207.999 visitantes llegando por vía área, marítima y terrestre (Corpoturismo 2019). Es sobre ésta meta y bajo los programas antes mencionados, que basamos ésta propuesta, la cual contempla el desarrollo de unas actividades que llevan al cumplimiento de las metas establecidas en el plan de Desarrollo a 2020-2023 como son:

- Mantener 18 rutas áreas conectadas directamente con Cartagena
- Mantener 4 zonas turísticas ordenadas
- Mantener 5 centros de atención turística (CAT) funcionando
- Mantener en funcionamiento 3 Puntos de Información Turística (PITs)
- Promover la calidad y la sostenibilidad del sector turístico a 400 prestadores de servicios turísticos.

Contribución a las políticas públicas, en resumen:

NACIONES UNIDAS	
ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible	**Objetivo 8**
8. Trabajo decente y crecimiento económico	
NACIONES UNIDAS	
ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible	**Objetivo 9**
9. Industria, innovación e infraestructura	
NACIONES UNIDAS	
ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible	**Objetivo 12**
12.Consumo y Producción Sostenibles	

Plan Nacional de Desarrollo	Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 "COLOMBIA, POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA".

Transformación	Internacionalización, transformación productiva para la vida y acción climática
Catalizador	Economía productiva a través de la reindustrialización y la bioeconomía.

Plan de Desarrollo departamental	Plan de desarrollo departamental Bolívar primero (2020-2023)
Estrategia	Bolívar progresa, superación de la pobreza Bolívar Competitivo para la inclusión social
Programa	Promueve arte la cultura y salvaguarda su patrimonio Bolívar primero en turismo

Plan de Desarrollo distrital	Plan de desarrollo "Salvemos juntos a Cartagena" (2020-2023)
Estrategia	Turismo, motor de reactivación económica para Cartagena de Indias
Programa	• Promoción Nacional e Internacional • Conectividad • Turismo competitivo y sostenible

El presente proyecto, le apuntará al programa de **PROMOCIÓN TURÍSTICA**, en el **Plan de Desarrollo "Cartagena Ciudad de Derechos" 2024-2027** que, a la fecha de radicación de esta propuesta, se encuentra radicado en el Concejo Distrital en revisión.

3. *ANTECEDENTES*

EL TURISMO EN EL MUNDO

En noviembre de 2023, la OMT indicó que el turismo internacional estaba cerca del 90% de los niveles prepandemia, según el barómetro del turismo de la OMT, las llegadas de turistas subieron en un 22% más en el tercer trimestre de 2023, comparando el mismo periodo de 2022 (OMT, 2023).

SI bien se sienten los efectos de la inflación a nivel mundial y los conflictos geopolíticos, el 2024 se prevé un buen año para el sector, para superar finalmente los niveles prepandamia, con proyecciones que apuntan a crecimiento del 2% con respecto a 2019 (OMT, 2024).

TURISMO EN COLOMBIA

El 29 de diciembre de 2023, se realizó el acto simbólico para recibir al pasajero número 5,500,000 a Colombia, alcanzando la meta trazada por MINCIT para recibir 5,2 millones de visitantes no residentes, la cifra más alta reportada hasta el momento los 4,7 millones de visitantes no residentes llegando a Colombia en 2022. Al cierre de noviembre de 2022, se registró un aumento del 26,1% respecto al mismo periodo de 2022. (El Espectador, 2023).
Estados Unidos fue el país con más flujo de visitantes extranjeros, con una participación de un 29,31%, le sigue Panamá y España, este último, supera a México, quien en 2022 tenía el tercer lugar.



Fuente: Portal de Información Turística – Flujo aéreo en Colombia

Cartagena de Indias, cuarta ciudad destino de vuelos con origen internacional, lista liderada por Bogotá, Medellín y Cali.

País Origen vuelos	01. Estados Unidos de America		02. Panama	
Ciudad Destino vuelos	Pasajeros vuelos internacionales	% Pasajeros segun ciudad de destino	Pasajeros vuelos internacionales	% Pasajeros segun ciudad de destino
01. Bogota	970.626	15,27%	200.152	3,15%
02. Rionegro - Antioquia	334.133	5,26%	89.063	1,40%
03. Cali	152.334	2,40%	51.309	0,81%
04. Cartagena	213.825	3,36%	41.446	0,65%

Fuente: Portal de Información Turística – Flujo aéreo en Colombia

Por otra parte, según el Portal de Información Turística de MINCIT, la ocupación hotelera en Colombia para el 2023 (ENE – SEP), se ubicó en 52,2%, lo que se representa 3.3 puntos porcentuales por debajo del año anterior 2022. Cartagena lidera la tasa de ocupación con un 68,9%, seguido de Bogotá con 61,8% y San Andrés y Providencia con 54,5%, a corte de septiembre de 2023.

A corte de diciembre 2023, Cartagena lideró listado con un 67,5%, seguido de Bogotá con 61,7%, y San Andrés con 56,8%. (Portal de Información Turística – ocupación hotelera, 2023)

Tasa de ocupación año corrido	52,2 %	Total nacional
	-3,3	Diferencia en p.p vs corrido 2022
diciembre de 2023		

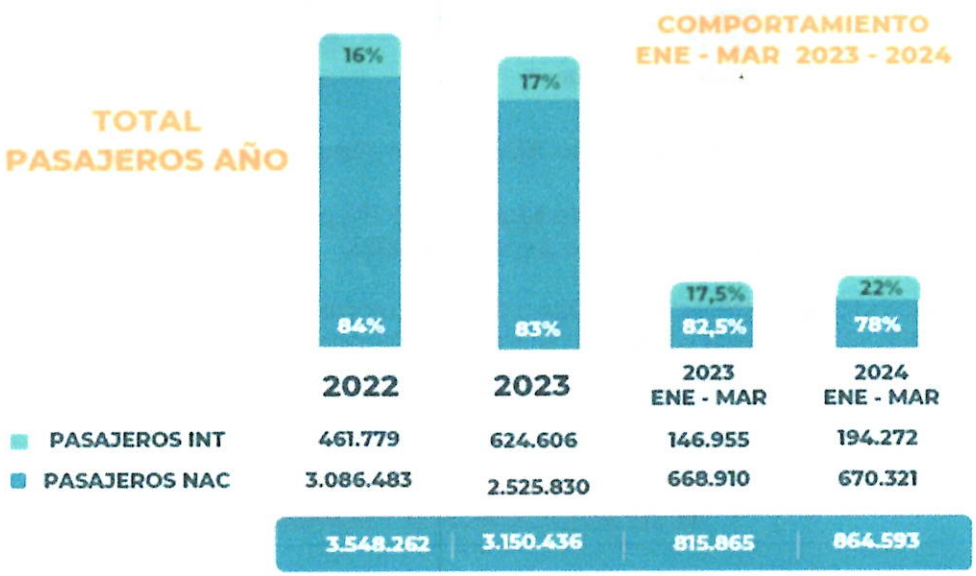
Tasa de ocupación

Región	Dato actual	Dato año anterior	Diferencia anual p.p.	Dato 2019	Diferencia 2019 p.p.
Cartagena	67,5 %	71,5 %	-4,0 ▼	60,5 %	7,0 ▲
Bogotá D.C.	61,7 %	61,0 %	0,7 ▲	56,9 %	4,8 ▲
San Andrés y Providencia	56,8 %	71,5 %	-14,7 ▼	73,2 %	-16,5 ▼

Fuente: Portal de Información Turística – ocupación hotelera.

TURISMO EN CARTAGENA DE INDIAS

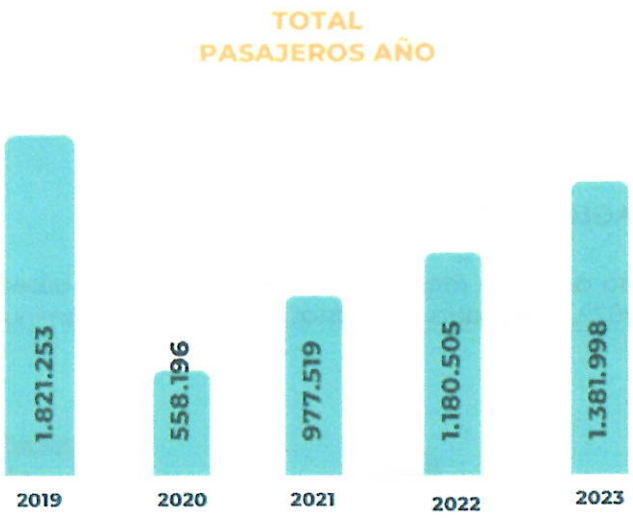
En 2023, Cartagena de Indias recibió 3.150.436 pasajeros vía aérea, respecto a los 2.852.708 que llegaron en 2022, la llegada de turistas presentó una disminución del 12% del total de movilizados.



Fuente: Indicadores de turismo 2024, Corpoturismo. – OINAC.

A corte de marzo 2024, han llegado 864.593 pasajeros vía aérea, respecto a los 815.865 que llegaron en 2023, representado en un aumento del 6%. Respecto al 2023, se destaca el aumento del 32% de la llegada de pasajeros en vuelos internacionales, y del 0,2% en la llegada de pasajeros en vuelos nacionales.

La llegada de pasajeros vía terrestre a corte de diciembre de 2023 fue de 1,381.998 movilizados, un aumento 17,1%, respecto al periodo en estudio de 2022 (Ene – Dic 2022).



Fuente: Indicadores de turismo 2023, Corpoturismo. – Terminal de Transportes.

En lo corrido de 2024, a corte de marzo llegaron 442.795 pasajeros vía terrestre, manteniendo su comportamiento respecto al mismo periodo de 2023.

En la temporada de cruceros 2023– 2024 a corte de marzo de 2024, tenemos 162 recaladas de cruceros, 288.643 pasajeros y 288.643 tripulantes arribando al destino.



Fuente: Indicadores de turismo 2024, Corpoturismo. – SRPC.

Sobre la conectividad aérea directa

Cartagena de Indias sigue trabajando en mantener la conectividad, a corte de marzo de 2024 conectaba directamente con 21 destinos, 6 nacionales y 15 internacionales. Para febrero 2024, se anunció vuelo charter Varsovia-Cartagena-Varsovia, en el marco de la Vitrina Turística Anato 2024, el alcalde Dumek Turbay anunció la alianza estratégica con el operador Rabino Tour, a través del cual se realizarán vuelos chárter directos entre Cartagena y Varsovia, capital de Polonia. La ruta aérea Polonia-Cartagena-Polonia funcionará por temporada: tendrá vuelos a partir de la primera semana de noviembre hasta marzo del 2025.

NACIONALES

Destino	Aerolínea	Frecuencias semanales
Bogotá (BOG)	Avianca, LATAM, Wingo	211
Medellín (MDE)	Avianca, LATAM, Wingo, clic	68
Cali (CLO)	Avianca, LATAM	26
San Andrés (ADZ)	LATAM, Wingo	12
Bucaramanga (BGA)	Avianca, clic	8
Pereira (PEI)	Avianca, LATAM	7

INTERNACIONALES

Destino	Aerolínea	Frecuencias semanales
C.de Panamá (PTY)	Copa Airlines, Wingo	2
Miami (MIA)	American Airlines, Avianca	17
New York (JFK)	jetBlue, Avianca	12
Fort Lauderdale (FLL)	spirit	7
Ámsterdam (AMS)	KLM	7
Atlanta (ATL)	DELTA	7
Lima (LIM)	LATAM, JetSMART	8
Santo Domingo (SDQ)	Arajet, Aircentury	5
San José (SJO)	Avianca	4
Madrid (MAD)	Plus Ultra	3
Orlando (MCO)	spirit	2
Zúrich (ZRH)	Edelweiss	2
Montreal (YUL)	Air Transat	2
Punta Cana (PUJ)	Aircentury	2
Toronto (YYZ)	Air Transat	1
Santiago (SCL)	Avianca	1
Balboa (BLB)	Wingo	5

Fuente: Indicadores de turismo 2024, Corpoturismo. – Procolombia.

Sobre la ocupación hotelera

COTELCO
(MARZO 2024)

72,4%

- **No. DE HABITACIONES** 4,603
- **No. AFILIADOS** 67

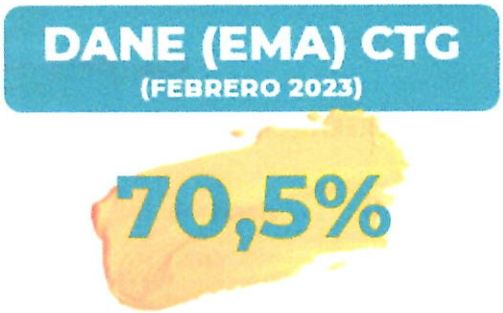
Fuente: COTELCO

ASOTELCA
(MARZO 2024)

72,1%

- **No. DE HABITACIONES** 1,971
- **No. AFILIADOS** 42

Fuente: ASOTELCA



Fuente: DANE (EMA) CTG



Fuente: Portal ciudad AIRBNB

Fuente: Indicadores de turismo 2023, Corpoturismo. – Cotelco, Asotelca, Dane (EMA) y Portal ciudad AIRBNB.

AVANCES EN LAS METAS DE TURISMO EN EL PLAN DE DESARROLLO – CUATRIENIO.

Mantener el número de visitantes en 3.207.999 llegando a Cartagena por vía aérea, marítima y terrestre.					
AÑO	2020	2021	2022	2023	TOTAL
META	867.115	1.300.673	2.081.076	3.207.999	7.456.863
AVANCE	934.547	2.336.021	3.714.508	3.374.693	10.359.769
% CUMPLIMIENTO	108%	180%	178%	105%	138%

(*) A corte de Diciembre 2023.
Fuente: SACSA, SPRC.

Mantener 18 rutas aéreas conectada directamente a Cartagena.				
AÑO	2020	2021	2022	2023 A CORTE DE DICIEMBRE
AVANCE	17	13	20	20

Fuente: Procolombia.

Mantener 4 zonas turísticas ordenadas
1. Decreto de reapertura de playas (2020)
2) Piloto de reapertura cruceros (2021)
3) Estrategia de corredores turísticos temporadas (2021)
4) Plan Turístico Boquilla Fase I (2022)
5) Plan Turístico Zona Insular (2023)
6) Plan Turístico segmento náutico (2023)
7) Plan Turístico Boquilla fase II (2023)
8) Plan de Choque apertura playa 5 – Bocagrande (2023)

Fuente: Corpoturismo

Mantener en funcionamiento 5 Centros de Atención Turística					
AÑO	REPORTE	2020 (*)	2021	2022	2023
NO. CAT FUNCIONANDO	PRIMER TRIMESTRE		4	4	4
	SEGUNDO TRIMESTRE		4	4	4
	TERCER TRIMESTRE		4	4	4
	CUARTO TRIMESTRE	4	4	4	3
	TOTAL	**4**	**4**	**4**	**3(**)**
ATENCIONES	PRIMER TRIMESTRE		12830	5410	4530
	SEGUNDO TRIMESTRE		6810	6144	2154
	TERCER TRIMESTRE		5285	4975	1470
	CUARTO TRIMESTRE	5568	6550	5910	1561
	TOTAL	**5568**	**31475**	**22439**	**9715**
QUEJAS	PRIMER TRIMESTRE		23	52	13
	SEGUNDO TRIMESTRE		12	28	45
	TERCER TRIMESTRE		7	33	3
	CUARTO TRIMESTRE	26	66	7	17
	TOTAL	**26**	**108**	**120**	**78**

Fuente: Corpoturismo.

(*) Por emergencia sanitaria los CAT suspendieron operaciones y se reactivaron hasta el 3er trimestre 2020. Por todo lo anterior, el reporte de plan de acción se realiza en 2020 únicamente sobre el último trimestre del año.

Los CAT funcionando hasta el tercer trimestre 2023: Aeropuerto Rafael Núñez, Muelle de la Bodeguita, Bocagrande, Playa Azul. El 2023 cerró con los CAT Muelle de la Bodeguita, Bocagrande, Playa Azul, funcionando.

Mantener en funcionamiento 3 Puntos de Información al Turista					
AÑO	**REPORTE**	**2020 (*)**	**2021**	**2022**	**2023**
NO. PIT FUNCIONANDO	PRIMER TRIMESTRE	0	3	2	0
	SEGUNDO TRIMESTRE	0	3	1	1
	TERCER TRIMESTRE	0	3	1	1
	CUARTO TRIMESTRE	1	3	1	3
	TOTAL	**1 (**)**	**3 (***)**	**1 (****)**	**3(*****)**
CONSULTAS	PRIMER TRIMESTRE	0	453	834	0
	SEGUNDO TRIMESTRE	0	447	332	555
	TERCER TRIMESTRE	0	231	585	132
	CUARTO TRIMESTRE	426	776	276	171

	TOTAL	**426**	**1907**	**2027**	**858**
TURISTAS ATENDIDOS	PRIMER TRIMESTRE	0	869	1735	0
	SEGUNDO TRIMESTRE	0	903	747	557
	TERCER TRIMESTRE	0	471	1205	677
	CUARTO TRIMESTRE	713	1511	553	624
	TOTAL	**713**	**3754**	**4240**	**1858**

Fuente: Corpoturismo.

(*) Por emergencia sanitaria los PIT suspendieron operaciones y se reactivaron hasta el 3er trimestre 2020. Por todo lo anterior, el reporte de plan de acción se realiza en 2020 únicamente sobre el último trimestre del año.

(**) El PIT funcionando a corte de diciembre 2020: PIT Aeropuerto Rafael Núñez

(***) Los Pit funcionando a corte de diciembre 2021: Aeropuerto Rafael Núñez, Plaza de la Paz, Muelle de la Bodeguita

(****) Los PIT funcionando a corte de diciembre 2022: Aeropuerto Rafael Núñez.

(*****) El PIT funcionando a corte de diciembre 2023: Aeropuerto Rafael Núñez, Plaza de la Paz y Muelle de la Bodeguita.

Promover la calidad y sostenibilidad del sector turístico a 400 prestadores de servicios turísticos.					
AÑO	***2020***	***2021***	***2022***	***2023***	***TOTAL***
META	*50*	*100*	*300*	*400*	*850*
AVANCE	*120*	*555*	*1910*	*2327*	*4.912*
% CUMPLIMIENTO	240%	555%	637%	582%	*577%*

Fuente:



1. Promoción de Destino
2. Comercio Justo
3. Patrimonio
4. Entornos protectores
5. Sostenibilidad
6. Innovación
7. Destino Turístico Inteligente

El desempeño de los últimos 3 años y de acuerdo a los pronósticos de ONU Turismo, la ciudad tiene una ventana de oportunidad para fortalecer su estrategia de promoción nacional e internacional, por ello existe la necesidad de robustecer los esfuerzos, promover el turismo responsable con el entorno y la comunidad presente en el territorio.

4. LOCALIZACIÓN Y ÁREA DE INFLUENCIA

Localización: Cartagena de Indias, Distrito Turístico y Cultural (Bolívar)

Localización específica:

- Centro Histórico y Getsemaní
- Zona Norte (Boquilla)
- Zona Insular
- Playas urbanas y turismo náutico.



5. PROPUESTA

En el año 2023, a la ciudad de Cartagena llegaron 3,150,436 pasajeros, de los cuales 2,525,830 son nacionales y 624,606 internacionales. Observamos un comportamiento del movimiento aéreo con aumento del 35% del mercado internacional con relación al año 2022, esto compensa en gran parte la caída del viajero doméstico que estuvo en 18,2%.

Según datos de Cámara de Comercio de Cartagena, la mayor parte del PIB departamental es aportado por la actividad comercio, transporte, hoteles y restaurantes, en 2022 aportó el 17,9% del PIB de la región, mientras que Cartagena aporta el 66% del valor agregado del departamento. (Cámara de Comercio de Cartagena, 2023).

Sobre la ocupación laboral, el DANE reporta que para febrero del 2024 el empleo asociado al turismo turístico reportó 90,433 ocupados en la ciudad (total empleo formal + informal), siendo el 23% del empleo total. (DANE -GEIH, FEB 2024).

Con el objetivo de mantener la llegada de pasajero aéreos, fortalecer la oferta de productos y experiencias, fortalecer la conectividad aérea y marítima es necesario desarrollar e implementar una estrategia de promoción con el fin de atraer un turismo responsable con el entorno y la comunidad presente en el territorio. Es por esta razón que la administración Distrital, a través de la Corporación Turismo Cartagena de Indias, que mediante la gestión de proyectos y/o programas busca **CONSOLIDAR LA PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE CARTAGENA DE INDIAS.**

Por consiguiente, se elaboró y se inscribió en el banco de proyecto de la Secretaría de Planeación, el proyecto denominado **CONSOLIDAR LA PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE CARTAGENA DE INDIAS,** que contempla las siguientes actividades las cuales impactan a las metas descritas en el Plan de Desarrollo como se describe a continuación:

a) **Acciones de promoción de destino local, nacional e internacional:** Implementación de acciones de mercadeo para promocionar Cartagena de Indias a nivel nacional e internacional. El propósito es que la información relevante sobre el destino sea difundida en las ciudades más importantes de Colombia y el mundo, a través de medios de gran impacto y amplia cobertura, dirigida tanto al viajero final como al público profesional que influye y asesora en la toma de decisiones y elección del destino turístico. Utilizando las nuevas tecnologías, se pretende fortalecer la conectividad hacia Cartagena de Indias vía aérea, marítima, fluvial y terrestre, aumentar el alcance local, nacional e internacional de la promoción de Cartagena de Indias como destino turístico de excelencia, tanto en medios digitales como tradicionales.

   Cartagena apunta su estrategia a distintos segmentos, por ejemplo: cultural, comunitario, naturaleza, gastronómico, MICE, entre otros), pero también le apuntará a segmentos como turismo deportivo, un segmento que se ha fortalecido y que nivel nacional ha tomado relevancia. Cartagena tiene potencial de desarrollo para esos turistas deportistas que buscan aventura, naturaleza, cultura y gastronomía. Según Segittur, en 2022 4,8 millones de turistas realizaron turismo deportivo, de los cuales 64% practicó deportes de forma activa y 36% asistieron a evento relacionados con el tema. El perfil del turista deportista, se relaciona a aspectos de estilos de vida saludables, bienestar, servicio personalizado, por lo anterior se relaciona a un perfil de gasto medio -alto, siendo esto un gran potencial de desarrollo sostenible para el destino y sus comunidades anfitriones.

b) **Diseño y producción de material promocional de Destino:** Diseño y producción de material promocional con información concerniente al destino, sus atractivos turísticos y las diferentes opciones en experiencias para los turistas sean conocidas en las principales ciudades de Colombia y el Mundo. Una estrategia de mercadeo es la producción de material promocional, esto es todo tipo de objeto que represente y que haga alusión a cualquier tipo de evento o campaña de promoción del destino, o al destino mismo, con el objetivo de ser entregado a los participantes de estos eventos, a turistas, o a cualquier aliado en el sector turístico. El material promocional permite mantener y reforzar las relaciones con los distintos miembros del sector turístico, y al mismo tiempo se permite recordar la experiencia y posicionamiento de marca.

c) **Acciones de promoción en el marco de temporadas y conmemoraciones de ciudad**: A través de esta actividad se busca promover el conocimiento del destino y sus costumbres, sus atractivos turísticos, temáticas especializadas en turismo y fomento de las principales temporadas turística de la ciudad y las diversas opciones de experiencias para los visitantes en los principales mercados nacionales e internacionales, ofreciendo además múltiples ventajas para el turismo MICE al ser un segmento que ha crecido en los últimos años y que busca destinos con encanto, historia, cultura y naturaleza. De esta manera ratificamos nuestro compromiso de trabajar en el posicionamiento de Cartagena de Indias como destino preferido a través de eventos de talla mundial.

d) **Diseño conceptual y metodológico de narrativa única de destino, lanzamiento y posicionamiento:** Un sello distintivo, es el objetivo de esta actividad el cual contempla una fase de diagnóstico que permite el entendimiento y análisis del contexto de tendencias y oportunidades, generación de la estrategia, diseño de la marca y manual de uso. EL desarrollo de una marca permite sintetizar las características del destino en

mensajes atractivos para promover el interés de visitar tanto el visitante nacional e internacional.

e) **Fortalecimiento de Cartagena como destino de eventos**: El turismo en el segmento de congresos, convenciones y eventos es un instrumento de desarrollo para nuestras ciudades. Cuando un convencionista visita la ciudad el gasto que mayor impacta a la economía es hacía los hoteles, luego se benefician los restaurantes, el transporte interno y por último el visitante gasta en ocio o esparcimiento. Estos cálculos realizados por el Centro de Estudios para el Desarrollo y Competitividad, CEDED, evidencian la importancia económica del sector, y la necesidad de seguir fortaleciéndolo debido a su gran potencial para el desarrollo del turismo de Cartagena de Indias. En este sentido, Cartagena le apuesta al desarrollo de eventos de reconocimiento nacional e internacional.

f) **Promoción y fortalecimiento turismo comunitario:** La actividad tiene por objetivo fortalecer desde la base de prestadores de turismo de base comunitaria (palenqueras, masajistas, vendedores de fruta, dulceros), la prestación del servicio de acuerdo a los lineamientos de calidad y turismo responsable.

6. PRESUPUESTO

APORTES EN EFECTIVO POR PARTE DE LA ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA DE INDIAS			
Programa Del Plan De Desarrollo	**Meta Producto 2020-2023**	**Actividades**	**Valor 2024**
Promoción Nacional e Internacional de Cartagena de Indias	Mantener el número de visitantes en 3,207,999 llegando a Cartagena por vía aérea, marítima y terrestre.	Acciones de promoción de destino local, nacional e internacional	$1,618,000,000.00
		Diseño y producción de material promocional de Destino.	$230,200,000.00
		Acciones de promoción en el marco de temporadas y conmemoraciones de ciudad	$240,800,000.00
		Diseño conceptual y metodológico de narrativa única de destino, lanzamiento y posicionamiento:	$2,778,000,000.00
		Fortalecimiento de Cartagena como destino de eventos	$602,000,000.00
		Promoción y fortalecimiento del turismo comunitario	$400,000,000.00
SUBTOTAL 1			**$5,869,000,000.00**
APORTES EN ESPECIE POR PARTE DE LA CORPORACIÓN TURISMO CARTAGENA DE INDIAS			
(RECURSOS PROPIOS)			
Recurso Humano (Hasta 31 de diciembre)			
· Relaciones con gobiernos y gremios locales y nacionales (1 persona): Dedicación 20%			$30,537,000
· Equipo soporte en materia de competitividad y sostenibilidad de destino (2 personas): Dedicación 50%			$45,945,101

· Equipo soporte en el desarrollo de proyectos de posicionamiento del destino (2 personas): Dedicación 60%	$32,774,045
· Equipo soporte en materia de conectividad y promoción (2 personas): Dedicación 50%	$46,624,433
· Administración del convenio (1 personas): Dedicación 10%	$3,524,280
SUBTOTAL 2	**$159,404,859.00**
GRAN TOTAL	**$6.028,404,859.00**

7. IMPACTOS

Económicos:

- Incrementar el número de visitas de turistas y cartageneros a las experiencias Culturales, gastronómicas, naturaleza y deportes náuticos del destino, esto se traduce en dinamizar la economía del sector.
- Incentivar el número de visitas de cruceristas al destino y de esta manera fomentar la pernoctación, prolongación de la estadía en la ciudad e incrementar el gasto promedio por visitante.
- Presentar al sector y el público en general, datos y estadísticas de turismo para la toma de decisiones.

Promoción:

- Diseño conceptual y metodológico de narrativa única de destino, lanzamiento y posicionamiento: Desarrollar una narrativa unificada para Cartagena de Indias que fortalezca su imagen como el destino líder a nivel nacional y regional, contribuyendo así al posicionamiento de la ciudad y que pueda impulsar la llegada de nuevos viajeros al destino. Fortalecer la imagen de la ciudad, a través de la creación de narrativa única de ciudad que permita el posicionamiento de Cartagena de Indias como destino líder a nivel nacional y de la región.
- Acciones de promoción de destino local, Nacional e internacional: Atracción de viajeros, tanto de nichos de mercado específicos como de los principales mercados emisores, mediante campañas promocionales atractivas e impactantes, que sirva de apoyo al objetivo de estimular la demanda de viajes hacia Cartagena de Indias.
- Acciones de promoción de destino local, Nacional e internacional:
- Mantenimiento de la conectividad aérea directa de Cartagena de Indias con los principales destinos nacionales
- Incremento del número de visitas a la página web, y que sea este un portal referencia de consulta y guía para viajeros y locales, sobre oferta en experiencias en materia de turismo en el destino. Acciones de promoción de destino local, Nacional e internacional: El fortalecimiento de la conectividad hacia Cartagena de Indias, en línea con el perfil del viajero y el mercado objetivo, se traduce en el mantenimiento de rutas aéreas nacionales e internacionales, así como en la consolidación de la conectividad marítima y fluvial.
- Fortalecimiento de Cartagena como destino de eventos: Con el desarrollo de una oferta de productos y eventos culturales conmemorativos en el destino, se busca atrae

a más viajeros a Cartagena de Indias a nivel nacional e internacional, consolidando así la ciudad como sede de importantes eventos.
- Diseño y Elaboración de Material promocional de Destino y de Turismo responsable: Se espera dar a conocer el destino en diferentes espacios (Eventos especializados en turismo, puntos de información turísticas) y que este permita el posicionamiento y la recordación del destino y que pueda servir para incentivar nuevos visitantes a Cartagena de Indias.

Social:

- Sensibilizar a los integrantes del sector del turismo de la ciudad y a la comunidad en general, sobre la importancia relacionada en el desarrollo de estrategias de promoción del turismo.
- Contribuir al mejoramiento de la imagen y reputación de Cartagena de Indias.

8. CRONOGRAMA EJECUCIÓN CONVENIO

Nota: A continuación, se presenta plan de trabajo de ejecución de actividades hasta 31 de diciembre, considerando los tiempos de evaluación al interior de secretaria general y posterior presentación en el Comité Interno de Contratación, firma de minuta y perfeccionamiento de convenio.

Actividades	MES 1		MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7				MES 8			
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Acciones de promoción de destino local, nacional e internacional																														
Fase de Planeación:																														
1. Definición mercados objetivos																														
2. Segmentación presupuesto																														
3. Identificación acciones a realizar																														
4. Proceso de contratación de agencia para la administración de la pauta paga																														
Fase de Ejecución:																														
1. Coordinación y puesta en marcha																														
Fase de Evaluación:																														
1. Informe																														
2. Análisis de indicadores																														
Diseño y elaboración de material promocional de destino y de turismo responsable																														
Fase de Planeación:																														
1. Identificación del material promocional																														
2. Presupuesto																														
3. Proceso de contratación																														
Fase de Ejecución																														
1. Elaboración de material promocional																														

2. Entrega	
Fase de Evaluación	
1. Informe	
Acciones de promoción en el marco de las temporadas y conmemoraciones de ciudad	
Fase de Planeación:	
1. Identificación de los eventos claves	
2. Definición de las acciones a realizar	
3. Proceso de contratación	
Fase de Ejecución	
1. Coordinación y puesta en marcha	
Fase de Evaluación	
1. Informe	
2. Indicadores: actividades ejecutadas, impacto de las acciones	
Diseño conceptual y metodologico de narratia unica de destino, lanzamiento y posicionamiento.	
Fase de Planeación:	
1. Proceso de contratación	
Fase de Ejecución:	
1. Diagnostico	
2. Estudio de mercado	
3. Estrategia	

4. Identidad visual	
5. Lanzamiento y posicionamiento	
Fase de Evaluación:	
1. Informe	
2. Análisis de indicadores	
Fortalecimiento de Cartagena como destino de eventos	
Fase de Planeación:	
1. Identificación de los eventos claves	
2. Definición de las acciones a realizar	
3. Proceso de contratación	
Fase de Ejecución	
1. Coordinación y puesta en marcha	
Fase de Evaluación	
1. Informe	
2. Indicadores: actividades ejecutadas, impacto de las acciones	
Promoción y fortalecimiento del turismo comunitario	
Fase de Planeación:	
1. Proceso de contratación	
Fase de Ejecución:	
1. Coordinación y puesta en marcha	

Fase de Evaluación:																													
1. Informe																													

9. SUPERVISIÓN

La Corporación de Turismo asumirá la supervisión interna de procesos precontractuales y contractuales para el cumplimiento de este convenio, de acuerdo a su manual de contratación. La Secretaria General será la encargada de la validación de las evaluaciones periódicas de la ejecución y avance del convenio.

10. OBLIGACIONES

La obligación del contratante de esta propuesta:

- Destinar los recursos aportados por el Distrito, exclusivamente para la ejecución del proyecto objeto del convenio.
- Aportar los recursos en especie en los termines del proyecto de inversión, en la oportunidad y montos.
- Contratar los productos que se requieran para cumplir las condiciones pactadas sobre el objeto del presente convenio, según manual de contratación de la entidad.
- Recopilar y suministrar al supervisor del convenio la información referente a la ejecución de los recursos girados por el Distrito y los de contrapartida y disponer de un archivo exclusivo en donde se recopile toda la documentación del proyecto.
- Entregar informes parciales e informe final, como se describe en el apartado No.9 Desembolsos.

11. DESEMBOLSOS

El valor del convenio es la suma de seis mil 28 millones cuatrocientos cuatro mil ochocientos cincuenta y nueve pesos m/cte. ($ 6,028,404,859.00), de los cuales:

A) el distrito aportará la suma de cinco mil ochocientos sesenta y nueve millones de pesos m/cte. ($ 5,869,000,000), en los cuales realizará desembolsos a la corporación de turismo de la siguiente forma:

1) **Un primer desembolso** del 30% del valor total de los aportes, correspondiente a la suma de mil setecientos sesenta millones setecientos mil pesos m/cte. ($1,760,700,000), el 30 junio de 2024 sujeto a la presentación de un informe parcial de avance técnico y financiero conforme al plan de inversión y el cronograma de trabajo dispuesto para la ejecución del presente convenio acordado con la supervisión del convenio.

2) **Un segundo desembolso** del 30% del valor total de los aportes, correspondiente a la suma de mil setecientos sesenta millones setecientos mil pesos m/cte. ($1,760,700,000), el 30 de agosto de 2024 sujeto a la presentación de un informe parcial de avance técnico y financiero conforme al plan de inversión y el cronograma de trabajo dispuesto para la ejecución del presente convenio acordado con la supervisión del convenio.

3) **Un tercer desembolso** correspondiente al 30% del valor total de los aportes, correspondiente a la suma de mil setecientos sesenta millones setecientos mil pesos m/cte. ($1,760,700,000), el 31 de octubre de 2024, sujeto a la presentación de un informe parcial de avance técnico y financiero conforme al plan de inversión y el cronograma de trabajo dispuesto para la ejecución del presente convenio acordado con la supervisión del convenio.

4) **Un cuarto y último desembolso** correspondiente al 10% del valor total de los aportes, correspondiente a la suma de quinientos ochenta y seis millones novecientos mil pesos m/cte. ($586,900,000), una vez finalizado el plazo de ejecución, sujeto a la presentación de un informe final, técnico y financiero con relación de gastos y actividades realizadas en desarrollo del objeto del convenio debidamente soportadas por parte de la corporación

12. PLAZO DE EJECUCIÓN

El presente proyecto tendrá un plazo de ejecución hasta el 31 de diciembre de 2024, plazo dentro del cual se llevarán a cabo las actividades aquí descritas. El inicio del mismo queda sujeto a la firma del convenio interinstitucional entre la Secretaria General (Unidad Ejecutora No. 5 y en donde están asignados los recursos) y la Corporación Turismo Cartagena de Indias, para el cumplimiento de las metas de turismo aquí planteadas, una vez se perfeccione y entre en ejecución.

LILIANA RODRIGUEZ HURTADO
Presidente Ejecutiva
CORPOTURISMO

	Nombres	Cargo	Firma	Fecha
Proyectado:	María José Anaya	Coordinadora de Planeación		14-05-2024
Revisado:	Circe Álvarez	Asesor Externo		14-05-2024
Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el presente documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales. Así mismo, la información contenida en él, es precisa, correcta, veraz y completa, y por lo tanto, lo presentamos para firma de la Presidenta Ejecutiva de CORPOTURISMO.				

13. BIBLIOGRAFIA

OMT(S.F) GLOSARIO TERMINOS DE TURISMO. Fuente: https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

OMT(2023) EL TURISMO INTERNACIONAL EN CAMINO DE CERRAR 2023 CERCA DEL 90% DE LOS NIVELES PREPANDEMIA. Fuente: https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-internacional-en-camino-de-cerrar-2023-cerca-del-90-de-los-niveles-prepandemia

El espectador (2023) Cifra histórica: ¡Llegó a Colombia el turista número 5.500.000 de 2023!. Fuente: https://www.elespectador.com/turismo/cifra-historica-llego-a-colombia-el-turista-numero-5500000-de-2023/

PORTAL DE INFORMACIÓN TURISTICA DE COLOMBIA (2023) FLUJO AEREO EN COLOMBIA. Fuente: https://portucolombia.mincit.gov.co/tematicas/flujo-de-turistas-y-pasajeros/flujo-aereo-en-colombia

PORTAL DE INFORMACIÓN TURISTICA DE COLOMBIA (2022) ALOJAMIENTO Fuente: https://portucolombia.mincit.gov.co/tematicas/cifras-empresariales-del-sector/alojamiento

CORPOTURISMO (2023) BOLETÍN INDICADORES DE TURISMO CARTAGENA DE INDIAS DICIEMBRE 2023. Fuente: https://cartagenadeindias.travel/cartagena-en-cifras/

PORTAFOLIO(2022) GOBIERNO PRESENTÓ LAS BASES DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2022-2026. Fuente: https://www.portafolio.co/economia/gobierno/gobierno-presento-las-bases-del-plan-nacional-de-desarrollo-2022-2026-574086

MINCIT (2022) PLAN SECTORIAL DE TURISMO – TURISMO EN ARMONIA CON LA VIDAD 2022-2016. Fuente: https://www.mincit.gov.co/participa/consulta-ciudadana/20-12-2022-plan-sectorial-de-turismo-vfpp.aspx