Impreso el 23/12/2024 2:18:08 p. m.

Datos básicos

01 - Datos básicos del proyecto

Nombre

Fortalecimiento de la promoción turística de Cartagena de Indias

Tipología

A - PIIP - Bienes y Servicios

Código BPIN

202400000003916

Sector

Comercio, industria y turismo

Es Proyecto Tipo: No

Fecha creación: 02/12/2024 19:16:35

Identificador: 1207211

Formulador Ciudadano: TERESA MARGARITA LONDOÑO ZUREK

Formulador Oficial : TERESA MARGARITA LONDOÑO ZUREK

Impreso el 23/12/2024 2:18:08 p. m.

Contribución a la política pública

01 - Contribución al Plan Nacional de Desarrollo

Plan

(2022-2026) Colombia Potencia Mundial de la Vida

Programa

3502 - Productividad y competitividad de las empresas colombianas

Transformación	Pilar	Catalizador	Componente
4. Transformación productiva, internacionalización y acción clímatica	04. Economía productiva a través de la reindustrialización y la bioeconomía	01. De una economía extractivista a una sostenible y productiva: Política de Reindustrialización, hacia una economía del conocimiento, incluyente y sostenible	a. Reindustrialización para la sostenibilidad, el desarrollo económico y social
5. Convergencia regional	21. Bloque estratégico II 2. Integración interregional y con el mundo (productividad, competitividad e innovación), a partir de sistemas nacionales y regionales de productividad, competitividad e innovación, que permitan el encadenamiento y la complementariedad entre las regiones y de éstas con el mundo.	04. Reestructuración y desarrollo de sistemas nacionales y regionales de productividad, competitividad e innovación	c. Consolidación del desarrollo sostenible y responsable del turismo incluyente con las comunidades

02 - Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

El Plan de Desarrollo de Bolívar 2024 - 2027 “BOLÍVAR ME ENAMORA”

Estrategia del Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

COMPONENTE DE TURISMO.

Programa del Plan Desarrollo Departamental o Sectorial

Turismo de talla mundial.
Nombre del Indicador: Corresponde a campañas de divulgación y promoción de los atractivos turísticos de las zonas, así como las actividades.
Meta: 4

03 - Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

Plan de Desarrollo Cartagena 2024 - 2027 “CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS”

Estrategia del Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

DESARROLLO ECONOMICO EQUITATIVO

Programa del Plan desarrollo Distrital o Municipal

PROMOCIÓN TURÍSTICA

Metas establecidas en el plan de Desarrollo como son:
Desarrollar cuatro (4) campañas de divulgación para la promoción turística y conectividad.
Participar en sesenta (60) eventos especializados con participación del Distrito.
Desarrollar cuatro (4) productos turísticos.
Implementar cinco (5) eventos de ciudad de impacto nacional e internacional.

04 - Instrumentos de planeación de grupos étnicos

Tipo de entidad

Instrumentos de planeación de grupos étnicos

Identificación y descripción del problema

Problema central

Baja capacidad de innovación en las estrategias de promoción turística para elegir Cartagena de Indias como destino turístico.

Descripción de la situación existente con respecto al problema

El turismo es una fuente de desarrollo y empleo. Cartagena de Indias, es un importante destino para las metas del gobierno nacional con relación a la llegada de pasajeros al país, teniendo en cuenta, el comportamiento que se ha experimentado luego de pandemia, creciendo a niveles que otros destinos aun no perciben. En 2023, llegaron en total 3.548.262 pasajeros vía aérea, una disminución del 11,2% del total de movilizados respecto al periodo 2022, mientras que, en el primer trimestre de 2024, llegaron en total 864.548 pasajeros vía aérea, un aumento del solo 6% del total de movilizados respecto al mismo periodo 2023 (Ene-Mar 2023), observando una modificación de la composición entre pasajeros nacionales e internacionales, presentando novedad donde la proporción histórica de pasajeros nacionales tiene tendencia a la baja.

Si bien existen muchos factores que explicarían este comportamiento, desde la fluctuación del dólar, la inflación, la tasa de interés, el IPC anual, entre otras variables macroeconómicas que impacta la tendencia para el 2024, se ha identificado la incidencia de la era digital en la forma de interactuar del turista con su destino elegido para sus viajes de turismo o negocios y la sensibilidad que existe entre las noticias de las experiencias negativas y su efecto en la percepción de seguridad en el destino, que a su vez representa una contracción en los productos y servicios consumidos por este mercado.

El turismo es un sector clave para el desarrollo de la ciudad, es un sector que experimentó un gran crecimiento, sin embargo, aun con grandes brechas y aumento de malas prácticas asociadas a la actividad, que muchas veces derivan en afectaciones reputacionales del destino.

CONTINUA EN DOCUMENTO TÉCNICO.

Magnitud actual del problema – indicadores de referencia

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

Sobre la composición entre pasajeros nacionales e internacionales, se está presentó novedad en el 2023, donde la proporción histórica de pasajeros nacionales disminuyó respecto al mismo periodo del 2022.

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

CONTINUA EN DOCUMENTO TÉCNICO.

01 - Causas que generan el problema

Causas directas	Causas indirectas
1. Baja integración de estrategias de promoción en medios tradicionales y no tradicionales, las cuales no están adaptadas a las nuevas dinámicas del mercado y el perfil del turista deseado.	**1.1** Uso limitado de plataformas de promoción digital.
	1.2 Estrategia de promoción de destinos maduros desarticulados.
	1.3 Pocos eventos de promoción que destaquen las características únicas del destino.
	1.4 Pérdida de identidad y conmemoración propia del Destino como muestra de su esencia viva.
	1.5 Pérdida del sentido de pertenencia con características únicos del destino.
	1.6 Dependencia de la agenda nacional para la promoción de Cartagena en la agenda especializada de turismo mundial y la atracción de conectividad aérea, marítima y terrestre.
2. Limitada gestión de productos susceptibles de promoción turística para la ampliación de la oferta del Destino.	**2.7** Dificultad en la implementación de procesos de innovación en el desarrollo de nuevos productos turísticos a promocionar.
	2.8 Desaprovechamiento de los distintivos culturales y ambientales del destino, con potencial turístico.

02 - Efectos generados por el problema

Efectos directos	Efectos indirectos
1. Reducción en la llegada de turistas y visitantes al destino.	**1.1** Contracción en la comercialización de los productos y servicios turísticos consumibles en el mercado
2. Baja Competitividad en el posicionamiento turístico frente a otros destinos a nivel nacional e internacional.	**2.2** Disminución de la inversión en turismo en Cartagena de Indias.

Impreso el 23/12/2024 2:18:09 p. m.

Identificación y análisis de participantes

01 - Identificación de los participantes

Participante	Contribución o Gestión
Actor: Distrital **Entidad:** Cartagena **Posición:** Cooperante **Intereses o Expectativas:** Contribuir con el cumplimiento de las metas de los Planes de Desarrollo: Nacional, Departamental y Distrital. Beneficiar a la comunidad con la promoción del distrito como destino turístico.	Gestión Administrativa, financiera, técnica, legal y ambiental para la promoción turística del Distrito de Cartagena de Indias. El Distrito de Cartagena de Indias, contribuye mediante la asignación de recursos para fortalecer la visibilidad de la ciudad como destino atractivo a nivel nacional e internacional El Distrito realiza gestiones para que el distrito cuente con una promoción turística de calidad, a nivel nacional e internacional.
Actor: Otro **Entidad:** Gremio **Posición:** Beneficiario **Intereses o Expectativas:** Apoyar en las actividades de promoción turística del Distrito para la dinamización de los sectores que representan, aumentando las competitividades.	Veeduría y Cooperación jurídica, administrativa y participativa. Los gremios contribuyen mediante la articulación de esfuerzos de diversos sectores para fortalecer el posicionamiento de la ciudad como un destino atractivo y competitivo. Además, Las empresas del sector turístico que hacen parte de los gremios son beneficiarios ganando mayor visibilidad y reconocimiento, facilitando el ingreso a nuevos mercados.
Actor: Otro **Entidad:** Comunidades étnicas **Posición:** Beneficiario **Intereses o Expectativas:** Organización de sectores y acciones, asegurando un espacio específico dónde exponer sus productos y actividades ancestrales.	Social y comunitaria Las comunidades étnicas se beneficiarán del incremento de visitas a sus zonas, lo que se traduce en aumento de la demanda de productos y experiencias turísticas. Contribuyen participando en los procesos de socialización de proyectos y en aporte al mismo.
Actor: Otro **Entidad:** Juntas de Acción Comunal (JAC) del Distrito **Posición:** Cooperante **Intereses o Expectativas:** Aportar y contribuir en la ejecución del proyecto desde una perspectiva social y comunitaria, velando por la sana convivencia de los residentes del sector, específicamente de las actividades relaciona	Social y comunitaria. Las Juntas de Acción Comunal del Distrito cooperarán aportando información, datos y apoyo en la formulación y acompañamiento en ejecución de las actividades del proyecto. Procurando en la ejecución exitosa de las labores requeridas y cooperando en las socializaciones necesarias.
Actor: Otro **Entidad:** Turistas Nacionales e Internacionales **Posición:** Beneficiario **Intereses o Expectativas:** Aprovechamiento de las oportunidades generadas por el desarrollo de proyectos y programas.	Beneficiario Directo del Proyecto. Los turistas son los beneficiarios de la promoción turística, impactando la decisión del viajero final eligiendo el destino.

Actor: Otro **Entidad:** Comunidad del Distrito de Cartagena de Indias **Posición:** Beneficiario **Intereses o Expectativas:** La comunidad se beneficia contando con un territorio competitivo, interesante para turistas nacionales e internacionales, así como inversionistas lo que genera desarrollo económico.	Beneficiarios del proyecto y Veeduría Los habitantes de Cartagena también son beneficiarios directos de la promoción turística de la ciudad, ya que el crecimiento del turismo impacta positivamente en su calidad de vida, la economía local y el desarrollo social. Además de apoyar con el uso sostenible de los bienes y servicios derivados de la promoción turística.
Actor: Otro **Entidad:** Prestadores del Servicio Turístico **Posición:** Beneficiario **Intereses o Expectativas:** Zonas específicas para la realización de sus actividades comerciales y disminución de prácticas de competencia desleal.	Social, Veeduría y participación directa Los prestadores de Servicio Turístico al ser beneficiarios directos y participar activamente en las actividades turísticas del Distrito realizan veeduría del proyecto para su exitosa ejecución, así como también dará retroalimentación de primera mano sobre el impacto mismo del proyecto.

02 - Análisis de los participantes

El Distrito de Cartagena de Indias, en colaboración con las entidades públicas y privadas, y en respuesta a las necesidades expresadas por la comunidad del distrito, comunidades étnicas, prestadores de servicios turísticos, gremios, turistas nacionales e internacionales, y las Juntas de Acción Comunal (JAC), ha priorizado la implementación de un proyecto de promoción turística. Este proyecto se alinea con los lineamientos de los planes de desarrollo locales, distrital, departamental y nacional, reconociendo la importancia de la promoción turística en la dinamización económica y en la generación de impactos sociales positivos.
La concertación de este proyecto busca integrar los intereses y expectativas de todos los actores involucrados, promoviendo una promoción turística que beneficie a la comunidad de Cartagena de Indias y potencie su atractivo turístico. A través de la colaboración y el compromiso de todos los participantes, se espera lograr una promoción turística, mejorando la calidad de vida de los residentes y la experiencia de los visitantes, posicionando el Distrito de Cartagena de Indias como una ciudad de destino turístico.

Impreso el 23/12/2024 2:18:09 p. m.

Población afectada y objetivo

01 - Población afectada por el problema

Tipo de población

Personas

Número

1.059.626

Fuente de la información

Caracterización Por Grupo Etario y Género (Visor Poblacional del Censo DANE 2018 – Proyección 2024)

Localización

Ubicación general	Localización específica/Otro tipo de entidad étnica
Región: Caribe **Departamento:** Bolívar **Municipio:** Cartagena de Indias **Tipo de Agrupación:** **Agrupación:**	Cartagena está localizada en el norte del departamento de Bolívar a orillas del mar Caribe. Se encuentra a 10°25¶30´□latitud norte y 75°32¶25´□de longitud oeste. Cartagena de Indias está rodeada por el Mar Caribe y delimitada por sus vecinos aledaños al oriente; al suroccidente con Córdoba y Sucre (por las islas que tiene bajo su jurisdicción) y al último departamento por la parte continental. Se encuentra en una zona costera típica, accidentada e irregular, conformada por procesos geológicos relacionados con el mar. Entre los elementos geográficos más importantes de la ciudad se encuentran las formaciones insulares de Barú y Tierrabomba junto a otras islas menores, el archipiélago del Rosario, la bahía de Cartagena de Indias, la bahía de Barbacoas, y lagunas costeras como la ciénaga de Tesca o de la Virgen

02 - Población objetivo de la intervención

Tipo de población

Personas

Número

1.059.626

Fuente de la información

Caracterización Por Grupo Etario y Género (Visor Poblacional del Censo DANE 2018 – Proyección 2024)

Localización

Ubicación general	Localización específica/Otro tipo de entidad étnica	Nombre del consejo comunitario
Región: Caribe **Departamento:** Bolívar **Municipio:** Cartagena de Indias **Tipo de Agrupación:** **Agrupación:**	Cartagena está localizada en el norte del departamento de Bolívar a orillas del mar Caribe. Se encuentra a 10°25¶30´□latitud norte y 75°32¶25´□de longitud oeste. Cartagena de Indias está rodeada por el Mar Caribe y delimitada por sus vecinos aledaños al oriente; al suroccidente con Córdoba y Sucre (por las islas que tiene bajo su jurisdicción) y al último departamento por la parte continental. Se encuentra en una zona costera típica, accidentada e irregular, conformada por procesos geológicos relacionados con el mar. Entre los elementos geográficos más importantes de la ciudad se encuentran las formaciones insulares de Barú y Tierrabomba junto a otras islas menores, el archipiélago del Rosario, la bahía de Cartagena de Indias, la bahía de Barbacoas, y lagunas costeras como la ciénaga de Tesca o de la Virgen	

Objetivos específicos

01 - Objetivo general e indicadores de seguimiento

Problema central

Baja capacidad de innovación en las estrategias de promoción turística para elegir Cartagena de Indias como destino turístico.

Objetivo general – Propósito

Aumentar la capacidad de innovación en las estrategias de promoción turística de Cartagena de Indias para adaptarse a los cambios en el mercado y su impacto en las pretensiones del turista para elegir al Distrito como destino turístico.

Indicadores para medir el objetivo general

Indicador objetivo	Descripción	Fuente de verificación
Campañas de divulgación para la promoción turística y conectividad	**Medido a través de:** Número **Meta:** 69 **Tipo de fuente:** Informe	Informe de la Secretaría de Turismo - Corpoturismo

Impreso el 23/12/2024 2:18:09 p. m.

02 - Relaciones entre las causas y objetivos

Causa relacionada	Objetivos específicos
Causa directa 1 Baja integración de estrategias de promoción en medios tradicionales y no tradicionales, las cuales no están adaptadas a las nuevas dinámicas del mercado y el perfil del turista deseado.	Implementar estrategias integradas de promoción en medios tradicionales y no tradicionales, adaptadas a las nuevas dinámicas del mercado y el perfil del turista deseado.
Causa indirecta 1.1 Uso limitado de plataformas de promoción digital.	Diversificar las herramientas y plataformas utilizadas para la promoción turística.
Causa indirecta 1.2 Estrategia de promoción de destinos maduros desarticulados.	Revitalizar y posicionar el destino turístico.
Causa indirecta 1.3 Pocos eventos de promoción que destaquen las características únicas del destino.	Promover eventos que resalten la cultura, la gastronomía, el patrimonio histórico y otras características únicas del destino.
Causa indirecta 1.4 Pérdida de identidad y conmemoración propia del Destino como muestra de su esencia viva.	Promover productos turísticos que resalten la identidad cultural de Cartagena.
Causa indirecta 1.5 Pérdida del sentido de pertenencia con características únicos del destino.	Construir productos turísticos con las características únicas del destino.
Causa indirecta 1.6 Dependencia de la agenda nacional para la promoción de Cartagena en la agenda especializada de turismo mundial y la atracción de conectividad aérea, marítima y terrestre.	Diversificar las fuentes de promoción de Cartagena.
Causa directa 2 Limitada gestión de productos susceptibles de promoción turística para la ampliación de la oferta del Destino.	Fortalecer la gestión de desarrollo y promoción de productos turísticos.
Causa indirecta 2.1 Dificultad en la implementación de procesos de innovación en el desarrollo de nuevos productos turísticos a promocionar.	Promover la innovación en el desarrollo de productos turísticos que diversifiquen la oferta turística de Cartagena.
Causa indirecta 2.2 Desaprovechamiento de los distintivos culturales y ambientales del destino, con potencial turístico.	Implementar estrategias que promocionen los elementos distintivos de Cartagena, aprovechando su potencial para atraer turistas interesados.

Impreso el 23/12/2024 2:18:09 p. m.

Alternativas de la solución

01 - Alternativas de la solución

Nombre de la alternativa	Se evaluará con esta herramienta	Estado
Desarrollar campañas de promoción turística adaptadas, que permita atraer viajeros tanto de nichos de mercados específicos como los principales mercados emisores y potenciales a nivel nacional e internacional, fortalecimiento de la promoción turístic	Si	Completo
Desarrollar mejoramiento de la infraestructura turística, para crear una experiencia más atractiva para los visitantes y permita atraer viajeros tanto de nichos de mercados específicos como los principales mercados emisores a nivel nacional e interna	No	Completo

Evaluaciones a realizar

Rentabilidad:	Si
Costo - Eficiencia y Costo mínimo:	Si
Evaluación multicriterio:	No

Alternativa 1. Desarrollar campañas de promoción turística adaptadas, que permita atraer viajeros tanto de nichos de mercados específicos como los principales mercados emisores y potenciales a nivel nacional e internacional, fortalecimiento de la promoción turístic

Estudio de necesidades

01 - Bien o servicio

Bien o servicio

Servicio de promoción turística.

Medido a través de

Número

Descripción

El servicio de promoción turística está enmarcado en las acciones necesarias para la promoción de la ciudad.

Descripción de la Demanda

Número de campañas de promoción turísticas requeridas para la promoción del Distrito como ciudad de destino turístico.

Descripción de la Oferta

Número de campañas a realizar.

Año	Oferta	Demanda	Déficit
2022	0,00	69,00	-69,00
2023	0,00	69,00	-69,00
2024	0,00	69,00	-69,00
2025	17,00	69,00	-52,00
2026	35,00	52,00	-17,00
2027	17,00	17,00	0,00

Impreso el 23/12/2024 2:18:09 p. m.

Bien o servicio

Unidades productivas fortalecidas

Medido a través de

Número

Descripción

Fortalecer las unidades productivas pertenecientes al sector turístico.

Descripción de la Demanda

Corresponde a la asistencia técnica requeridas por las unidades productivas con el fin de alcanzar mayores niveles de productividad.

Descripción de la Oferta

Corresponde a la asistencia técnica que se les ofrece a las unidades productivas con el fin de alcanzar mayores niveles de productividad

Año	Oferta	Demanda	Déficit
2024	0,00	4,00	-400,00
2025	1,00	4,00	-300,00
2026	2,00	3,00	-100,00
2027	1,00	1,00	0,00

Alternativa: Desarrollar campañas de promoción turística adaptadas, que permita atraer viajeros tanto de nichos de mercados específicos como los principales mercados emisores y potenciales a nivel nacional e internacional, fortalecimiento de la promoción turística

Análisis técnico de la alternativa

01 - Análisis técnico de la alternativa

Análisis técnico de la alternativa

La alternativa se desarrollará desde el Distrito a través de la Secretaría de Turismo y la Corporación Turismo Cartagena de Indias desarrollará y ejecutará el proyecto "FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE CARTAGENA DE INDIAS", que permita posicionar a Cartagena de Indias a nivel nacional e internacional como destino turístico responsable y sostenible, manteniendo el número de turistas que llegan a la ciudad, dinamizando la economía local y mejorando los indicadores de bienestar presentes en el territorio.

Para consolidar esta meta es necesario desarrollar e implementar estrategias de promoción y conectividad, y articulado con el plan sectorial de turismo, que apunte a consolidar la oferta turística, a través del desarrollo y promoción de productos y experiencias en diversos segmentos de turismo, con el fin de implementar una agenda de ciudad.

El presente proyecto tiene como objetivo desarrollar estrategias de promoción turística tales como el desarrollo y promoción de productos/experiencias turísticas en todos los segmentos del turismo. Esto incluye la implementación de un plan de marketing estratégico enfocado en la creación y posicionamiento de la marca ciudad. Estas estrategias se llevarán a cabo mediante el uso de medios tradicionales y no tradicionales, la participación en eventos especializados en turismo, y el desarrollo de investigaciones de mercado para fortalecer el perfilamiento de la estrategia.

Adicionalmente, se establecerá una agenda de eventos de ciudad que permita no solo resaltar las características únicas del destino, sino también fortalecer la imagen de ciudad, percepción y satisfacción del turista, fomentando su regreso al destino y a su vez, el desarrollo económico y sostenible de la ciudad.

Alternativa: Desarrollar campañas de promoción turística adaptadas, que permita atraer viajeros tanto de nichos de mercados específicos como los principales mercados emisores y

Localización de la alternativa

01 - Localización de la alternativa

Ubicación general	Ubicación específica
Región: Caribe **Departamento:** Bolívar **Municipio:** Cartagena de Indias **Tipo de Agrupación:** **Agrupación:** **Latitud:** **Longitud:**	Cartagena está localizada en el norte del departamento de Bolívar a orillas del mar Caribe. Se encuentra a 10°25¶30´□latitud norte y 75°32¶25´□de longitud oeste. Cartagena de Indias está rodeada por el Mar Caribe y delimitada por sus vecinos aledaños al oriente; al suroccidente con Córdoba y Sucre (por las islas que tiene bajo su jurisdicción) y al último departamento por la parte continental. Se encuentra en una zona costera típica, accidentada e irregular, conformada por procesos geológicos relacionados con el mar. Entre los elementos geográficos más importantes de la ciudad se encuentran las formaciones insulares de Barú y Tierrabomba junto a otras islas menores, el archipiélago del Rosario, la bahía de Cartagena de Indias, la bahía de Barbacoas, y lagunas costeras como la ciénaga de Tesca o de la Virgen

02 - Factores analizados

Aspectos administrativos y políticos,
Cercanía a la población objetivo,
Otros

Alternativa: Desarrollar campañas de promoción turística adaptadas, que permita atraer viajeros tanto de nichos de mercados específicos como los principales mercados emisores y

Cadena de valor de la alternativa

Costo total de la alternativa: $ 1.834.637.567,00

1 - Objetivo específico 1 **Costo:** $ 1.703.186.719,03

Implementar estrategias integradas de promoción en medios tradicionales y no tradicionales, adaptadas a las nuevas dinámicas del mercado y el perfil del turista deseado.

Producto	Actividad y/o Entregable
1.1 Servicio de promoción turística (Producto principal del proyecto) **Complemento:** **Medido a través de:** Número de campañas **Cantidad:** 69,0000 **Costo:** $ 1.703.186.719,03 **Etapa:** Inversión **Localización:** **Número de Personas:** 1059626 **Acumulativo o no:** No Acumulativo **Población Beneficiaria:** 1059626	**1.1.1** Realizar campañas de promoción turística en medios digitales y tradicionales. **Costo:** $ 578.456.317,08 **Etapa:** Inversión
	1.1.2 Diseñar y producir material promocional. **Costo:** $ 347.369.244,12 **Etapa:** Inversión
	1.1.3 Implementar eventos de ciudad. **Costo:** $ 188.183.986,26 **Etapa:** Inversión
	1.1.4 Desarrollar campañas de promoción de eventos de ciudad. **Costo:** $ 433.842.237,82 **Etapa:** Inversión
	1.1.5 Participar en eventos especializados de promoción turística. **Costo:** $ 80.109.437,81 **Etapa:** Inversión

Impreso el 23/12/2024 2:18:09 p. m.

Producto	Actividad y/o Entregable
1.1 Servicio de promoción turística (Producto principal del proyecto) **Complemento:** **Medido a través de:** Número de campañas **Cantidad:** 69,0000 **Costo:** $ 1.703.186.719,03 **Etapa:** Inversión **Localización:** **Número de Personas:** 1059626 **Acumulativo o no:** No Acumulativo **Población Beneficiaria:** 1059626	**1.1.6** Participar en eventos de conectividad. **Costo:** $ 25.582.078,35 **Etapa:** Inversión
	1.1.7 Analizar datos prospectivos para la priorización de mercados y la eficiencia de los recursos **Costo:** $ 49.643.417,59 **Etapa:** Inversión

2 - Objetivo específico 2 **Costo:** $ 131.450.847,97

Fortalecer la gestión de desarrollo y promoción de productos turísticos.

Producto	Actividad y/o Entregable
2.1 Servicio de apoyo para la transferencia y/o implementación de metodologías de aumento de la productividad **Complemento:** **Medido a través de:** Número de unidades productivas **Cantidad:** 4,0000 **Costo:** $ 131.450.847,97 **Etapa:** Inversión **Localización:** **Número de Personas:** 1059626 **Acumulativo o no:** No Acumulativo **Población Beneficiaria:** 1059626	**2.1.1** Implementar procesos de innovación para la efectiva promoción y potencialización de productos turísticos. **Costo:** $ 36.446.413,36 **Etapa:** Inversión
	2.1.2 Promocionar productos turísticos. **Costo:** $ 95.004.434,61 **Etapa:** Inversión

Alternativa: Desarrollar campañas de promoción turística adaptadas, que permita atraer viajeros tanto de nichos de mercados específicos como los principales mercados emisores y

Actividad 1.1.1 Realizar campañas de promoción turística en medios digitales y tradicionales.

Periodo	Materiales
1	$315.297.324,93
2	$129.955.057,93
3	$133.203.934,22
Total	**$578.456.317,08**

Periodo	Total
1	$315.297.324,93
2	$129.955.057,93
3	$133.203.934,22
Total	

Actividad 1.1.2 Diseñar y producir material promocional.

Periodo	Materiales
1	$150.000.000,00
2	$97.466.293,45
3	$99.902.950,67
Total	**$347.369.244,12**

Periodo	Total
1	$150.000.000,00
2	$97.466.293,45
3	$99.902.950,67
Total	

Actividad 1.1.3 Implementar eventos de ciudad.

Periodo	Materiales
1	$102.572.840,35
2	$42.277.109,12
3	$43.334.036,79
Total	**$188.183.986,26**

Periodo	Total
1	$102.572.840,35
2	$42.277.109,12
3	$43.334.036,79
Total	

Actividad 1.1.4 Desarrollar campañas de promoción de eventos de ciudad.

Periodo	Materiales
1	$236.472.993,70
2	$97.466.293,45
3	$99.902.950,67
Total	**$433.842.237,82**

Periodo	Total
1	$236.472.993,70
2	$97.466.293,45
3	$99.902.950,67
Total	

Actividad 1.1.5 Participar en eventos especializados de promoción turística.

Periodo	Materiales
1	$66.411.654,46
2	$6.764.337,46
3	$6.933.445,89
Total	**$80.109.437,81**

Periodo	Total
1	$66.411.654,46
2	$6.764.337,46
3	$6.933.445,89
Total	

Actividad 1.1.6 Participar en eventos de conectividad.

Periodo	Materiales
1	$15.308.740,84
2	$5.073.253,09
3	$5.200.084,42
Total	**$25.582.078,35**

Periodo	Total
1	$15.308.740,84
2	$5.073.253,09
3	$5.200.084,42
Total	

Actividad 1.1.7 Analizar datos prospectivos para la priorización de mercados y la eficiencia de los recursos

Periodo	Materiales
1	$39.370.080,08
2	$5.073.253,09
3	$5.200.084,42
Total	**$49.643.417,59**

Periodo	Total
1	$39.370.080,08
2	$5.073.253,09
3	$5.200.084,42
Total	

Actividad 2.1.1 Implementar procesos de innovación para la efectiva promoción y potencialización de productos turísticos.

Periodo	Materiales
1	$20.446.413,36
2	$8.000.000,00
3	$8.000.000,00
Total	**$36.446.413,36**

Periodo	Total
1	$20.446.413,36
2	$8.000.000,00
3	$8.000.000,00
Total	

Impreso el 23/12/2024 2:18:10 p. m.

Actividad 2.1.2 Promocionar productos turísticos.

Periodo	Materiales
1	$54.119.952,29
2	$20.091.102,40
3	$20.793.379,92
Total	**$95.004.434,61**

Periodo	Total
1	$54.119.952,29
2	$20.091.102,40
3	$20.793.379,92
Total	

Alternativa: Desarrollar campañas de promoción turística adaptadas, que permita atraer viajeros tanto de nichos de mercados específicos como los principales mercados emisores y

Análisis de riesgos alternativa

01 - Análisis de riesgo

	Tipo de riesgo	Descripción del riesgo	Probabilidad e impacto	Efectos	Medidas de mitigación
1-Propósito (Objetivo general)	De mercado	Impacto de factores como el IVA, IPC, fluctuación del dólar, impuestos, sobre la decisión de compra del viajero.	**Probabilidad:** 4. Probable **Impacto:** 3. Moderado	Disminución en la llegada de viajeros al destino.	Redireccionar posicionamiento del destino - ajustado a la demanda del mercado.
2-Componente (Productos)	De calendario	Incumplimiento de los tiempos establecidos	**Probabilidad:** 4. Probable **Impacto:** 3. Moderado	Retrasos en la ejecución de las actividades de promoción.	Realizar cronograma de actividades considerandos los factores más relevantes.
	De costos	Aumento en los costos iniciales contemplados.	**Probabilidad:** 2. Improbable **Impacto:** 4. Mayor	Modificación del alcance inicial	Realizar presupuesto del proyecto y realizar seguimiento de este.
3-Actividad y/o Entregable	Asociados a fenómenos de origen humano no intencionales: aglomeración de público	Actividad/Entregable: Realizar campañas de promoción turística en medios digitales y tradicionales. Riesgo: Alteración del orden público en la realización de actividades del proyecto	**Probabilidad:** 3. Moderado **Impacto:** 2. Menor	Terminación anticipada de actividades programadas en el proyecto.	Implementar medidas de contingencia y protocolos de asistencia, así como controles de aforo
	Operacionales	Actividad/Entregable: Realizar campañas de promoción turística en medios digitales y tradicionales. Riesgo: Dificultades en la operación de las campañas	**Probabilidad:** 2. Improbable **Impacto:** 3. Moderado	Campañas realizadas sin la obtención de resultados esperados.	Realizar plan de acción y aplicar controles estipulados en la ejecución de las actividades.

Alternativa: Desarrollar campañas de promoción turística adaptadas, que permita atraer viajeros tanto de nichos de mercados específicos como los principales mercados emisores y

Ingresos y beneficios alternativa

01 - Ingresos y beneficios

Empleos generados por el sector turismo.

Tipo: Beneficios

Medido a través de: Número

Bien producido: Otros

Razón Precio Cuenta (RPC): 0.80

Descripción Cantidad: Número de ocupados formales

Descripción Valor Unitario: Salario mínimo 2024

Periodo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	27.813,00	$21.067,38	$585.947.039,94
2	27.813,00	$23.174,12	$644.541.799,56
3	27.813,00	$25.491,53	$708.995.923,89

02 - Totales

Periodo	Total beneficios	Total
1	$585.947.039,94	$585.947.039,94
2	$644.541.799,56	$644.541.799,56
3	$708.995.923,89	$708.995.923,89

Alternativa 1

Flujo

01 - Flujo Económico

P	Beneficios e ingresos (+)	Créditos(+)	Costos de preinversión (-)	Costos de inversión (-)	Costos de operación (-)	Amortización (-)	Intereses de los créditos (-)	Valor de salvamento (+)	Flujo Neto
0	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0
1	$468.757.632,0	$0,0	$0,0	$790.000.000,0	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0	$-321.242.368,1
2	$515.633.439,7	$0,0	$0,0	$325.611.693,0	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0	$190.021.746,7
3	$567.196.739,1	$0,0	$0,0	$333.751.984,9	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0	$233.444.754,2

Impreso el 23/12/2024 2:18:10 p. m.

Indicadores y decisión

01 - Evaluación económica

Indicadores de rentabilidad			Indicadores de costo-eficiencia	Indicadores de costo mínimo	
Valor Presente Neto (VPN)	Tasa Interna de Retorno (TIR)	Relación Costo Beneficio (RCB)	Costo por beneficiario	Valor presente de los costos	Costo Anual Equivalente (CAE)
Alternativa: Desarrollar campañas de promoción turística adaptadas, que permita atraer viajeros tanto de nichos de mercados específicos como los principales mercados emisores y potenciales a nivel nacional e internacional, fortalecimiento de la promoción turístic					
$45.481.916,27	19,81 %	$1,04	$1.185,84	$1.256.549.258,97	$14.038.842,24

Costo por capacidad

Producto	Costo unitario (valor presente)
Servicio de promoción turística (Producto principal del proyecto)	$16.902.355,48
Servicio de apoyo para la transferencia y/o implementación de metodologías de aumento de la productividad	$22.571.682,69

03 - Decisión

Alternativa

Desarrollar campañas de promoción turística adaptadas, que permita atraer viajeros tanto de nichos de mercados específicos como los principales mercados emisores y potenciales a nivel nacional e internacional, fortalecimiento de la promoción turístic

04 - Alcance

Implementar estrategias integradas de promoción en medios tradicionales y no tradicionales, adaptadas a las nuevas dinámicas del mercado y el perfil del turista deseado, a través de servicios de promoción turística que a su vez se realizará a través de 69 campañas. Además, se fortalecerá la gestión de desarrollo y promoción de productos turísticos, a través de cuatros (4) servicios de apoyo para la transferencia y/o implementación de metodologías de aumento de la productividad, con el fin de aumentar la capacidad de innovación en las estrategias de promoción turística de Cartagena de Indias para adaptarse a los cambios en el mercado y su impacto en las pretensiones del turista para elegir a Cartagena como destino turístico en Cartagena de Indias, Bolívar.

Impreso el 23/12/2024 2:18:10 p. m.

Indicadores de producto

01 - Objetivo 1

1. Implementar estrategias integradas de promoción en medios tradicionales y no tradicionales, adaptadas a las nuevas dinámicas del mercado y el perfil del turista deseado.

Producto

1.1. Servicio de promoción turística (Producto principal del proyecto)

Indicador

1.1.1 Campañas realizadas

Medido a través de: Número de campañas

Meta total: 69,0000

Fórmula:

Es acumulativo: Si

Es Principal: Si

Tipo de Fuente: Informe

Fuente de Verificación: CORPOTURISMO

Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Meta por periodo
1	17,0000	2	35,0000
3	17,0000	**Total:**	69,0000

02 - Objetivo 2

2. Fortalecer la gestión de desarrollo y promoción de productos turísticos.

Producto

2.1. Servicio de apoyo para la transferencia y/o implementación de metodologías de aumento de la productividad

Indicador

2.1.1 Unidades productivas beneficiadas en la implementación de estrategias para incrementar su productividad

Medido a través de: Número de unidades productivas

Meta total: 4,0000

Fórmula:

Es acumulativo: Si

Es Principal: Si

Tipo de Fuente: Informe

Fuente de Verificación: CORPOTURISMO

Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Meta por periodo
1	1,0000	2	2,0000
3	1,0000	**Total:**	4,0000

Impreso el 23/12/2024 2:18:10 p. m.

Regionalización

Producto: Servicio de promoción turística (Producto principal del proyecto)

Región	Departamento	Municipio	Tipo de Agrupación	Agrupación	
Caribe	Bolívar	Cartagena de Indias			
Periodo	**Costo Total**	**Costo Regionalizado**	**Meta Total**	**Meta Regionalizada**	**Beneficiarios**
1	925.433.634,36	925.433.634,36	17,0000	17,0000	1.059.626
2	384.075.597,59	384.075.597,59	35,0000	35,0000	1.059.626
3	393.677.487,08	393.677.487,08	17,0000	17,0000	1.059.626

Producto: Servicio de apoyo para la transferencia y/o implementación de metodologías de aumento de la productividad

Región	Departamento	Municipio	Tipo de Agrupación	Agrupación	
Caribe	Bolívar	Cartagena de Indias			
Periodo	**Costo Total**	**Costo Regionalizado**	**Meta Total**	**Meta Regionalizada**	**Beneficiarios**
1	74.566.365,65	74.566.365,65	1,0000	1,0000	0
2	28.091.102,40	28.091.102,40	2,0000	2,0000	0
3	28.793.379,92	28.793.379,92	1,0000	1,0000	0

Impreso el 23/12/2024 2:18:10 p. m.

Focalización

Política	Categoría	SubCategoría	Valor
Equidad de la Mujer	1. Autonomía Económica Y Acceso A Activos	1.2 Sin subcategoría - Autonomía económica y acceso a activos	$946.122.593,31
	Total Categoría	Total Categoría	$946.122.593,31
TOTAL POLITICA TRANSVERSAL			$946.122.593,31