

TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

2024



**CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024**
CORPORACIÓN TURISMO
CARTAGENA DE INDIAS



CONTENIDO

1	INFORMACIÓN GENERAL DEL CONVENIO	4
2	CRONOGRAMA DE TRABAJO	6
3	INFORME DE GESTIÓN – AVANCE TÉCNICO Y FINANCIERO	8
3.1	ACCIONES DE PROMOCIÓN DE DESTINO LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	8
3.1.1	Participación en ferias especializadas	10
3.1.2	Caravanas	25
3.1.3	Workshops	54
3.1.4	Misiones Comerciales	63
3.1.5	Plan de promoción aerolíneas	64
3.1.6	Plan de promoción en OTAS	67
3.1.7	Posicionamiento del destino a través de eventos en segmentos priorizados	70
3.1.8	Posicionamiento del destino en el marco de turismo de cruceros	72
3.1.9	Plan de medios digitales	75
3.1.10	Presstrip	84
3.2	DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE MATERIAL PROMOCIONAL DE DESTINO	85
3.2.1	Diseño y producción de material promocional de destino	86
3.2.2	Desarrollo de cápsulas audiovisuales	89
3.2.3	Promoción de Cartagena a través de eventos corporativos: PIT Móvil	93
3.3	ACCIONES DE PROMOCIÓN EN EL MARCO DE TEMPORADAS Y CONMEMORACIONES DE CIUDAD	96
3.3.1	Conmemoraciones	96
3.3.2	Temporadas	97
3.4	DISEÑO CONCEPTUAL Y METODOLOGICO DE NARRATIVA UNICA DE DESTINO	101
3.4.1	Diagnostico	102
3.4.2	Fase 1: Diseño	137
3.4.3	Fase 2: Campaña de expectativa y posicionamiento	138
3.5	FORTALECIMIENTO DE CARTAGENA COMO DESTINO DE EVENTOS	139
3.5.1	Evento de promoción de los productos/ servicios de Cartagena para su comercialización. (ANATO)	140
3.5.2	Captación de evento internacional de la industria turística. (ONU TURISMO)	140
3.6	PROMOCIÓN Y FORTALECIMIENTO DE CARTAGENA DE INDIAS COMO DESTINO TURÍSTICO ÉTNICO Y CULTURAL	148
3.7	AVANCE EN LA EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES Y FINANCIERA	152
3.8	PLAN DE INVERSIÓN	155
3.9	INFORME DE EJECUCIÓN FINANCIERA	157

20
24



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



1 INFORMACIÓN GENERAL DEL CONVENIO

CONTRATISTA:	CORPORACIÓN TURISMO CARTAGENA DE INDIAS			
IDENTIFICACION:	NIT. 806.010.043-3			
FECHA DE ACTA DE INCIO DE CONTRATO O CONVENIO:	6 junio 2024.			
Nº DEL CONTRATO/CONVENIO:	CD-SEGD-CONVINT-005-2024			
CLASE DE ACTO:	CONVENIO INTERADMINISTRATIVO			
OBJETO Y ALCANCE DEL CONTRATO:	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.			
VALOR DEL CONTRATO:	Aporte del Distrito: \$ 5,869,000,000,00 en efectivo			
	Aporte del Distrito Otrosí No. 1: \$1,400,000,000 en efectivo			
	Aporte de la Corporación: \$159,404,859,00 en especie			
	Aporte de la Corporación Otrosí No. 1: \$36,700,820 en especie			
PLAZO:	Hasta el 31 de diciembre de 2024.			
PÓLIZAS DEL CONTRATO:	3934221-0		31 DE MAYO DE 2024	
CERTIFICADO DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL:	157	17 DE MAYO DE 2024	308	26 AGOSTO 2024
	158			
	159			
	160			
REGISTRO PRESUPUESTAL:	1770	31 DE MAYO DE 2024	2774	26 AGOSTO 2024
	1772			
	1773			
	1774			

20
24



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

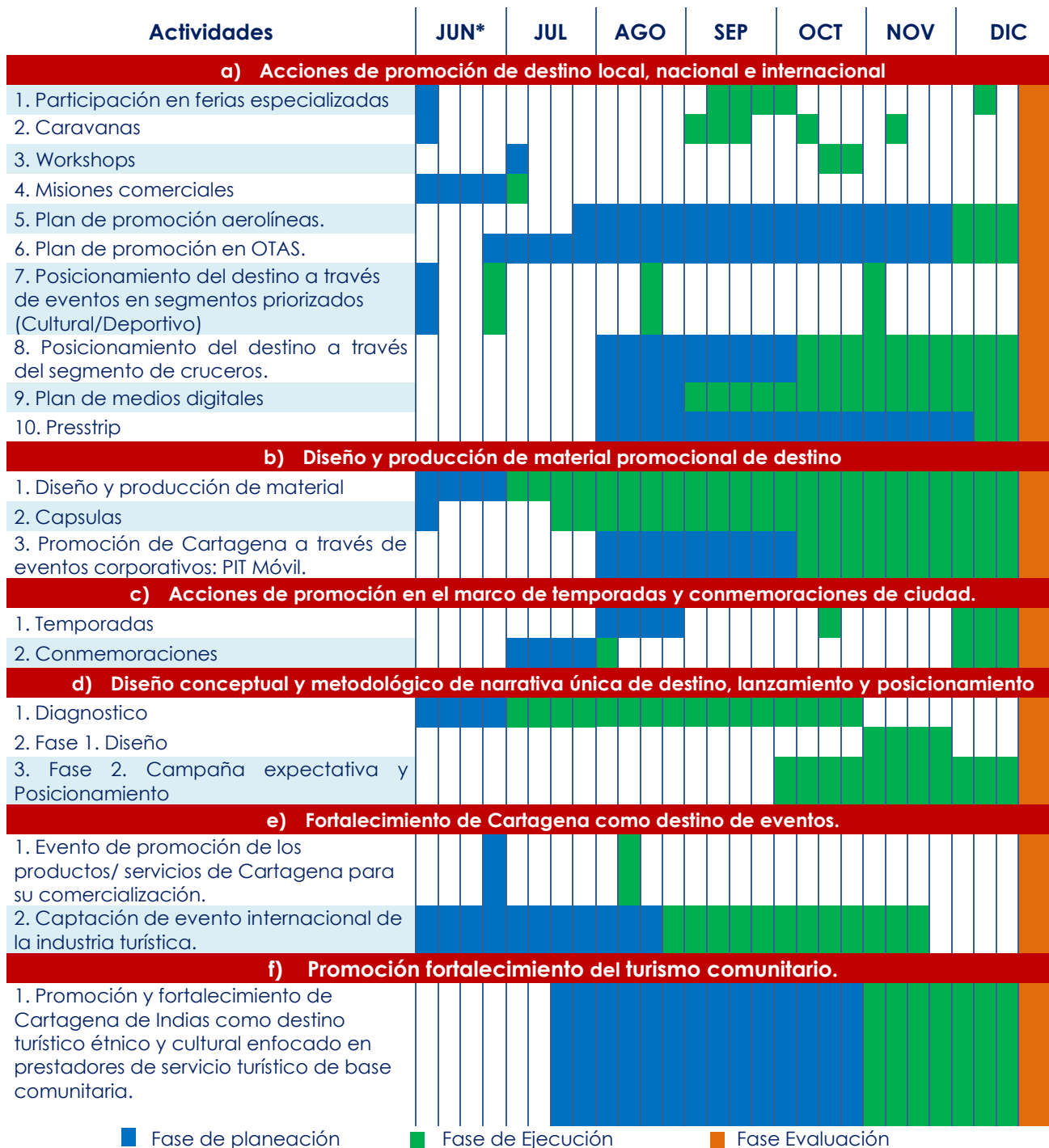
CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024





2 CRONOGRAMA DE TRABAJO

Basados en el cronograma de trabajo presentado en la propuesta enviada a Secretaría General de la que se produjo el presente convenio, y teniendo en cuenta la fecha de perfeccionamiento del mismo y de acuerdo al ajuste presentado en el segundo informe de ejecución, a continuación, se presenta cronograma:



20
24



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024





3 INFORME DE GESTIÓN – AVANCE TÉCNICO Y FINANCIERO

De acuerdo a la cláusula 6 FORMA DE DESEMBOLSO, el presente informe corresponde a **tercer desembolso del 30%** del valor total de los aportes del convenio cuya fecha de corte es del **31 agosto al 31 de octubre 2024**.

3.1 ACCIONES DE PROMOCIÓN DE DESTINO LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL

Para dar cumplimiento a las metas indicadas en el programa de PROMOCIÓN TURÍSTICA, del Plan de Desarrollo “Cartagena ciudad de derechos 2024-2027”, se formuló un plan de trabajo que incluye acciones de mercadeo tradicionales y no tradicionales que potencien las fortalezas del destino, e impulse la participación de Cartagena en nuevos mercados.

Así, se desarrolla una estrategia que incluye participación en ferias, workshops, caravanas, y llegada a clientes a través de página web, redes sociales y plataformas digitales de productos y servicios que funcionan como vitrina de la ciudad y consolidan el posicionamiento como destino de turismo por excelencia en Colombia.

A continuación se detallan las acciones de promoción adelantadas según la etapa prevista en el cronograma de actividades.

Actividades	JUN*	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
a) Acciones de promoción de destino local, nacional e internacional							
1. Participación en ferias especializadas							
2. Caravanas							
3. Workshops							
4. Misiones comerciales							
5. Plan de promoción aerolíneas.							
6. Plan de promoción en OTAS.							
7. Posicionamiento del destino a través de eventos en segmentos priorizados (Cultural/Deportivo)							
8. Posicionamiento del destino a través del segmento de cruceros.							
9. Plan de medios digitales							
10. Presstrip							

A continuación, un resumen de la línea ACCIONES DE PROMOCIÓN DE DESTINO LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL, para mejor entendimiento de las actividades planeadas y su ejecución:



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



ACTIVIDADES	PRESUPUESTO 2024	VALOR NETO	LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	CRONOGRAMA EJECUCIÓN	DESCRIPCIÓN
Acciones de promoción de destino local, nacional e internacional	\$ 1,618,000,000	\$ 1,498,753,400	Ferias	\$ 16,416,000	Seatrade	11-12 Sep	Participación, tiquetes, alojamiento, viáticos.
				\$ 10,687,602	Colombia Travel Expo	12-14 Sep	Stand. Tiquetes, viáticos.
				\$ 11,550,000	Fit Argentina	28 Sep – 1 Oct	Participación, tiquetes, alojamiento, viáticos.
				\$ 14,430,000	FCCA	18-22 Sep	Participación, tiquetes, alojamiento, viáticos.
				\$ 21,000,000	USTOA	9-13 Dic	Participación, tiquetes, alojamiento, viáticos.
			Caravanas	\$ 199,714,152	Caravanas	Medellín: 3 sep Cali: 4 sep Bogotá: 5 sep	Tiquetes, alojamiento, viáticos.
						Chile: 12 sep México: 17 sep Perú: 10 Oct Ecuador: 13-14 nov.	logística
			Workshop	\$ 8,948,460	Workshop USA	30-31 Oct	Participación, tiquetes, alojamiento, viáticos.
				\$ 15,788,919	Workshop Europa	22-23 Oct	Participación, tiquetes, alojamiento, viáticos.
			Misiones Comerciales	\$ 27,525,000	Misión Madrid	28 Jun – 5 Jul	Tiquetes, alojamiento, viáticos.
			Plan promoción Aerolíneas	\$ 16,345,000	Misión Aeroméxico	18 Sep	Tiquetes, Alojamiento
				\$ 135,000,000	Plan de promoción aerolíneas	Diciembre	Aeroméxico
			OTAS	\$ 238,000,000	Pauta Publicitaria	Diciembre	Despegar
				\$ 180,000,000	Pauta Publicitaria	Diciembre	Tripadvisor
			Posicionamiento del destino: Evento en segmento de turismo Cultural.	\$ 200,000,000	Evento de segmento Turismo Cultural	29-30 Jun	Exposición de marca
				\$ 38,900,000	Activación Fiestas de la independencia	Primera y segunda semana de Noviembre	Producción y logística
			Posicionamiento del destino: Evento en segmento de turismo deportivo.	\$ 300,000,000	Evento de segmento Turismo Deportivo	18 Ago	Producción y Exposición de marca



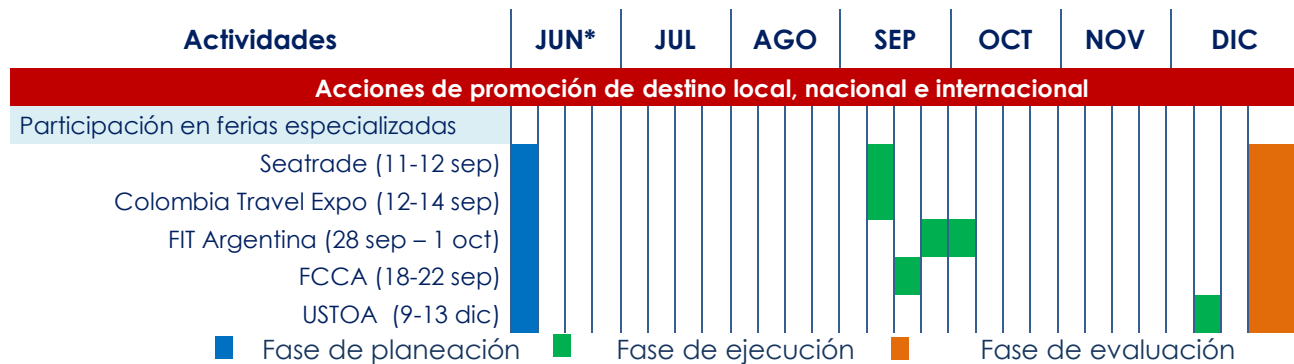
TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



ACTIVIDADES	PRESUPUESTO 2024	VALOR NETO	LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	CRONOGRAMA EJECUCIÓN	DESCRIPCIÓN
			Posicionamiento del destino en el marco de turismo de cruceros	\$ 17,800,000	Activación de segmento de Cruceros	Oct - Dic	Producción y logística
			Plan de medios digitales	\$ 36,400,000	Plan de medios digitales	Sep - Dic	Plan de medios digital
			Presstrip	\$ 10,248,267	Presstrip para la promoción fin de año	Segunda semana de Dic	Logística

3.1.1 Participación en ferias especializadas



Etapas de planeación:

A continuación se presenta resumen de las ferias relacionadas en el primer y segundo informe de ejecución:

FERIA ESPECIALIZADA	FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN
USTOA	Relacionada en el primer informe. Avance: 100%	Evento a realizar en el 9 - 13 diciembre 2024.	Se relaciona en el último informe, como indica el cronograma.
SEATRADE	Relacionada en el primer informe. Avance: 100%	Evento realizado: 11-12 septiembre 2024. Relacionado en el tercer informe 100%	Se relaciona en el último informe, como indica el cronograma.



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



FERIA ESPECIALIZADA	FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN
FCCA	Relacionada en el primer informe . Avance: 100%	Evento realizado: 18 - 22 de septiembre 2024 . Relacionado en el tercer informe 100%	Se relaciona en el último informe, como indica el cronograma.
COLOMBIA TRAVEL EXPO	Relacionada en el segundo informe . Avance: 100%	Evento a realizar el 12 - 14 septiembre 2024 . Relacionado en el tercer informe 100%	Se relaciona en el último informe, como indica el cronograma.
FIT ARGENTINA	Relacionada en el segundo informe . Avance: 100%	Evento a realizar el 28 septiembre a 1 octubre 2024 . Relacionado en el tercer informe 100%	Se relaciona en el último informe, como indica el cronograma.

Total de ferias especializadas planeadas: 5

3.1.1.1 SEATRADE

Etapas de planeación – 100%

La fase de planeación de SEATRADE se relacionó en el **primer informe**, correspondiente al periodo del 1 junio al 30 de junio 2024.

Presupuesto: \$16,416,000 COP.

Etapas de ejecución –100%

Cartagena de Indias participó en el Seatrade Med 2024, celebrado del 9 al 14 de septiembre en Málaga, España, un evento clave en el sector de turismo de cruceros que reúne a los principales actores internacionales de la industria, con quienes a través de citas y reuniones se abordaron compromisos estratégicos con representantes de destacadas empresas y organizaciones del sector, las citas se centraron en fortalecer el posicionamiento de Cartagena como un destino atractivo para el turismo de cruceros, explorar oportunidades de colaboración y actualización de información, y aprender de las mejores prácticas y experiencias internacionales.

La participación hace parte de la estrategia de promoción de destino, liderada por la Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias y Corporación Turismo Cartagena de Indias, en esa misma línea, constituye un importante escenario de articulación y relacionamiento con destinos portuarios, con miras a lograr tres objetivos:

- 1- Mantener las líneas de cruceros que llegan a Cartagena.
- 2- Aumentar el número de recaladas de las mismas.



3- Atracción de nuevas líneas de cruceros para la ciudad.

Cartagena de Indias tiene el 97% de la operación de cruceros de Colombia, de ahí la importancia de participar en este tipo de escenarios de relacionamiento internacional, en este caso con el mercado europeo, con líneas que operan en el Mar Mediterráneo, de las cuales podemos replicar modelos o adaptarlos a las condiciones del Caribe. Se establecieron relaciones comerciales con SEA CLOUD (Luxury- Inglaterra); Noble Caledonia (Inglaterra); MSC (Italia), SAGA (Inglaterra), PlanTours (Alemania), Ponad (Francia), AIDA (Alemania), Swan Hellenic (Italia) AMBASSADOR (Inglaterra) y la Asociación Internacional de Cruceros, CLIA. Estos espacios para la industria de cruceros permiten, además, construir relaciones cercanas con los ejecutivos de las líneas de cruceros, generando confiabilidad de elegir el destino para sus operaciones.

Actualmente, las líneas de cruceros de Europa que llegan a Cartagena, están: MSC Cruise, Costa Cruise, TUI Cruise, Virgin Bayages, Viking Ocean Cruise, Hapag Lloyd, Explora Journey, P&O Cruise, Norwegin Cruise Line, Fred Olsen Cruises, entre otras.

Además, la comisión de Cartagena tuvo importantes espacios para compartir experiencias en estrategias de promoción, productos y sostenibilidad en materia de cruceros con el Puerto de Cádiz, Ministerio de Turismo de Costa Rica, Ministerio de Turismo de Guatemala y el Ministerio de Turismo de República Dominicana. De igual forma, hubo espacios de citas uno a uno con agencias de viaje mayoristas, medios especializados y expertos en posicionamiento de turismo de cruceros. Se logró conectar para generar experiencias de intercambio con el puerto de Cruceros de Río de Janeiro, Brasil.

A continuación, se presenta un resumen detallado de balance de las reuniones mantenidas, destacando los puntos discutidos, las conclusiones alcanzadas y los compromisos adquiridos, que serán cruciales para la planificación y ejecución de estrategias destinadas a potenciar el turismo de cruceros en Cartagena de Indias.

1. Actualización de Base de Datos para Mailchimp

Actualizar la base de datos en Mailchimp conforme a las reuniones recientes, asegurando que la información de contacto y las listas de distribución estén al día para una comunicación eficaz con los contactos clave del sector captados en estos espacios.

2. Desarrollo de Productos en Colaboración con Costa Rica y Panamá

Colaboración en el desarrollo de productos conjuntos con Costa Rica y Panamá, con el objetivo de ofrecer opciones atractivas a las líneas de cruceros de lujo, con el fin buscar diversificar la oferta y mejorar la competitividad de Cartagena de Indias en el mercado de cruceros de lujo y de expedición.

3. Presencia en Fitur: Pabellón Cruceros

Se evaluará la presencia de Colombia y Cartagena en la feria Fitur, el cual tiene un pabellón específico para cruceros, se propone a través de una activación estratégica. La participación en este evento es fundamental para fortalecer la visibilidad de Cartagena como un destino clave en el sector de cruceros.



4. Newsletter para Ejecutivos de Cruceros

Enviar newsletters dirigidas a ejecutivos de cruceros, enfocadas en destacar los nuevos productos y ofertas disponibles. Estos boletines deberán estar orientados a captar la atención y generar interés en las opciones propuestas.

5. Conexiones con Empresas de Desarrollo Portuario: Muelle de La Bodeguita

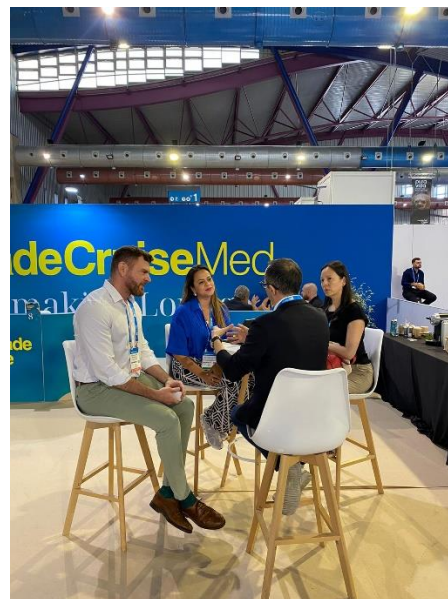
Tener en cuenta desde la mirada del Muelle de la Bodeguita, los enlaces con empresas de desarrollo portuario para potenciar la infraestructura del Muelle como puerto de embarque para cruceros y/o embarcaciones de lujo. Esta colaboración es crucial para mejorar la capacidad de recepción de cruceros y fortalecer la infraestructura portuaria.

6. Exploración del Segmento de Cruceros del Río

Dado que no se tuvo representación de líneas de cruceros del río en el evento, se realizará una búsqueda de otros espacios y oportunidades para entender mejor este segmento y explorar su potencial para Cartagena.

7. Participación en Ferias Clave

Se identificará y considerará la participación en ferias importantes que representen un mercado interesante para Colombia y Cartagena de Indias. La presencia en estos eventos es estratégica para captar nuevos negocios y fortalecer la posición de Cartagena en el mercado de cruceros.





Etapa de evaluación –0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de evaluación se presentará en el **cuarto y último informe**.

3.1.1.2 COLOMBIA TRAVEL EXPO

Etapa de planeación – 100%

La fase de planeación de COLOMBIA TRAVEL EXPO se relacionó en el **segundo informe**, correspondiente al periodo del 1 julio al 30 de agosto 2024.

Presupuesto stand, tiquetes y viáticos: \$10,687,602 COP.

Proceso contractual stand: Contrato para la prestación de servicios de diseño, producción, montaje y desmontaje del stand de Cartagena de Indias para el evento Colombia Travel Expo 2024 en la Ciudad de Medellín con BIG APPLE PRODUCTIONS GROUPS S.A.S.

Etapa de ejecución –100%

1. Coordinación y puesta en marcha: En esta edición de 2024 la ciudad de Cartagena de Indias participó de la siguiente manera:
 - En la muestra comercial con un stand de 12 m² ambientado con espacios y elementos representativos de la ciudad convirtiéndose en un espacio para que los visitantes durante los 3 días del evento pudiesen llevarse un recuerdo tomándose una fotografía en el stand. Nuestra participación fue fundamental en esta muestra dado que nos permitió seguir promocionando y posicionando a Cartagena de Indias como un destino referente para el turismo en Colombia, reafirmando nuestro compromiso de atraer y cautivar a turistas nacionales e internacionales.
 - En la rueda de negocios se realizaron encuentros uno a uno con más de 15 profesionales de la industria, tanto nacionales como internacionales. Esta interacción reafirmó la preferencia de Cartagena de Indias como un destino privilegiado para el turismo en Colombia.

Balance General

La participación de Cartagena de Indias en la 7ma edición de Colombia Travel Expo 2024 fue positiva. Durante esta jornada, se llevó a cabo una muestra comercial que reunió a las cinco regiones del país, con más de 200 stands y la asistencia de más de 2,000 visitantes interesados en conocer "Colombia, El País de la Belleza".



El stand de Cartagena recibió más de 300 visitas, con un enfoque en la atención a consultas sobre experiencias de destino. Se brindó información sobre importantes iniciativas en turismo, incluyendo:

- Turismo Deportivo
- Turismo Religioso
- Fiestas de la Independencia del 11 de noviembre



Aspectos generales de la participación en la rueda de negocios:



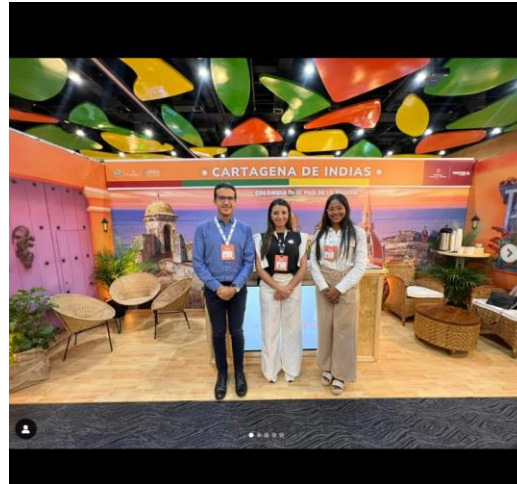


TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



- Estrategia de Comunicación Digital:



Enlace de la publicación:
https://www.instagram.com/p/C_01CeGuQxe/?img_index=1.



Enlace de la Publicación:
https://www.instagram.com/p/C_1gWt6ASiw/?img_index=1.



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Enlace de la publicación:
https://www.instagram.com/p/C_385b_g3t7/?img_index=1



Enlace de la publicación: https://www.instagram.com/p/C_-l24gxGw/.

Como evidencia complementaria de la participación en el evento, en el siguiente enlace se puede acceder a la galería audiovisual: Colombia Travel Expo 2024.

Etapas de evaluación- 0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de evaluación se presentará en el **cuarto y último informe**.



3.1.1.3 FCCA

Etapa de planeación – 100%

La fase de planeación de FCCA se relacionó en el **primer informe**, correspondiente al periodo del 6 de junio a 30 de junio 2024.

Presupuesto Participación, tiquetes, alojamiento y viáticos: \$14,430,000 COP.

Etapa de ejecución – 100%

La conferencia de la FCCA reunió a representantes de las líneas de cruceros, destinos, asociaciones y operadores internacionales para la generación de oportunidades y desarrollar estrategias de trabajo conjunto para el beneficio de la industria de cruceros en el Caribe.

Este espacio, diseñado para puertos y destinos; agencias de cruceros y turismo; operadores turísticos; atracciones; proveedores y agentes marítimos, tuvo como finalidad fomentar una mejor comprensión del funcionamiento interno de la industria de cruceros y ayuda a los asistentes a mejorar su negocio de turismo de cruceros. A través de un foro especializado que combina reuniones y talleres con funciones sociales, los asistentes tuvieron la oportunidad única de desarrollar relaciones, promover productos y aprender de aproximadamente 100 ejecutivos de líneas miembros de la FCCA, para el caso de Cartagena realizamos más de 11 reuniones con las importantes líneas de cruceros que llegan a la ciudad.

Igualmente, durante la participación en la FCCA (Florida Caribe Cruise Asociation) se realizó la presentación del Estudio del impacto económico de la industria de cruceros en el caribe, ya disponible en la página de BREA.





Etapa de evaluación- 0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de evaluación se presentará en el **cuarto y último informe**.

3.1.1.4 FIT Argentina

Etapa de planeación – 100%

La fase de planeación de FCCA se relacionó en el **segundo informe**, correspondiente al periodo del 1 julio a 30 agosto 2024.

Presupuesto Participación, tiquetes, alojamiento y viáticos: \$11,550,000 COP.

Etapa de ejecución – 100%

La edición de FIT Argentina 2024 tuvo balance muy positivo para Cartagena de Indias. Este evento de cuatro días contó con una muestra comercial de más de 1,700 expositores y atrajo a más de 120,000 visitantes interesados en explorar los destinos de Latinoamérica.



Participación Colombia: En esta edición, Colombia estuvo representada por una delegación de 26 empresarios, de los cuales 16 eran de Cartagena de Indias, siendo esta la ciudad con la mayor participación en el encuentro.



Representación de Cartagena de Indias: Cartagena de Indias, representada por la Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias y Corpoturismo, presentó a los visitantes y profesionales de la industria las últimas novedades en materia de turismo.



Durante la feria, la participación de Cartagena de Indias se desarrolló en dos momentos clave:

Jornada dirigida al público final: Se atendieron más de 100 visitas, ratificando la preferencia del mercado argentino por Cartagena de Indias como destino turístico en Colombia, especialmente para viajes entre diciembre y marzo.

Jornada dirigida al público profesional: Se llevaron a cabo más de 30 encuentros uno a uno con profesionales de la industria que venden el destino y buscan seguir potenciándolo.



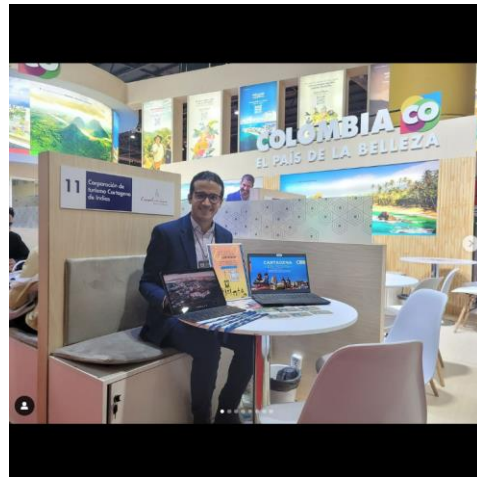
Eventos como FIT Argentina son altamente productivos, ya que se traducen en nuevas oportunidades para los empresarios y el sector turístico en general, además de proporcionar mayor visibilidad a destinos con vocación turística como Cartagena de Indias.

- *Estrategia de Comunicación Digital:*



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



corpoturismoctg

corpoturismoctg Cartagena de Indias presente en FIT Argentina Aa, el escenario de turismo más relevante de Latinoamérica para establecer alianzas estratégicas con profesionales de la industria. Un espacio de relacionamiento muy importante para el sector turismo.

Participando activamente en la feria, destacamos la gran riqueza cultural, patrimonial, ancestral y caribe de nuestra ciudad heroica haciéndola un destino multiexperiencial. Nuestro objetivo es posicionar a Cartagena de Indias como un destino líder en América Latina.

Argentina se ubica en el top 10 en emisión de viajeros hacia el Caribe, cuyos principales intereses van relacionados con experiencias de sol/playa y cultura e historia.

Invitamos a todos a descubrir Cartagena de Indias, destino turístico líder de Colombia.

#ElPaísDeLaBelleza

Editado · 4 sem

daizdelahoz63 4 sem · 1 Me gusta · Responder

Les gusta a mj.tamara y 100 personas más

29 de septiembre

Añade un comentario... Publicar



corpoturismoctg

Audio original

corpoturismoctg En el marco de FIT Argentinaa estamos llevando al público argentino, interesado en visitar y conocer Colombia, las novedades en turismo y eventos de ciudad que tiene #CartagenaDeIndias , una oportunidad perfecta para explorar este destino multifacético.

Este evento, considerado el más relevante en Latinoamérica, cuenta con las herramientas para establecer alianzas estratégicas y relacionamiento muy importante para el sector turismo. El mercado argentino reconoce a nuestra ciudad como el destino ideal en Colombia para disfrutar de su oferta en turismo.

Desde Corpoturismo ratificamos el compromiso de continuar promocionando Cartagena de Indias a nivel internacional, para posicionarla como destino líder en la región.

#FITAméricaLatina #CartagenaDeIndias #Turismo #Colombia #DestinoTurístico

Editado · 4 sem

planescartagena 4 sem · Responder

Les gusta a mj.tamara y 48 personas más

29 de septiembre

Añade un comentario... Publicar

Enlace de la publicación: https://www.instagram.com/reel/DAhCz-0SCPX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA==.



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



corpoturismoctg
Audio original

corpoturismoctg Balance positivo para Cartagena en FIT Argentina 2024, fue una jornada de cuatros días que contó con la participación de más de 1.700 expositores y más de 125mil visitantes interesados en los destinos de Latinoamérica. 🇦🇷

Cartagena Indias participó con una delegación de 16 empresarios, siendo el destino con la mayor participación en esta edición.

Durante la feria le presentamos a los visitantes y profesionales de la industria las novedades del destino en materia de turismo y agenda de eventos de ciudad.

3 sem

daisydelahoz63 🍌 🍌
3 sem 1 Me gusta Responder

marybuelvas ❤️ ❤️ ❤️
3 sem 1 Me gusta Responder

marlyabreo ❤️ ❤️ ❤️
3 sem 1 Me gusta Responder

Les gusta a mj.tamara y 44 personas más
2 de octubre

Añade un comentario... Publicar

Enlace de la publicación:
https://www.instagram.com/reel/DAoeO5YyamK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA

corpoturismoctg

corpoturismoctg Sostuvimos encuentro con Visit Buenos Aires, organismo oficial de marketing turístico internacional de la ciudad de Buenos Aires, con el objetivo de coordinar sinergias que permitan fortalecer la promoción de Cartagena de Indias ante el mercado Argentino.

🤝 Alianzas estratégicas para maximizar las oportunidades del turismo internacional hacia Cartagena de Indias son fundamentales dentro de las acciones lideradas por Corpoturismo.

4 sem

Les gusta a mj.tamara y 43 personas más
30 de septiembre

Añade un comentario... Publicar

Enlace de la publicación: https://www.instagram.com/p/DAju2WSHx0/?img_index=1



LA AGENCIA
DE VIAJES

Cartagena de Indias: No podemos quedarnos en la premisa de que un destino se vende solo

Cartagena de Indias: "No podemos quedarnos en la premisa de que un destino se vende solo"

Cartagena redobla su apuesta por la promoción nacional e internacional, estrategia con la que busca ratificar su posición como destino insignia de Colombia.

- Cartagena de Indias recorre Latinoamérica con grandes oportunidades de negocio

14 DE OCTUBRE DE 2024



En el marco de nuestra participación, LADEVI – el medio especializado en turismo realizó una entrevista cuyos temas estuvieron enfocados en: balance participación FIT Argentina, estrategia de marketing para Cartagena de Indias, novedades en materia de oferta y experiencia del destino, proyecto marca ciudad de destino, entre otros temas. Para acceder a la nota completa, se puede realizar por medio del siguiente enlace: <https://colombia.ladevi.info/cartagena/cartagena-indias-no-podemos-quedarnos-la-premisa-que-un-destino-se-vende-solo-n74167>.

Como evidencia complementaria de la participación en el evento, en el siguiente enlace se puede acceder a la galería audiovisual: [FIT Argentina 2024](#).

Etapas de evaluación– 0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de evaluación se presentará en el **cuarto y último informe**.



Resumen ejecución técnica:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN / FASE		FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN	TOTAL
% PARTICIPACIÓN		40%	50%	10%	100%
Acciones de promoción de destino local, nacional e internacional					
Participación en ferias especializadas	Seatrade	100%	100%	0%	90%
	Colombia Travel Expo	100%	100%	0%	90%
	Fit Argentina	100%	100%	0%	90%
	FCCA	100%	100%	0%	90%
	USTOA	100%	0%	0%	40%
PROMEDIO EJECUCIÓN ACTIVIDADES – PARTICIPACIÓN EN FERIAS ESPECIALIZADAS					80%

Resumen ejecución financiera:

LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	EJECUCIÓN FINANCIERA 6 JUN - 30 JUN 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 1 JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 31 AGO A 31 OCT 2024	PENDIENTE POR EJECUTAR	CONTRATO/DOCUMENTO SOPORTE	ANEXOS/COMENTARIOS
Ferias	\$16,416,000	Seatrade	\$12,420,235	\$0	\$3,995,458	\$ 307	Justificación adquisición por medio de Tarjeta de crédito.	Seatrade 1 Seatrade 3
	\$10,687,602	Colombia Travel Expo	Stand: \$0	\$0	\$8,745,570	\$0	BIG APPLE PRODUCTIONS GROUPS S.A.S	Big Apple
			Tiquetes y viáticos: \$0	\$0	\$1,942,032		Justificación adquisición por medio de Tarjeta de crédito.	Travel Efiestxpo
	\$11,550,000	Fit Argentina	\$0	\$4,087,594	\$7,462,042	\$ 364	Justificación adquisición por medio de Tarjeta de crédito.	Fit Argentina 2 Fit Argentina 3
	\$14,430,000	FCCA	\$6,463,943	\$3,628,400	\$4,336,150	\$1,507	Justificación adquisición por medio de Tarjeta de crédito.	FCCA 1 FCCA 2 FCCA 3
	\$21,000,000	USTOA	\$10,672,152	\$0	\$0	\$10,327,848	Justificación adquisición por medio de Tarjeta de crédito.	USTOA 1

Link Soportes participación ferias:

https://drive.google.com/drive/folders/1bqx2_r4QhKxZS-ZoMIIU-d9IT7M48vu5?usp=drive_link



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



MOK

LA AGENCIA DE VIAJES COLOMBIA

GRUPO MOK

MANUALES

NEGOCIOS

TENDENCIAS

COLOMBIA

VER MÁS

+ LEÍDOS

NDC

Anato

cuarentena

Avianca

IL MOMENTO ES AHORA

TICKET MÁS FLEXIBLE

INICIO > ACTUALIDAD > CARTAGENA

Descubre Cartagena de Indias en su caravana por Colombia

Agencias de viajes de Bogotá, Medellín y Cali, prepárense para conocer las novedades que **Cartagena de Indias** tiene para sus clientes.

- **Cartagena se transforma para recuperar su brillo y esplendor**

25 DE AGOSTO DE 2024

VUELA A ESPAÑA AL MEJOR PRECIO

DREAMS®

- o Notas de prensa de las caravanas nacionales por cada destino identificado:

Noticias para profesionales de turismo de Colombia

LADEVI

Lunes 2 SEP24 - Año 21 - Ed. 3.598

Flyingblue

Por primera vez en Colombia, Flying Blue Status Match

VENDE ASSIST CARD A TUS CUENTES

ASSIST CARD

ASISTENCIA AL VIAJERO OFICIAL DE LA SELECCIÓN COLOMBIANA

Dólar hoy 2 de septiembre de 2024

Conozca la tasa representativa del mercado (TRM) del dólar para hoy 2 de septiembre de 2024.

[Continuar leyendo en www.ladevi.info](#)

Todas nuestras tarifas incluyen maletas en bodega

¡Gran invitación! Descubre Cartagena de Indias en su paso por Cali

Agencias de viajes de Cali prepárense para conocer las novedades que Cartagena de Indias tiene para sus clientes. Nos vemos el miércoles 4 de septiembre de 2024 en el Hotel Sonesta Cali de 8:30 a 11 a.m.

[Inscríbete aquí](#)

Ofrece a tus Clientes Promo Multivajes 30 días 145 USD por el año

MOK TRAVEL ASSIST

TURQUIA

Página 26 de 165



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Noticias para profesionales de turismo de Colombia LADEVI Miércoles 4 SEP24 - Año 21 - Ed. 3.601

Flyingblue



Por primera vez en Colombia,
**Flying Blue
Status Match**



Dólar hoy 4 de septiembre de 2024

Conozca la tasa representativa del mercado (TRM) del dólar para hoy 4 de septiembre de 2024.

+ Continuar leyendo en www.ladevi.info

¡Reserva un crucero de Disney desde Fort Lauderdale!



Disney CRUISE LINE
Ver Más



¿Estás listo para vivir una experiencia única?

¡Afiliate!
agencias.envacation.com

¡Gran invitación! Hoy Cartagena llega a Cali con sus novedades

Agencias de viajes de Cali prepárense para conocer las novedades que Cartagena de Indias tiene para sus clientes. Nos vemos hoy, 4 de septiembre de 2024, en el Hotel Sonesta Cali, de 8:30 a 11 a.m.

+ Continuar leyendo en www.ladevi.info



Ofrece a tus Clientes
Promo Multiviajes
30 días
145 USD por el año
MOK
TRAVEL ASSIST

TURQUIA

Noticias para profesionales de turismo de Colombia LADEVI Jueves 5 SEP24 - Año 21 - Ed. 3.602

Tan solo pagando una tarifa, igualamos su estatus de lealtad elite en otra aerolínea.
Disfrute los beneficios de ser miembro Flying Blue Elite.

Aplique ahora

Flyingblue

Aplican términos y condiciones.



Dólar hoy 5 de septiembre de 2024

Conozca la tasa representativa del mercado (TRM) del dólar para hoy 5 de septiembre de 2024.

+ Continuar leyendo en www.ladevi.info

¡Reserva un crucero de Disney desde Fort Lauderdale!



Disney CRUISE LINE
Ver Más



Descubre la magia de estar juntos y vive momentos inolvidables en el

¡Gran invitación! Hoy Cartagena finaliza su caravana en Bogotá

Agencias de viajes de Bogotá prepárense para conocer las novedades que Cartagena de Indias tiene para sus clientes. Nos vemos hoy, 5 de septiembre de 2024, en el Hotel DoubleTree by Hilton, de 8:30 a 11 a.m.

+ Continuar leyendo en www.ladevi.info

Hilton



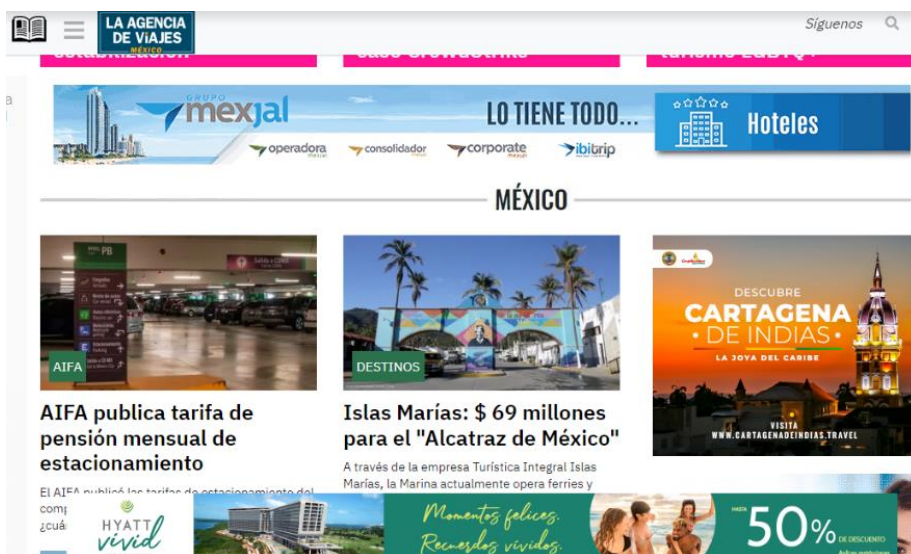
Ofrece a tus Clientes
Promo Multiviajes
30 días
145 USD por el año
MOK
TRAVEL ASSIST

TURQUIA

Ladevi.info Chile: Banner con imagen de destino y "call to action" al portal web www.cartagenadeindias.travel invitando al público profesional y final de Chile a explorar las maravillas y novedades en materia de turismo de la ciudad:



Ladevi.info México: Banner con imagen de destino y "call to action" al portal web www.cartagenadeindias.travel invitando al público profesional y final de México a explorar las maravillas y novedades en materia de turismo de la ciudad:



Arte promocional de la caravana de Cartagena de Indias en México a través de la edición digital de La Agencia de Viajes Print - Digital 1ra Septiembre México – EPTUR:
https://issuu.com/ladevi.argentina/docs/mex_44_7138344f00e00a



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Manual MICE y Bodas: herramienta de ventas para el año de regreso a los números de prepandemia

Salió el Manual MICE y Bodas 2024, herramienta esencial para potenciar las ventas en este segmento, con información sobre el mercado, tendencias y novedades.

Si bien en 2022 y 2023 se habían registrado fuertes rebotes que devolvieron a los hoteles de la sustitución de los reuniones presenciales habían fallado, ahora se puede afirmar que el turismo MICE alcanzará en 2024 los volúmenes de negocios de la pre-

pandemia, manteniendo estabilidad y solidez. En ese sentido, se prevé que este año el gasto mundial en viajes de negocios se incrementará un 11.1%, alcanzando el récord de US\$ 1.48 billones. En la misma línea, el turismo de bodas se ha multi-

plicado en los últimos años, convirtiéndose en un interesante negocio para los destinos y operadores de reuniones, ya que representa un sector de US\$ 150 mil millones anuales, representando casi un tercio del gasto mundial anual de la industria de bodas. Y para 2028 se prevé que la cifra podría duplicarse. Acompañando esta auspicioso momento, Ladevi Medios y Soluciones presenta el Manual MICE y Bodas 2024, herramienta esencial para potenciar las ventas, con información concisa sobre este segmento de mercado, tendencias y novedades en productos y destinos. Descubra cómo estar un paso adelante en un sector en constante evolución.



UNA PLATAFORMA, TODOS LOS TRENES

NUEVOS DESTINOS

TRENES NOCTURNOS EUROPEOS

NUEVAS COMPANIAS

Regístrate y compra con los expertos!

GO TRENES.COM

GO TRAVEL

WWW.CARTAGENADEINDIAS.TRAVEL

DESCUBRE

CARTAGENA DE INDIAS

LA JOYA DEL CARIBE

¡PREPÁRATE para conocer las novedades que tiene nuestro destino para ofrecerte!

¡Vive Cartagena!

Artículo en la edición digital "Cartagena de Indias recorre Latinoamérica con grandes oportunidades de negocio", compartido vía emailing a toda la base de datos de Ladevi, el cual puede tener acceso aquí: <https://colombia.ladevi.info/cartagena/cartagena-indias-recorre-latinoamerica-grandes-oportunidades-negocio-n72930>.

RCD Hotels celebra su 10º Fam Fest Latam con agentes de viajes // Cartagena se promociona en Latinoamérica

La Agencia de Viajes Latam N° 1.994

Precaución! Este mensaje fue enviado desde fuera de la organización

Noticias para profesionales | Ver en navegador | Reservar

LADevi LATAM

Resort del mes: Meliá Puntacana Beach

Para usted: 18% comisión

Noticias para profesionales de turismo de Latinoamérica | LADevi

Martes 24 SEP24 - Año 22 - Ed. 1.994

Sandale

SWEETHEART #1 DEAL EN TODOS LOS RESORTS DE JAMAICA

Paquete de bodas Sweetheart SIN COSTO

RCD Hotels celebra su 10º Fam Fest Latam en el flamante AVA Resort Cancún

RCD Hotels celebra la décima edición de su Fam Fest Latam del 21 al 24 de septiembre de 2024, con sede en el flamante AVA Resort Cancún, una propiedad nueva que tendrá su apertura oficial el 1º de noviembre del corriente año.

Continuar leyendo en www.ladevi.info

civitalis

Disfruta unas vacaciones en familia en PUNTA CANA

Cartagena de Indias recorre Latinoamérica con grandes oportunidades de negocio

Con el apoyo de Ladevi Medios y Soluciones, la Corporación Turismo Cartagena de Indias (Corpoturismo) y la Alcaldía Mayor de Cartagena llevaron a cabo con éxito la primera etapa de la caravana internacional de promoción en las capitales de Chile y México. Más de 200 profesionales del turismo se dieron cita con alrededor de 13 empresarios de la Heroica.

Continuar leyendo en www.ladevi.info



LA AGENCIA
DE VIAJES

Cartagena de Indias recorre Latinoamérica con grandes oportunidades de negocio

INICIO > NEGOCIOS > CARTAGENA

Cartagena de Indias recorre Latinoamérica con grandes oportunidades de negocio

Con una gran acogida y oportunidades de negocio, 13 empresarios de Cartagena de Indias finalizaron su recorrido por México y Chile. Pronto estarán en Ecuador y Perú.

- Exitosa caravana en Colombia 'Descubre Cartagena de Indias': más \$ 3.500 millones en expectativas de negocios

19 DE SEPTIEMBRE DE 2024



Delegación participante en la caravana 'Descubre Cartagena de Indias' a nivel internacional.



Nota de prensa en la edición digital La Agencia de Viajes Perú, invitando al público profesional en turismo de Perú a Descubrir Cartagena de Indias durante su parada en la ciudad de Lima. Nota aquí: https://issuu.com/ladevi.argentina/docs/per_164?fr=sMmFIOTc3NjM3NzU.

Descubre Cartagena de Indias en su visita a Perú

Agencias de viajes de Lima prepárense para conocer las novedades que Cartagena de Indias tiene para sus clientes.

Con el apoyo de Ladevi Medios y Soluciones, la Alcaldía de Cartagena y la Corporación Turismo Cartagena de Indias (ConcorTurismo) continúan su caravana por Latinoamérica, que en esta oportunidad visitará Lima, Perú, el 19 de octubre de 2024.

Con el tema "Descubre Cartagena de Indias", el destino busca promover su oferta y novedades oferta turística para mantener actualizada a las agencias de viajes. "Cartagena es una ciudad que está recuperando su brillo, que la apuesta a un turismo responsable y busca que los viajeros visiten el destino para que puedan disfrutar de una buena gastronomía, eventos, y experiencias culturales y deportivas. Queremos que, desde la Alcaldía Mayor de Cartagena y la Corporación de Turismo, de la mano de nuestros gran aliados Ladevi, la ciudad se mantenga vigente en los catálogos de todas las agencias, en la captación de eventos, que se posicionen como un referente de la industria MICE y que siga siendo un importante puerto de destino y llegada de cruceros", puntualizó Liliana Rodríguez, presidente ejecutiva de Corpoturismo.

Desde Cartagena se ha trabajado en fortalecer la conectividad aérea nacional e internacional, ejemplo de esto es la oferta de vuelos con Estados Unidos, con 44 frecuencias semanales hacia destinos como Orlando, Nueva York, Atlanta y Miami.

Para nosotros, Estados Unidos representa el 34% del total de los mercados que arriban a Cartagena de Indias, acorde al primer semestre 2024. Llegan tenemos países como Chile, Ecuador, Perú y México, cuyos destinos seguros representando la mayor llegada de turistas internacionales durante el segundo semestre", destacó Rodríguez.

Cartagena también ha venido creciendo gracias a la inclusión de JetSmart que, en la oferta internacional, nos da una manera directa con Lima", añadió.

Adicionalmente, LATAM Airlines también opera la ruta Cartagena-Lima con una frecuencia diaria."

CIC Travel nombra a Carlos Revoredo nuevo director comercial en Perú

CIC Travel ha nombrado a Carlos Revoredo como su nuevo director comercial en Perú.

"No solamente vamos a lograr mantener el prestigio que se tiene como CIC Travel Perú como marca, si no que buscamos por el crecimiento y posicionamiento en Europa, Grupo y Ciudad", señaló.

"Desde el día 1 vamos a trabajar para reforzar la estrategia comercial en lo que resta del año, esta vez acompañados de un crecimiento importante del equipo actual. También estamos pensando en el próximo año con dinamismo y rapidez. Se

Su primera experiencia fue en Latam en 2005, donde desempeñó roles clave en las áreas de cuentas, ventas y comercial, ascendiendo posteriormente a supervisor. Poco después, en 2013 ingresó como jefe de Ventas para Lima y provincias en Asist Card. En 2015 asumió la gerencia de subgerencia de Operaciones y Comercial, combinando ambos roles en la compañía. Tras la pandemia, en 2021 Revoredo laboró en Viajes El Corte Inglés, donde ocupó el cargo de jefe de Tiendas y Mayordía.

En 2023 se incorporó a Agil como jefe de Contact Center, siendo responsable de liderar el área de servicio y consolidación aérea."

Revoredo comenzó su carrera en la industria del turismo hace 20 años, pasando por diversas compañías de gran prestigio en el sector.

Con propiedades en los destinos más icónicos del Caribe, Bahia Principe ofrece paquetes de bodas que garantizan una experiencia memorable.

La oferta de bodas en Bahia Principe comprende de que cada pareja y cada historia de amor son únicas. Por ello, ha creado cinco paquetes de bodas cuidadosamente diseñados para satisfacer todas las necesidades de las novias y hacer realidad sus sueños en una sola día tan importante.

Estas propiedades exclusivas están diseñadas para ser vividas, disfrutadas y, sobre todo, sentidas", destacó la firma.

Desde la firma, Dado la naturaleza incomparable de Samaná hasta los icónicos cimientos de primera de La Romana, pasando por los lugares cristianos de Bávaro, los playas intermedias de Tulum y el vibrante ritmo de Miami, cada uno de estos destinos ofrece un entorno único y cautivante que hacen de esa día especial, un recuerdo eterno.

• Joyful: un equipo de expertos se encarga de cada detalle, asegurando que la boda sea única e inolvidable, en un ambiente lleno de felicidad y armonía.

• Delightful: propone intercambiar votos bajo un cielo azul, con el suave susurro de las olas como testigo. Este paquete ofrece escenarios exclusivos con un telón de fondo perfecto.

• Beautiful: flores impresionantes, música encantadora, barra libre, alta gastronomía y una porción del Caribe reservada solo para la pareja y sus invitados.

• Wonderful: escenarios exclusivos junto al mar, alta gastronomía, música en vivo, champán y detalles especiales antes y después de la boda harán que la experiencia se sienta como un sueño memorable.

Desde espacios de ensayo con diseños elegantes y sofisticados hasta una oferta gastronómica que combina sabores locales e internacionales, cada boda en Bahia Principe se convierte en una experiencia inolvidable. Además, la atención personalizada garantiza que tanto los novios como los invitados disfruten al máximo de su estancia en el paraíso.

En Bahia Principe cada boda es mucho más que un evento; es una celebración personalizada que hará que ese momento tan importante se transforme en un recuerdo inolvidable, lleno de magia y amor.", subrayaron desde la cadena."

En Bahia Principe cada boda es mucho más que un evento.

Página completa arte promocional de la caravana de Cartagena de Indias en la edición digital de la revista y compartido a toda la base de datos de Ladevi, que contiene QR con "call to action" al



portal web de destino www.cartagenadeindias.travel: <https://revistas.ladevi.travel/ladevi-colombia-399#page/48>.

revistas.ladevi.travel/ladevi-colombia-399#page/48



NCL presentó su nuevo barco de cruceros: el Norwegian Luna

Norwegian Cruise Line presentó el Norwegian Luna, barco que representa la nueva evolución de la clase Prima Plus. Se trata de la 20ª nave de la flota, cuyos cruceros ya están disponibles para la comercialización.

Los cruceros del Norwegian Luna

Con la y vuelta a Miami, los itinerarios de Norwegian Luna se extenderán del 4 de abril de 2026 a noviembre de ese año.

El barco iniciará su temporada inaugural por el Caribe con dos itinerarios por el oeste, visitando la isla de Roatan, Honduras; Costa Rica y Cozumel, México; y Hain-



Características del Norwegian Luna

Con 186.300 toneladas y capacidad para 3.930 huéspedes, el Norwegian Luna es un 10% más grande que los barcos de la clase Prima. Norwegian Prima y Norwegian Viva.

El Norwegian Luna será diseñado como el barco gen-

eración del Norwegian Aqua, el más reciente barco de la compañía, cuyo lanzamiento está previsto para marzo de 2026.

"Inspirados en la relación entre la luna y las mareas del océano, estamos emocionados de presentar el Norwegian Luna como el barco que complementa perfectamente a su barco hermano, el Norwegian Aqua", dijo David Herrera, presidente de Norwegian Cruise Line.

El arte del casco del Norwegian Luna mostrará un vibrante paisaje creado por la reconocida artista BLU, quien ha colaborado con marcas como Nike, Reebok y Ralph Lauren. Titulada "La Luna", la obra es una exploración visual de la conexión de la humanidad con las fuerzas celestiales del espacio."

UN MUNDO DE BENEFICIOS PARA SUS PASAJEROS

IBERIA ÚNICA AEROLÍNEA A EUROPA CON 3 CABINAS DE PASAJEROS

CLASE EJECUTIVA **TURISTA PREMIUM** **TURISTA**

En The Travel Planner garantizamos su reserva con solo un depósito del 30% del valor del boleto aéreo, conseguimos la tarifa en pesos colombianos y podrá pagar el saldo hasta 90 días antes de la fecha de viaje. Aplicar para vuelos a Europa y vuelos de Europa.

Información y reservas
+57 208 636 6253
info@viagesperu.com.co
www.viagesperu.com.co

WWW.CARTAGENADEINDIAS.TRAVEL
cartagena.travel

DESCUBRE
CARTAGENA
* DE INDIAS *

LA JOYA DEL CARIBE

¡PREPÁRATE para conocer las novedades que tiene nuestro destino para ofrecerte!

Vive Cartagena

Nota de prensa "Cartagena de Indias se suma al Workshop de Ladevi" compartido vía *emailing* a toda la base de datos de la revista, en la cual invita a todo el público profesional en turismo en Perú a descubrir Cartagena de Indias en la caravana en Lima donde será el destino invitado. Nota aquí: https://peru.ladevi.info/cartagena/cartagena-indias-se-suma-al-workshop-ladevi-peru-n73715?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=enes_per.

Cartagena de Indias se suma al Workshop de Ladevi // CTM tours y su exitoso roadshow en tres cii

La Agencia de Viajes Perú N° 1.841 -envios@slacomar02.com.ar- Darse de baja para mí

Precaución! Este mensaje fue enviado desde fuera de la organización

Noticias para profesionales | Ver en navegador | Reenviar

LA AGENCIA DE VIAJES PERÚ

Noticias para profesionales de turismo de Perú

¿Insolación en Miami? TE PUEDE PASAR.

Cartagena de Indias se suma al Workshop de Ladevi Perú

Cartagena de Indias regresa a Lima para participar en el próximo Workshop de Ladevi edición Perú 2024, donde exhibirá la atractiva oferta turística de la ciudad colombiana a las agencias de viajes nacionales en un almuerzo de capacitación.

Continuar leyendo en www.ladevi.info



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



peru.ladevi.info/cartagena/cartagena-indias-se-suma-al-workshop-ladevi-peru-n73715?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=e...

LA AGENCIA DE VIAJES PERÚ

ACTUALIDAD ULTIMAS NOTICIAS MANUALES NEGOCIOS TENDENCIAS PERÚ VER MÁS

DE INTERÉS: Mincetur Canatur Capatur Apavit Mincul Ahora Perú Machu Picchu



INICIO > NEGOCIOS > CARTAGENA

Cartagena de indias se suma al Workshop de Ladevi Perú

Cartagena de Indias llega al Workshop de Ladevi para promocionar la ciudad colombiana y establecer conexiones comerciales con las agencias de viajes peruanas.

Nota de prensa "Workshop Ladevi Perú alista motores para la edición 2024 en Lima" en el cual se hace mención sobre la participación de Cartagena de Indias en el marco de su caravana de promoción internacional: https://peru.ladevi.info/ladevi-workshop/workshop-ladevi-peru-alista-motores-la-edicion-2024-lima-n73816?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=enews_per.

Workshop Ladevi Perú alista motores para la edición 2024 // Air France: Wi-Fi gratuito en todos sus vuelos Externo

La Agencia de Viajes Perú N° 1.842 <envios@siscomar01.com.ar>
para mí

Precaución! Este mensaje fue enviado desde fuera de la organización

Noticias para profesionales | Ver en navegador | Reenviar

Noticias para profesionales de turismo de Perú

LADEVÍ

Lunes 7 OCT24 - Año 14 - Ed. 1.842

Workshop Ladevi Perú alista motores para la edición 2024 en Lima

Todo va quedando listo para la nueva edición del Workshop Ladevi Perú 2024. Tras anunciar la fecha y lugar donde se realizará el tan esperado evento, se reveló la agenda y los expositores que realizarán una jornada de capacitación para el trade.

[Continuar leyendo en www.ladevi.info](https://www.ladevi.info)



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



LA AGENCIA
DE VIAJES

Workshop Ladevi Perú alista motores para la edición 2024 en Lima

marca.

Te puede interesar: [Ladevi Workshop Perú: prepárate para el evento del año](#)

Así se desarrollará el Workshop de Ladevi Perú

En la mañana, la agenda comenzará con un desayuno de presentación, por parte de Disney Destinations, presentado por su representante encargado de mostrar la oferta comercial del destino norteamericano.

Luego, se dará pase al workshop donde los asistentes tendrán la oportunidad de establecer conexiones con los 50 expositores nacionales e internacionales, quienes estarán dispuestos a fomentar relaciones comerciales, explorar nuevas oportunidades y potenciar el crecimiento del sector turístico.

Después, el almuerzo estará a cargo de Cartagena de Indias mostrando sus principales atractivos turísticos de Cartagena, incluyendo su rica herencia cultural y sus impresionantes paisajes.



Contraportada edición digital arte promocional de la caravana de Cartagena de Indias en la edición digital de la revista para Perú y compartido a toda la base de datos de Ladevi, que contiene QR con "call to action" al portal web de destino www.cartagenadeindias.travel: <https://revistas.ladevi.travel/ladevi-peru-165#page/30>.

revistas.ladevi.travel/ladevi-peru-165#page/30

Vi
VES





Nota de prensa "Workshop Ladevi Perú" enviado vía emailing a la base de datos de profesionales en turismo de Perú, donde se destaca la participación de Cartagena de Indias de la mano de Corpoturismo:

https://peru.ladevi.info/ladevi-workshop/workshop-ladevi-peru-conoce-los-expositores-del-evento-n73893?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=enews_per

Workshop Ladevi Perú: la espera terminó // Europ Assistance refuerza su presencia en Perú

La Agencia de Viajes Perú N° 1.843 <envios@siscomar02.com.ar> Darse de baja para mí

Precaución! Este mensaje fue enviado desde fuera de la organización

Noticias para profesionales | Ver en navegador | Reenviar

Noticias para profesionales de turismo de Perú | LADEVI | Miércoles 9 OCT24 - Año 14 - Ed. 1.843

Workshop Ladevi Perú: conoce a los expositores del evento

La espera terminó, el Workshop de Ladevi, la ronda de negocios más esperada del año, abrirá sus puertas este jueves 10 de octubre. Tras su primera parada en Perú, el evento se dirigirá luego a Chile y a tres ciudades de Colombia, y promete superar su propio récord de asistencia.

[Continuar leyendo en \[www.ladevi.info\]\(http://www.ladevi.info\)](#)

Mejores acuerdos comerciales

SAVE THE DATE

LADEVI WORKSHOP
10 OCTUBRE 2024
DE 09:00 A 14:00 HRS

UN ESPACIO PARA NEGOCIOS, RELACIONES PÚBLICAS, Y TODAS LAS OFERTAS DE TEMPORADA

Centro de Convenciones 28 de Julio
Av. 28 de Julio 150. Miraflores

EXPOSITORES:

- ASSIST1 • ASOTELCA • CENTRO CONSULAR • CIC TRAVEL • CIVITATIS • CONECTY • DIKA TRAVEL • D&T TRAVEL • DISCOVER MAYORISTA • DISNEY • DOMIREPS • EUROAMERICAN ASSISTANCE • EUROPAMUNDO • EUROORIENTE • EXPRIVIA VIAJES • FARANDA HOTEL & RESORTS • FIRST CLASS EXPERIENCE • GLA PERU • GEL SUITES • GESTIÓN TURÍSTICA • GOTIRENES • GRAND SIRENIS • HOTEL ALMIRANTE CARTAGENA • HOTEL CARTAGENA PLAZA • HOTEL ISLA DEL ENCANTO • HOTEL RADISSON CARTAGENA • HOTEL ZALMEDINA • HYATT INCLUSIVE COLLECTION • JETSMART • MEGA TRAVEL • NIP GLOBAL CRUISES • PERU INKASICO • PRICEAGENCIES • SPECIAL TOURS • TC TRAVEL • TUSIM TRAVEL • ULTRAGO • VIDATUR VIAJES & TURISMO • VIP VIAJES

CAPACITACIONES

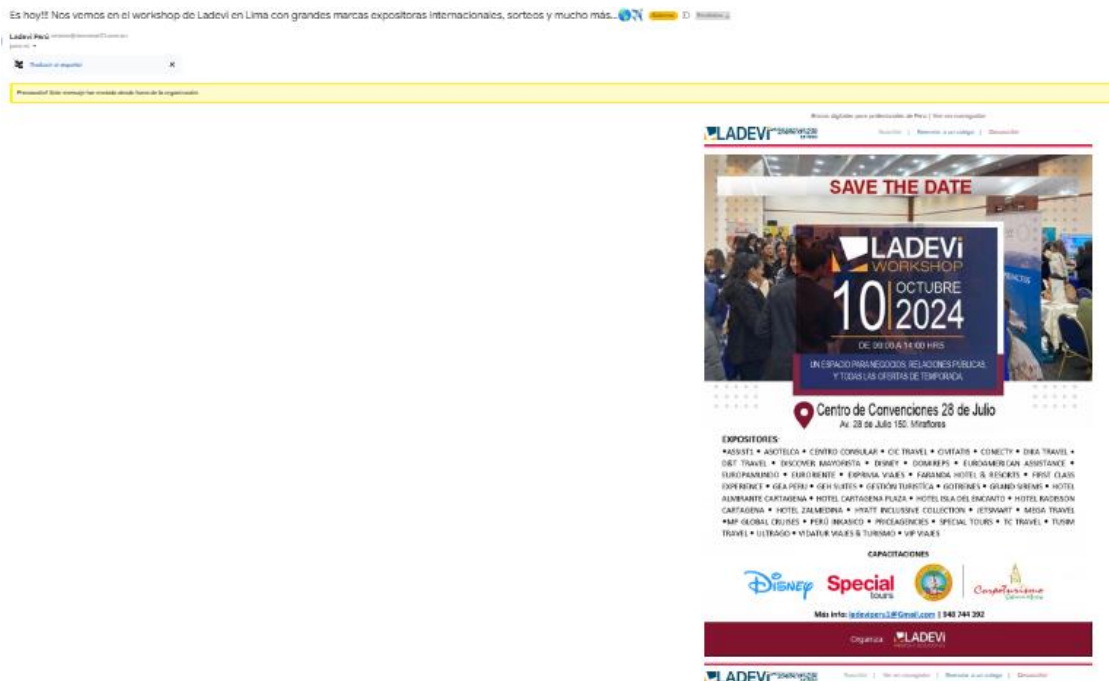
Disney Special tours | Corpoturismo

Más info: ladeviperu1@gmail.com | 948 744 392

Organiza: **LADEVI**
NEGOCIOS Y RELACIONES



Mailing "Es hoy!!! Nos vemos en el workshop de Ladevi en Lima con grandes marcas expositoras Internacionales", enviado a la base de datos de profesionales en turismo de Ladevi en el mercado peruano donde Cartagena de Indias es el destino invitado y será la plataforma para presentar las novedades en materia de turismo



Nota de prensa sobre el desarrollo de la caravana de promoción internacional de Cartagena de Indias en Lima: https://peru.ladevi.info/ladevi-workshop/workshop-ladevi-peru-nada-nos-detiene-n74099?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=enews_per

Finalmente, Cartagena se presentó con una capacitación que cautivó a los presentes. La belleza y el encanto de esta ciudad colombiana fueron expuestos de manera vibrante, mostrando a las agencias la riqueza cultural y las oportunidades de turismo que ofrece.

Los asistentes se sintieron inspirados por la posibilidad de atraer a viajeros a esta joya del Caribe, evidenciando el potencial que aún se puede explorar en el turismo regional.





TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Edición digital arte promocional de la caravana de Cartagena de Indias en el especial "Islas y Playas" compartido a toda la base de datos de Ladevi, que contiene QR con "call to action" al portal web de destino www.cartagena.deindias.travel: <https://revistas.ladevi.travel/colombia-islas-y-playas-2024#page/46>.

revistas.ladevi.travel/colombia-islas-y-playas-2024#page/46



En el siguiente enlace reposa evidencia de los envíos realizados por el contratista: **MAILING CARAVANA PROM INTERNAL. CTG 2024.**

Convocatoria, confirmación y telemarketing garantizando la asistencia del público profesional en turismo por cada destino: Una vez realizadas las invitaciones, se procede a realizar convocatoria donde se obtiene el siguiente reporte:

Medellín: Público profesional caravana CTG en Medellín

Cali: Público profesional caravana CTG en Cali

Bogotá: Público profesional caravana CTG en Bogotá

Santiago de Chile: Público profesional asistente caravana CTG en Chile.

Ciudad de México: Público profesional asistente caravana CTG en México.

Lima: Público profesional asistente caravana CTG en Perú.

Ecuador: Pendiente por ejecutar en el mes de noviembre, se reporta en el cuarto informe de ejecución.



DESCUBRE
CARTAGENA
• DE INDIAS •

MEDELLÍN

¡PREPÁRATE para conocer las novedades
que tiene nuestro destino para ofrecerte!

3 MARTES, SEPTIEMBRE | 8:30 - 11:00 A.M.
Colombia (GMT-4)

Diez Hotel Categoría Colombia, calle 10A # 34-11.
Confirmar asistencia:
eventoscol2@ladevi.com.co | 3123770487

BASTIÓN oxo hotel FARMACIA CARTAGENA PLAZA FARANDA
LA ISLA DEL ENCANTO DORADO PUEBLO SABROSURA TROPICAL
GUESTIN AL SURFER IAN AEROLINEA ALIADA SMART

WWW.CARTAGENADEINDIAS.TRAVEL @cartagena.travel_

DESCUBRE
CARTAGENA
• DE INDIAS •

CALI

¡PREPÁRATE para conocer las novedades
que tiene nuestro destino para ofrecerte!

4 MIÉRCOLES, SEPTIEMBRE | 08:30 - 11:00 A.M.
Colombia (GMT-4)

Hotel Sonesta Cali, calle 18 Norte # 4 N 08.
Confirmar asistencia:
eventoscol2@ladevi.com.co | 3123770487

BASTIÓN oxo hotel FARMACIA CARTAGENA PLAZA FARANDA
LA ISLA DEL ENCANTO DORADO PUEBLO SABROSURA TROPICAL
GUESTIN AL SURFER IAN AEROLINEA ALIADA SMART

WWW.CARTAGENADEINDIAS.TRAVEL @cartagena.travel_

DESCUBRE
CARTAGENA
• DE INDIAS •

BOGOTÁ D.C.

¡PREPÁRATE para conocer las novedades
que tiene nuestro destino para ofrecerte!

5 JUEVES, SEPTIEMBRE | 08:30 - 11:00 A.M.
Colombia (GMT-4)

DoubleTree by Hilton, cra. 11b # 96- 50.
Confirmar asistencia:
eventoscol2@ladevi.com.co | 3123770487

BASTIÓN oxo hotel FARMACIA CARTAGENA PLAZA FARANDA
LA ISLA DEL ENCANTO DORADO PUEBLO SABROSURA TROPICAL
GUESTIN AL SURFER IAN AEROLINEA ALIADA SMART

WWW.CARTAGENADEINDIAS.TRAVEL @cartagena.travel_

DESCUBRE
CARTAGENA
• DE INDIAS •

SANTIAGO DE CHILE

¡PREPÁRATE para conocer las novedades
que tiene nuestro destino para ofrecerte!

12 JUEVES, SEPTIEMBRE | 08:30 - 11:00 A.M.
Colombia (GMT-4)

Intercontinental Santiago,
Avenida Vitacura 2885 Las Condes.
Confirmar asistencia:
eventoscol2@ladevi.com.co | 3123770487

COATECO ZALMEDINA FARMACIA CARTAGENA PLAZA FARANDA
DORADO PUEBLO SABROSURA TROPICAL
GUESTIN AL SURFER IAN AEROLINEA ALIADA SMART

WWW.CARTAGENADEINDIAS.TRAVEL @cartagena.travel_

DESCUBRE
CARTAGENA
• DE INDIAS •

CIUDAD DE MÉXICO

¡PREPÁRATE para conocer las novedades
que tiene nuestro destino para ofrecerte!

17 MARTES, SEPTIEMBRE | 08:30 - 11:00 A.M.
Colombia (GMT-4)

Marquis Reforma Hotel & Spa,
Av. Paseo de la Reforma 485 Cuauhtémoc, 06500 Ciudad de México.
Confirmar asistencia:
eventoscol2@ladevi.com.co | 3123770487

COATECO ZALMEDINA FARMACIA CARTAGENA PLAZA FARANDA
DORADO PUEBLO SABROSURA TROPICAL
GUESTIN AL SURFER IAN AEROLINEA ALIADA SMART

WWW.CARTAGENADEINDIAS.TRAVEL @cartagena.travel_

DESCUBRE
CARTAGENA
• DE INDIAS •

**DESTINO INVITADO, EN:
LIMA, PERÚ**

¡PREPÁRATE para conocer las novedades
que tiene nuestro destino para ofrecerte!

10 JUEVES, OCTUBRE

CAPACITACIÓN 8:00 AM | WORKSHOP 9:00 AM
ALMUERZO/CAPACITACIÓN DE DESTINO 1:00 PM

Centro de Convenciones 28 de Julio,
Salón Paracas - Av. 28 Julio 150, Miraflores.
Confirmar asistencia:
eventoscol2@ladevi.com.co | 3123770487

ASOTELCA ZALMEDINA FARMACIA CARTAGENA PLAZA FARANDA
DORADO PUEBLO SABROSURA TROPICAL
GUESTIN AL SURFER IAN AEROLINEA ALIADA SMART

WWW.CARTAGENADEINDIAS.TRAVEL @cartagena.travel_

Nota: La pieza correspondiente a caravana Ecuador se reporta en el cuarto informe de ejecución.

Página 37 de 165



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Estrategia de Comunicación Digital:

Caravana nacional:



Análisis de Impacto en Redes Sociales

- **Visualizaciones:**
- La publicación fue vista **2,474 veces**, lo que indica un alcance considerable tanto entre seguidores como no seguidores.
- **Interacciones:**
- Se registraron **124 interacciones** en total, desglosadas en:
 - **99 me gusta**
 - **6 comentarios**
 - **1 guardado**
 - **18 compartidos**
- **Cuentas alcanzadas:**
- Alcanzó a **1,619 cuentas**, reflejando un engagement efectivo.

Enlace de la publicación:
https://www.instagram.com/p/C_b2ProAWsW/?fbclid=IwY2xjawG0J0RleHRuA2FlbQlxMAABHSzs-06ZfqBnHeCo_1Jn5zMATTtNmjZ-N7PuQ0K3W9Sh-NammiDW4NjmQ_aem_aE5hRABNdzrbZst94gK0uQ



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Resumen

Alcance ⓘ

2.258

Impresiones ⓘ

2.834

Interacciones ⓘ

135

En este(a) post, el alcance es típico en comparación con tus Instagram posts recientes.

Alcance ⓘ

2.258

Alcance:

- **2,258 cuentas alcanzadas:** Este alcance refleja el número de cuentas únicas que han visto tu publicación.
- **Impresiones:**
- **2,834 impresiones:** Esto indica el número total de veces que la publicación fue vista, incluyendo múltiples vistas por la misma cuenta.
- **Interacciones:**
- **135 interacciones:** Esto incluye todas las acciones que los usuarios realizaron en tu publicación, como me gusta, comentarios, compartidos y guardados.

Link de la publicación:
https://www.instagram.com/p/C_dwmVpxtCy/?fbclid=IwY2xjawG0JuBleHRuA2FibQlxMAABHVgeCx25bRcgYr-1Sa- msVI6ZrUh0EOLJnHbNY6g13ehvwZJolzM3L8_Q_aem_B5XnDWV0e95I0WA-UmeOdQ



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Resumen

Alcance ⓘ

1.408

Impresiones ⓘ

1.770

Interacciones ⓘ

97

En este(a) post, el alcance es típico en comparación con tus Instagram posts recientes.

Alcance ⓘ

1.408

Alcance:

- **1,408 cuentas alcanzadas:** Este número representa el alcance total de la publicación, indicando cuántas cuentas únicas han visto la publicación.
- **Impresiones:**
- **1,770 impresiones:** Indica el número total de veces que la publicación fue vista, incluyendo múltiples vistas por la misma cuenta.
- **Interacciones:**
- **97 interacciones:** Esto incluye todas las acciones realizadas por los usuarios en tu publicación, como me gusta, comentarios, compartidos y guardados.

Link de la publicación:
https://www.instagram.com/p/C_gWHBxRkBM/?fbclid=IwY2xjawG0KHtleHRuA2FlbQlxMAABHVgeCx25bRcgYr-1Sa-msVI6ZrUh0E0LJnHbNY6g13ehvwZJolzM3L8_Q_aem_B5XnDWV0e95I0WA-UmeOdQ



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Resumen

Alcance ⓘ

1.892

Impresiones ⓘ

2.320

Interacciones ⓘ

103

En este(a) post, el **alcance es típico** en comparación con tus Instagram posts recientes.

Alcance ⓘ

1.892

Alcance:

- **1,892 cuentas alcanzadas:** Este número representa el alcance total de la publicación, indicando cuántas cuentas únicas han visto la publicación.
- **Impresiones:**
- **2,320 impresiones:** Indica el número total de veces que la publicación fue vista, incluyendo múltiples vistas por la misma cuenta.
- **Interacciones:**
- **103 interacciones:** Esto incluye todas las acciones realizadas por los usuarios en tu publicación, como me gusta, comentarios, compartidos y guardados.

Link de la publicación:
https://www.instagram.com/p/C_i95fhxCgg/?fbclid=IwY2xjawG0RbJleHRuA2FlbQlxMAABHSzs-06ZfqBnHeCo_1Jn5zMATTtNmjZ-N7PuQ0K3W9Sh-NammiDW4NjmQ_aem_aE5hRABNdzrbZst94gK0uQ



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Resumen

Alcance ⓘ

1.134

Impresiones ⓘ

1.370

Interacciones ⓘ

129

En este(a) post, el alcance es típico en comparación con tus Instagram posts recientes.

Alcance ⓘ

1.134

Alcance:

- **1,134 cuentas alcanzadas:** Este número representa el alcance total de la publicación, indicando cuántas cuentas únicas han visto la publicación.
- **Impresiones:**
- **1,370 impresiones:** Indica el número total de veces que la publicación fue vista, incluyendo múltiples vistas por la misma cuenta.
- **Interacciones:**
- **129 interacciones:** Esto incluye todas las acciones realizadas por los usuarios en tu publicación, como me gusta, comentarios, compartidos y guardados.
- **Me gusta:** 104
- **Comentarios:** 7
- **Veces que se compartió:** 16
- **Veces que se guardó:** 2

Link de la publicación:

https://www.instagram.com/reel/C_jaL57gXgB/?fbclid=IwY2xjawG0RctleHRuA2FibQlxMAABHQ47uDh-LtBuv92x2lmsBFZsyAq8pTk953IOQhdAqBcd5R46JPK7rPfnlg_aem_Rh4YRFbFV_Y5NmseHDO1A



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Resumen

Alcance ⓘ

945

Impresiones ⓘ

1.117

Interacciones ⓘ

75

Este(a) post obtuvo **menos alcance** en comparación con tus Instagram posts recientes.

Alcance ⓘ

945

Alcance:

- **945 cuentas alcanzadas:** Este número representa el alcance total de la publicación, indicando cuántas cuentas únicas han visto la publicación.
- **Impresiones:**
- **1,117 impresiones:** Indica el número total de veces que la publicación fue vista, incluyendo múltiples vistas por la misma cuenta.
- **Interacciones:**
- **75 interacciones:** Esto incluye todas las acciones realizadas por los usuarios en tu publicación, como me gusta, comentarios, compartidos y guardados.
- **Me gusta:** 65
- **Comentarios:** 3
- **Veces compartido:** 6
- **Veces guardado:** 1

Link de la publicación:
https://www.instagram.com/reel/C_jrGDPA0vJ/?fbclid=IwY2xjawG0RfZleHRuA2FlbQlxMAABHXzILnw5D6dpyY6fmh7RQcZ0CaTH3I02mf6p5w1MM6L3JBWw5F1OFxm9Q_aem_2-3gTstct4ghDY1YzNjIWA



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Resumen

Alcance ⓘ

1.196

Impresiones ⓘ

1.471

Interacciones ⓘ

71

En este(a) post, el alcance es típico en comparación con tus Instagram posts recientes.

Alcance ⓘ

1.196

Interacciones ⓘ

71

Me gusta ⓘ

52

Comentarios ⓘ

8

Veces que se compartió ⓘ

10

Veces que se guardó ⓘ

1

Alcance:

- **1,196 cuentas alcanzadas:** Este número representa las cuentas únicas que han visto tu publicación, indicando un alcance efectivo.
- **Impresiones:**
- **1,471 impresiones:** Esto refleja el número total de veces que la publicación ha sido vista, incluyendo múltiples vistas por la misma cuenta.
- **Interacciones:**
- **71 interacciones en total,** que se desglosan de la siguiente manera:
- **Me gusta:** 52
- **Comentarios:** 8
- **Veces compartido:** 10
- **Veces guardado:** 1



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Link de la publicación:
https://www.instagram.com/reel/C_IHF7BAXJI/?fbclid=IwY2xjawG0RhxlHRuA2FlbQlxMAABHRT0r6rbRRuUiziCRTuS4W-zyfJ7SgimnXuuNmzkleB9dfIbPiFbahrNQ_aem_bQehrI8Ppsbm5ZNza3Y1cq



Resumen

Alcance ⓘ	Impresiones ⓘ	Interacciones ⓘ
1.426	2.001	89

En este(a) post, el alcance es típico en comparación con tus Instagram posts recientes.

Alcance ⓘ
1.426
Público

Interacciones ⓘ			
89			
Me gusta ⓘ	Comentarios ⓘ	Veces que se compartió ⓘ	Veces que se guardó ⓘ
77	2	9	1

Alcance:

- **1,426 cuentas alcanzadas:** Este número representa las cuentas únicas que han visto tu publicación, indicando un alcance efectivo.
- **Impresiones:**
- **2,001 impresiones:** Esto refleja el número total de veces que la publicación ha sido vista, incluyendo múltiples vistas por la misma cuenta.
- **Interacciones:**
- **89 interacciones en total,** que se desglosan de la siguiente manera:
 - **Me gusta:** 77
 - **Comentarios:** 2
 - **Veces compartido:** 9
 - **Veces guardado:** 1



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Link de la publicación:
https://www.instagram.com/p/C_mFVugA3nt/?fbclid=IwY2xjawG0RnhleHRuA2FlbQlxMAABHXzILnw5D6dpyY6fmh7RQcZ0CaTH3I02mf6p5w1MM6L3JBWw5F1OFIxm9Q_aem_2-3gTstct4ghDY1YzNjIWA



Resumen

Alcance ⓘ	Impresiones ⓘ	Interacciones ⓘ
937	1.069	93

Este(a) post obtuvo menos alcance en comparación con tus Instagram posts recientes.

Alcance ⓘ

937

Interacciones ⓘ

93

Me gusta ⓘ	Comentarios ⓘ	Veces que se compartió ⓘ	Veces que se guardó ⓘ
71	10	11	1

Alcance:

- **937 cuentas alcanzadas:** Esto representa una audiencia significativa que ha interactuado con tu contenido, mostrando que el mensaje llegó a muchas personas.
- **Impresiones:**
- **1,069 impresiones:** Este número refleja un alto nivel de visibilidad de la publicación, indicando que fue vista varias veces, lo que es positivo para el reconocimiento y la recordación de marca.
- **Interacciones:**
- **93 interacciones en total,** desglosadas de la siguiente manera:
- **Me gusta:** 71



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



- Comentarios: 10
- Veces compartido: 11
- Veces guardado: 1



Cartagena de I...

12 de septiembre de 2024, 1:14 pm

99 Me gusta

6 comentarios

Promoción no disponible

...

Resumen

Rendimiento

Vista previa del feed

Información general

Visualizaciones ⓘ

2.474

Normal

Alcance ⓘ

1.619

Normal

Impresiones ⓘ

2.102

Normal

Interacciones ⓘ

124

Normal

Interacciones ⓘ

Me gusta ⓘ

99

Normal

Comentarios ⓘ

6

Normal

Veces que se compartió ⓘ

18

Normal

Veces que se guardó ⓘ

1

Normal

La publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** La publicación fue vista 2,474 veces, lo que indica un alcance considerable tanto entre seguidores como no seguidores.
- **Interacciones:** Se registraron 124 interacciones en total, desglosadas en 99 me gusta, 6 comentarios, 1 guardado y 18 compartidos.
- **Cuentas alcanzadas:** Alcanzó a 1,619 cuentas, reflejando un *engagement* efectivo.

Enlace de la publicación :
https://www.instagram.com/p/C_06bMCRuzt/?igsh=MTh0aXFjcNzOWpuMA==



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



corpoturismoctg y 2 personas más

corpoturismoctg Nuestra Caravana Internacional Llegó a México 🇲🇽

En nuestra segunda caravana internacional de promoción del destino Cartagena de Indias, 12 empresarios locales nos acompañaron en una misión comercial exitosa en México.

Más de 130 empresarios mayoristas y minoristas del mercado turístico mexicano se unieron a nosotros para

Les gusta a [chicamoraleslopez](#) y otras personas

17 de septiembre



Nuestra Carav...

17 de septiembre de 2024, 3:34 pm

173 Me gusta

6 comentarios

Promoción no disponible

...

Resumen

Rendimiento

Vista previa del feed

Información general

Visualizaciones ⓘ

4.382

Normal

Alcance ⓘ

2.612

Superior a lo normal

Impresiones ⓘ

3.457

Superior a lo normal

Interacciones ⓘ

199

Normal

Interacciones ⓘ

Me gusta ⓘ

173

Normal

Comentarios ⓘ

6

Normal

Veces que se compartió ⓘ

20

Superior a lo normal

Veces que se guardó ⓘ

0

Normal

La publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** La publicación fue vista 4,382 veces, lo que indica un alcance considerable tanto entre seguidores como no seguidores.
- **Interacciones:** Se registraron 199 interacciones en total, desglosadas en 173 me gusta, 6 comentarios y 20 compartidos.
- **Cuentas alcanzadas:** Alcanzó a 2,612 cuentas, reflejando un engagement efectivo.
- **Impresiones:** Se lograron 3,457 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.

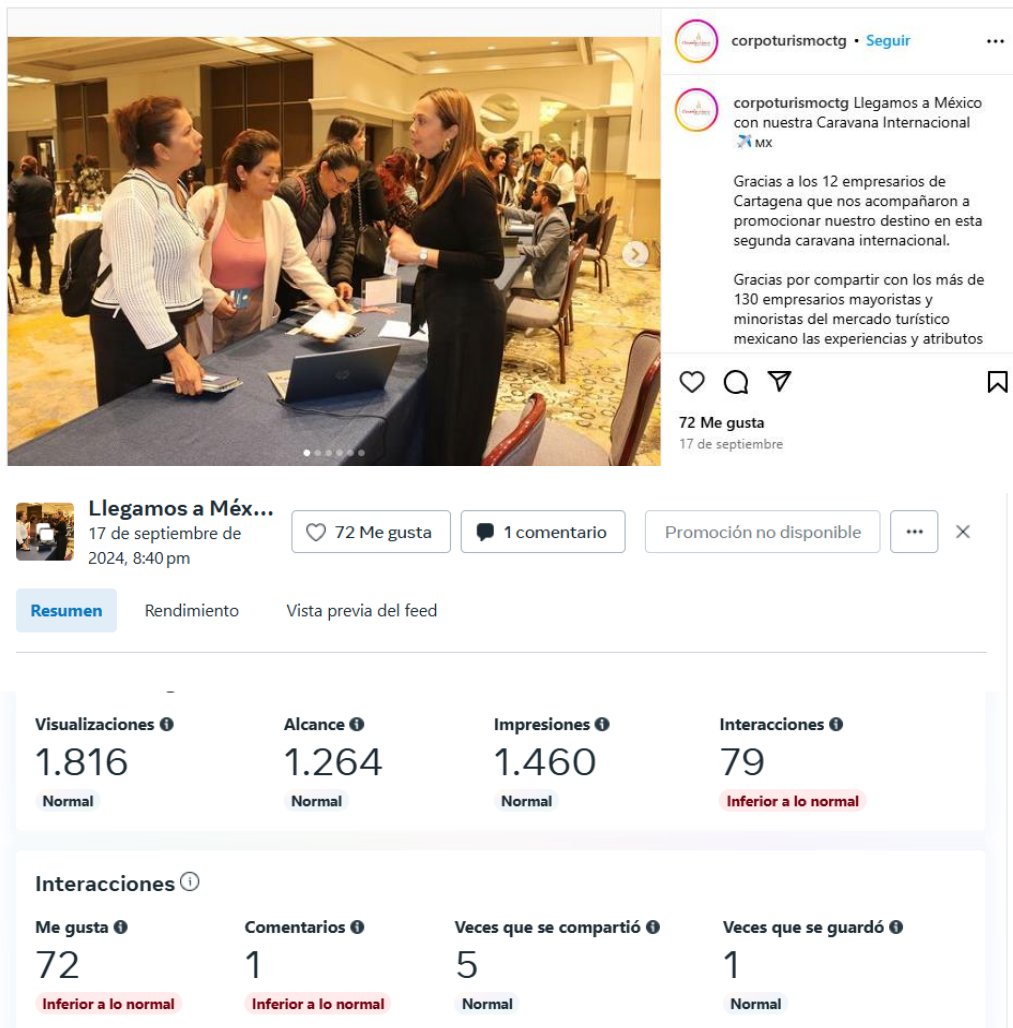


TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Enlace de la publicación:
https://www.instagram.com/p/DACCbsvyj_m/?igsh=Z3pkaTRrNTA0OHF2&img_index=1



La publicación ha tenido un impacto notable en redes sociales. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** La publicación fue vista 1,816 veces, indicando un alcance considerable tanto entre seguidores como no seguidores.
- **Interacciones:** Se registraron 79 interacciones en total, desglosadas en 72 me gusta, 1 comentario, 1 guardado y 5 compartidos.
- **Cuentas alcanzadas:** Alcanzó a 1,264 cuentas, reflejando un *engagement* efectivo.
- **Impresiones:** Se lograron 1,460 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Enlace de la publicación:
https://www.instagram.com/p/DACIZuLg5F0/?igsh=MXc3b2Y4czdrcmJ5Zg%3D%3D&img_index=1



corpoturismoctg y 2 personas más
Audio original

corpoturismoctg Nuestra Caravana Internacional Llegó a México 🇲🇽

Nuestra segunda caravana internacional llevó la magia de Cartagena de Indias a más de 130 empresarios mayoristas y minoristas del mercado turístico mexicano.

Junto a 12 empresarios locales compartimos experiencias y atributos turísticos únicos de La Heroica.

Durante la jornada de promoción, compartimos las últimas novedades del destino en materia de turismo y eventos de ciudad, y facilitamos un espacio de networking para generar nuevas alianzas comerciales.

#CaravanaInternacional

Nuestra Cara...
17 de septiembre de 2024, 11:20 pm

105 Me gusta 7 comentarios Promoción no disponible

Resumen Rendimiento Vista previa del feed

Visualizaciones ⓘ	Alcance ⓘ	Impresiones ⓘ	Interacciones ⓘ
2.783	1.749	2.079	120
Normal	Normal	Normal	Normal

Tiempo de reproducción	Tiempo de reproducción ⓘ
Tiempo promedio de reproducción ⓘ	Tiempo de reproducción ⓘ
10 s	5 h 39 min
Normal	Normal

La publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** La publicación fue vista 2,783 veces, lo que indica un alcance considerable entre seguidores y no seguidores.
- **Alcance:** Alcanzó a 1,749 cuentas, demostrando un *engagement* efectivo.
- **Impresiones:** Se lograron 2,079 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.
- **Interacciones:** Se registraron 120 interacciones en total, desglosadas en 105 me gusta y 7 comentarios.
- **Tiempo promedio de reproducción:** El tiempo promedio de reproducción fue de 10 segundos.
- **Tiempo de reproducción:** El tiempo total de reproducción fue de 5 horas y 39 minutos.



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Enlace de la publicación:
https://www.instagram.com/reel/DAC3lPXAQjW/?fbclid=IwY2xjawGPgkVleHRuA2FibQlxMAABHeJF-UjUwX3iwicrAWqwi40gDgapfQFcvPJQkf-WGmA4tm3U0sLwKKecQ6A_aem-EfrkeihXXChuiDk_68J8mw



Información general

Visualizaciones ⓘ

784

Inferior a lo normal

Alcance ⓘ

573

Inferior a lo normal

Impresiones ⓘ

592

Inferior a lo normal

Interacciones ⓘ

47

Inferior a lo normal

Tiempo de reproducción

Tiempo promedio de reproducción ⓘ

11 s

Superior a lo normal

Tiempo de reproducción ⓘ

1 h 51 min

Normal

La publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** La publicación fue vista 784 veces
- **Interacciones:** Se registraron 47 interacciones en total, desglosadas en me gusta, comentarios y compartidos.
- **Cuentas alcanzadas:** Alcanzó a 573 cuentas, reflejando un *engagement* por debajo de lo esperado.
- **Impresiones:** Se lograron 592 impresiones, destacando una visualización del contenido
- **Tiempo promedio de reproducción:** El tiempo promedio de reproducción fue de 11 segundos, lo que es superior a lo normal.
- **Tiempo de reproducción:** El tiempo total de reproducción fue de 1 hora y 51 minutos, lo cual es normal.



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Enlace de la publicación:
https://www.instagram.com/reel/DBCvG1ly_Sp/?fbclid=IwY2xjawGPhKxleHRuA2FlbQlXMAABHdLo1weYP7vfNhO0O4AtKlnQQGkZo4p0VPDef2VT48NH_z5BilAyKORezw_aem_IT0qRtVxAcvewX4MOWa7c_g



Exitosa carava...
10 de octubre de 2024, 9:53 pm
87 Me gusta 2 comentarios Promoción no disponible

Resumen Rendimiento Vista previa del feed

Información general

Visualizaciones ⓘ	Alcance ⓘ	Impresiones ⓘ	Interacciones ⓘ
2.016	1.330	1.582	92
Normal	Normal	Normal	Inferior a lo normal

Interacciones ⓘ

Me gusta ⓘ	Comentarios ⓘ	Veces que se compartió ⓘ	Veces que se guardó ⓘ
87	2	2	1
Inferior a lo normal	Normal	Normal	Normal

La publicación en cuestión ha tenido un impacto notable en redes sociales. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** La publicación fue vista 2,016 veces, lo que indica un alcance considerable tanto entre seguidores como no seguidores.
- **Alcance:** Alcanzó a 1,330 cuentas, demostrando un engagement efectivo.
- **Impresiones:** Se lograron 1,582 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.
- **Interacciones:** Se registraron 92 interacciones en total, desglosadas en 87 me gusta, 2 comentarios, 2 compartidos y 1 guardado.



Enlace de la publicación:
https://www.instagram.com/p/DA98DNyg9pF/?fbclid=IwY2xjawGPgw1leHRuA2FibQlxMAABHYN-upASLWehSeaKbdjYlkcSEohSPw2Hvd-U8iTwuFVnFiNI4i1DpeaWpg_aem_EXO-Bhwfyk0bGT_3YvIAw

Evidencia fotográfica sobre aspectos generales y detallados de la caravana de promoción internacional de Cartagena de Indias:

Caravanas nacionales:

Medellín: **CARAVANA EN MEDELLÍN**

Cali: **CARAVANA EN CALI**

Bogotá: **CARAVANA EN BOGOTÁ**

Caravanas internacionales:

Santiago de Chile: **CARAVANA EN CHILE**

Ciudad de México: **CARAVANA MEXICO**

Lima: **CARAVANA PERÚ**

Nota: Las evidencias correspondientes a caravana Ecuador se reporta en el cuarto informe de ejecución.

Etapas de evaluación- 0%

*De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de evaluación se presentará en el **cuarto y último informe**.*

Resumen ejecución técnica:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN / FASE		FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN	TOTAL
% PARTICIPACIÓN		40%	50%	10%	100%
Acciones de promoción de destino local, nacional e internacional					
Actividad	No. Planeado	100%	86%	0%	83%
Caravanas	1				
PROMEDIO EJECUCIÓN ACTIVIDADES – PARTICIPACIÓN EN CARAVANAS					83%

Nota: Se lleva a cabo una evaluación global de la ejecución de la actividad “caravanas”.

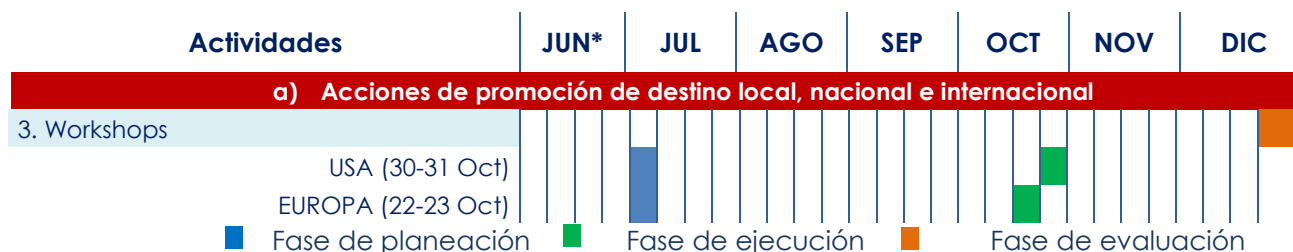


Resumen ejecución financiera:

LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	EJECUCIÓN FINANCIERA A 6 JUN – 30 JUN 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 1 JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 31 AGOSTO A 31 DE OCTUBRE 2024	PENDIENTE POR EJECUTAR	CONTRATO/DOCUMENTO SOPORTE	ANEXOS
Caravanas	\$199,714,152	Caravanas	Tiquetes y alojamiento: \$0	\$0	\$20,907,753	\$56,806,399	Justificación adquisición por medio de Tarjeta de crédito.	Tiquetes Viáticos
			Logística: \$0	\$122,000,000	\$0		Contrato Bureau Comunicaciones	Bureau

Link [ejecución](https://drive.google.com/drive/folders/1SIWjM1OuzHH60uOOOKW9i2wflhkHmZLu?usp=drive_link) caravanas:

3.1.3 Workshops



3.1.3.1 Workshop USA

Etapas de planeación – 100%

La fase de planeación de las caravanas se relacionó en el segundo informe, correspondiente al periodo del 1 julio a 30 agosto 2024.

Presupuesto: \$8,948,460 COP.

Etapas de ejecución- 100%

Cumplimiento de agenda con compradores: Se ha mantenido un enfoque activo en el cumplimiento de la agenda con diversos compradores. Esta actividad ha permitido fortalecer las relaciones existentes y explorar nuevas oportunidades que benefician a ambas partes.



Other Activities

Monday, October 21st 2024, 9:00:00 AM - 5:00:00 PM

📍 Onsite

Expo Hall Setup

Monday, October 21st 2024, 12:00:00 PM - 4:30:00 PM

📍 MBCC, Hall C

Registration Opens

Monday, October 21st 2024, 12:00:00 PM - 4:30:00 PM

📍 MBCC, Hall C

Welcome Reception by GMCVB - Greater Miami Convention & Visitors Bureau (by invitation only)

Monday, October 21st 2024, 6:30:00 PM - 8:30:00 PM

📍 The National Hotel located at 1677 Collins Avenue, Miami Beach

Registration Opens

Tuesday, October 22nd 2024, 8:00:00 AM - 5:00:00 PM

📍 MBCC, Hall C

Rolando Damas

Avianca Airlines

Pending

Oct 22nd, 2024 9:40 AM - 9:50 AM GMT-04:00

Pierre Gervois

The Face of America Magazine

Pending

Oct 22nd, 2024 9:50 AM - 10:00 AM GMT-04:00

Vania Cáceres

SKY Airline S.A.

Pending

Oct 22nd, 2024 10:00 AM - 10:10 AM GMT-04:00

Amnerys Rivera

Relax By Annette Dream Vacations

Pending

Oct 22nd, 2024 10:10 AM - 10:20 AM GMT-04:00

Caridad San

Dream Vacations Travel LLC

Pending

Oct 22nd, 2024 10:20 AM - 10:30 AM GMT-04:00

Analy Gonzalez

VIAJES SAMSER

Pending

Oct 22nd, 2024 10:50 AM - 11:00 AM GMT-04:00

Agenda:

https://drive.google.com/file/d/1d2B4KUiNZFuPBP3TeyP44YDXGHpTajM/view?usp=drive_link

- Fortalecimiento relación comercial aerolínea Avianca: Ratificación en la sinergia con Avianca para explorar estrategias de colaboración y alianzas. Estas iniciativas están orientadas a la promoción del destino, aprovechando la amplia red de conexiones y el reconocimiento de la aerolínea en el mercado. Se han discutido posibles campañas de marketing conjuntas y paquetes promocionales que pueden atraer a más visitantes.
- Encuentro con Ama Waterways: Durante este encuentro, se confirmó el inicio de sus operaciones en marzo de 2025. La empresa actualmente se encuentra con ventas activas y ha reportado resultados muy positivos para sus cruceros hasta junio de este año. Esto representa una gran oportunidad para la región, ya que la llegada de Ama Waterways puede aumentar el turismo y mejorar la visibilidad del destino en el mercado de cruceros.

Algunos momentos del evento:



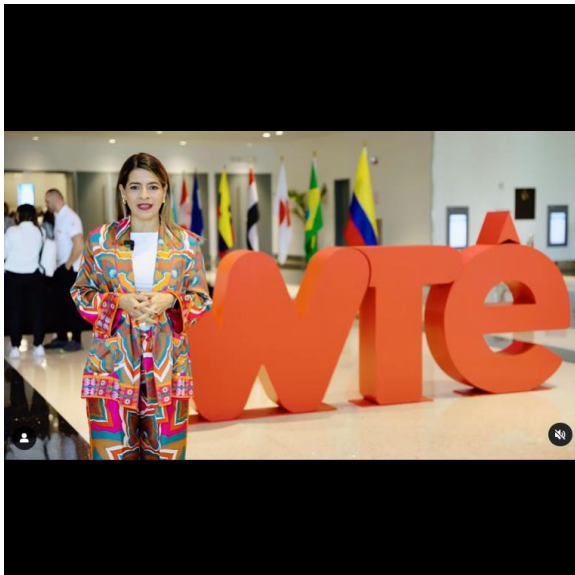


TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Estrategia de comunicación digital:



corpoturismocty y alcaldiacartagena
Audio original

corpoturismocty ¡Cartagena de Indias brilla en World Travel Expo, Miami 2024! 🇺🇸

★ La ciudad Heroica se destaca en la feria internacional de viajes y turismo WTE Miami 2024, con la participación de Corpoturismo y cinco empresarios locales:

@decameronhotels
@farandahotels
@hotels.em
@hotelalmirante
@hotelsladelencanto
@otelcoctg

Nuestra presencia en WTE Miami 2024 ofrece:

- Oportunidades de negocio en el mercado estadounidense (35% de nuestra participación internacional)
- Citas con compradores para presentar novedosas experiencias turísticas de Cartagena
- Capacitación en temas relevantes del sector turístico a través de una agenda académica

📍 Esta participación consolida a Cartagena como destino turístico líder en el mercado internacional

👍 Les gusta a mj.tamara y 89 personas más
Hace 6 días

😊 Añade un comentario... [Publicar](#)



¡Cartagena de...

22 de octubre de
2024, 9:32 pm

90 Me gusta

10 comentarios

Promoción no disponible

...

Resumen

Rendimiento

Vista previa del feed

Información general

Visualizaciones ⓘ

3.463

Normal

Alcance ⓘ

2.395

Superior a lo normal

Impresiones ⓘ

2.662

Superior a lo normal

Interacciones ⓘ

105

Normal

Tiempo de reproducción

Tiempo promedio de reproducción ⓘ

6 s

Inferior a lo normal

Tiempo de reproducción ⓘ

4 h 36 min

Normal

La publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

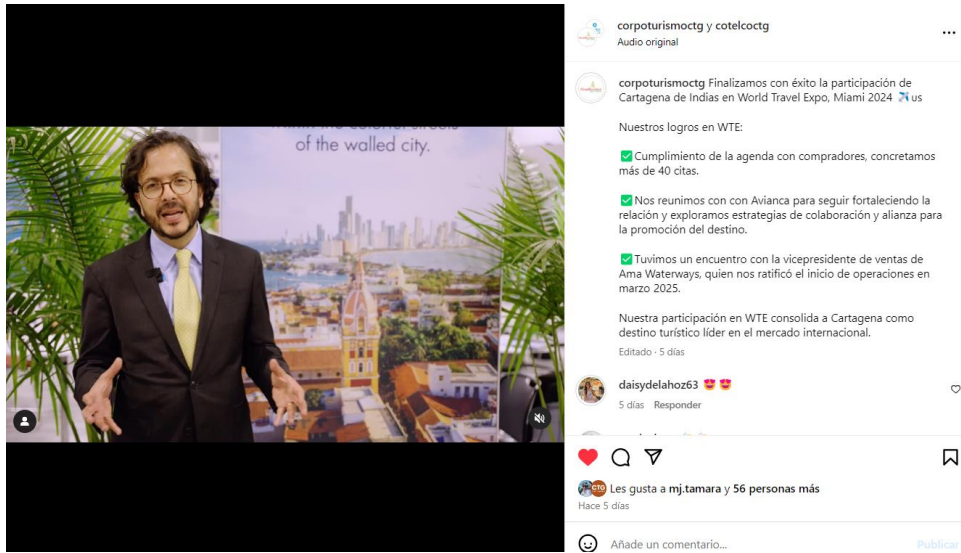
- Visualizaciones: La publicación fue vista 3,463 veces, lo que indica un alcance considerable tanto entre seguidores como no seguidores.
- Interacciones: Se registraron 105 interacciones en total, desglosadas en me gusta, comentarios y compartidos.
- Cuentas alcanzadas: Alcanzó a 2,395 cuentas, reflejando un engagement efectivo.
- Impresiones: Se lograron 2,662 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.
- Tiempo promedio de reproducción: El tiempo promedio de reproducción fue de 6 segundos
- Tiempo de reproducción: El tiempo total de reproducción fue de 4 horas y 36 minutos, lo cual es normal.

Enlace de la publicación:
https://www.instagram.com/reel/DBcywscACq3/?fbclid=IwY2xjawGPhuBleHRuA2FlbQlxMAABHVk7GTc155qE7NTUaOTsUyRlvq8A9mXNBtyGzbhE7cJ3ZUQ5laxC5KWRtg_aem_Jkx OFa6IUW1wsBSuE42g



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Finalizamos co...

23 de octubre de 2024,
7:48 pm

57 Me gusta

3 comentarios

Promoción no disponible

...

Resumen

Rendimiento

Vista previa del feed

Información general

Visualizaciones ⓘ

1.387

Normal

Alcance ⓘ

843

Normal

Impresiones ⓘ

886

Normal

Interacciones ⓘ

65

Inferior a lo normal

Tiempo de reproducción

Tiempo promedio de reproducción ⓘ

8 s

Normal

Tiempo de reproducción ⓘ

2 h 3 min

Normal

La publicación ha tenido un impacto notable en redes sociales. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- Visualizaciones: La publicación fue vista 1,387 veces, lo que indica un alcance considerable tanto entre seguidores como no seguidores.
- Interacciones: Se registraron 65 interacciones en total, desglosadas en 57 me gusta y 3 comentarios. Aunque estas cifras son inferiores a lo normal, reflejan un nivel de engagement significativo.
- Cuentas alcanzadas: Alcanzó a 843 cuentas, demostrando un engagement efectivo.
- Impresiones: Se lograron 886 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



- Tiempo promedio de reproducción: El tiempo promedio de reproducción fue de 8 segundos, lo que se considera normal.
- Tiempo total de reproducción: El tiempo total de reproducción fue de 2 horas y 3 minutos, lo cual es normal.

Enlace de la publicación:
https://www.instagram.com/reel/DBfL4w6gnNk/?fbclid=IwY2xjawGPh2lleHRuA2FlbQlxMAABHQ_jVR7sRKUwpPsO_zNRWF7HYtHHk1X1CJDh1G_pPaNLX_WxOff1Did_lIw_aem_ig4TFT08KYNADf5vjygluQ

Etapa de evaluación-0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de evaluación se presentará en el **cuarto y último informe**.

3.1.3.2 Workshop Colombia en Europa

Etapa de planeación -100%

La fase de planeación de las caravanas se relacionó en el **segundo informe**, correspondiente al periodo del 1 julio a 30 agosto 2024.

Presupuesto: \$15.778,919 COP.

Etapa de ejecución-100%

Citas con Mayoristas y Minoristas: Cartagena de Indias, representada por la Corporación Turismo Cartagena de Indias, ha sostenido un total de 11 encuentros uno a uno con mayoristas y minoristas de mercados como España, Portugal, Turquía y Francia. Estos encuentros se enfocaron en presentar las novedades en materia de oferta de experiencias de turismo y agendas de eventos de ciudad, permitiendo establecer relaciones comerciales con actores clave en la industria del turismo que redunden en la llegada de más viajeros a nuestro destino.

Agenda :

https://drive.google.com/file/d/1d2iufK1U2KtH4iGXR_6J6WjUCcB8wdmJ/view?usp=drive_link





Perfiles de Viajero: Se ha identificado que los perfiles de los viajeros interesados pertenecen a las categorías de alto y medio alto, lo que indica un interés por parte de un segmento de mercado con una capacidad adquisitiva considerable.



Presentación de las apuestas en materia de turismo: Durante estos encuentros, Cartagena de Indias presentó las siguientes novedades en segmentos específicos del turismo:

- Turismo Cultural: Ofertas y experiencias relacionadas con la rica herencia cultural de la ciudad.
- Turismo Religioso: Eventos y destinos de interés para viajeros en busca de experiencias religiosas.
- Turismo de Romance: Opciones románticas y de bodas en Cartagena de Indias.
- Turismo Deportivo: Actividades y eventos deportivos destinados a atraer a los entusiastas del deporte.

La participación de Cartagena de Indias en este escenario ha sido un paso estratégico para fortalecer la presencia del destino en el mercado europeo y atraer a viajeros de alto perfil. Las novedades presentadas en los distintos segmentos de turismo son una muestra del esfuerzo continuo por diversificar, descentralizar y enriquecer la oferta turística de la ciudad.

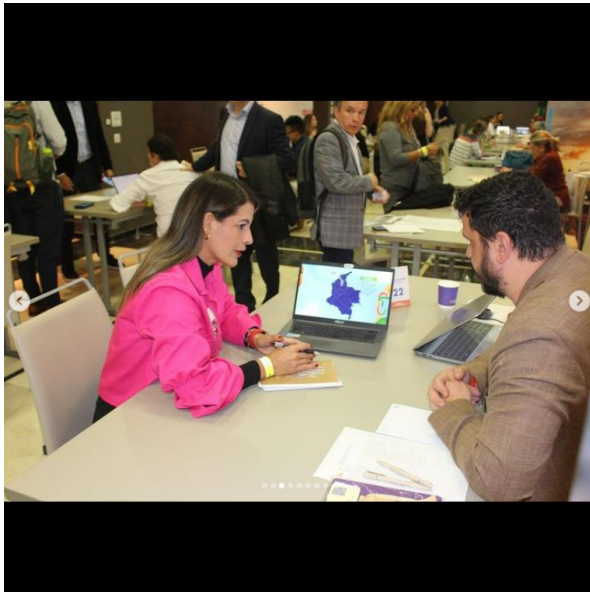


TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Estrategia comunicación digital:



corpoturismoctg

corpoturismoctg Cartagena de Indias presente en Workshops Europa es

Corpoturismo está participando junto a 15 empresarios cartageneros en el Workshops Europa, espacio de promoción liderado por @procolombia, el cual cuenta con la presencia de 30 empresarios Colombianos y 19 compradores del mercado europeo.

Este espacio tiene como objetivo promover a Colombia como destino de turismo vacacional entre agencias de España y de Europa. Así mismo permitirá ampliar el conocimiento sobre este mercado y la plataforma para la búsqueda y generación de nuevas oportunidades de negocio para los actores y aliados del sector turismo en nuestra ciudad.

Desde la Corporación tendremos una agenda nutrida con las participación de los empresarios que nos acompañan.

Participantes:
@hotelalmirante
@macondo.dmc
@farandahotels
@hotelcartagenaplaza
@hyattcartagena

Les gusta a mj.tamara y 43 personas más
Hace 20 horas

Añade un comentario...



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Información general

Visualizaciones ⓘ

1.208

Inferior a lo normal

Alcance ⓘ

910

Normal

Impresiones ⓘ

1.029

Normal

Interacciones ⓘ

50

Inferior a lo normal

Interacciones ⓘ

Me gusta ⓘ

44

Inferior a lo normal

Comentarios ⓘ

0

Inferior a lo normal

Veces que se compartió ⓘ

5

Normal

Veces que se guardó ⓘ

1

Normal

A continuación, se presenta un informe detallado del rendimiento de la publicación en redes sociales:

- Visualizaciones: 1,208 Alcance: 910 Impresiones: 1,029 Interacciones: 50
- Me gusta: 44
- Comentarios: 0
- Veces que se compartió: 5
- Veces que se guardó: 1

Como evidencia complementaria de la participación en el evento, en el siguiente enlace se puede acceder a la galería audiovisual: **WORKSHOP DE COLOMBIA EN EUROPA 2024.**

Etapa de evaluación-0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de evaluación se presentará en el cuarto y último informe.

Resumen ejecución técnica:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN / FASE		FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN	TOTAL
% PARTICIPACIÓN		40%	50%	10%	100%
Acciones de promoción de destino local, nacional e internacional					
Actividad	No. Planeado				
3. Workshops	USA	100%	100%	0%	90%
	EUROPA	100%	100%	0%	90%
PROMEDIO EJECUCIÓN ACTIVIDADES – PARTICIPACIÓN EN WORKSHOPS					90%



Resumen ejecución financiera:

LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	EJECUCIÓN FINANCIERA 6 JUN – 30 JUN 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A A JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA 31 AGOSTO A 31 OCTUBRE 2024	PENDIENTE POR EJECUTAR	CONTRATO/D OCUMENTO SOPORTE	ANEXOS
Workshop	\$8,948,460	USA	\$0	\$3,203,571	\$5,744,889	\$0	Justificación adquisición por medio de Tarjeta de crédito	USA 2 USA 3
	\$15,788,919	Europa	\$0	\$3,011,523	\$5,067,100	\$7,710,296	Justificación adquisición por medio de Tarjeta de crédito	EU 2 EU 3

Link ejecución tercer informe workshop:
https://drive.google.com/drive/folders/1YkPDQXpQoKyDA3DneK1vVlv3H5W_TV2O?usp=drive_link

3.1.4 Misiones Comerciales



3.1.4.1 Misión comercial Madrid

Etapa de planeación-100%

La fase de planeación de las caravanas se relacionó en el **primer informe**, correspondiente al periodo del 6 junio a 30 junio 2024.

Presupuesto: \$27.525.000 COP.

Etapa de ejecución – 100%

La fase de planeación de las caravanas se relacionó en el **segundo informe**, correspondiente al periodo del 1 julio a 30 agosto 2024.

Etapa de evaluación – 0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de evaluación se presentará en el **cuarto y último informe**.



Resumen ejecución técnica:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN / FASE		FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN	TOTAL
% PARTICIPACIÓN		40%	50%	10%	100%
Acciones de promoción de destino local, nacional e internacional					
Actividad	No. Planeado	100%	100%	0%	90%
4. Misiones comerciales	1				
PROMEDIO EJECUCIÓN ACTIVIDADES – PARTICIPACIÓN EN MISIONES COMERCIALES					90%

Resumen ejecución financiera:

LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	EJECUCIÓN FINANCIERA 6 JUN – 30 JUN 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 1 JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 31 AGOSTO-31 OCTUBRE	PENDIENTE POR EJECUTAR	CONTRATO/DOCUMENTO SOPORTE	ANEXOS
Misiones Comerciales	\$27,525,000	Misión Madrid	\$0	\$27,524,338	\$0	\$662	Justificación adquisición por medio de Tarjeta de crédito	Misión

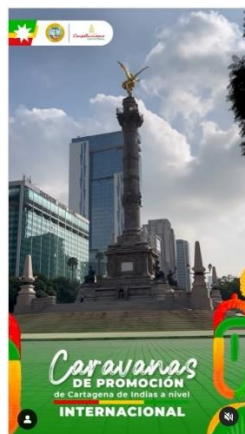
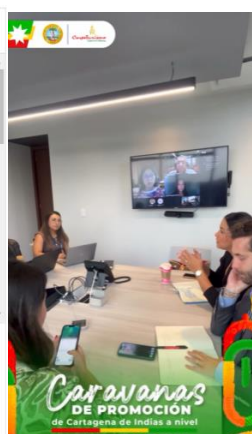
3.1.5 Plan de promoción aerolíneas



Fase de planeación –76%

Con la finalidad de coordinar y definir temas de promoción de la ruta Ciudad de México - Cartagena - Ciudad de México se sostuvo encuentro estratégico con Aeroméxico. En este espacio participaron los miembros del comité de conectividad local conformado por ProColombia, Cotelco Cap. Cartagena y Bolívar, Aeropuerto de Cartagena y Sec. Turismo Cartagena.

En estos momentos se está trabajando en la coordinación y definición de las acciones que contemplará el plan de promoción que permita generar estimulación de demanda hacia el destino.



Información general

Visualizaciones ⓘ

1.571

Normal

Alcance ⓘ

1.059

Normal

Impresiones ⓘ

1.411

Normal

Interacciones ⓘ

79

Inferior a lo normal

Tiempo de reproducción

Tiempo promedio de reproducción ⓘ

7 s

Inferior a lo normal

Tiempo de reproducción ⓘ

2 h 25 min

Normal

Interacciones ⓘ

Me gusta ⓘ

68

Inferior a lo normal

Comentarios ⓘ

8

Normal

Veces que se compartió ⓘ

3

Normal

Veces que se guardó ⓘ

0

Normal

Análisis de Rendimiento: La publicación ha demostrado un impacto significativo en redes sociales, evidenciado por las siguientes métricas:



- Visualizaciones: Con un total de 1,571 visualizaciones, la publicación ha logrado captar la atención de una audiencia considerable. Este número sugiere que el contenido ha sido efectivo en atraer a los usuarios.
- Alcance: La publicación alcanzó a 1,059 cuentas únicas, lo que refleja un alcance significativo. Esto indica que el contenido está llegando no solo a la audiencia existente, sino también a nuevos usuarios potenciales.
- Impresiones: Se lograron 1,411 impresiones, lo que indica que los usuarios han visto la publicación varias veces. Las impresiones repetidas sugieren que el contenido ha sido relevante para la audiencia.
- Interacciones: La publicación generó un total de 79 interacciones, desglosadas de la siguiente manera:
 - Me gusta: 68
 - Comentarios: 8
 - Veces que se compartió: 3
 - Veces que se guardó: 0
 - Tiempo promedio de reproducción: 7 segundos, lo que indica que los usuarios no están viendo el contenido completo.

Tiempo total de reproducción: 2 horas y 25 minutos, lo cual es una métrica adecuada. Para acceder a este contenido se puede visualizar en el siguiente enlace la publicación:
<https://www.instagram.com/reel/DAGI7ruAwIM/?igsh=MTNmZmlwejV4a3JsdQ%3D%3D>.

Presupuesto: \$151.345.000 COP.

Etapas de ejecución – 0%

De acuerdo al cronograma ajustado esta etapa se verá reflejada en el **cuarto informe de ejecución**.

Etapas de evaluación-0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de evaluación se presentará en el **cuarto y último informe**.

Resumen ejecución técnica:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN / FASE		FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN	TOTAL
% PARTICIPACIÓN		40%	50%	10%	100%
Acciones de promoción de destino local, nacional e internacional					
Actividad	No. Planeado				
5. Plan de promoción aerolíneas	1	76%	0%	0%	31%
PROMEDIO EJECUCIÓN ACTIVIDADES – PLAN DE PROMOCIÓN AEROLINEAS					31%



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Resumen ejecución financiera:

LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	EJECUCIÓN FINANCIERA 6 JUN – 30 JUN 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 1 JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA DE 31 AGOSTO A 31 OCTUBRE	PENDIENTE POR EJECUTAR	CONTRATO/DOCUMENTO SOPORTE	ANEXOS/COMENTARIOS
Plan promoción Aerolíneas	\$16,345,000	Misión Aeroméxico	\$0	\$0	\$0	\$16,345,000	Justificación adquisición por medio de Tarjeta de crédito –	Se relaciona en el Cuarto informe.
	\$135,000,000	Plan de promoción aerolíneas	\$0	\$0	\$0	\$135,000,000	Pendiente Contrato	Se relaciona en el Cuarto informe.

3.1.6 Plan de promoción en OTAS.



Etapas de Planeación –81%

Presupuesto: \$418,000,000 COP.

Como parte de la estrategia de promoción y posicionamiento del destino, se priorizó la estrategia digital como herramienta para acceder a nichos de mercado de interés. Por ello, se detectó la necesidad de adelantar el proceso de conceptualización y desarrollo de campaña de promoción de Cartagena de Indias como destino de turismo a nivel nacional e internacional a través de agencia de viajes online (OTA).

Teniendo en cuenta los mercados priorizados y a los segmentos que les apuntan estos frente a la oferta disponible en materia de turismo en Cartagena de Indias, se suscribió contrato cuyo objeto es la prestación de servicios de pauta publicitaria y administración de la misma para la promoción de Cartagena de Indias a través de agencia de viaje online (OTAS), con DESPEGAR S.A.S en el mes de octubre.

Este plan de pauta estará dirigido a los mercados de Colombia, Chile, México y Brasil. Dentro del contrato se contemplan las siguientes actividades por país:



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



País	Medio	Tipo de compra	Detalle	Total medios contratados
Brasil	Banner inside	CPM	160x600 - 250x250 - 728x90	315.000
Brasil	Mailing offer	Envío	Tarjeta con oferta	2
Brasil	Landing page	Sponsor (header + ofertas)	Personalizado	1
Brasil	Reel in app	Mensual	Video tipo reels en app movil	1
Brasil	Vídeo en PDV	Mensual	Video en pantallas internas del punto de venta	2
Chile	Banner inside	CPM	160x600 - 250x250 - 728x90	320.000
Chile	Mailing offer	Envío	Tarjeta con oferta	2
Chile	Landing page	Sponsor (header + ofertas)	Personalizado	1
Chile	Reel in app	Mensual	Video tipo reels en app movil	1
Colombia	Banner inside	CPM	160x600 - 250x250 - 728x90	320.000
Colombia	Mailing offer	Envío	Tarjeta con oferta	2
Colombia	Landing page	Sponsor (header + ofertas)	Personalizado	1
Colombia	Reel in app	Mensual	Video tipo reels en app movil	1
México	Banner inside	CPM	160x600 - 250x250 - 728x90	315.000
México	Mailing offer	Envío	Tarjeta con oferta	2

País	Medio	Tipo de compra	Detalle	Total medios contratados
México	Landing page	Sponsor (header + ofertas)	Personalizado	1
México	Reel in app	Mensual	Video tipo reels en app movil	1
Chile	Vídeo en PDV	Semanal	Video en puntos físicos de venta	1
Colombia	Vídeo en PDV	Semanal	Video en puntos físicos de venta	1

Diseño: La Corporación envió el material fotográfico para la elaboración de las piezas para la campaña de promoción de destino, en el mes de octubre, con el fin de poner en marcha la acción promocional a través de este canal que permita la llegada de más viajeros al destino.



Lina Rojas Trillos

para Leydon, Cristhian, Esteban, Héctor, mí

vie, 25 oct, 19:47 (hace 4 días) ☆ ↩ ⋮

Precaución! Este mensaje fue enviado desde fuera de la organización

Buen día Leydon,

Espero esté bien.

Comparto fotografías y copy para iniciar el proceso creativo y que nos puedan compartir para nuestro vobo y salir al aire. (quedo pendiente de enviar una 3ra fotografía de destino)

1. Descubre Cartagena: donde la calidez de su gente se une al encanto de su cultura.
2. Cartagena, la ciudad que siempre conquista con su encanto irresistible.
3. Cartagena, una ciudad que siempre enamora.

Agradezco su amable atención y quedo atenta a lo que se requiera de nuestra parte.

Saludos,



2 archivos adjuntos • Analizado por Gmail ⓘ



Etapa de ejecución – 0%

Nota: La ejecución se reportará una vez la pauta este al aire, en el mes de diciembre.

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de ejecución se presentará en el cuarto y último informe.

Etapa de evaluación-0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de evaluación se presentará en el cuarto y último informe.

Resumen ejecución técnica:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN / FASE		FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN	TOTAL
% PARTICIPACIÓN		40%	50%	10%	100%
Acciones de promoción de destino local, nacional e internacional					
Actividad	No. Planeado	81%	0%	0%	32%
Plan de promoción en OTAs	1				
PROMEDIO EJECUCIÓN ACTIVIDADES – PROMOCIÓN EN OTAs					32%

Nota: Se lleva a cabo una evaluación global de la ejecución de la actividad "OTAs".

Resumen ejecución financiera:

LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	EJECUCIÓN FINANCIERA 6 JUN – 30 JUN 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 1 JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA 31 AGOSTO A 31 OCTUBRE	PENDIENTE POR EJECUTAR	CONTRATO/D OCUMENTO SOPORTE	ANEXOS
OTAs	\$238,000,000	Pauta Publicitaria	\$0	\$0	\$0	238,000,000	Contrato Despegar	Contrato
	\$180,000,000	Pauta Publicitaria	\$0	\$0	\$0	180,000,000	Pendiente: Contrato	Se relaciona anexo en cuarto informe.



Proceso contractual: Contrato de prestación de servicios para la coordinación, logística y producción de actividades orientadas a la promoción del segmento cruceros y el posicionamiento de experiencias turísticas, mediante eventos culturales y el fortalecimiento de los puntos de información turística. Contratista: Interfilms.

Etapa de ejecución-0%

La etapa de ejecución de la activación de fiestas de la independencia se reportará en el **cuarto informe y último informe**.

Etapa de evaluación-0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de evaluación se presentará en el **cuarto y último informe**.

3.1.7.2 Posicionamiento del destino: Evento en segmento de turismo deportivo.

Etapa de Planeación – 100%

La etapa de planeación y evidencias del posicionamiento del destino: evento en segmento de turismo deportivo se relacionó en el **primer informe**, correspondiente al periodo del 6 junio al 30 de junio 2024.

Presupuesto: \$300.000.000 COP.

Proceso contractual: Se suscribe contrato con Ruta Colombia SAS.

Etapa de ejecución- 100%

La etapa de planeación del posicionamiento del destino: evento en segmento de turismo cultural se relacionó en el **segundo informe**, correspondiente al periodo del 1 julio a 30 agosto.

Etapa de evaluación-0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de evaluación se presentará en el **cuarto y último informe**.

Resumen ejecución técnica:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN / FASE	FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN	TOTAL
% PARTICIPACIÓN	40%	50%	10%	100%
Acciones de promoción de destino local, nacional e internacional				
Actividad				



Posicionamiento del destino a través de eventos en segmentos prioritizados (Cultural/Deportivo/ Cruceros)	Evento de segmento Turismo Cultural	100%	100%	0%	90%
	Activación Fiestas de la independencia	100%	0%	0%	40%
	Evento de segmento Turismo Deportivo	100%	100%	0%	90%
PROMEDIO EJECUCIÓN ACTIVIDADES – POSICIONAMIENTO DEL DESTINO EN SEGMENTOS PRIORIZADOS					73%

Resumen ejecución financiera:

LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	EJECUCIÓN FINANCIERA 6 JUN – 30 JUN 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 1 JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA 31 AGOSTO A 31 OCTUBRE	PENDIENTE POR EJECUTAR	CONTRATO/DOCUMENTO SOPORTE	ANEXOS/COMENTARIOS
Posicionamiento del destino: Evento en segmento de turismo Cultural.	\$200,000,000	Evento de segmento Turismo Cultural	\$199,993,000	\$0	\$0	\$7,000	Contrato Fondo Mixto de Cultura	Segmento Cultural Pago 1
	\$38,900,000	Activación Fiestas de la independencia	\$0	\$0	\$22,200,000	\$16,700,000	Contrato Interfilms	Interfilms
Posicionamiento del destino: Evento en segmento de turismo deportivo.	\$300,000,000	Evento de segmento Turismo Deportivo	\$150,000,000	\$0	\$0	\$150,000,000	Contrato La Ruta Colombia	Segmento deportivo

3.1.8 Posicionamiento del destino en el marco de turismo de cruceros.



Etapa de Planeación - 100%

Con el fin de posicionar el destino en el marco de turismo de cruceros, se proyectó realizar el brandeo del Punto de información ubicado en el puerto de cruceros de Cartagena con la imagen de Cartagena contribuirá a fortalecer y promocionar la marca de la ciudad a través de un diseño visual coherente, con elementos que representan la esencia de Cartagena, los turistas se sentirán conectados con el destino desde el momento en que lleguen al puerto.



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Es así, que se inició proceso de contratación para el desarrollo de la actividad, se hizo pertinente realizar proceso conforme a las especificaciones identificadas y la proyección de presupuesto, dando como resultado el objeto y proveedor, luego de un estudio de mercado, con la validación financiera y jurídica, arrojó que la oferta más favorable en términos económicos para el cumplimiento del objeto "COORDINACION, LOGISTICA Y PRODUCCION DE ACTIVIDADES ORIENTADAS A LA PROMOCION DEL SEGMENTO DE CRUCEROS Y EL POSICIONAMIENTO DE EXPERIENCIAS TURISTICAS, MEDIANTE EVENTOS CULTURALES Y EL FORTALECIMIENTO DE LOS PUNTOS DE INFORMACION TURISTICA." es la propuesta recibida por parte del proponente Interfilm SAS. Presupuesto: \$17.800.000 COP.

Etapa de Ejecución-30%

A continuación se presenta el diseño del brandeo:





Etapas de evaluación-0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de evaluación se presentará en el **cuarto y último informe**.

Resumen ejecución técnica:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN / FASE		FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN	TOTAL
% PARTICIPACIÓN		40%	50%	10%	100%
Acciones de promoción de destino local, nacional e internacional					
Actividad					
Posicionamiento del destino en el marco de turismo de cruceros.	Posicionamiento del destino en el marco de turismo de cruceros.	100%	30%	0%	55%
PROMEDIO EJECUCIÓN ACTIVIDADES – POSICIONAMIENTO DEL DESTINO EN EL MARCO DE TURISMO DE CRUCEROS.					55%

Resumen ejecución financiera:

LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	EJECUCIÓN FINANCIERA 6 JUN – 30 JUN 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 1 JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 31 AGOSTO A 31 DE OCTUBRE 2024	PENDIENTE POR EJECUTAR	CONTRATO/DOCUMENTO SOPORTE	ANEXOS/COMENTARIOS
Posicionamiento del destino en el marco de turismo de cruceros	\$17,800,000	Activación de segmento de Cruceros	\$0	\$0	\$17,800,000	\$0	Contrato Interfilms	Cruceros



3.1.9 Plan de medios digitales.



Etapa de Planeación-100%

Presupuesto: \$36,400,000 COP.

Proceso contractual: Contrato de prestación de servicios de difusión en prensa de mensajes y contenidos institucionales. Contratista: Editora del Mar S.A.

Etapa de Ejecución-53%

Se ha desarrollado una campaña integral que incluye "Cartagena Sí es Destino de Romance", la construcción de la marca ciudad a través de una portada falsa y un concurso de marca ciudad en redes sociales. Estas acciones están diseñadas para potenciar la promoción de Cartagena de Indias como un destino turístico de excelencia, tanto a nivel local como nacional, destacando sus atractivos y fortaleciendo su posicionamiento y reputación en el mercado.

WEB

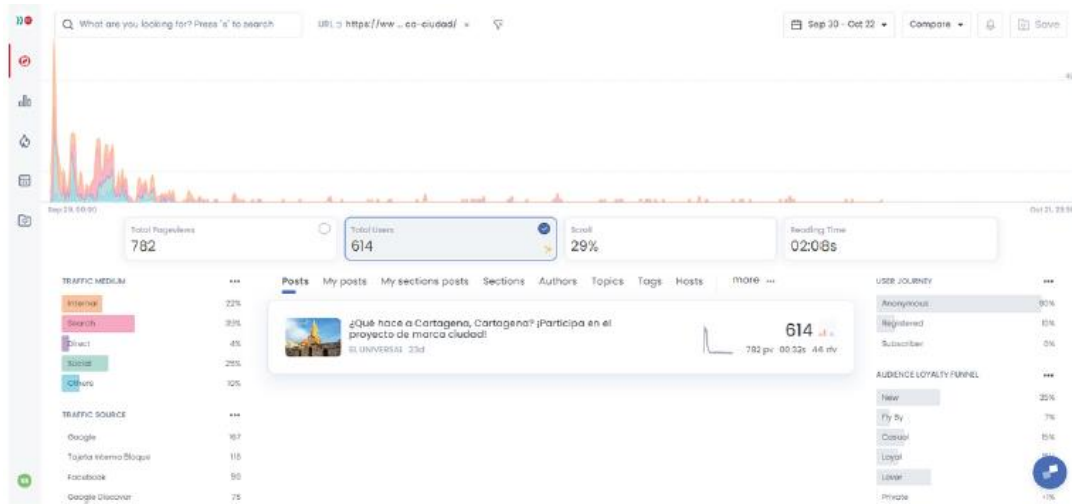
PUBLICACIÓN





TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

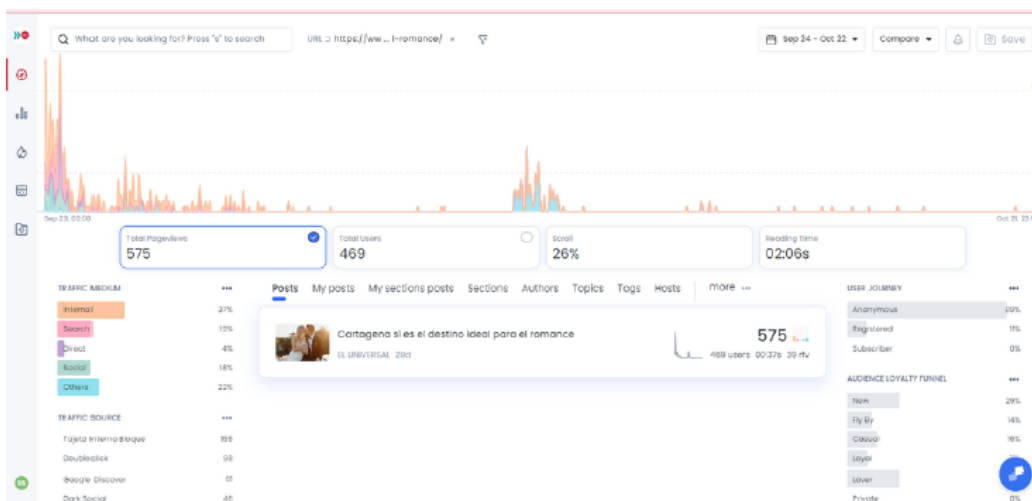
CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



- **Total Page views (Vistas Totales de Página): 782** -> Este número indica la cantidad total de veces que las páginas del sitio web han sido vistas durante el período de tiempo especificado (del 30 de septiembre al 22 de octubre).
- **Total Users (Usuarios Totales): 614** -> Este número representa la cantidad total de usuarios únicos que han visitado el sitio web en el mismo período de tiempo.
- **Social (Social): 29%** -> Este porcentaje muestra la proporción de tráfico que proviene de redes sociales.
- **Reading Time (Tiempo de Lectura): 02:08s** -> Este valor indica el tiempo promedio que los usuarios pasan leyendo el contenido del sitio web.
- **Posts (Publicaciones):** La imagen muestra una publicación destacada con el título: "¿Qué hace a Cartagena, Cartagena? ¡Participa en el proyecto de marca ciudad!" de "El Universal" con 614 usuarios, 782 vistas de página y un tiempo de lectura de 00:32s.



WEB PUBLICACIÓN



- **Total Page views (Vistas Totales de Página): 575** -> Este número indica la cantidad total de veces que las páginas del sitio web han sido vistas durante el período de tiempo especificado (del 30 de septiembre al 22 de octubre).
- **Total Users (Usuarios Totales): 469** -> Este número representa la cantidad total de usuarios únicos que han visitado el sitio web en el mismo período de tiempo.
- **Social (Social): 26%** -> Este porcentaje muestra la proporción de tráfico que proviene de redes sociales.
- **Reading Time (Tiempo de Lectura): 02:06s** -> Este valor indica el tiempo promedio que los usuarios pasan leyendo el contenido del sitio web.
- **Posts (Publicaciones):** La imagen muestra una publicación destacada con el título: "Cartagena Sí es el destino ideal para el romance" con 469 usuarios, 575 vistas de página y un tiempo de lectura de 00:37s.

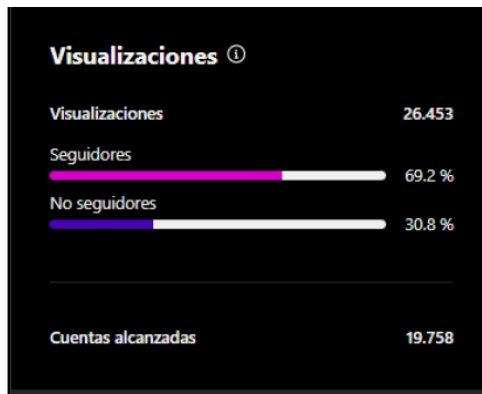
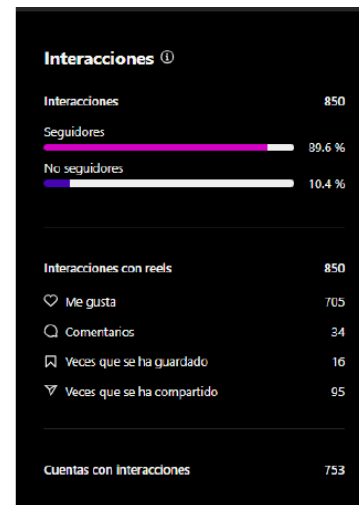


TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Estrategia de comunicación:



Visualizaciones:

Total: 26,453

Seguidores: 69.2%

No seguidores: 30.8%

Cuentas alcanzadas: 19,758

Interacciones:



Total: 850

Seguidores: 99.6%

No seguidores: 0.4%

Interacciones con reels: 850

Me gusta: 705

Comentarios: 34

Veces que se ha guardado: 16

Veces que se ha compartido: 95

Cuentas con interacciones: 753



Estadísticas totales

Consulta más detalles sobre tu publicación.

Impresiones de
publicaciones
10.205

Alcance de las
publicaciones
10.137

Interacción
162

Estadísticas Totales:

Impresiones de Publicaciones: 10,205

Alcance de las Publicaciones: 10,137

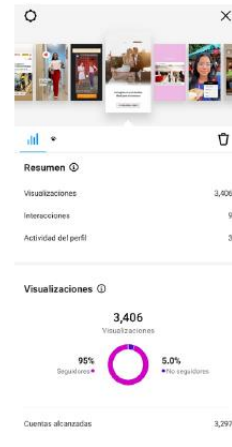
Interacción: 162



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO

No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Visualizaciones: 3,406

Interacciones: 9

Actividad del perfil: 3

Visitas Seguidores: 95%

Visitas No Seguidores: 5%

Cuentas alcanzadas: 3,297



Información General:

Impresiones de Publicaciones: 5,702 -> Refleja la cantidad de veces que la publicación se mostró en la pantalla de los usuarios.

Alcance de las Publicaciones: 5,702 -> Indica el número total de personas únicas que vieron la publicación.

Interacción: 37 -> La cantidad total de interacciones, incluyendo me gusta, comentarios y compartidos.



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Visualizaciones: 4,105

Interacciones: 12

Actividad del perfil: 9

Visitas Seguidores: 97%

Visitas No Seguidores: 3%

Cuentas alcanzadas: 3,927





TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Portada Falsa:



Publicación del concurso de Marca Ciudad en Colaboración con la cuenta de Corpoturismo:
<https://www.instagram.com/p/DAPMwFFAf3U/?igsh=MTUybW03eHoxNjRxBZ%3D%3D>.





TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Publicación de los ganadores: https://www.instagram.com/p/DBPTLmPykl_/?img_index=1 .



Etapas de Evaluación-0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de evaluación se presentará en el cuarto y último informe.

Resumen ejecución técnica:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN / FASE				FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN	TOTAL
% PARTICIPACIÓN				40%	50%	10%	100%
Acciones de promoción de destino local, nacional e internacional							
Actividad							
Plan de medios digitales	medios	Plan de medios digitales		100%	53%	0%	67%
PROMEDIO EJECUCIÓN ACTIVIDADES – PLAN DE MEDIOS DIGITALES							67%



Resumen ejecución financiera:

LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	EJECUCIÓN FINANCIERA 6 JUN – 30 JUN 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 1 JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA 31 AGOSTO A 31 OCTUBRE	PENDIENTE POR EJECUTAR	CONTRATO/DOCUMENTO SOPORTE	ANEXOS/COMENTARIOS
Plan de medios digitales	\$36,400,000	Plan de medios digitales	\$0	\$0	\$0	\$36,400,000	Contrato Editora del Mar	Plan de medios

3.1.10 Presstrip.



Etapa de Planeación - 71%

Incentivar los viajes de familiarización enfocado a medios (press trips) e influenciadores digitales permite vivir de primera mano la oferta turística de Cartagena, lo que les permite generar contenido auténtico, visualmente atractivo y veraz sobre el destino. Al compartir sus experiencias a través de medios tradicionales, redes sociales y plataformas digitales, se maximiza la visibilidad de la ciudad ante audiencias globales segmentadas. Este tipo de acciones ayudan a posicionar a Cartagena como un destino de turismo cultural, promueven su diversidad de atractivos naturales, históricos, religiosos, deportivos, de romance y naturales, aumentando su atractivo para distintos segmentos de turistas.

Además, las experiencias genuinas compartidas por estas personalidades influyentes generan confianza y credibilidad en sus audiencias, lo que incide directamente en la atracción de nuevos visitantes.

Por ello, en el Marco de la temporada de fin de año, se ha propuesto realizar acciones de viajes de familiarización con influenciadores segmentados a fin de potencializar las actividades que se desarrollan en esta época del año, como son eventos deportivos internacionales, actividades culturales y religiosas.

Presupuesto: \$10,248,267 COP

Proceso contractual: Contrato de gestión, coordinación, logística y realización de la acción promocional Fam Trips; apoyo logístico de la 122ª reunión del Consejo Ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo y del Evento Meetings Cartagena que sirven como plataformas de promoción y posicionamiento del destino en el segmento de turismo Mice (Meeting, Incentives, Conferences, and Exhibitions). Contratista: Contactos S.A.S.



Etapa de Ejecución-0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de ejecución se presentará en el cuarto y último informe.

Etapa de Evaluación-0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de evaluación se presentará en el cuarto y último informe.

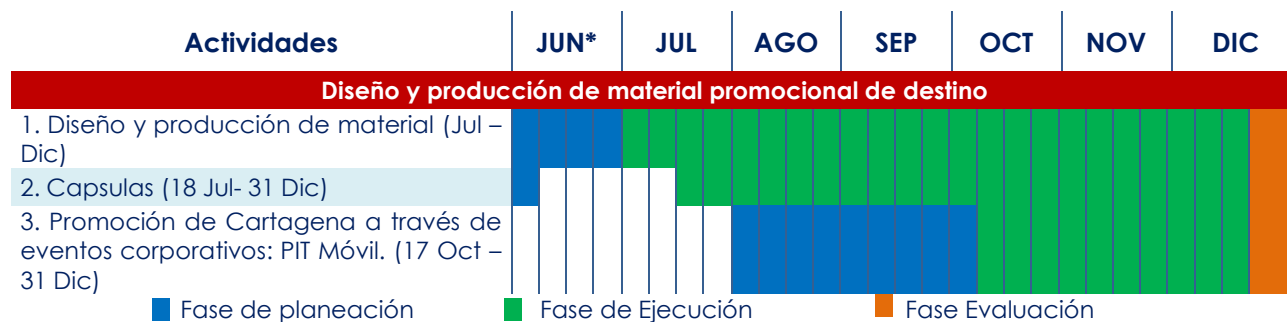
Resumen ejecución técnica:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN / FASE		FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN	TOTAL
% PARTICIPACIÓN		40%	50%	10%	100%
Acciones de promoción de destino local, nacional e internacional					
Actividad					
Presstrip	Presstrip para la promoción fin de año	71%	0%	0%	28%
PROMEDIO EJECUCIÓN ACTIVIDADES – PRESSTRIP					28%

Resumen ejecución financiera:

LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	EJECUCIÓN FINANCIERA 6 JUN – 30 JUN 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 1 JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA 31 AGOSTO A 31 OCTUBRE	PENDIENTE POR EJECUTAR	CONTRATO/DOCUMENTO SOPORTE	ANEXOS/COMENTARIOS
Presstrip	\$10,248,267	Presstrip para la promoción fin de año	\$0	\$0	\$0	\$10,248,267	Contrato Contactos	Presstrip

3.2 DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE MATERIAL PROMOCIONAL DE DESTINO.



A continuación un resumen de la línea DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE MATERIAL PROMOCIONAL DE DESTINO, para mejor entendimiento de las actividades planeadas y su ejecución:



ACTIVIDADES	VALOR 2024	VALOR NETO	LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	CRONOGRAMA EJECUCIÓN	DESCRIPCIÓN
Diseñar de material promocional de destino	\$ 230,200,000	\$230,200,000	Material Promocional de destino	\$ 145,200,000	Material promocional y mapas	Jul – Dic	Producción
				\$49,000,000	Videos promocionales de destino	18 jul – 31 dic	Producción
				\$36,000,000	Promoción de Cartagena a través de eventos corporativos: PIT Móvil	17 oct – 31 dic	Producción

3.2.1 Diseño y producción de material promocional de destino.

Etapas de planeación –100%

La etapa de planeación del desarrollo de informe de material promocional y mapas correspondiente al periodo del 6 junio al 30 de junio 2024.

Presupuesto: \$145.200.000 COP.

Proceso contractual: Contrato de producción y suministro de material promocional/merchandising para la promoción de Cartagena de Indias como destino de turismo a nivel nacional e internacional. Contratista: NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA S.A.S.

Etapas de ejecución-50%

Nota: La ejecución reportada corresponde al diseño del material, el 50% restante corresponde a la producción del material.

El pasado 10 de octubre de 2024 se suscribió el contrato entre la Corporación Turismo Cartagena de Indias y Nova Creatividad y Estrategia S.A.S para la producción y suministro de material promocional / merchandising para la promoción de Cartagena de Indias como destino de turismo a nivel nacional e internacional.

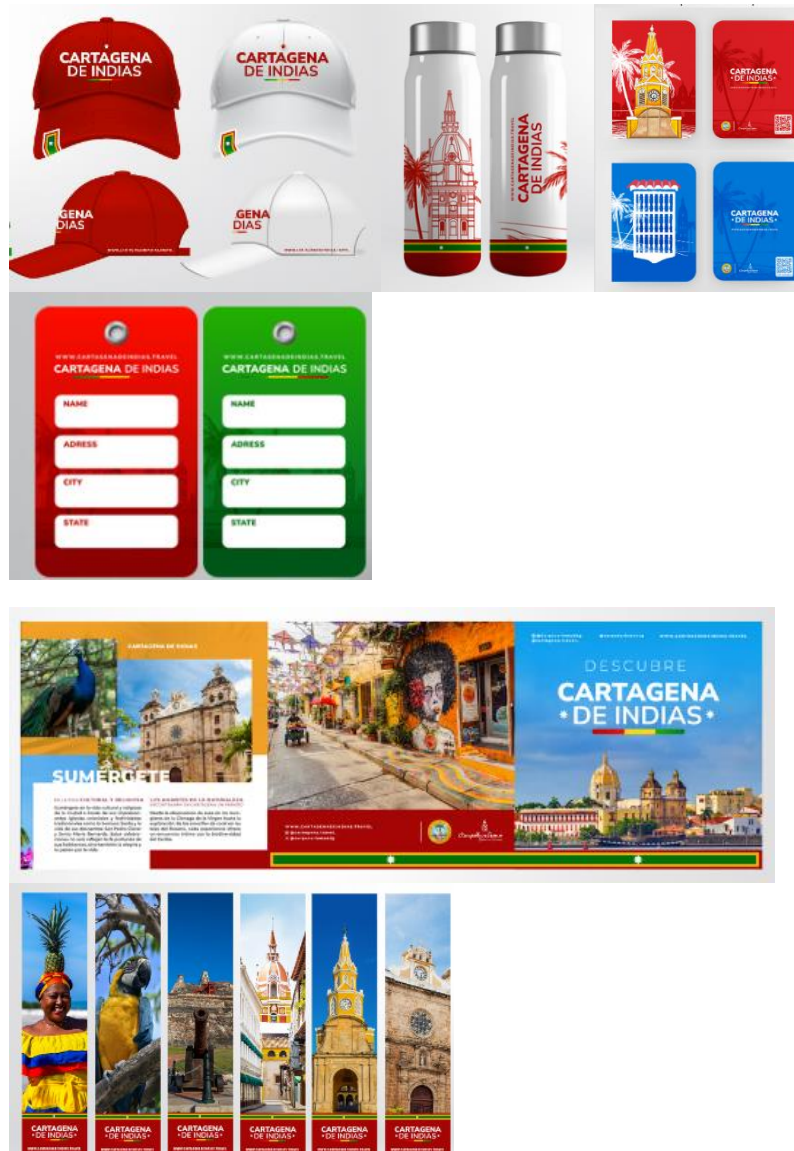
Se han desarrollado y aprobado los diseños que destacan la cultura y aspectos importantes de Cartagena de Indias. Estos diseños, que reflejan la esencia vibrante y cultural de la ciudad, entrarán en producción en las próximas 4 semanas, asegurando así su disponibilidad para eventos y ferias futuros, y maximizando el alcance y la visibilidad del destino.

Algunas de las referencias se muestran a continuación:



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024





Este material promocional está diseñado para destacar y promover el destino de Cartagena de Indias en eventos y ferias, utilizando una tipografía neutra que facilita la identificación clara del destino. Su propósito es captar la atención y transmitir la esencia vibrante y cultural de Cartagena de manera efectiva y profesional.

El diseño emplea una paleta de colores inspirada en los elementos distintivos de Cartagena de Indias: los tonos anaranjados vibrante que evoca la calidez de la ciudad, el amarillo brillante que recuerda el esplendor del sol y las murallas históricas, el rojo intenso que representa la pasión y la historia rica del destino, y el verde que refleja la exuberancia de la vegetación tropical. Los gráficos incluyen imágenes icónicas como la arquitectura colonial, palmeras, siendo estos elementos esenciales para la identificación del destino.

La creación de diseños atractivos y dinámicos tiene como objetivo incentivar a los receptores del material promocional a que lo lleven consigo. Al incorporar elementos visuales vibrantes y una paleta de colores cautivadora, como el naranja, amarillo, rojo y verde, el material no solo capta la atención, sino que también fomenta un sentido de orgullo y conexión con Cartagena de Indias. La intención es que cada pieza, se convierta en un objeto deseable y útil que los visitantes y profesionales del turismo estén motivados a portar y mostrar, ampliando así el alcance y la visibilidad del destino.

Etapa de evaluación -0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, esta etapa se relacionará en el **cuarto y último informe**.



3.2.2 Desarrollo de cápsulas audiovisuales.

Etapa de planeación-100%

La etapa de planeación del desarrollo de capsulas audiovisuales se relacionó en el **primer informe**, correspondiente al periodo del 6 junio al 30 de junio 2024.

Presupuesto: \$49.000.000 COP.

Proceso contractual: Contrato de prestación de servicios para el desarrollo de capsulas audiovisuales destinadas a la promoción de Cartagena de Indias como destino de turismo en sus diferentes mercados emisores de visitantes – Contratista: Amaury José Padilla.

Etapa de Ejecución -67%

La creación de capsulas de destino es una herramienta de promoción del destino que logra capturar la esencia, los aspectos visuales y característicos de la ciudad, visualización de la belleza y atractivos del destino, con potencial de crear emociones y deseos de visitar el destino.

En el segundo informe de ejecución se reportaron las siguientes capsulas:

1. Video promocional del destino Cartagena de Indias.
2. Presentación de destino en el congreso ANATO.
3. Video promocional en el marco de reto movistar.
4. Presentación de destino Cartagena a grupo de operadores de G-adventure.
5. Capsula segmento náutico.
6. Capsula de patrimonio.
7. Promoción atractivo turístico recuperado: Parque Espíritu del Manglar
8. Promoción segmento religioso: Celebración día Virgen del Carmen
9. Reconocimientos del destino: World Travel Awards.

A continuación, se relaciona los videos realizados a la fecha del presente informe:

1. Reel de 33 segundos del Congreso de Agencias de Viaje y Turismo ANATO 2024: Se elaboró un video que destaca el evento, en su agenda académica y en su evento de *networking*.





En el siguiente enlace reposa la evidencia del video tipo reel del Congreso de Agencias de Viaje y Turismo ANATO 2024: **VIDEO TIPO REEL CONGRESO NAL. AGENCIAS VIAJES ANATO 2024.**

2. Reel de 25 segundos del Evento Reto Movistar: Este reel resalta el espacio dedicado a los niños en el marco del Reto Movistar, presentando un enfoque atractivo y dinámico. En el siguiente enlace reposa la evidencia del video tipo reel del Retico Movistar en el marco del evento de turismo deportivo Ruta Colombia: **VIDEO TIPO REEL RETICO MOVISTAR 2024.**



3. Adaptación del Video de Destino de 40 segundos a las especificaciones de la campaña de promoción del destino en los mercados de México, Brasil, Chile y Colombia: El contratista cumplió con las pautas específicas para adaptar el vídeo de destino a las necesidades de la campaña, asegurando la coherencia del mensaje. En el siguiente enlace reposa la evidencia de este video adaptado: **ADAPTACIÓN VIDEO DESTINO CAMPAÑA PROMOCIÓN DESTINO.**

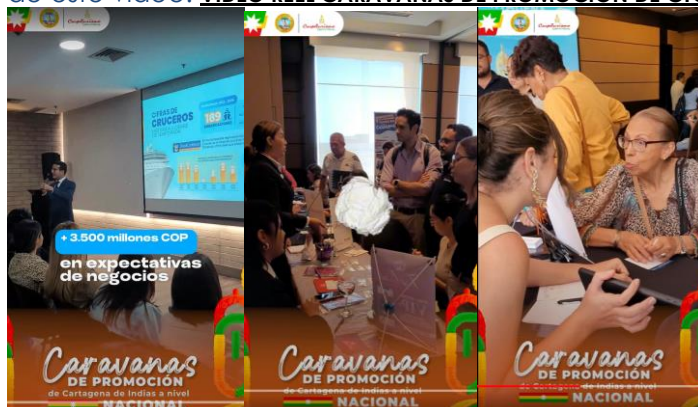


TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



4. Reel de 48 segundos de las Caravanas Nacionales: Este video muestra las acciones implementadas por la Corporación en Medellín, Cali y Bogotá para promocionar Cartagena de Indias como destino turístico, enfatizando la relevancia de estas iniciativas. En el siguiente enlace reposa la evidencia de este video: **VIDEO REEL CARAVANAS DE PROMOCIÓN DE CTG.**



5. Reel de 73 segundos del Cartagena Wedding Dreams & Wedding Forum: Destacando a Cartagena de Indias como un destino ideal para bodas y lunas de miel. En el siguiente enlace reposa la evidencia de este video: **CARTAGENA DE INDIAS DESTINO DE BODAS.**





TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

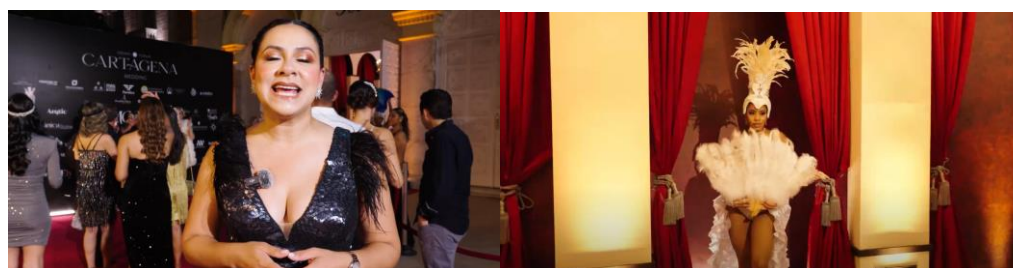
CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



6. Reel de 72 segundos del Desarrollo del Cartagena Wedding Dreams & Wedding Forum: Desarrollo de cápsula sobre el evento de lanzamiento como un espacio de relacionamiento, capturando la atención de los asistentes y potenciales interesados en el destino para la realización de bodas de destino, al cual se puede tener acceso a través del siguiente enlace: **[LANZAMIENTO CTG WEDDING DREAMS & WEDDING FORUM.](#)**



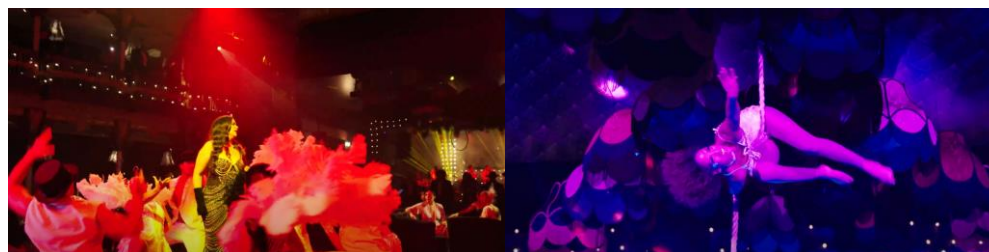
7. Reel de la clausura del Cartagena Wedding Forum + Wedding Dreams: Se destacó la oferta del destino en materia de romance y su infraestructura, proporcionando un cierre impactante y atractivo para los espectadores, al cual se puede tener acceso en el siguiente enlace: **[CLAUSURA CTG WEDDING DREAMS & WEDDING FORUM 2024.](#)**



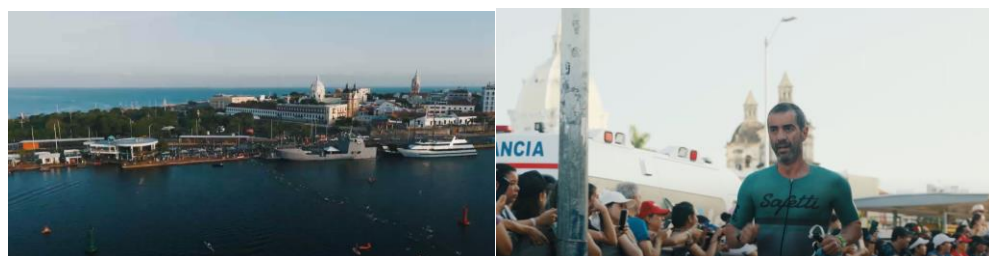
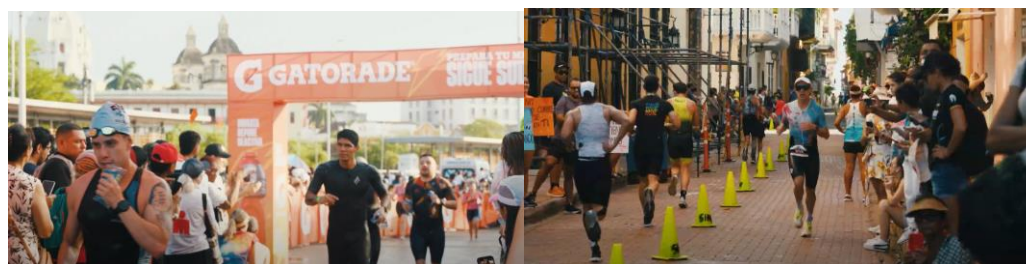


TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



8. Reel de 59 segundos de promoción de Cartagena de Indias como destino deportivo: Este video destacó a la ciudad como un destino deportivo, haciendo énfasis en el muelle de la Bodeguita y las oportunidades que ofrece la ciudad para eventos deportivos de gran envergadura al cual se puede tener acceso en el siguiente enlace: **CARTAGENA DE INDIAS DESTINO DEPORTIVO.**



Etapas de evaluación – 0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, esta etapa se relacionará en el cuarto y último informe.

3.2.3 Promoción de Cartagena a través de eventos corporativos: PIT Móvil.

Etapas de planeación – 100%

El desarrollo de un Punto de Información Turística Móvil es fundamental para cumplir con las expectativas de los asistentes y fortalecer nuestra presencia en cada evento, asegurando que Cartagena continúe siendo un referente en el turismo de reuniones y convenciones. Por lo anterior, se adelantó contratación para el cumplimiento de esta actividad:

Presupuesto: 36.000.000 COP



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Proceso contractual: Contrato de prestación de servicios para la coordinación, logística y producción de actividades orientadas a la promoción del segmento de cruceros y el posicionamiento de experiencias turísticas, mediante eventos culturales y el fortalecimiento de los puntos de información turística. Contratista: Interfilm S.A.S.

Etapa de ejecución – 30%

El turismo es una de las actividades económicas y culturales más importantes en muchas regiones, ya que fomenta el desarrollo local, la generación de empleo y la preservación del patrimonio. Sin embargo, los turistas suelen enfrentarse a la falta de información accesible y personalizada sobre destinos, servicios y actividades. Por ello, implementar un punto de información turística móvil representa una solución innovadora y eficiente para satisfacer estas necesidades. A continuación se relaciona el diseño del Punto de Información Turística Móvil:



Etapa de evaluación – 0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, esta etapa se relacionará en el cuarto y último informe.



Resumen ejecución técnica:

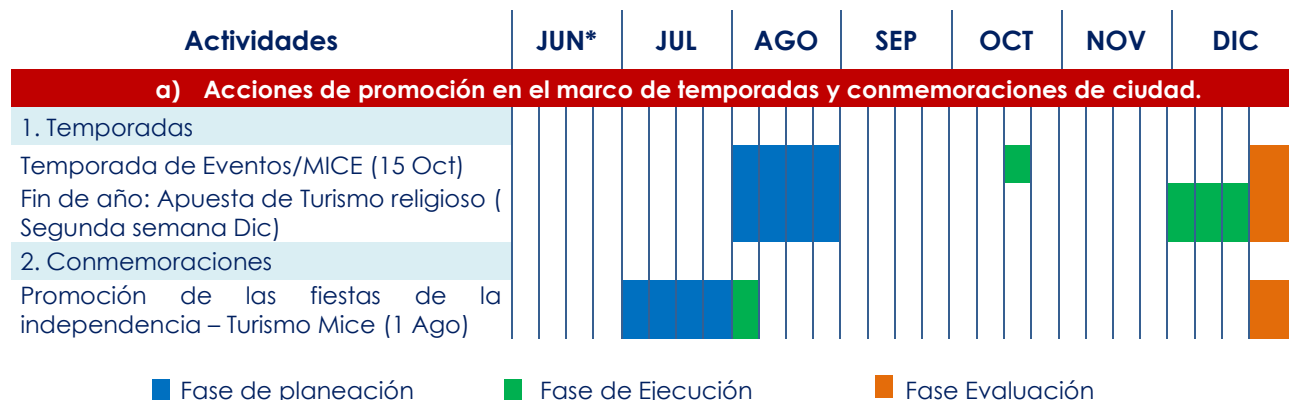
PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN / FASE		FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN	TOTAL
% PARTICIPACIÓN		40%	50%	10%	100%
Diseño y producción de material promocional de destino					
Actividad					
Diseño y producción de material promocional de destino	Diseño y producción de material	100%	50%	0%	65%
	Capsulas	100%	67%	0%	73%
	Promoción de Cartagena a través de eventos corporativos: PIT Móvil	100%	30%	0%	55%
PROMEDIO EJECUCIÓN ACTIVIDADES – DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE MATERIAL PROMOCIONAL DE DESTINO					64%

Resumen ejecución financiera:

LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	EJECUCIÓN FINANCIERA 6 JUN – 30 JUN 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 1 JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA 31 AGOSTO A 31 OCTUBRE	PENDIENTE POR EJECUTAR	CONTRATO/D OCUMENTO SOPORTE	ANEXOS
Material Promocional de destino	\$145,200,000	Material promocional y mapas	\$0	\$0	\$ 0	\$145,200,000	Contrato Nova	Material
	\$49,000,000	Videos promocionales de destino	\$0	\$9,700,000	\$ 12.350.000	\$26.950.000	Contrato Amaury Padilla	Capsulas
	\$36,000,000	Promoción de Cartagena a través de eventos corporativos: PIT Móvil	\$0	\$0	\$36,000,000	\$0	Contrato Interfilms	Pit Móvil



3.3 ACCIONES DE PROMOCIÓN EN EL MARCO DE TEMPORADAS Y CONMEMORACIONES DE CIUDAD.



A continuación un resumen de la línea ACCIONES DE PROMOCIÓN EN EL MARCO DE TEMPORADAS Y CONMEMORACIONES DE CIUDAD, para mejor entendimiento de las actividades planeadas y su ejecución:

ACTIVIDADES	VALOR 2024	VALOR NETO	LINEA DE TRABJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	CRONOGRAMA EJECUCIÓN	DESCRIPCIÓN
Acciones de promoción en el marco de temporadas y conmemoraciones de ciudad	\$ 240,800,000	\$ 223,053,040	Conmemoraciones	\$ 60,059,300	Promoción de las fiestas de la independencia – Turismo Mice	1 Ago	logística
			Temporadas	\$ 7,590,000	Temporada de Eventos/MICE	15-Oct	logística
				\$ 155,403,740	Fin de año: Apuesta de Turismo religioso	2da semana de dic	logística

3.3.1 Conmemoraciones.

Promoción de las fiestas de la independencia – Turismo Mice

Etapa de planeación – 100%

La etapa de planeación del desarrollo de promoción de las fiestas de la independencia- turismo MICE se relacionó en el **segundo informe**, correspondiente al periodo del 1 julio a 30 agosto.

Presupuesto: \$60.059.300 COP.

Proceso contractual: Contrato de prestación de servicios de logística, para el desarrollo de un evento dirigido a las agencias de viajes del país el día 01 de agosto de 2024- Contratista: Mary Cueter S.A.S.

Etapa de ejecución – 100%

La etapa de planeación del desarrollo de promoción de las fiestas de la independencia- turismo MICE se relacionó en el **segundo informe**, correspondiente al periodo del 1 julio a 30 agosto.



Etapa de evaluación – 0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, esta etapa se relacionará en el **cuarto y último informe**.

3.3.2 Temporadas.

Temporada de Eventos/MICE

Etapa de planeación – 100%

La etapa de planeación del desarrollo de Temporada de eventos/MICE se relacionó en el **segundo informe**, correspondiente al periodo del 1 julio a 30 agosto.

Presupuesto: 7.590.000 COP.

Proceso contractual: Contrato de prestación de servicios de alquiler de salón y catering para la realización de actividades de posicionamiento del turismo romance a nivel nacional e internacional. Contratista: SIX CONTINENTS HOTELS DE COLOMBIA S.A

Etapa de ejecución – 100%

El 15 de octubre de 2024 se llevó a cabo el evento Cartagena Wedding Insight: Diagnósticos y Tendencias, cuyo objetivo principal fue presentar los resultados del diagnóstico realizado sobre el segmento de bodas en Cartagena y desarrollar la estrategia de turismo de romance para 2024.

El evento contó con la participación de 45 personas, incluidas representantes de gremios como Fenalco, Cotelco, y Asotelca, así como instituciones clave como el Convention and Visitors Bureau de Cartagena y ProColombia. Además, asistieron wedding planners destacados de la ciudad.



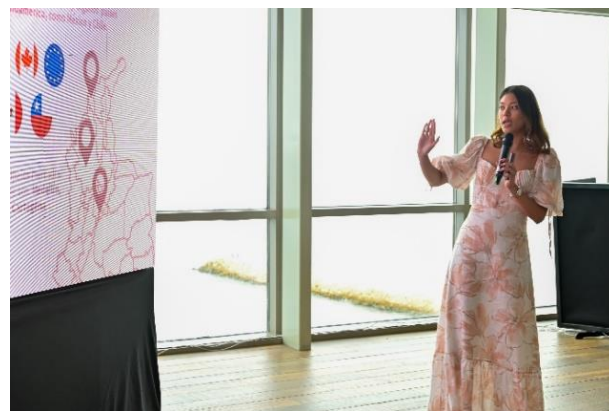


TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



A través de ProColombia se expuso la definición de turismo de romance y bodas de destino, además de compartir los resultados de un estudio sobre el segmento de bodas. Este estudio abordó temas como los mercados que demandan estos servicios, los servicios específicos que solicitan, y la estrategia de promoción de la entidad en el marco del turismo de romance.





Etapa de evaluación – 0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, esta etapa se relacionará en el **cuarto y último informe**.

Fin de año: Apuesta de Turismo religioso

Etapa de planeación – 100%

La etapa de planeación del desarrollo de Fin de año: Apuesta de turismo religioso se relacionó en el **segundo informe**, correspondiente al periodo del 1 julio a 30 agosto.

Presupuesto: \$ \$155,403,740 COP.

Etapa de ejecución – 0%

La actividad se desarrollará en la segunda semana de diciembre, por lo anterior, se reportará en el **cuarto y último informe**.

Etapa de evaluación – 0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, esta etapa se relacionará en el **cuarto y último informe**.



Resumen ejecución técnica:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN / FASE			FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN	TOTAL
% PARTICIPACIÓN			40%	50%	10%	100%
Acciones de promoción en el marco de temporadas y conmemoraciones de ciudad						
Actividad						
Acciones de promoción en el marco de temporadas y conmemoraciones de ciudad	Conmemoraciones	Promoción de las fiestas de la independencia – Turismo Mice	100%	100%	0%	90%
	Temporadas	Temporada de Eventos/MICE	100%	100%	0%	90%
		Fin de año: Apuesta de Turismo religioso	100%	0%	0%	40%
PROMEDIO EJECUCIÓN ACTIVIDADES – TEMPORADAS Y CONMEMORACIONES DE CIUDAD						78%

Resumen ejecución financiera:

LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	EJECUCIÓN FINANCIERA 6 JUN – 30 JUN 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 1 JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA 1 JULIO A 30 AGOSTO	PENDIENTE POR EJECUTAR	CONTRATO/D OCUMENTO SOPORTE	ANEXOS/ COMENTARIOS
Conmemoraciones	\$60,059,300	Promoción de las fiestas de la independencia – Turismo Mice	\$0	\$ 60,059,300	\$0	\$0	Contrato Mary Cueter	Fiestas
Temporadas	\$7,590,000	Temporada de Eventos/MICE	\$0	\$0	\$0	\$7,590,000	Contrato Six continents Hotels	Contrato
	\$155,403,740	Fin de año: Apuesta de Turismo religioso	\$0	\$0	\$0	\$155,403,740	Interfims/ Pendiente Contrato	Contrato/ Se relacionará en el tercer informe



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



3.4 DISEÑO CONCEPTUAL Y METODOLOGICO DE NARRATIVA UNICA DE DESTINO.



A continuación un resumen de la línea DISEÑO CONCEPTUAL Y METODOLOGICO DE NARRATIVA UNICA DE DESTINO, para mejor entendimiento de las actividades planeadas y su ejecución:

ACTIVIDADES	PRESUPUESTO 2024	VALOR NETO	LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	CRONOGRAMA EJECUCIÓN	DESCRIPCIÓN
Diseño conceptual y metodológico de narrativa única de destino, lanzamiento y posicionamiento	\$2,778,000,000	\$2,573,261,400	Diagnóstico y diseño	\$82,752,486	Investigación, conceptualización y construcción de marca ciudad	27 Jun – 30 Nov	Consultoría
				\$132,090,000	Diagnostico Turismo Gastronómico.	11-13 oct	Producción
			Posicionamiento	\$119,993,650	Posicionamiento Expectativa de Marca Ciudad -Local	9 oct – 31 dic	Pauta en medios digitales con creador de contenido digital
				\$193,455,000	Posicionamiento Expectativa de Marca Ciudad -Nacional	12 nov – 31 dic	Pauta en medios digitales
				\$779,078,907	Posicionamiento Expectativa de Marca Ciudad- Internacional	22 de oct – dic	Tiquetes
				\$ 420,000,000		14 Nov	logística y BTL
				\$845,891,357	Lanzamiento de Marca	Segunda semana dic	logística y BTL



Etapa de planeación-100%

La etapa de planeación del diagnóstico y diseño conceptual y metodológico de narrativa única de destino se relacionó en el primer informe, correspondiente al periodo del 6 junio al 30 de junio 2024.

Presupuesto: \$2,573,261,400 COP.

Etapa de Ejecución-45%

3.4.1 Diagnóstico

Coordinación y puesta en marcha:

En el mes de septiembre y octubre continuó el diagnóstico realizado tomas de ciudad en lugares estratégicos para seguir consultándole a los cartageneros ¿qué hace a Cartagena, Cartagena? con el fin que este insumo sea parte del diagnóstico para posteriormente crear la Marca Ciudad:

- Activación de Marca Ciudad en el marco del Lanzamiento de las fiestas de independencia:



- Activación Marca Ciudad en el marco del evento "Cartagena Wedding Dreams + Wedding Forum":



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024





TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



- Activación Marca Ciudad en el evento deportivo "Ironman 5150" destacando a Cartagena de Indias como destino de eventos deportivos y conociendo la perspectiva de ciudad de estos atletas y aficionados:





TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



corpoturismoctg
Audio original

corpoturismoctg Continuamos en la construcción de la marca ciudad 🍷

En esta oportunidad, estuvimos en el Ironman 5150 preguntándole a los participantes ¿Qué hace a Cartagena, Cartagena?

Visita el sitio web 🍷 cartagenacartagena.com y participa de la construcción de esta nueva narrativa.

Recuerda que, la marca ciudad la crearemos entre todos.

6 sem

daisydelahoz63 🍷 🍷 🍷
6 sem 2 Me gusta Responder

cerveceriacartagena En cada rincón de Cartagena se esconde un pedacito de magia que te invita a soñar despierto. 🍷 🍷 🍷
¡¡¡Te esperamos en Cervecería Cartagena !!!

6 sem 1 Me gusta Responder

tubermuñalaidi 🍷 🍷 🍷
Les gusta a mj.tamara y personas más
15 de septiembre

Añade un comentario... Publicar

Información general

Visualizaciones ⓘ

2.177

Normal

Alcance ⓘ

1.464

Normal

Impresiones ⓘ

1.641

Normal

Interacciones ⓘ

112

Normal

Tiempo de reproducción

Tiempo promedio de reproducción ⓘ

9 s

Normal

Tiempo de reproducción ⓘ

4 h 17 min

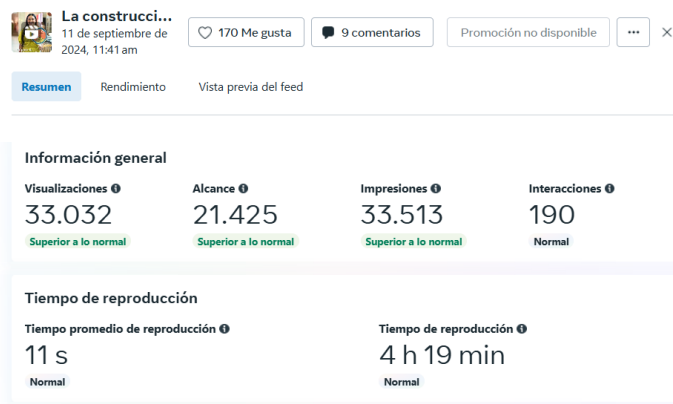
Normal



La publicación en cuestión ha tenido un impacto significativo en redes sociales, que puede visualizarse en el siguiente enlace:

https://www.instagram.com/reel/C_8nd1mO9Ma/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- Visualizaciones: La publicación fue vista 2,177 veces, lo cual es un alcance normal.
 - Interacciones: Se registraron 112 interacciones en total, lo que también es considerado normal.
 - Cuentas alcanzadas: Alcanzó a 1,464 cuentas, reflejando un engagement efectivo.
 - Impresiones: Se lograron 1,641 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.
 - Tiempo promedio de reproducción: El tiempo promedio de reproducción fue de 9 segundos, lo que es normal.
 - Tiempo de reproducción: El tiempo total de reproducción fue de 4 horas y 17 minutos, lo cual es normal.
- **Cartagena Wedding Forum + Cartagena Wedding Dreams:**



Esta publicación ha tenido un impacto notable en redes sociales, que puede visualizarse en el siguiente enlace:



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



https://www.instagram.com/reel/C_yKxrfuila/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- Visualizaciones: La publicación fue vista 33,032 veces, lo que indica un alcance considerable, muy superior a lo normal.
- Interacciones: Se registraron 179 interacciones en total, desglosadas en 170 me gusta y 9 comentarios.
- Cuentas alcanzadas: Alcanzó a 21,425 cuentas, reflejando un engagement efectivo.
- Impresiones: Se lograron 33,513 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.
- Tiempo promedio de reproducción: El tiempo promedio de reproducción fue de 11 segundos, lo cual es normal.
- Tiempo total de reproducción: El tiempo total de reproducción fue de 4 horas y 19 minutos, lo cual es normal.



Información general

Visualizaciones ⓘ	Alcance ⓘ	Impresiones ⓘ	Interacciones ⓘ
9.264	6.811	7.656	195
Superior a lo normal	Superior a lo normal	Superior a lo normal	Normal

Interacciones ⓘ

Me gusta ⓘ	Comentarios ⓘ	Veces que se compartió ⓘ	Veces que se guardó ⓘ
177	5	12	1
Normal	Normal	Normal	Normal

Esta publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales, que puede visualizarse en el siguiente enlace:



https://www.instagram.com/p/C_wZh5vgcWn/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- Visualizaciones: La publicación fue vista 9,264 veces, lo que indica un alcance considerable.
- Alcance: Alcanzó a 6,811 cuentas, lo que también es superior a lo normal.
- Impresiones: Se lograron 7,656 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.
- Interacciones: Se registraron 195 interacciones en total, desglosadas en 177 me gusta, 5 comentarios, 12 compartidos y 1 guardado.

- **Caravana Nacional:**





- **Lanzamiento de la Campaña Cartagena Sí:**



Resumen

Alcance ⓘ

806

Impresiones ⓘ

877

Interacciones ⓘ

84

Impresiones ⓘ

877

De la publicación original

Del contenido compartido

23

854

Este(a) post obtuvo menos interacciones en comparación con tus Instagram posts recientes.

Interacciones ⓘ

84

Me gusta ⓘ

79

Comentarios ⓘ

2

Veces que se compartió ⓘ

3

Veces que se guardó ⓘ

0

Link:

https://www.instagram.com/reel/C_OhFLiSGQi/?fbclid=IwY2xjawG_DXtleHRuA2FibQlxMAABHWnaLrpwaVWOzyi8r1QearbB2RiWiDy0leDLZL_kvXEZ7BXbjyFktVCrQ_aem_TxWpnclSyVQjCYhvAuBm_wg



Rendimiento en redes sociales:

- **Buen alcance:**
La publicación alcanzó a 806 personas únicas, mostrando que el contenido tuvo una buena exposición dentro de tu audiencia.
 - **Impresiones por encima del alcance:**
Las 877 impresiones reflejan que algunas personas vieron el contenido más de una vez, lo que indica que generó cierto nivel de interés y repetición.
 - **Interacciones sólidas:**
Con 84 interacciones totales, el contenido logró captar la atención de una parte importante de los usuarios que lo vieron. Los **79 "Me gusta"** destacan un fuerte nivel de aprobación.
 - **Impresiones por contenido compartido:**
Aunque 23 impresiones provinieron de contenido compartido, esto señala que los usuarios están ayudando a difundir tu publicación, algo que siempre contribuye al crecimiento.
- Activación de marca ciudad en el segundo Congreso Internacional de Turismo, Patrimonio y Sociedad.





TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Link:

https://www.instagram.com/reel/DBPGzqsylA8/?fbclid=IwY2xjawG_D4pleHRuA2FibQlxMAABHd7pITMAVOg_HeK9AS2o1jW02wOveGN3o2UJppAQui2p8reTzOVZ4gKlyNw_aem_K1hucaftPeKHrTi0-AnWPQ

Resumen

Alcance ⓘ

1.331

Impresiones ⓘ

1.569

Interacciones ⓘ

84

En este(a) post, el alcance es típico en comparación con tus Instagram posts recientes.

Alcance ⓘ

1.331

Impresiones ⓘ

1.569

De la publicación original

1.171

Del contenido compartido

398

Este(a) post obtuvo menos interacciones en comparación con tus Instagram posts recientes.

Interacciones ⓘ

84

Me gusta ⓘ

76

Comentarios ⓘ

3

Veces que se compartió ⓘ

1

Veces que se guardó ⓘ

4

Alcance notable:

La publicación llegó a **1,331 cuentas únicas**, lo que confirma que el contenido mantiene un nivel constante de visibilidad dentro de tu audiencia habitual.

Impresiones sobresalientes:

Con **1,569 impresiones**, el contenido generó una exposición significativa, superando el número de cuentas alcanzadas. Esto indica que algunos usuarios interactuaron con la publicación más de una vez.

- **De la publicación original:** 1,171 impresiones, demostrando que la mayoría de los usuarios vio el contenido directamente desde su fuente.

Del contenido compartido: 398 impresiones, un número importante que refleja que la publicación tuvo impacto a través de personas que compartieron el contenido

- **Segundo congreso internacional de turismo patrimonio y sociedad:**
- **Activación de marca en el Festival del raspao:**



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024





- Activación de marca ciudad con reconocidos chefs cartageneros, enfocado en los sabores de Cartagena.



Información general			
Visualizaciones ⓘ	Alcance ⓘ	Impresiones ⓘ	Interacciones ⓘ
20.640	16.771	18.177	831
Superior a lo normal	Superior a lo normal	Superior a lo normal	Superior a lo normal

Tiempo de reproducción	
Tiempo promedio de reproducción ⓘ	Tiempo de reproducción ⓘ
5 s	1 d 1 h
Inferior a lo normal	Superior a lo normal

Esta publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales, misma que puede visualizarse a través del siguiente enlace:

https://www.instagram.com/reel/DAOrsfNxPCO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFiZA==

A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** La publicación fue vista 20,640 veces, lo que indica un alcance considerable, superior a lo normal.
- **Alcance:** Alcanzó a 16,771 cuentas, lo que también es superior a lo normal.
- **Impresiones:** Se lograron 18,177 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.
- **Interacciones:** Se registraron 831 interacciones en total, reflejando un *engagement* efectivo, y también superior a lo normal.
- **Tiempo promedio de reproducción:** El tiempo promedio de reproducción fue de 5 segundos
- **Tiempo de reproducción:** El tiempo total de reproducción fue de 1 día y 1 hora, lo cual es superior a lo normal.



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



- Activación de la marca ciudad con estudiantes del Centro Nautico Fluvial y Portuario del SENA.



Información general			
Visualizaciones ⓘ	Alcance ⓘ	Impresiones ⓘ	Interacciones ⓘ
1.862	1.187	1.426	68
Normal	Normal	Normal	Inferior a lo normal

Tiempo de reproducción	
Tiempo promedio de reproducción ⓘ	Tiempo de reproducción ⓘ
8 s	2 h 54 min
Inferior a lo normal	Normal

Esta publicación ha tenido un impacto notable en redes sociales, la cual puede visualizarse por medio del siguiente enlace: https://www.instagram.com/reel/DAJRaw9AQ_z/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** La publicación fue vista 1,862 veces, lo que indica un alcance considerable tanto entre seguidores como no seguidores.
- **Alcance:** Alcanzó a 1,187 cuentas, demostrando un *engagement* efectivo.
- **Impresiones:** Se lograron 1,426 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.
- **Interacciones:** Se registraron 68 interacciones en total.



- Activación de marca ciudad en el aeropuerto de Cartagena de Indias.



Información general

Visualizaciones ⓘ	Alcance ⓘ	Impresiones ⓘ	Interacciones ⓘ
2.968	2.099	2.283	123
Normal	Normal	Normal	Normal

Tiempo de reproducción

Tiempo promedio de reproducción ⓘ	Tiempo de reproducción ⓘ
8 s	4 h 43 min
Inferior a lo normal	Normal

Esta publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales, la cual puede visualizarse a través del siguiente enlace:

https://www.instagram.com/reel/DARvVMSAzh8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==.

A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- Visualizaciones:** La publicación fue vista 2,968 veces, lo que indica un alcance considerable.
- Alcance:** Alcanzó a 2,099 cuentas, lo cual refleja un *engagement* efectivo.
- Impresiones:** Se lograron 2,283 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.
- Interacciones:** Se registraron 123 interacciones en total, desglosadas en me gusta, comentarios y compartidos.
- Tiempo promedio de reproducción:** El tiempo promedio de reproducción fue de 8 segundos.
- Tiempo total de reproducción:** El tiempo total de reproducción fue de 4 horas y 43 minutos.



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



- Activación de la marca ciudad en el marco del evento de turismo cultural sostenible.



Información general

Visualizaciones ⓘ	Alcance ⓘ	Impresiones ⓘ	Interacciones ⓘ
2.494	1.535	1.785	177
Normal	Normal	Normal	Normal

Tiempo de reproducción

Tiempo promedio de reproducción ⓘ	Tiempo de reproducción ⓘ
13 s	6 h 20 min
Superior a lo normal	Superior a lo normal

Esta publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales, la cual puede visualizarse a través del siguiente enlace:

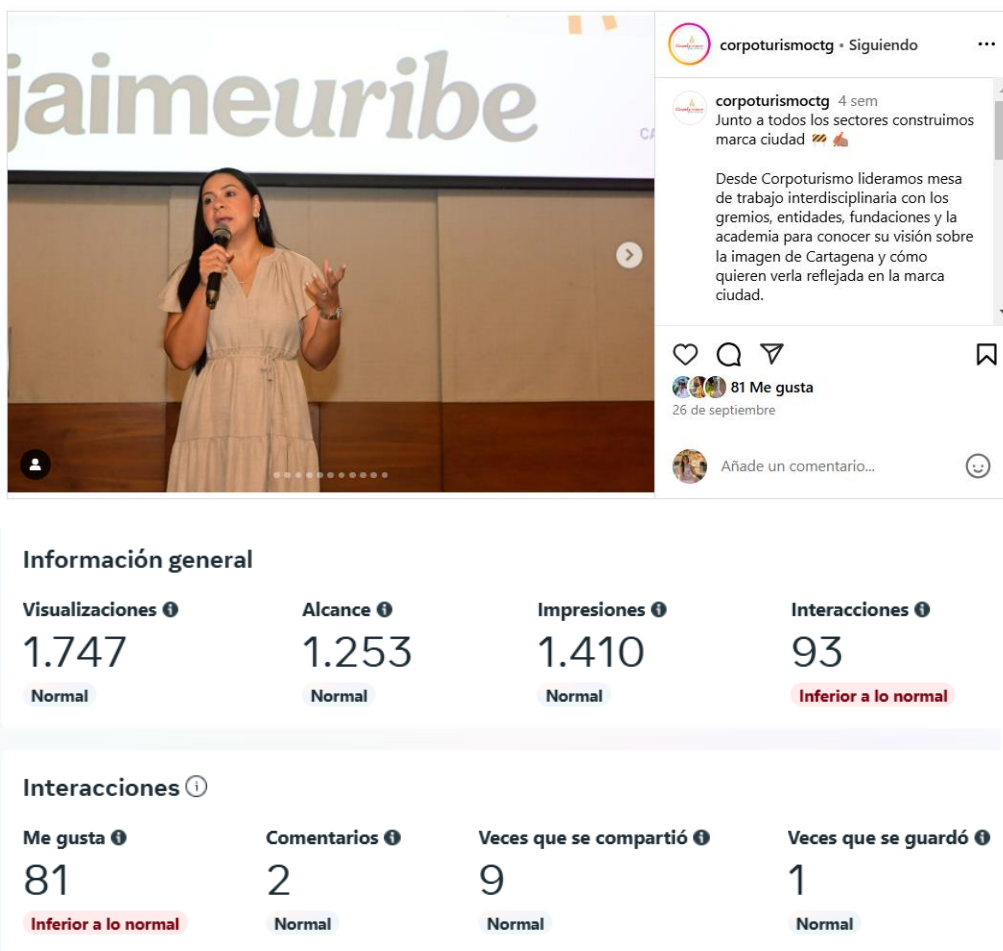
https://www.instagram.com/reel/DAULtDuVrP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==

A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** La publicación fue vista 2,494 veces, lo que indica un alcance considerable.
- **Alcance:** Alcanzó a 1,535 cuentas, reflejando un *engagement* efectivo.
- **Impresiones:** Se lograron 1,785 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.
- **Interacciones:** Se registraron 177 interacciones en total, lo que refleja un buen nivel de compromiso con la audiencia.
- **Tiempo promedio de reproducción:** El tiempo promedio de reproducción fue de 13 segundos, lo cual es positivo.
- **Tiempo total de reproducción:** El tiempo total de reproducción fue de 6 horas y 20 minutos, indicando un interés sostenido en el contenido.



- Impacto de la socialización del proyecto de marca ciudad con gremios y aliados del sector turismo de la ciudad.



Esta publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales, misma que puede visualizarse a través del siguiente enlace:

https://www.instagram.com/p/DAYp5YOgnDN/?fbclid=IwY2xjawGPiZVleHRuA2FlbQlxMAABHT9dXi-WpV83peuJEPZnSjX_0azLV2z4vWzCwwA91a_1C8TFfjEok0A_Mw_aem_nzm02hucsesj2EF8XnkAolQ

A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** La publicación fue vista 1,747 veces, lo que indica un alcance considerable.
- **Alcance:** Alcanzó a 1,253 cuentas, reflejando un engagement efectivo.
- **Impresiones:** Se lograron 1,410 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.
- **Interacciones:** Se registraron 93 interacciones en total, desglosadas en 81 me gusta, 2 comentarios, 9 compartidos y 1 guardado.



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



➤ Activación de la marca ciudad con estudiantes de Unicolombo.



Información general

Visualizaciones ⓘ	Alcance ⓘ	Impresiones ⓘ	Interacciones ⓘ
9.951	5.964	6.436	300
Superior a lo normal	Superior a lo normal	Superior a lo normal	Normal

Tiempo de reproducción

Tiempo promedio de reproducción ⓘ	Tiempo de reproducción ⓘ
13 s	22 h 44 min
Superior a lo normal	Superior a lo normal

Esta publicación ha tenido un impacto notable en redes sociales, la cual puede visualizarse por medio del siguiente enlace:

https://www.instagram.com/reel/DAZSi2oyE61/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA== . A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** 9,951, lo que indica un alcance considerable.
- **Alcance:** Alcanzó a 5,964 cuentas, reflejando un *engagement* efectivo.
- **Impresiones:** Se lograron 6,436 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.
- **Interacciones:** Se registraron 300 interacciones en total.
- **Tiempo promedio de reproducción:** 13 segundos.
- **Tiempo total de reproducción:** 22 horas y 44 minutos.



➤ Activación de marca ciudad en la universidad de Cartagena.



Información general

Visualizaciones ⓘ

1.015

Inferior a lo normal

Alcance ⓘ

650

Inferior a lo normal

Impresiones ⓘ

705

Inferior a lo normal

Interacciones ⓘ

64

Inferior a lo normal

Tiempo de reproducción

Tiempo promedio de reproducción ⓘ

11 s

Normal

Tiempo de reproducción ⓘ

2 h 13 min

Normal

Esta publicación ha tenido un impacto notable en redes sociales, la cual puede visualizarse por medio del siguiente enlace: https://www.instagram.com/reel/DAewcuFogW3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** La publicación fue vista 1,015 veces, indicando un alcance considerable.
- **Alcance:** Alcanzó a 650 cuentas, reflejando un *engagement* efectivo.
- **Impresiones:** Se lograron 705 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.
- **Interacciones:** Se registraron 64 interacciones en total, lo cual refleja un buen nivel de compromiso con la audiencia.
- **Tiempo promedio de reproducción:** 11 segundos.
- **Tiempo total de reproducción:** 2 horas y 13 minutos.



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



➤ Activación de marca ciudad con la creadora de contenido – Karen López.



Esta publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales, la cual se puede visualizar por medio del siguiente enlace:

https://www.instagram.com/reel/DAIzXyKR2h0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFiZA==. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones (Views):** 3,606
- **Alcance (Reach):** 2,580
- **Impresiones (Impressions):** 2,958
- **Interacciones (Interactions):** 158
- **Tiempo promedio de reproducción (Average playback time):** 5 segundos
- **Tiempo total de reproducción (Playback time):** 4 horas y 7 minutos



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



➤ Activación de la marca ciudad con turistas en las playas de Cartagena.



Información general

Visualizaciones ⓘ

906

Inferior a lo normal

Alcance ⓘ

645

Inferior a lo normal

Impresiones ⓘ

723

Inferior a lo normal

Interacciones ⓘ

60

Inferior a lo normal

Tiempo de reproducción

Tiempo promedio de reproducción ⓘ

7 s

Inferior a lo normal

Tiempo de reproducción ⓘ

1 h 23 min

Inferior a lo normal

Esta publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales, misma que se puede visualizar a través del siguiente enlace:

https://www.instagram.com/reel/DARWs0tu5q/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFiZA==. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** La publicación fue vista 906 veces. Alcance: Alcanzó a 645 cuentas.
- **Impresiones:** Se lograron 723 impresiones.
- **Interacciones:** Se registraron 60 interacciones en total.
- **Tiempo promedio de reproducción:** 7 segundos.
- **Tiempo total de reproducción:** 1 hora y 23 minutos.



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



➤ Activación de la marca ciudad en el marco de un evento de ciudad en la Plaza de Toros.



Información general

Visualizaciones ⓘ	Alcance ⓘ	Impresiones ⓘ	Interacciones ⓘ
5.189	3.595	3.827	261
Superior a lo normal	Superior a lo normal	Superior a lo normal	Normal

Tiempo de reproducción

Tiempo promedio de reproducción ⓘ	Tiempo de reproducción ⓘ
16 s	16 h 14 min
Superior a lo normal	Superior a lo normal

Esta publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales, la cual puede visualizarse por medio del siguiente enlace:

https://www.instagram.com/reel/DAwCAFiRWa/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones (Views):** 5,189
- **Alcance (Reach):** 3,595
- **Impresiones (Impressions):** 3,827
- **Interacciones (Interactions):** 261
- **Tiempo promedio de reproducción (Average playback time):** 16 segundos
- **Tiempo total de reproducción (Playback time):** 16 horas y 14 minutos



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



- Activación de marca ciudad con el generador de opinión Alejandro Riaño.



Información general

Visualizaciones ⓘ	Alcance ⓘ	Impresiones ⓘ	Interacciones ⓘ
2.538	2.063	2.136	126
Normal	Normal	Normal	Normal

Tiempo de reproducción

Tiempo promedio de reproducción ⓘ	Tiempo de reproducción ⓘ
7 s	3 h 53 min
Inferior a lo normal	Normal

Esta publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales, misma que puede visualizarse por medio del siguiente enlace: https://www.instagram.com/reel/DA1awXyO8Vr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFiZA==. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** La publicación fue vista 2,538 veces, lo que indica un alcance considerable.
- **Alcance:** Alcanzó a 2,063 cuentas, reflejando un *engagement* efectivo.
- **Impresiones:** Se lograron 2,136 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.
- **Interacciones:** Se registraron 126 interacciones en total.
- **Tiempo promedio de reproducción:** 7 segundos.
- **Tiempo total de reproducción:** 3 horas y 53 minutos.



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



➤ Activación de la marca ciudad en el marco del evento Vive tu Plaza.



Información general

Visualizaciones ⓘ

7.602

Superior a lo normal

Alcance ⓘ

4.935

Superior a lo normal

Impresiones ⓘ

5.169

Superior a lo normal

Interacciones ⓘ

203

Normal

Tiempo de reproducción

Tiempo promedio de reproducción ⓘ

13 s

Superior a lo normal

Tiempo de reproducción ⓘ

18 h 34 min

Superior a lo normal

Esta publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales, la cual puede visualizada mediante el siguiente enlace:

https://www.instagram.com/reel/DBEVHhDO9nh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** 7,602
- **Alcance:** 4,935
- **Impresiones:** 5,169
- **Interacciones:** 203
- **Tiempo promedio de reproducción:** 13 segundos
- **Tiempo total de reproducción:** 18 horas y 34 minutos



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Información general

Visualizaciones ⓘ	Alcance ⓘ	Impresiones ⓘ	Interacciones ⓘ
3.225	2.454	2.491	160
Normal	Superior a lo normal	Superior a lo normal	Normal

Tiempo de reproducción

Tiempo promedio de reproducción ⓘ	Tiempo de reproducción ⓘ
10 s	6 h 37 min
Normal	Superior a lo normal

Esta publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales, misma que puede visualizarse a través del siguiente enlace: <https://www.instagram.com/p/DBFUuxrA0d9/>. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones (Views):** 3,225
- **Alcance (Reach):** 2,454
- **Impresiones (Impressions):** 2,491
- **Interacciones (Interactions):** 160
- **Tiempo promedio de reproducción (Average playback time):** 10 segundos
- **Tiempo total de reproducción (Total playback time):** 6 horas y 37 minutos



➤ Activación de la marca ciudad con ASOTELCA y afiliados.



Información general

Visualizaciones ⓘ

2.037

Normal

Alcance ⓘ

1.442

Normal

Impresiones ⓘ

1.595

Normal

Interacciones ⓘ

92

Inferior a lo normal

Tiempo de reproducción

Tiempo promedio de reproducción ⓘ

8 s

Inferior a lo normal

Tiempo de reproducción ⓘ

3 h 14 min

Normal

Esta publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales, la cual puede visualizarse a través del siguiente enlace:

https://www.instagram.com/reel/DBWc0ybO8dc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** La publicación fue vista 2,037 veces.
- **Alcance:** Alcanzó a 1,442 cuentas.
- **Impresiones:** Se lograron 1,595 impresiones.
- **Interacciones:** Se registraron 92 interacciones en total.
- **Tiempo promedio de reproducción:** 8 segundos.
- **Tiempo total de reproducción:** 3 horas y 14 minutos.



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



➤ Activación de marca ciudad en el estadio Jaime Morón.



Información general

Visualizaciones ⓘ	Alcance ⓘ	Impresiones ⓘ	Interacciones ⓘ
770	511	580	58
Inferior a lo normal	Inferior a lo normal	Inferior a lo normal	Inferior a lo normal

Interacciones ⓘ

Me gusta ⓘ	Comentarios ⓘ	Veces que se compartió ⓘ	Veces que se guardó ⓘ
56	1	1	0
Inferior a lo normal	Inferior a lo normal	Inferior a lo normal	Normal

Esta publicación ha tenido un impacto notable en redes sociales, la cual puede visualizarse por medio del siguiente enlace:

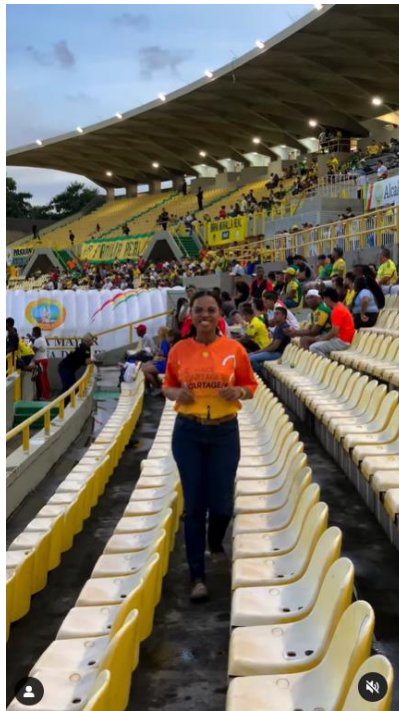
https://www.instagram.com/p/DBcsDJAgTV1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** La publicación fue vista 770 veces.
- **Alcance:** Alcanzó a 511 cuentas.
- **Impresiones:** Se lograron 580 impresiones.
- **Interacciones:** Se registraron 58 interacciones en total.



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



corpoturismotg
Audio original

corpoturismotg Nos seguimos tomando cada rincón de Cartagena con la construcción de la marca ciudad 🏡 🏡

Hoy, estuvimos en el Estadio Jaime Morón en el partido del @realcartagena vs @Tigres preguntándole a los hinchas más Reales: ¿Qué hace a Cartagena, Cartagena?

¡Tú también puedes ser parte de la marca que representará a Cartagena ante el mundo!

¡Participa!
Visita el sitio web 🏡 cartagenacartagena.com
¡La marca ciudad la construimos entre todos!

1 sem

marlyabreo 🏡 🏡
6 días Responder

rosalbamariagulfo 🏡 🏡 pincelhadas presente
2 días Responder Ver traducción

Les gusta a mj.tamara y 52 personas más
Hace 7 días

Añade un comentario... Publicar

Información general

Visualizaciones ⓘ

720

Inferior a lo normal

Alcance ⓘ

518

Inferior a lo normal

Impresiones ⓘ

549

Inferior a lo normal

Interacciones ⓘ

55

Inferior a lo normal

Tiempo de reproducción

Tiempo promedio de reproducción ⓘ

11 s

Normal

Tiempo de reproducción ⓘ

1 h 34 min

Inferior a lo normal

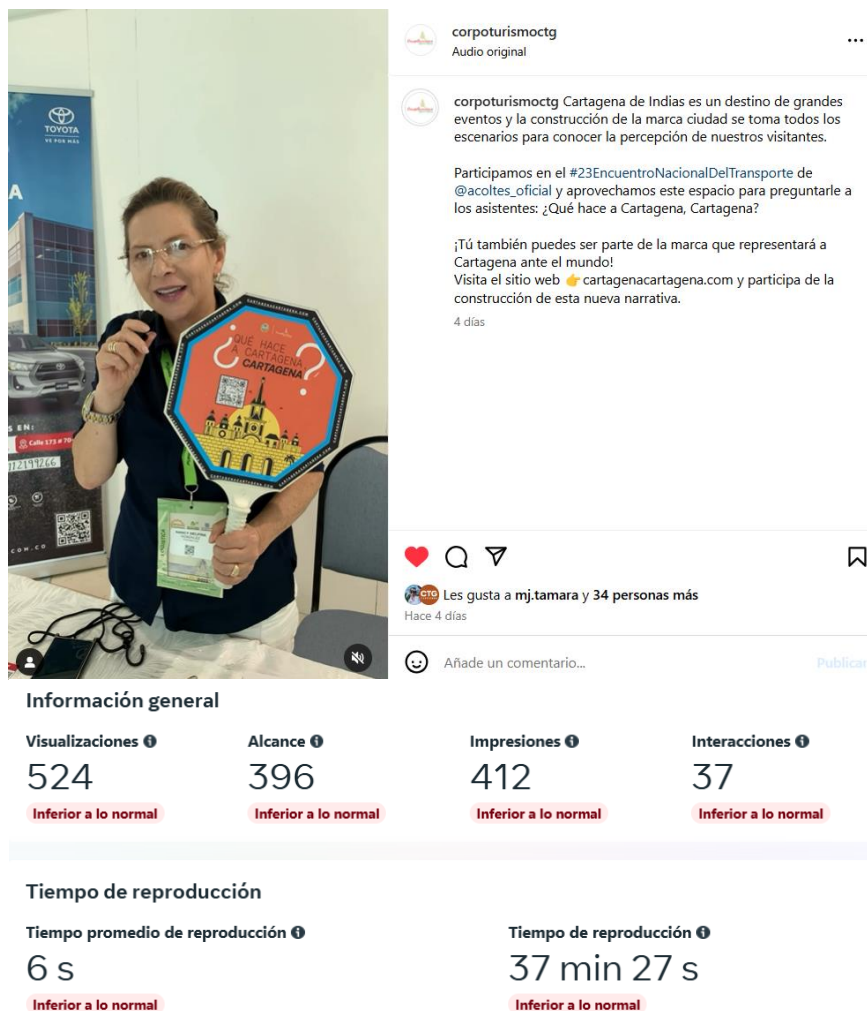
Esta publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales, la cual puede visualizarse a través del siguiente enlace:

https://www.instagram.com/reel/DBcwwVigHf6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** La publicación fue vista 720 veces.
- **Alcance:** Alcanzó a 518 cuentas.
- **Impresiones:** Se lograron 549 impresiones.
- **Interacciones:** Se registraron 55 interacciones en total.
- **Tiempo promedio de reproducción:** 11 segundos.
- **Tiempo total de reproducción:** 1 hora y 34 minutos.



➤ Activación de marca ciudad en el Encuentro Nacional de Transporte



Esta publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales, la cual puede visualizarse a través del siguiente enlace: <https://www.instagram.com/p/DBjo1ZkRd8P/>. A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** 524
- **Alcance:** 396
- **Impresiones:** 412
- **Interacciones:** 37
- **Tiempo promedio de reproducción:** 6 segundos
- **Tiempo total de reproducción:** 37 minutos y 27 segundos



Para la etapa de posicionamiento de la marca ciudad, se inició desde el mes de octubre mediante el desarrollo de una campaña de expectativa, con el fin de alcanzar una mayor audiencia nacional e internacional. Para ello se realizaron las siguientes acciones:

- **Pauta en medios digitales con creador de contenido local cartagenera:**

Las campañas en medios digitales con influenciadores son una excelente opción para potenciar el atractivo turístico de Cartagena de Indias ya que estos creadores de contenido tienen la capacidad de llegar a amplias audiencias de manera auténtica, generando confianza y conexión emocional con sus seguidores. Al compartir sus experiencias y recomendaciones sobre el destino, logran influir en las decisiones de viaje de sus públicos. Además, su enfoque en redes sociales permite segmentar el mensaje y adaptarlo a diferentes grupos, lo que maximiza el alcance y el impacto. En un entorno donde la información en línea juega un papel crucial en la planificación de viajes, colaborar con influenciadores se convierte en una estrategia clave para resaltar el atractivo turístico de Cartagena.

Se suscribió contrato con objeto prestación de servicios de pauta en medios digitales con creador de contenido digital para la promoción de Cartagena como Destino Turístico Nacional con CTGFederal S.A.S.

Para el mes de octubre, se adelantó la estructuración del cronograma de contenidos para la promoción de Cartagena de Indias como destino turístico nacional en medios digitales con creador de contenido digital, el cual incluirá colaboración con una generadora de opinión que logra impactar a una audiencia diversa y multicultural que resaltará los atributos del destino de manera efectiva, aprovechando el potencial de las plataformas digitales. La elaboración detallada de este cronograma permitirá una planificación estratégica y ordenada de las acciones de mercadeo, asegurando así la máxima visibilidad y alcance de las campañas promocionales:

Cronograma preliminar:

TIPO DE VIDEO	TEMA/OBJETIVO	DESCRIPCIÓN	FECHA DE PUBLICACIÓN	COMENTARIOS	ESTADO
Instagram Story	¿Qué es una marca ciudad?	Mildre está caminando por Cartagena habiéndole a la cámara. A Cartagena siempre la han contado pero nunca ha tenido un discurso que una en realidad la experiencia de los cartageneros y cartageneras. Por eso necesitamos crear una marca que nos identifique a todos. Como la de "I <3 NY". Necesitamos una marca que cree sentido de pertenencia de la que todos hagamos parte, que nos represente a todos, una imagen de la que todos nos sintamos orgullosos. Y eso es lo que estamos haciendo. Mildre se unió a Corpoturismo para construir esta marca y por eso les deja estas preguntas en historias de Instagram. En cajones de preguntas Mildre hace las preguntas de cartagenacartagena.com e invita a sus seguidores a responderlas para unirse a esta construcción.	2-nov		
Reel/TikTok	¿Qué hace a Cartagena Cartagena?	Mildre responde a las preguntas ¿Qué amas de Cartagena? ¿A qué suena Cartagena? ¿A qué sabe Cartagena? hacemos un montaje rápido de personas respondiendo las mismas preguntas. Sus hijos, personas del común, personalidades reconocidas como Jader Tremendo o Mr. Black. Y al final invitamos a la ciudadanía a unirse a construir esta marca ciudad entre todos y todas metiéndose a cartagenacartagena.com			
Reel/TikTok	Fiestas de la independencia 2024	Con imágenes recopiladas de las fiestas de independencia hacer un video exaltando los valores de Cartagena y por qué estar orgullosos de esta ciudad, además terminar con una invitación a la ciudad.	15-nov		
		de los sitios más emblemáticos de Salsa de la ciudad. Fundado en 1975, este icónico lugar ha sido un punto de encuentro para los amantes de la música y la cultura caribeña durante décadas. Conocido por su ambiente vibrante y festivo, ofrece a sus visitantes la oportunidad de disfrutar de la música afroantillana y colombiana, mientras observan a los bailarines locales demostrar sus habilidades en la pista de baile. Este bar no solo es famoso por su música, sino también por ser un espacio donde se respira tradición y autenticidad, atrayendo tanto a residentes como a turistas que buscan una experiencia cultural inolvidable. 2. El Club Carpinteros en Getsemani: un rincón auténtico de Getsemani donde			

Para una correcta visualización del cronograma planteado, remítase al siguiente enlace:
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1sNqVRPQuRZ38XYonj6AiAX6tR3TUzsB/edit?usp=sharing&oid=101167515041258002751&rtpof=true&sd=true>



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



- Activaciones y estrategia BTL en eventos de impacto nacional e internacional:

- ¿A qué te sabe Cartagena?:

El diagnóstico inicial destacó los elementos más representativos de los cartageneros, evidenciando que una parte considerable de la población asocia a Cartagena con el **Patacón**, un símbolo de su identidad cultural.

El evento Feria gastronómica, festival del patacón, es evento que impulsa el turismo gastronómico, un escenario ideal para fortalecer la estrategia de difusión de la construcción de la marca ciudad sobre todo porque en este se destacaron los sabores de Cartagena por lo que la gente podrá responder: ¿a qué sabe Cartagena? Además el público objetivo es cartageneros y turistas permitiendo que estos conozcan más a cerca de la iniciativa.

Para el cumplimiento, de las acciones, La Corporación suscribió convenio de asociación con Grupo Cocina Creativa SAS para AUNAR ESFUERZOS PARA LA PROMOCIÓN DEL TURISMO GASTRONÓMICO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL, A TRAVÉS DEL EVENTO FERIA GASTRONOMICA, FESTIVAL DEL PATAcón. Así mismo para dar cumplimiento a las obligaciones en el marco del convenio, se realizó proceso contractual de prestación de servicios de producción y montaje para el evento de impulso y promoción de turismo gastronómico con NOVA PRODUCTIONS S.A.S.

El evento se realizó de 11 al 13 octubre, en el emblemático camellón de los mártires, fue un espacio que resaltó resalta la identidad y el sabor local, atrayendo tanto a los turistas nacionales como a los internacionales interesados en experiencias gastronómicas autóctonas. La gastronomía es una vía poderosa para fortalecer la marca ciudad, ya que conecta a los visitantes con la cultura y tradiciones culinarias únicas de Cartagena.





TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



✓ Impacto en medios digitales.



Información general

Visualizaciones ⓘ

1.937

Normal

Alcance ⓘ

1.406

Normal

Impresiones ⓘ

1.449

Normal

Interacciones ⓘ

94

Inferior a lo normal

Tiempo de reproducción

Tiempo promedio de reproducción ⓘ

11 s

Normal

Tiempo de reproducción ⓘ

4 h 8 min

Normal

Esta publicación ha tenido un impacto significativo en redes sociales, la cual puede visualizarse por medio del siguiente enlace: https://www.instagram.com/reel/DBCxp1agIDH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA== . A continuación, se presenta un análisis detallado de su rendimiento:

- **Visualizaciones:** La publicación fue vista 1,937 veces, indicando un alcance considerable.
- **Alcance:** Alcanzó a 1,406 cuentas, lo cual refleja un *engagement* efectivo.
- **Impresiones:** Se lograron 1,449 impresiones, destacando la repetida visualización del contenido.
- **Interacciones:** Se registraron 94 interacciones en total.
- **Tiempo promedio de reproducción:** 11 segundos.
- **Tiempo total de reproducción:** 4 horas y 8 minutos.



Desde el posicionamiento del destino, el Festival del Patacón no solo fue un evento culinario, sino una plataforma que impulsa el turismo, la economía local y la preservación de las tradiciones culturales.

- o ¿Cómo te imaginas la marca ciudad de Cartagena?:

La celebración del 122° Consejo Ejecutivo de la ONU Turismo, que reunirá a más de 40 diplomáticos, entre ellos secretarios de turismo, ministros y representantes de gobiernos de 35 países, es un momento clave para generar expectativas frente a la nueva marca. Para este ejercicio es esencial asegurar la asistencia completa de las delegaciones, las cuales comprenderán de manera tangible lo que la ciudad ofrece, y lo más importante: podrán ser referentes sobre el destino en sus respectivos países.



De esta manera, contribuirán de forma significativa al posicionamiento internacional de Cartagena, ayudando a consolidar la marca y aumentando su proyección global cuando esta sea presentada oficialmente al público.

Este tipo de eventos internacionales tiene un impacto directo en la visibilidad y el posicionamiento de los destinos, y Cartagena tiene la oportunidad de seguir consolidándose como un referente a nivel mundial, no solo en el ámbito turístico, sino también en el segmento MICE. La experiencia que los asistentes vivan en Cartagena durante este evento les permitirá conocer la ciudad más allá de lo convencional, generando una imagen auténtica y positiva que servirá como base para el reconocimiento del destino a nivel internacional.

De esta manera, la marca ciudad de Cartagena está pensada para proyectar a la ciudad en un espectro internacional que resalte sus atractivos turísticos y su capacidad para albergar eventos internacionales de gran envergadura. Aunque la marca ciudad seguirá en una fase de diseño y aún no está oficialmente al aire, este evento representa una de las primeras plataformas de posicionamiento a nivel internacional de la visión de lo que será esta nueva marca. ¿Cómo se imaginarán los diplomáticos y jefes de estado la marca ciudad de Cartagena después de vivir la experiencia de la ciudad? La respuesta a esta pregunta será clave para medir la efectividad de esta estrategia, ya que este grupo de influyentes se convierte en multiplicadores del mensaje de Cartagena en sus respectivos países.

Para el cumplimiento, de las acciones, La Corporación suscribió contrato de gestión, coordinación, logística y realización de la acción promocional Fam Trips; apoyo logístico de la 122ª reunión del Consejo Ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo y del Evento Meetings Cartagena que sirven como plataformas de promoción y posicionamiento del destino en el segmento de turismo Mice (Meeting, Incentives, Conferences, and Exhibitions) con CONTACTOS S.A.S, para la gestión coordinación y logística de los traslados aéreos internacionales.

Como evidencia de la correcta ejecución de esta actividad, en el siguiente enlace se encuentran los billetes aéreos emitidos a la fecha: **TIQUETES EMITIDOS ONU TURISMO**

Resultado del diagnóstico:

Objetivos de la marca:

- Reflejar la cartageneidad “real” (no solo la de postal) evitando clichés de Cartagena y del Caribe
- Atemporalidad: Expresar la historia con códigos contemporáneos
- Emocionar al cartagenero con su ciudad y, al visitante, que se la lleve tatuada en el alma

Análisis de Estrategia de Marca:

Posicionamiento:



Cartagena se presenta como una ciudad unificada en su diversidad, donde historia, cultura y el carácter de su gente conforman una esencia única. Se busca capturar esta identidad a través de una percepción sensorial que transmita el "flow" de la ciudad, lo cual incluye su música, gastronomía, y la calidez de su gente.

Mensaje clave:

El manifiesto describe a Cartagena como un lugar vibrante que combina colores, sonidos y texturas. Frases como "Cartagena tiene flow" y "Feel Cartagena Forever" refuerzan un sentido de identidad que es profundamente emocional y cultural.

Diagnóstico y Activaciones de Marca:

En esta etapa inicial, en Cartagena se desarrollaron eventos y actividades, espacios que fueron aprovechados para realizar activaciones de la marca ciudad, con el fin de seguir recolectando insumo para la construcción de la misma.

Concepto Visual:

El diseño gráfico se fundamenta en el contraste entre luz y sombra, representando la unión entre los diversos elementos que conforman la ciudad. Este enfoque se ve en:

Colores: Inspirados en la bandera y elementos naturales de Cartagena.

Ilustraciones: Combinan siluetas y sombras para transmitir sensaciones dinámicas.

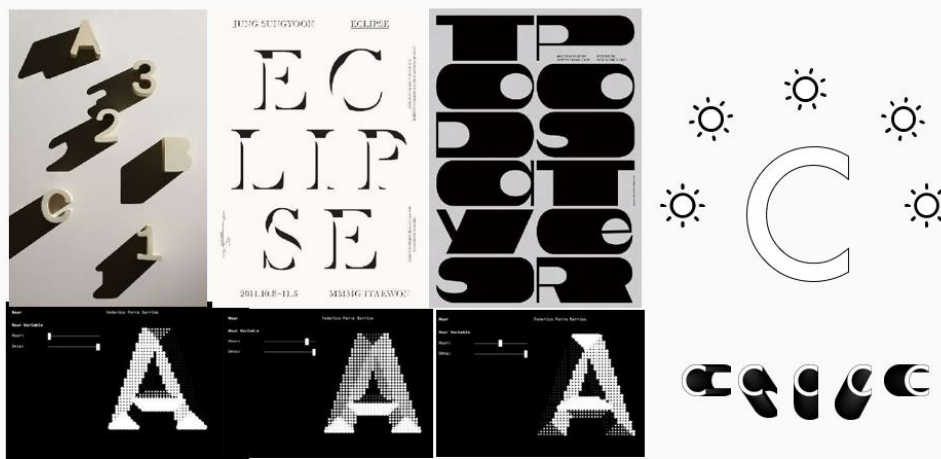
Tipografía: Basada en letras sin serif contemporáneas con irregularidades que reflejan calidez y humanidad.

Construcción del Logotipo:

Se destaca un proceso de diseño meticuloso que parte de la escultura de Simón Bolívar en la Plaza de San Diego. Este logotipo combina geometría y luz para reflejar profundidad y contraste, uniendo lo histórico y moderno.

Luz y sombra en la tipografía

El sol de Cartagena nos inspiró, con sus contrastes a diferentes horas del día, que hace bailar las sombras al ritmo del Joe Arroyo





Moodboard

Tipografías sans serif, que se ven contemporáneas, pero con irregularidades que las hacen cálidas y humanas



Estructura del logotipo

Elegimos las letras de la placa de la escultura de Simón Bolívar en la Plaza de San Diego como punto de partida



Conclusión Cualitativa:

La presentación logra capturar la esencia de Cartagena al fusionar elementos históricos con enfoques modernos. La estrategia promueve la integración cultural y visual, proyectando a la ciudad como un destino atractivo no solo por su estética, sino por la experiencia emocional que ofrece. Esta aproximación tiene un potencial significativo para revitalizar la identidad de Cartagena y reforzar su atractivo tanto para residentes como para turistas.



Desde la creación del micrositio cartagenacartagena.com se han registrado +1.100 respuestas en el cual cartageneros y visitantes han respondido a las siguientes preguntas:

¿Qué amas de Cartagena?

¿a qué suena Cartagena?

¿De qué color es Cartagena?

¿A qué sabe Cartagena?

Cartagena en una frase

Cartagena, en una palabra

¿QUÉ HACE A
CARTAGENA, **CARTAGENA?**

CARTAGENA ESTÁ CREANDO SU PROPIA
MARCA Y QUEREMOS QUE SEAS
PROTAGONISTA EN SU DESARROLLO.

HAZ SCROLL

CIERRA LOS OJOS Y PIENSA...

CIERRA LOS OJOS Y PIENSA...

01 ¿Qué amas de Cartagena?

Escibe tu respuesta

Responder

1 de 1

Se puede acceder al diagnóstico preliminar en el siguiente enlace:
https://drive.google.com/file/d/1kGZltEaGuW2_1RKsZ3HtkLd7EzwvF_tc/view?usp=sharing

3.4.2 Fase 1: Diseño.

AVANCE 0%

En base al diagnóstico, se adelanta proceso de diseño/branding, de acuerdo al cronograma de trabajo ajustado, se presentará en el siguiente informe de ejecución.



3.4.3 Fase 2: Campaña de expectativa y posicionamiento.

AVANCE 0%

La estrategia de posicionamiento se desarrollará a partir del mes de octubre por lo anterior, se relacionará en el tercer informe de ejecución.

Etapas de evaluación -0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, esta etapa se relacionará en el cuarto y último informe.

Resumen ejecución técnica:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN / FASE		FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN	TOTAL
% PARTICIPACIÓN		40%	50%	10%	100%
Diseño conceptual y metodológico de narrativa única de destino, lanzamiento y posicionamiento					
Actividad					
Diseño conceptual y metodológico de narrativa única de destino, lanzamiento y posicionamiento	Diagnóstico	100%	100%	0%	90%
	Fase 1. Diseño	100%	0%	0%	40%
	Fase 2. Campaña de expectativa y posicionamiento	100%	36%	0%	58%
PROMEDIO EJECUCIÓN ACTIVIDADES – DISEÑO CONCEPTUAL Y METODOLOGICO DE NARRATIVA DE DESTINO, LANZAMIENTO Y POSICIONAMIENTO					63%

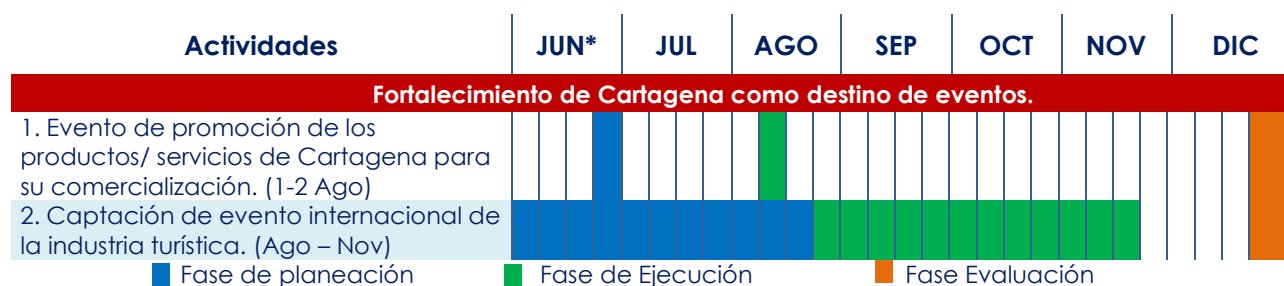
Resumen ejecución financiera:

LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	EJECUCIÓN FINANCIERA 6 JUN – 30 JUN 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 1 JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA 31 AGOSTO A 31 OCTUBRE	PENDIENTE POR EJECUTAR	CONTRATO/DOCUMENTO SOPORTE	ANEXOS/COMENTARIOS
Diagnóstico y diseño	\$82,752,486	\$0	\$39,985,445	\$0	\$42,767,041	Contrato Jaime Uribe y Asociados	Diseño
	\$132,090,000	\$0	\$0	\$66,000,000	\$66,090,000	Convenio Grupo Cocina Creativa/ Contrato Nova Productions	Turismo gastronómico
Posicionamiento	\$119,993,650	\$0	\$0	\$35,998,095	\$83,995,555	Contrato CTGFederal	Local
	\$193,455,000	\$0	\$0	\$0	\$193,455,000	Pendiente contrato	Se relaciona en el cuarto informe.



LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	EJECUCIÓN FINANCIERA 6 JUN – 30 JUN 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 1 JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA 31 AGOSTO A 31 OCTUBRE	PENDIENTE POR EJECUTAR	CONTRATO/DOCUMENTO SOPORTE	ANEXOS/COMENTARIOS
	\$779,078,907	\$0	\$0	\$580,000,000	\$199,078,907	Contrato Contactos	Internacional
	\$420,000,000	\$0	\$0	\$0	\$420,000,000	Contrato pendiente	Se relaciona en el cuarto informe.
	\$845,891,357	\$0	\$0	\$0	\$845,891,357	Contrato pendiente	Se relaciona en el cuarto informe.

3.5 FORTALECIMIENTO DE CARTAGENA COMO DESTINO DE EVENTOS.



A continuación un resumen de la línea FORTALECIMIENTO DE CARTAGENA COMO DESTINO DE EVENTOS, para mejor entendimiento de las actividades planeadas y su ejecución:

ACTIVIDADES	VALOR 2024	VALOR NETO	LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	CRONOGRAMA A EJECUCIÓN	DESCRIPCIÓN
Fortalecimiento de Cartagena como Destino de Eventos	\$602,000,000	\$511,186,860	Desarrollo de Evento	\$193,375,000	Evento de promoción productos / Servicios de Cartagena para su comercialización	1 y 2 Ago	Logística, Activación y Producción
				\$69,771,739	Captación de evento internacional de industria de Turismo	20 agosto – 31 agosto	Tiquetes Inspección
				\$248,040,121		22 Oct – 15 Dic	Tiquetes

El crecimiento del sector MICE y su boom con el segmento SMERF, constituye una oportunidad para estimular la economía local, atraer inversiones y fomentar el desarrollo de negocios en todos los sectores económicos y áreas transversales como tecnología y servicios. Captar eventos internacionales y corporativos es fundamental para los destinos que buscan impulsar su economía, desarrollar su infraestructura, fortalecer su marca y diversificar su base económica,



pues a partir de la realización de estos en los territorios, no solo generan ingresos directos, sino que también ofrecen beneficios a largo plazo en términos de visibilidad, desarrollo de capacidades y oportunidades de negocio.

Entendiendo el potencial de Cartagena de Indias, con la infraestructura instalada y la experiencia que la ha convertido en sede de eventos como la Cumbre de las Américas y el impacto de la realización de eventos de este tipo en la economía local, Cartagena le apuesta a una estrategia de captación de eventos corporativos / institucionales, representativos en el orden nacional e internacional. A continuación, se describen eventos priorizados por la administración actual.

3.5.1 Evento de promoción de los productos/ servicios de Cartagena para su comercialización. **(ANATO).**

Etapas de planeación – 100%

La etapa de planeación del evento de promoción de los productos/ servicios de Cartagena para su comercialización se relacionó en el **primer informe**, correspondiente al periodo del 6 junio al 30 de junio 2024.

Presupuesto: \$193.375.000 COP.

Proceso contractual: Contrato de prestación de servicios a través de actividades promocionales incluidas activaciones en el MARCO DEL CONGRESO NACIONAL DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO, que se desarrollara en la ciudad de Cartagena, durante los días 1 y 2 de agosto de 2024, contratista: ARB LOGISTICS S.A.S

Etapas de ejecución –100%

La etapa de ejecución del evento de promoción de los productos/ servicios de Cartagena para su comercialización se relacionó en el **segundo informe** correspondiente al periodo del 1 julio a 30 agosto.

Etapas de evaluación-0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, esta etapa se relacionará en el **cuarto y último informe**.

3.5.2 Captación de evento internacional de la industria turística. **(ONU TURISMO)**

Etapas de planeación-100%

La etapa de planeación del evento de promoción de los productos/ servicios de Cartagena para su comercialización se relacionó en el **primer y segundo informe**, correspondiente al periodo del 6 junio al 30 de junio 2024.

Presupuesto: \$317,811,860 COP.

Proceso contractual: Contrato de suministro de tiquetes aéreos para altos funcionarios de ONU TURISMO en el marco de la visita de inspección a Cartagena de Indias como antesala a la 122ª



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



reunión del Consejo de ONU TURISMO, contratista AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO MIRASOL TRAVEL S.A.S.

Proceso contractual: Contrato de gestión, coordinación, logística y realización de la acción promocional Fam Trips; apoyo logístico de la 122ª reunión del Consejo Ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo y del Evento Meetings Cartagena que sirven como plataformas de promoción y posicionamiento del destino en el segmento de turismo Mice (Meeting, Incentives, Conferences, and Exhibitions), contratista CONTACTOS S.A.S

Etapas de ejecución-80%

Nota: El 50% restante de la ejecución se cumple una vez finalizado el consejo de ONU TURISMO.

En cumplimiento de las condiciones que debe cumplir la ciudad anfitriona donde se llevará a cabo el consejo ejecutivo, y en atención al compromiso entre MINCIT, la Alcaldía de Cartagena y la Corporación se suscribió contrato en el mes de octubre con CONTACTOS S.A.S., para el desarrollo de las siguientes actividades:

- **Coordinación y puesta en marcha:** Se adelantó la gestión, coordinación y logística para los traslados aéreos internacionales, ida y regreso, provenientes de Europa, África, Medio Oriente y Norteamérica.

Se suministró información Luego del primer encuentro sostenido con el contratista la Corporación Turismo Cartagena de Indias compartió un documento suministrado por ONU Turismo que contiene la información clasificada por: Secretaría ONU Turismo, Intérpretes, Prensa Internacional e Invitados Especiales incluyendo las fechas de viajes, destinos de origen y copia del pasaporte o documento de identificación de cada uno de ellos.

UNWTO Secretariat:

	Name	Title	Itinerary of preference	E-mail
1	Zurab POLOLIKASHVILI	Secretary-General	Salida día 8 nov Madrid - Cartagena (no necesita vuelo Cartagena- Madrid) 8 noviembre 23.35 NY JFK – 5.25+1 Bogota AV245 8.10 Bogota – 9.37 Cartagena AV9530	ofsg@unwto.org
2	Isabel OLIVER	Special Adviser	Salida/ regreso Madrid 11-15 November	ioliver@unwto.org
3	Zhanna YAKOVLEVA	Chief of Cabinet	Salida/ regreso Madrid 9-17 November Salida en vuelo	zyakovleva@unwto.org



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



			nocturno el día 9 de noviembre	
4	Beka JAKELI	Director of External Relations	Salida/ regreso Madrid 11-15 November	bjakeli@unwto.org
5	Philippe LEMAISTRE	Coordinator	Salida/ regreso Madrid 11-16 November	plemaistre@unwto.org
6	Ilenia GARCÍA-RIANO	OFSG Assistant	Salida/ regreso Madrid 9-17 November 0.35 Madrid – 5.00 Bogota AV47 6.12 Bogota – 7.48 Cartagena AV8482 17 Noviembre 18.57 Cartagena – 20.25 Bogota AV9673 21.55 Bogota – 13.25 Madrid AV10	igarcia@unwto.org
7	Nino GOGIBERIDZE	OFSG Administrative Associate	Salida/ regreso Madrid 9-17 November 0.35 Madrid – 5.00 Bogota AV47 6.12 Bogota – 7.48 Cartagena AV8482 17 Noviembre 18.57 Cartagena – 20.25 Bogota AV9673 21.55 Bogota – 13.25 Madrid AV10	ngogiberidze@unwto.org
8	Jose Antonio NAVAL	Rappertour, Linguistic Services	Salida/ regreso Madrid 12-15 November	janaval@unwto.org
9	Alicia GOMEZ ALAPONT	Legal Counsel	Salida/ regreso Madrid 11-15 November	agomez@unwto.org
10	Miguel Angel SUSINO LAUROBA	Legal Officer	Salida/ regreso Madrid 12-15 November	msusino@unwto.org
11	Kamal BAGHIRLI	Multimedia Specialist	Salida/ regreso Madrid 11-15 November	comm3@unwto.org



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



12	Cordula WOHLMUTHER	Director for Europe	Salida/ regreso Madrid 11-15 November	cwohlmuther@unwto.org
13	Elcia GRANDCOURT	Director for Africa	Salida/ regreso Madrid 11-15 November	egrandcourt@unwto.org
14	Gustavo SANTOS	Director for Americas	Salida desde Madrid Regreso a Madrid 11-15 November	gsantos@unwto.org rdam@unwto.org
15	Daniela URCUYO	Senior Project Specialist	Salida/ regreso Madrid 11-16 November	durcuyo@unwto.org
16	Sandra Cristina PATACA CARVAO	Director of TMIC	Salida desde MAD-CTG unicamente. El regreso no hace falta 11-15 November Itinerario sugerido: 11/11 AV47 Madrid Bogota 00.35 05.00 11/11 AV8482 Bogota Cartagena 06.12 07.48	scarvao@unwto.org
17	Ion VILCU	Director of AM	Salida/ regreso Madrid 11-15 November	ivilcu@unwto.org
18	Juan Carlos BAENA	AM Project specialist	Salida/ regreso Madrid 11-15 November	jbaena@unwto.org
19	Yolanda SANSEGUNDO	Conference Services Coordinator	Salida/ regreso Madrid 8-16 November	ysansegundo@unwto.org
20	María Jara CATON	Conference Services Administrative Associate	Salida/ regreso Madrid 8-23 November Preferencia vuelo de regreso: Cartagena- Madrid 23:59- 16:00 +1 PU221	mjara@unwto.org



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



21	Serena KENDIS	Conference Services Administrative Associate	Salida/ regreso Madrid 8-23 November Preferencia vuelo de regreso: Cartagena-Madrid 23:59-16:00 +1 PU221	skendis@unwto.org
22	Esther RUIZ	Senior Assistant	Salida/ regreso Madrid 8-16 November	eruiz@unwto.org
23	Natalia BAYONA	Executive Director	Salida desde París Regreso a Madrid 11-16 November	nbayona@unwto.org
24	Shirin EL TAYAN	Chief of Protocol	Salida/ regreso Madrid 8-15 November	seltayan@unwto.org
25	Antonio GARCIA-MEDRANO	Security Coordinator	Salida/ regreso Madrid 11-16 November	agarcia@unwto.org
26	Addaia ARIZMENDI	Programme Officer	Salida/regreso San Sebastián 10-16 November	aarizmendi@unwto.org
27	Ana Catalina HERNÁNDEZ FLORES	Senior Specialist	Salida/ regreso Madrid 10-16 November	ahernandez@unwto.org
28	Basmah Al-Mayman		Salida desde MAD-CTG únicamente. El regreso no hace falta 11-15 November	
29	Samer Al-Kharashi		Sugerencia itinerario: KL423 10NOV RUH AMS 2355 0735+1 (Tech. stop in DMM)(Stopover 2h) KL745 11NOV AMS CTG 0935 1735 (Tech. stop in BOG) Duration 25h 40 KL749 16NOV CTG AMS 1855 1055+1 (Stopover 3h 55)	



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



			KL423 17NOV AMS RUH 1450 2250	
--	--	--	----------------------------------	--

Interpreters:

	Name	Working days	Origen	Flight itinerary proposed	E-mail
1	Martha Flórez	13-15 Nov	Bogotá	Llegada: el 12 de nov como tarde a las 22.00 Salida: 15 Nov desde de las 15.00	
2	Adriana Arias de Hassan	13-15 Nov	Bogotá	Llegada: el 12 de nov como tarde a las 22.00 Salida: 15 Nov desde de las 15.00	
3	Marianne Soulie	13-16 Nov	Madrid	12 Nov-16 Nov 3.p.m	msoulie@unwto.org
4	Maria Yolanda Medina	13-15 Nov	Bogotá	Llegada: el 12 de nov como tarde a las 22.00 Salida: 15 Nov desde de las 15.00	-
5	Munir Royes	12-15 Nov	Madrid	12 Nov-17 Nov 3.p.m (TBC ZY 16NOV)	mroyes@unwto.org
6	Hany Ghabrial	14-nov	Ottawa	Llegada: salir el 10 o 11 de noviembre Salida: 14 Nov desde 19:30 o 15 Nov	-
7	Reem Owais	14-nov	Montreal	Llegada: 13 de nov como muy tarde a las 22.00 Salida: 14 Nov desde 19:30 o 15 Nov	-
8	Hongbiao Zhai	14-nov	New York	Llegada: 13 Nov como tarde a las 22.00 Salida: 14 Nov desde 19:30 o 15 Nov	-
9	Lihua Zhang	14-nov	Toronto	Llegada: 13 Nov como tarde a las 22.00 Salida: 14 Nov desde 19:30 o 15 Nov	-
10	Sijia Gao	14-nov	Ontario	Llegada: 13 Nov como tarde a las 22.00 Salida: 14 Nov desde 19:30 o 15 Nov	-

International Press:

Name and title	Working days/ official dates	Itinerary proposed	E-mail
----------------	---------------------------------	-----------------------	--------



1	Melinda Elaine Snider – Forbes German edition	13 -15 November	From Madrid	msnider@elitereports.net
2	Pablo Gallén Ortega – El Periódico de España- Activos	13 -15 November	From Madrid	pgallen@prensaiberica.es
3	Miriam De Saint-Germain Nadal – Crónica Global	13 -15 November	From Madrid	msgermain@cronicaglobal.com
4	Daniel Iriarte Olalla – El Confidencial	13 -15 November	From Madrid	iriarteolalla@gmail.com
5	Javier Ortega - La Vanguardia	13 -15 November	From Madrid	

Special Guests / Speakers:

	Name	Official dates	Itinerary proposed
1	Lai Mohammed Special Advisor to SG	12-15 November salida y regreso: Abuja (Nigeria) Ticket y alojamiento	
2	Joy Priya Somasundram Responsable de Estrategias de Inversión Extranjera Directa para el Financial Times	13-16 Nov.	mié, 13 nov KL 1770 6:00Aeropuerto de Berlín- (BER) 7:25 (AMS) KL 741 9:35 (AMS) 14:30 (BOG) KL 741 16:05 (BOG) 17:35 (CTG) Vuelo de vuelta sáb, 16 nov KL 74918:55 (CTG) 10:55+1(AMS) KL 1777 12:10+1 (AMS) 13:25+1 (BER)

Para una correcta visualización de la relación anterior, se puede apreciar en el siguiente enlace: **UN Tourism Attendants**

Agenda preparada en destino la cual se encuentra en el sitio web oficial de ONU Turismo a través del siguiente enlace:

<https://www.unwto.org/es/events/122-consejo-ejecutivo>



Consejo Ejecutivo – 122ª reunión

All Regions | 13 Nov 24 | SAVE THE DATE

Cartagena de Indias, Colombia / 13- 15 noviembre 2024

→ Programa Provisional (CE/122/prog. rev.1)

→ Nota de Información

→ Programa Foro mundial de inversión e innovación de ONU Turismo

→ Lista provisional de participantes

El programa/agenda oficial preparado, el cual se encuentra en actualización se puede tener acceso en el siguiente enlace: **Agenda CE ONU Turismo 2024**.

Como evidencia de la correcta ejecución de esta actividad, en el siguiente enlace se encuentran los billetes aéreos emitidos a la fecha: **TIQUETES EMITIDOS ONU TURISMO**

Etapa de evaluación – 0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de evaluación se presentará en el cuarto y último informe de ejecución.

Resumen ejecución técnica:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN / FASE		FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN	TOTAL
% PARTICIPACIÓN		40%	50%	10%	100%
FORTALECIMIENTO DE CARTAGENA COMO DESTINO DE EVENTOS.					
Actividad					
Fortalecimiento de Cartagena como destino de eventos.	ANATO	100%	100%	0%	90%
	ONU TURISMO	100%	80%	0%	80%
PROMEDIO EJECUCIÓN ACTIVIDADES – FORTALECIMIENTO DE CARTAGENA COMO DESTINO DE EVENTOS.					85%



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

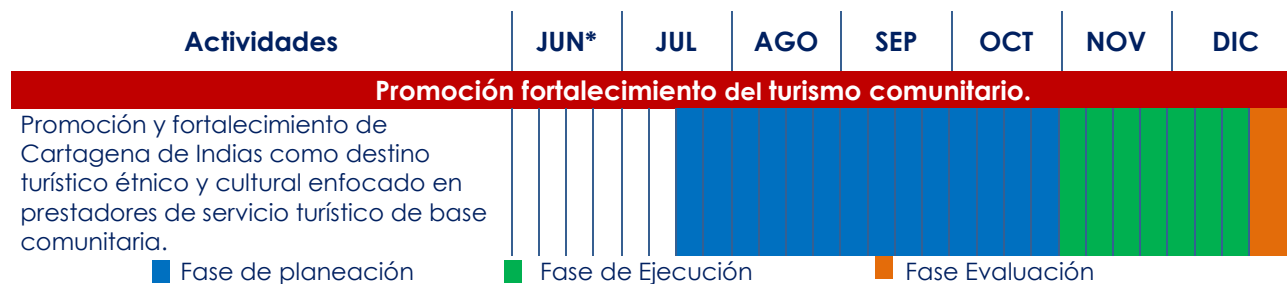
CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Resumen ejecución financiera:

LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	EJECUCIÓN FINANCIERA 6 JUN – 30 JUN 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 1 JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA 31 AGOSTO A 31 OCTUBRE	PENDIENTE POR EJECUTAR	CONTRATO/D OCUMENTO SOPORTE	ANEXOS/ COMENTARIOS
Desarrollo de Evento	\$193,375,000	Evento de promoción productos / Servicios de Cartagena para su comercialización	\$0	\$96,687,500	\$96,687,500	\$0	Contrato ABR Logistics	Evento promoción productos
	\$69,771,739	Captación de evento internacional de industria de turismo	\$0	\$0	\$69,771,739	\$0	Contrato Agencia de Viajes y Turismo Mirasol	Inspección
	\$248,040,121		\$0	\$0	\$0	\$248,040,121	Contrato Contactos	Contrato

3.6 PROMOCIÓN Y FORTALECIMIENTO DE CARTAGENA DE INDIAS COMO DESTINO TURÍSTICO ÉTNICO Y CULTURAL.



A continuación un resumen de la línea PROMOCIÓN Y FORTALECIMIENTO DE CARTAGENA DE INDIAS COMO DESTINO TURÍSTICO ÉTNICO Y CULTURAL., para mejor entendimiento de las actividades planeadas y su ejecución:



ACTIVIDADES	PRESUPUESTO 2024	VALOR NETO	LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	CRONOGRAMA EJECUCIÓN	DESCRIPCIÓN
Promoción y fortalecimiento del turismo comunitario	\$400,000,000	\$400,000,000	Promoción de Cartagena como Destino Étnico y cultural	\$400,000,000	Convenio de Turismo Comunitario	Nov – 31 Dic	Consultoría y logística

Etapa de planeación-100%

Los turistas que demandan experiencias, productos y servicios autóctonos de la región que visitan, una oportunidad para no solo diversificar la oferta turística también de promover el desarrollo del turismo comunitario mediante el empoderamiento de la población local. En el marco de la 69ª reunión de la Comisión Regional de ONU Turismo para las Américas², se celebró el seminario “Potenciando el desarrollo turístico a través de la innovación en el turismo comunitario”, en el cual se resaltó que “el turismo comunitario en la Región de las Américas presenta una gran diversidad y oportunidades para el desarrollo sostenible y la inclusión económica de los colectivos locales. Es necesario seguir explorando modelos que promuevan la autonomía y la participación de las comunidades en la gestión turística de sus territorios. La creatividad, la colaboración y el compromiso con las tradiciones locales son pilares fundamentales en este viaje hacia un turismo más inclusivo y responsable” (Pololikashvili, 2024)

Las cifras del turismo comunitario respaldan la iniciativa, “en 2022 el mercado global para este tipo de turismo representaba USD 575,9 miles de millones. América Latina y el Caribe con sus recursos naturales y su gran naturaleza donde las comunidades locales florecen” (Bayona, 2024).

De igual forma, ONU turismo ha impulsado el desarrollo de turismo comunitario a través de varias estrategias, una de ellas, creó el “Reto de Innovación en Turismo Comunitario: Colombia”, donde se postularon más 570 iniciativas en los 32 departamentos del país, una cifra considerable y que demuestra el auge de este segmento y la oportunidad de establecer estrategias para la innovación de desarrollo de productos, guiados por los principios de sostenibilidad e inclusión. Según datos de Eventbrite y PGAV Destinations un 70% de los viajeros de todo el mundo estarían interesados en experiencias de turismo cultural y de contacto real con la población local, lo que significa una gran oportunidad para el fortalecimiento de este segmento en particular. (Travé,2020)

De acuerdo al informe de Procolombia de 2018, los mayores emisores de turistas comunitarios a Colombia son Francia, Alemania y España, cuya estadía se prolonga por más de 7 días, con una intención de buscar turismo comunitario por aproximadamente 3 días, particularmente grupos pequeños o turistas que viajan solos. (Travé,2020)

² ONU Turismo: Situar a las comunidades en el centro del desarrollo turístico de las Américas. Fuente: <https://www.unwto.org/es/news/situar-a-las-comunidades-en-el-centro-del-desarrollo-turistico-de-las-americas>



Los principales retos a los que se enfrenta el sector del turismo comunitario están relacionados con las limitadas capacidades para la gestión y operación de las actividades turísticas comunitarias, baja visibilidad del producto/ experiencia comunitaria, falta de canales de comercialización efectivos, baja participación formal en el sector turístico, escasa información sobre el turismo comunitario, baja adaptación de la oferta comunitaria a la oferta de destino.

Es por ello, que se requiere establecer acciones para el robustecimiento del turismo comunitario enfocado en el fortalecimiento de los prestadores de servicios turísticos de base comunitaria:

- o Promoción y estrategias de mercadeo.
- o Fortalecimiento de las capacidades y preservación de los saberes ancestrales.
- o Documentación sobre el turismo comunitario y su impacto en el sector.
- o Desarrollo e innovación de experiencias de turismo comunitario.
- o Encadenamientos productivos.

Con lo anterior, se espera generar impacto así:

- o Aumento del número de turistas que visitan Cartagena de Indias: Interesados en experiencias culturales y comunitarias auténticas.
- o Diversificación de la oferta turística, posicionamiento del destino y consolidación de la comunidad anfitriona: Fortalecimiento de la identidad cultural local y reconocimiento internacional de las palenqueras como símbolos de la ciudad.
- o Desarrollo económico para la comunidad anfitriona: Mejora en la economía local a través del incremento en el consumo de servicios turísticos y artesanales ofrecidos por las palenqueras.
- o Oferta turística comunitaria bajo estándares de calidad.
- o Visibilizarían de las comunidades y su rol en el sector: Rescate de la cultura, artes, saberes y sabores.
- o Gestores comunitarios al servicio de un turismo sostenible, que permitan salvaguardar conocimientos ancestrales y transmitirlo a generaciones.

Presupuesto: \$400.000.000 COP.

Proceso contractual: Convenio de asociación de objeto aunar esfuerzos entre la Corporación Unidos por la cultura Afro CUCAF y la Corporación Turismo Cartagena de Indias, para la promoción y fortalecimiento de Cartagena de Indias como Destino Turístico Étnico y Cultural, fortaleciendo el papel de las comunidades representativas de la cultura local.

Etapa de ejecución – 0%

A finales del mes de noviembre se adelantó proceso de perfeccionamiento de convenio, por lo anterior, la ejecución iniciará una vez se surta este paso.

Etapa de evaluación – 0%

De acuerdo al cronograma de trabajo, la etapa de evaluación se relacionará en el cuarto y último informe de ejecución.

Resumen ejecución técnica:



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN / FASE		FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN	TOTAL
% PARTICIPACIÓN		40%	50%	10%	100%
PROMOCIÓN Y FORTALECIMIENTO DEL TURISMO COMUNITARIO.					
Actividad					
Promoción y fortalecimiento de Cartagena de Indias como destino turístico étnico y cultural enfocado en prestadores de servicio turístico de base comunitaria.	Promoción de Cartagena como Destino Étnico y cultural	43%	0%	0%	17%
PROMEDIO EJECUCIÓN ACTIVIDADES – PROMOCIÓN Y FORTALECIMIENTO DEL TURISMO COMUNITARIO					17%

Resumen ejecución financiera:

LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	EJECUCIÓN FINANCIERA 6 JUN – 30 JUN 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 1 JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	PENDIENTE POR EJECUTAR	CONTRATO/DOCUMENTO SOPORTE	ANEXOS/COMENTARIOS
Promoción de Cartagena como Destino Étnico y cultural	\$400,000,000	Convenio de Turismo Comunitario	\$0	\$0	\$400,000,000	Convenio CUCAF	Contrato



3.7 AVANCE EN LA EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES Y FINANCIERA

A continuación, se presenta resumen del avance de la ejecución de las actividades contempladas en el proyecto.

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN / FASE		FASE DE PLANEACIÓN	FASE DE EJECUCIÓN	FASE DE EVALUACIÓN	TOTAL
% PARTICIPACIÓN		40%	50%	10%	100%
Acciones de promoción de destino local, nacional e internacional					63%
1. Participación en ferias especializadas	5	100%	80%	0%	80%
2. Caravanas	1	100%	86%	0%	83%
3. Workshops	2	100%	100%	0%	90%
4. Misiones comerciales	1	100%	100%	0%	90%
5. Plan de promoción aerolíneas.	1	76%	0%	0%	31%
6. Plan de promoción en OTAS.	1	81%	0%	0%	32%
7. Posicionamiento del destino a través de eventos en segmentos priorizados (Cultural/Deportivo)	3	100%	67%	0%	73%
8. Posicionamiento del destino a través del segmento de cruceros.	1	100%	30%	0%	55%
9. Plan de medios digitales	1	100%	53%	0%	67%
10. Presstrip	1	71%	0%	0%	28%
Diseño y producción de material promocional de destino					64%
1. Diseño y producción de material		100%	50%	0%	65%
2. Capsulas		100%	67%	0%	73%
3. Promoción de Cartagena a través de eventos corporativos: PIT Móvil		100%	30%	0%	55%
Acciones de promoción en el marco de temporadas y conmemoraciones de ciudad.					78%
1. Temporadas	2	100%	50%	0%	65%
2. Conmemoraciones	1	100%	100%	0%	90%
Diseño conceptual y metodológico de narrativa única de destino, lanzamiento y posicionamiento					63%
1. Diagnostico		100%	100%	0%	90%
1. Fase 1. Diseño		100%	0%	0%	40%
2. Fase 2. Posicionamiento		100%	36%	0%	58%
Fortalecimiento de Cartagena como destino de eventos.					85%



1. Evento de promoción de los productos/ servicios de Cartagena para su comercialización.	100%	100%	0%	90%
2. Captación de evento internacional de la industria turística.	100%	80%	0%	80%
Promoción fortalecimiento del turismo comunitario.				40%
1. 1. Promoción y fortalecimiento de Cartagena de Indias como destino turístico étnico y cultural enfocado en prestadores de servicio turístico de base comunitaria.	100%	0%	0%	40%
PROMEDIO EJECUCIÓN ACTIVIDADES - TERCER INFORME				65%

20
24





TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024





3.8 PLAN DE INVERSIÓN

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
Promoción Turística	Implementar cinco (5) eventos de ciudad	Realizar apoyo a la realización de festivales, fiestas, festejos y eventos culturales y turísticos priorizados en el Distrito de Cartagena de Indias	\$1,400,000,000
SUBTOTAL 1			\$7,269,000,000.00
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 infraestructura turística y 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



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



· Equipo soporte en materia de apoyo a la realización de festivales, fiestas y eventos culturales y turísticos (6 personas): Dedicación 50% durante la etapa de ejecución de las actividades contempladas.	\$36,700,820
SUBTOTAL 2	\$196,105,679.00
GRAN TOTAL	\$7,465,105,679.00



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



3.9 INFORME DE EJECUCIÓN FINANCIERA

APORTES EN EFECTIVO POR PARTE DE LA ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA DE INDIAS									
ACTIVIDADES	VALOR 2024	VALOR NETO	LINEA DE TRABAJO	VALOR NETO DISCRIMINADO	ACTIVIDAD	EJECUCIÓN FINANCIERA 6 JUN - 30 JUN 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A A JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA A 31 AGOSTO HASTA EL 31 DE OCTUBRE 2024	PENDIENTE POR EJECUTAR
Acciones de promoción de destino local, nacional e internacional	\$ 1,618,000,000	\$ 1,498,753,400	Ferias	\$16,416,000	Seatrade	\$ 12,420,235	\$ 0	\$ 3,995,458	\$ 307
				\$ 10,687,602	Colombia Travel Expo	\$ 0	\$ 0	\$ 8,745,570	\$ 0
						\$ 0		\$ 1,942,032	
				\$ 11,550,000	Fit Argentina	\$ 0	\$ 4,087,594	\$ 7,462,042	\$ 364
				\$14,430,000	FCCA	\$ 6,463,943	\$ 3,628,400	\$ 4,336,150	\$ 1,507
				\$21,000,000	USTOA	\$ 10,672,152	\$ 0	\$ 0	\$ 10,327,848
			Caravanas	\$ 24,921,271	Caravanas	\$ 0	\$ 0	\$ 20,907,753	\$ 4,013,518
				\$174,792,881		\$ 0	\$ 122,000,000	\$ 0	\$ 52,792,881
			Workshop	\$8,948,460	Workshop USA	\$ 0	\$ 3,203,571	\$ 5,744,889	\$ 0
				\$15,788,919	Workshop Europa	\$ 0	\$ 3,011,523	\$ 5,067,100	\$ 7,710,296



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



			Misiones Comerciales	\$27,525,000	Misión Madrid	\$ 0	\$ 27,524,338	\$ 0	\$ 662
			Plan promoción Aerolíneas	\$16,345,000	Misión Aeroméxico	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 16,345,000
				\$135,000,000	Plan de promoción aerolíneas	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 135,000,000
			OTAS	\$238,000,000	Pauta Publicitaria	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 238,000,000
				\$180,000,000	Pauta Publicitaria	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 180,000,000
			Posicionamiento del destino: Evento en segmento de turismo Cultural.	\$200,000,000	Evento de segmento Turismo Cultural	\$ 199,993,000	\$ 0	\$ 0	\$ 7,000
				\$38,900,000	Activación Fiestas de la independencia	\$ 0	\$ 0	\$ 22,200,000	\$ 16,700,000
			Posicionamiento del destino: Evento en segmento de turismo deportivo.	\$300,000,000	Evento de segmento Turismo Deportivo	\$ 150,000,000	\$ 0	\$ 0	\$ 150,000,000
			Posicionamiento del destino en el marco de turismo de cruceros	\$17,800,000	Activación de segmento de Cruceros	\$ 0	\$ 0	\$ 17,800,000	\$ 0
			Plan de medios digitales	\$36,400,000	Plan de medios digitales	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 36,400,000
			Presstrip	\$10,248,267	Presstrip para la promoción fin de año	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 10,248,267
			\$ 1,498,753,400			\$ 379,549,330	\$ 163,455,426	\$ 98,200,994	\$ 857,547,650
Diseñar de material promocional de destino	\$ 230,200,000	\$ 230,200,000	Material Promocional de destino	\$145,200,000	Material promocional y mapas	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 145,200,000
				\$49,000,000	Videos promocionales de destino	\$ 0	\$ 9,700,000	\$ 12,350,000	\$ 26,950,000



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



				\$36,000,000	Promoción de Cartagena a través de eventos corporativos: PIT Movil	\$ 0	\$ 0	\$ 36,000,000	\$ 0
			\$ 230,200,000.00			\$ 0	\$ 9,700,000	\$ 48,350,000	\$ 172,150,000
Acciones de promoción en el marco de temporadas y conmemoraciones de ciudad	\$ 240,800,000	\$ 223,053,040	Conmemoraciones	\$60,059,300	Promoción de las fiestas de la independencia - Turismo Mice	\$ 0	\$ 60,059,300	\$ 0	\$ 0
			Temporadas	\$7,590,000	Temporada de Eventos/MICE	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 7,590,000
				\$155,403,740	Fin de año: Apuesta de Turismo religioso	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 155,403,740
			\$ 223,053,040			\$ 0	\$ 60,059,300	\$ 0	\$ 162,993,740
Diseño conceptual y metodológico de narrativa única de destino, lanzamiento y posicionamiento	\$ 2,778,000,000	\$ 2,573,261,400	Diagnóstico y diseño	\$82,752,486	Investigación, conceptualización y construcción de marca ciudad	\$ 0	\$ 39,985,445	\$ 0	\$ 42,767,041
				\$132,090,000	Diagnostico Turismo Gastronómico.	\$ 0	\$ 0	\$ 66,000,000	\$ 66,090,000
			Posicionamiento	\$119,993,650	Posicionamiento Expectativa de Marca Ciudad - Local	\$ 0	\$ 0	\$ 35,998,095	\$ 83,995,555
				\$193,455,000	Posicionamiento Expectativa de Marca Ciudad - Nacional	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 193,455,000
				\$779,078,907	Posicionamiento Expectativa de	\$ 0	\$ 0	\$ 580,000,000	\$ 199,078,907
				\$420,000,000	Marca Ciudad-Internacional	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 420,000,000
				\$845,891,357	Lanzamiento de Marca	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 845,891,357
			\$ 2,573,261,400	\$2,573,261,400		\$ 0	\$ 39,985,445	\$ 681,998,095	\$ 1,851,277,860



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Fortalecimiento de Cartagena como Destino de Eventos	\$ 602,000,000	\$ 511,186,860	Desarrollo de Evento	\$193,375,000	Evento de promoción productos / Servicios de Cartagena para su comercialización	\$ 0	\$ 96,687,500	\$ 96,687,500	\$ 0
				\$69,771,739	Captación de evento internacional de industria de Turismo	\$ 0	\$ 0	\$ 69,771,739	\$ 0
				\$248,040,121		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 248,040,121
			\$ 511,186,860		\$ -	\$ 0	\$ 96,687,500	\$ 166,459,239	\$ 248,040,121
Promoción y fortalecimiento del turismo comunitario	\$ 400,000,000	\$ 400,000,000	Promoción de Cartagena como Destino Étnico y cultural	\$ 400,000,000	Convenio de Turismo Comunitario	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 400,000,000
			\$ 400,000,000			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 400,000,000
OTRO Si Nro. 1 al Convenio 005-2024	\$ 1,400,000,000	\$1,296,845,000	Lanzamiento de las fiestas de Independencia	\$1,296,845,000	Convenio Fundación Arte para el Desarrollo- FUNDARTED	\$ 648,422,500	\$ 648,422,500	\$ 0	\$ 0
			\$ 1,400,000,000						
						\$ 648,422,500	\$ 648,422,500	\$ 0	\$ 0
TOTAL	\$ 7,269,000,000	\$ 6,733,299,700	\$6,836,454,700			\$ 1,027,971,830	\$ 1,018,310,171	\$ 995,008,328	\$ 3,692,009,371



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



RESUMEN EJECUCIÓN CONVENIO 05-2024		EJECUCIÓN PRIMER INFORME	EJECUCIÓN SEGUNDO INFORME	TOTAL EJECUTADO A CORTE TERCER INFORME	SALDO
VALOR PRESUPUESTADO	\$ 5,869,000,000				
TASAS, RETENCIONES Y OTROS GASTOS FINANCIEROS	\$ 432,545,300	\$ 122,808,291	\$ 122,769,644	\$ 118,125,629	\$ 68,841,736
VALOR NETO	\$ 5,436,454,700	\$ 1,027,971,830	\$ 1,018,310,171	\$ 995,008,328	\$ 2,395,164,371
CONVENIO 005-2024	\$ 5,869,000,000	\$ 1,150,780,120	\$ 1,141,079,815	\$ 1,113,133,958	\$ 2,464,006,107
RESUMEN EJECUCIÓN OTRO SI Nro. 1 Convenio 005-2024		EJECUCIÓN PRIMER INFORME	EJECUCIÓN SEGUNDO INFORME	TOTAL EJECUTADO OTRO SÍ	SALDO
VALOR PRESUPUESTADO	\$ 1,400,000,000				
TASAS, RETENCIONES Y OTROS GASTOS FINANCIEROS	\$ 103,155,000	\$ 51,577,500	\$ 51,577,500	\$ 103,155,000	\$ -
VALOR NETO	\$ 1,296,845,000	\$ 648,422,500	\$ 648,422,500	\$ 1,296,845,000	\$ -
VALOR NETO TOTAL DE CONVENIO	\$ 6,733,299,700	\$ 700,000,000.00	\$ 700,000,000.00	\$ 1,400,000,000.00	

VALOR TOTAL TASAS, RETENCIONES Y OTROS GASTOS FINANCIEROS	\$ 535,700,300
VALOR TOTAL CONVENIO 005-2024	\$ 7,269,000,000



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



APORTES EN ESPECIE POR PARTE DE LA CORPORACIÓN TURISMO CARTAGENA DE INDIAS											
(RECURSOS PROPIOS)											
Recurso Humano (Hasta 31 de diciembre)											
ACTIVIDADES	CARGO	CANTIDAD	VALOR CONVENIO	EJECUCIÓN FINANCIERA DEL 6 JUNIO A 30 DE JUNIO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA DEL 1 JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA 31 AGOSTO A 31 OCTUBRE 2024	PENDIENTE POR EJECUTAR	ANEXO	VALOR OTROSÍ	EJECUCIÓN FINANCIERA OTROSÍ	ANEXO
· Relaciones con gobiernos y gremios locales y nacionales	Presidencia Ejecutiva (Dedicación 20%) (Otrosí: Dedicación 50%)	1	\$30,537,000	\$4,362,429	\$8,803,878	\$8,803,878	\$8,566,815	PRE	\$7,030,733	\$12,991,539	PRE
· Equipo soporte en materia de competitividad y sostenibilidad de destino	Director Gestión de Destino (Dedicación 50%)	1	\$45,945,101	\$6,563,586	\$12,990,944	\$12,990,944	\$1,152,813	D.GDD	\$10,578,240	\$6,495,470	D.GDD
	Asistente Gestión de Destino (Dedicación 50%)	1			\$6,123,407	\$6,123,407		A.GDD	\$0	\$0	N.A
	Coordinador Gestión de Destino (Dedicación 50%)	2	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	N.A	\$7,545,782	\$7,257,856	C.GDD1 CGDD2
· Equipo soporte en el desarrollo de proyectos de infraestructura turística y posicionamiento del destino	Coordinador de Planeación (Dedicación 60%)	1	\$32,774,045	\$4,682,006	\$8,900,035	\$8,900,035	\$713,049	C.PLA	\$0	\$0	N.A
	Auxiliar de Planeación (Dedicación 60%)	1			\$4,789,460	\$4,789,460		A.PLA	\$0	\$0	N.A
· Equipo soporte en materia de conectividad y promoción.	Director Promoción y Mercadeo	1	\$46,624,433	\$6,660,633	\$11,945,693	\$11,945,693	\$1,556,704	D.PYM	\$10,734,647	\$5,972,847	D.PYM
	Coordinador de Promoción y Mercadeo (Dedicación 50%)	1			\$7,257,855	\$7,257,855		C.PYM	\$0	\$0	N.A



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



APORTES EN ESPECIE POR PARTE DE LA CORPORACIÓN TURISMO CARTAGENA DE INDIAS											
(RECURSOS PROPIOS)											
Recurso Humano (Hasta 31 de diciembre)											
ACTIVIDADES	CARGO	CANTIDAD	VALOR CONVENIO	EJECUCIÓN FINANCIERA DEL 6 JUNIO A 30 DE JUNIO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA DEL 1 JULIO A 30 DE AGOSTO 2024	EJECUCIÓN FINANCIERA 31 AGOSTO A 31 OCTUBRE 2024	PENDIENTE POR EJECUTAR	ANEXO	VALOR OTROSÍ	EJECUCIÓN FINANCIERA OTROSÍ	ANEXO
Administración del convenio	Coordinador Administrativo y Financiero (Dedicación 10%)	1	\$3,524,280	\$503,469	\$1,451,571	\$1,451,571	\$117,669	C.ADM	\$0	\$0	N.A
	Líder Administrativa (Dedicación 50%)	1	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	N.A	\$811,418	\$4,800,888	L.ADM
SUBTOTAL 2			\$159,404,859	\$22,772,123	\$62,262,843	\$62,262,843	\$12,107,050		\$36,700,820	\$37,518,600	
EJECUCIÓN FINANCIERA CONTRAPARTIDA CONVENIO A CORTE DE 31 OCTUBRE 2024 - TERCER INFORME					\$62,262,843				EJECUCIÓN FINANCIERA CONTRAPARTIDA OTROSÍ \$37,518,600		



Link: Aporte en especie de la corporación: tiempo dedicación a la presentación del tercer informe al convenio interadministrativo no. CD-SEGD-CONVINT-005-2024. Suscrito entre el Distrito turístico y cultural de Cartagena de indias y la Corporación Turismo Cartagena de indias.

Link: Aporte en especie de la corporación: tiempo dedicación del 50% al Otrosí No. 1 convenio interadministrativo no. CD-SEGD-CONVINT-005-2024. Suscrito entre el Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias y la Corporación Turismo Cartagena de Indias.

El presente informe sustenta los avances en la ejecución de actividades en el periodo comprendido entre el 31 de agosto a 31 de octubre de 2024, conforme a la propuesta de la que se derivó el convenio CD-SEGD-CONVINT-005-2024.

De esta manera y conforme a lo establecido en la "CLÁUSULA 6. FORMA DE DESEMBOLSO", se entrega el presente documento como informe parcial de avance técnico y financiero conforme al plan de inversión y el cronograma de trabajo dispuesto para la ejecución del presente convenio que soportará el "tercer desembolso del 30% del valor total de los aportes correspondiente a la suma mil setecientos sesenta millones setecientos mil pesos (\$1.760.700.000) m/cte."

Seguimiento ejecución financiera:

No. CD-SEGD-CONVINT- 005-2024			
FORMA DE DESEMBOLSO	VALOR	PORCENTAJE	ESTADO
PRIMERO	\$ 1.760.700.000,00	30%	Pagado
SEGUNDO	\$ 1.760.700.000,00	30%	Presentada para Radicación en trámite de pago
TERCERO	\$ 1.760.700.000,00	30%	Valor a pagar con el presente informe
CUARTO	\$ 586.900.000,00	10%	
TOTAL CONVENIO	\$ 5.869.000.000,00	100%	

OTRO SÍ No. 1 CD-SEGD-CONVINT- 005-2024			
FORMA DE DESEMBOLSO	VALOR	PORCENTAJE	ESTADO
PRIMERO	\$ 700.000.000,00	50%	Pagado
SEGUNDO	\$ 700.000.000,00	50%	Pagado
TOTAL EJECUCIÓN OTRO SI	\$ 1.400.000.000,00	100,00%	

VALORES DEL CONVENIO	VALOR
VALOR CONVENIO	\$ 5.869.000.000,00
VALOR OTRO SI Nro. 1	\$ 1.400.000.000,00
TOTAL CONVENIO	\$ 7.269.000.000,00



TERCER INFORME DE EJECUCIÓN

CONVENIO INTERADMINISTRATIVO
No. CD-SEGD- CONVINT-005 DE 2024



Lo anterior quiere decir que, a la fecha de la presentación del informe parcial del presente convenio, y producida la factura CT2716 del 06 de diciembre del 2024, la Alcaldía de Cartagena debe a la Corporación de Turismo la suma total de: MIL SETECIENTOS SESENTA MILLONES SETECIENTOS MIL PESOS M/CTE (\$1.760.700.000).

Atentamente,

LILIANA RODRIGUEZ HURTADO

Presidenta Ejecutiva

	Nombre Completo	Cargo, Dependencia	Firma	Fecha
Proyectado por:	MAnaya	Planeación		
Proyectado por:	AGuevara	Administrativa		
Revisado por:	MCCortez	Gestión de Destino		
Revisado por:	LRojas	Promoción y Mercadeo		
Revisado por:	C.Alvarez	Asesor Externo		
Revisado por:	LValecillos	Asesor Externo		
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				