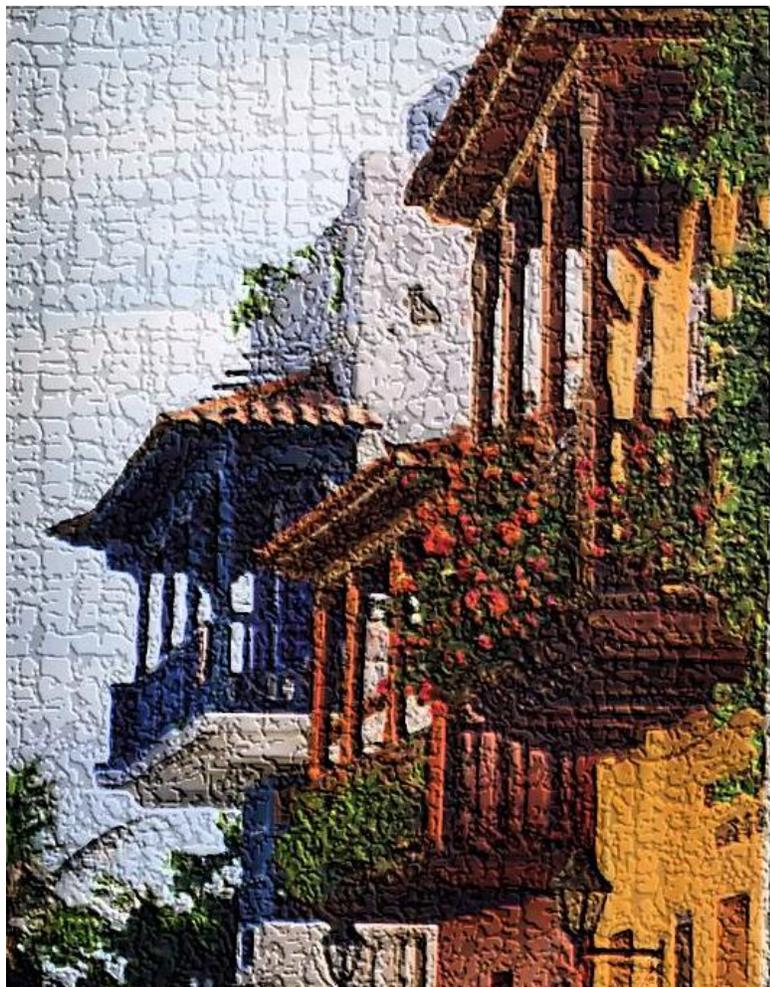


2015

CORPORACIÓN
TURISMO CARTAGENA
DE INDIAS



RETOS Y REALIDADES

EL SECTOR TURÍSTICO EN CARTAGENA DE INDIAS

TABLA DE CONTENIDO

1. EL TURISMO EN EL MUNDO	3
2. TURISMO EN COLOMBIA.....	3
3. Y EN CARTAGENA DE INDIAS.....	5
3.1. RESULTADOS RECIENTES EN INDICADORES TURÍSTICOS EN CARTAGENA DE INDIAS.....	6
<i>Tráfico aéreo.....</i>	6
<i>Cruceros en Cartagena de Indias.....</i>	12
<i>Muelle de La Bodeguita</i>	13
<i>Desarrollo e Inversión Hotelera</i>	14
<i>Turismo de reuniones.....</i>	18
3.2. TURISMO: SECTOR DE GRANDES OPORTUNIDADES PARA EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DE CARTAGENA DE INDIAS.....	20
3.3. CERTIFICACIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO, COMO UN DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE.....	24
3.4. LUCHA CONTRA LA INFORMALIDAD Y MEJORA DEL SERVICIO TURÍSTICO DE CARTAGENA DE INDIAS	27
3.5. CAPACITACIONES Y FORMACIONES.....	29
3.6. ORDENAMIENTO DE LAS PLAYAS:.....	31
3.7. PROYECTO BULEVAR TURÍSTICO	33
3.8. IMPLEMENTACIÓN DE LA SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA PEATONAL Y VEHICULAR DE CARTAGENA DE INDIAS...	34
3.9. DESARROLLO DEL PLAN SECTORIAL DE TURISMO – CARTAGENA DE INDIAS:	35

1. EL TURISMO EN EL MUNDO

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y profundas transformaciones, que lo han llevado a convertirse en una poderosa herramienta de transformación social. Por ello cada día son más los países, las regiones y ciudades que le apuestan a la actividad turística como motor de desarrollo y progreso. Por todo esto, se hace necesario que día tras día se busquen nuevos mecanismos que permitan el fortalecimiento de la competitividad de los diferentes destinos turísticos para aprovechar así los beneficios económicos, la generación de empleo que genera el sector.

El comportamiento de este importante sector de la economía durante las últimas décadas, ha mostrado una gran dinámica de crecimiento. En el año 2014 la Organización Mundial de Turismo OMT registró 1.133 mil millones de llegadas de turistas internacionales¹. Es un sector de gran importancia económica, pues es responsable del 9% del PIB mundial (efectos directos, indirectos e inducidos); así mismo, ha generado 1 de cada 11 puestos de trabajo. Representa también el 6% del total de las exportaciones mundiales y el 30% de las exportaciones de servicios.

2. TURISMO EN COLOMBIA

Durante la década de los ochenta y noventa, el turismo internacional en Colombia se redujo de manera dramática como consecuencia de los problemas asociados al narcotráfico y a las acciones de los grupos subversivos.

Durante ese período, se presentó una caída en la llegada de turistas al país. Así mismo, aerolíneas que venían a Colombia como la British Airways y Lufthansa dejaron de operar. De manera similar, las líneas de cruceros dejaron de incluir a los puertos colombianos en sus itinerarios, lo que afectó en gran medida tanto la buena dinámica que traía el sector, como la inversión privada.

El Gráfico 1 muestra el comportamiento en la llegada de turistas al país desde 1980, donde es evidente la caída que comienza a experimentar esta variable a partir de 1981, llegando a sus puntos más críticos en los años 1983 y 2002. Posteriormente, comienza a recuperarse la senda de crecimiento de las llegadas de turistas, llegando sólo en 2008, a equiparar el nivel de turistas que arribaron al país en 1980. Esta senda de crecimiento se mantiene hasta el año 2014, donde se registran casi dos millones de turistas. En promedio, el crecimiento en las llegadas de turistas al país durante el período 2004 – 2014,

¹ Según la OMT en 1950 se registraron apenas 25 millones de llegadas de turistas internacionales.

fue de 11,3% anual; muy superior al registrado en el turismo mundial, que creció a una tasa promedio de 3,9% anual en el mismo periodo.



Fuente: Migración Colombia

Esto evidencia que en Colombia, la llegada de turistas creció a una tasa tres veces por encima a la alcanzada por el turismo internacional a nivel mundial, lo que permitió al país su "regreso al mapa del turismo mundial", tal y como lo afirmó la Organización Mundial del Turismo en 2009².

Factores relacionados con los avances en el tema de seguridad nacional, explican este comportamiento favorable de la actividad turística. Esto además, propició la reactivación de la inversión pública y privada en el sector.

Otro factor que contribuyó a este crecimiento, fue la promoción internacional de Colombia liderada por Procolombia, donde además de Cartagena de Indias, se promocionaron otros destinos turísticos a nivel nacional

Otros efectos positivos del turismo para la economía nacional, son los registrados por el ingreso de divisas al país generado por este importante renglón de la economía, que en los últimos 10 años se triplicó pasando

² World Tourism Organization. "Colombia: Back on the Map of World Tourism". 2009

USD\$1.650 millones en 2004 a USD\$4980 millones en 2014, lo que a su vez convierte al turismo en el tercer renglón exportador de Colombia después del petróleo y el carbón.

Vale la pena mencionar que el turismo doméstico también ha registrado un importante crecimiento a nivel nacional, gracias a la seguridad y a la mejora en las condiciones económicas de los hogares colombianos.

3. Y EN CARTAGENA DE INDIAS...

Cartagena de Indias se constituye en una de las ciudades más importantes de Colombia, no sólo desde el punto de vista turístico, sino industrial, comercial y portuario. Su calidad de sede alterna de la Presidencia de la República, sus atractivos turísticos y su infraestructura para el desarrollo de reuniones y convenciones, constituyen un punto de encuentro de grandes eventos de carácter local, nacional e internacional.

Según la última Encuesta de Hogares del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) trimestre móvil febrero abril de 2015, el 30% del empleo de Cartagena se genera por el comercio y turismo siendo así el sector líder en generación de empleo:

- Comercio Hoteles y Restaurantes: 123.000 empleos
- Transporte, almacenamiento y comunicaciones: 57.000 empleos
- Industria manufacturera: 45.000 empleos
- Construcción: 35.000 empleos
- Actividades inmobiliarias: 35.000 empleos.

De otro lado, la relevancia del turismo en Cartagena quedó registrada en la encuesta que la Corporación Turismo Cartagena de Indias realizó en diciembre de 2012 a través de la firma Criterium dirigida a ciudadanos cartageneros mayores de 18 años de todos los estratos sociales de la ciudad³, como parte del proceso de Certificación del Destino.

Los resultados de estas encuestas de percepción ciudadana, evidencian que el 78.6% de los mil encuestados que constituyeron la muestra, identificaron el turismo como el sector económico más importante de Cartagena. Así mismo, 66% de los encuestados ven en el turismo, el motor de la economía de la ciudad y 94% está convencido de que Cartagena es una ciudad turística por excelencia.

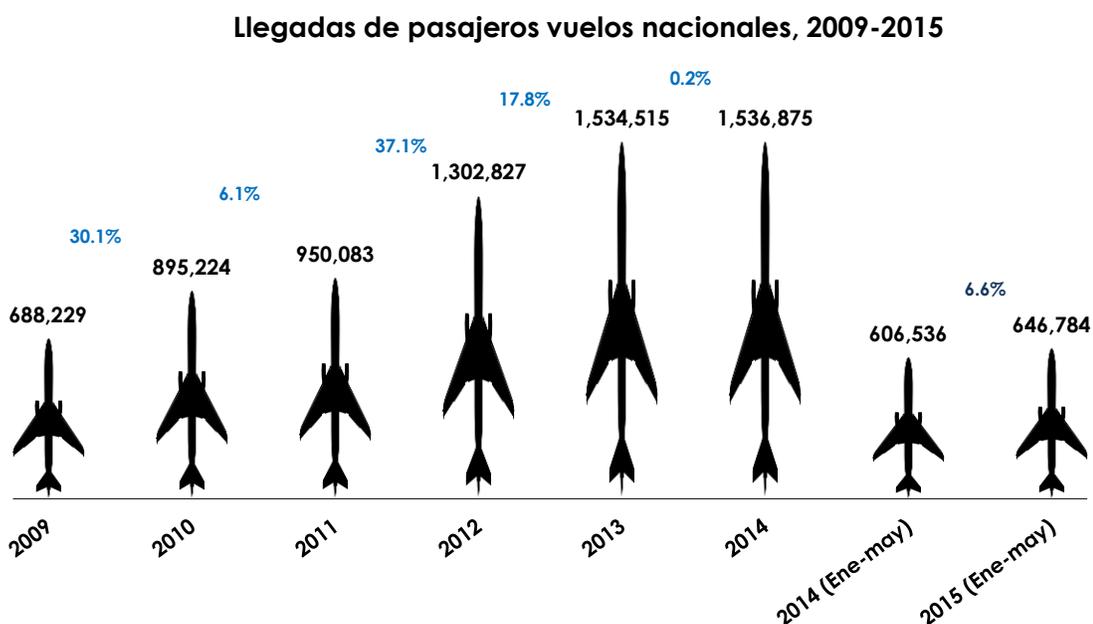
³ Criterium 2012. "Estudio de Satisfacción de la Ciudadanía en Relación al Turismo-, y la Influencia de este en la Comunidad (600 encuestados)". Por encargo de la Corporación Turismo Cartagena de Indias.

Con base en las cifras de empleo del DANE y la encuesta de Criterium, se evidencia claramente que el turismo está generando progreso, desarrollo, oportunidades y empleo en la ciudad, Es decir, que la actividad turística de Cartagena se constituye en uno de los sectores de gran dinamismo dentro de la economía local. Además, es una actividad que ha venido ganando importancia, pues se le ha considerado como un sector generador de riqueza, fuertemente arraigado a la economía local.

3.1. Resultados recientes en Indicadores Turísticos en Cartagena de Indias

Tráfico aéreo

Las llegadas de pasajeros **nacionales**⁴ por vía aérea al Aeropuerto Rafael Núñez se han incrementado un 123% en los últimos cinco años, registrando 1.536.875 llegadas en 2014.



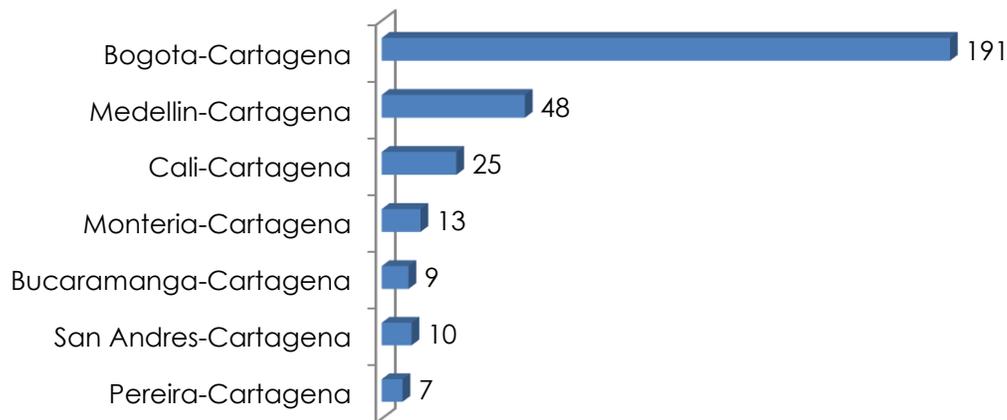
Fuente: SACSA. Elaboración Corpoturismo – Sistema de Información Turística (SITCAR)

⁴ Los pasajeros domésticos o nacionales comprenden todos los pasajeros tanto extranjeros como colombianos a bordo de vuelos domésticos. (En un vuelo nacional vienen: colombianos de otras ciudades, extranjeros en conexión o que proceden de otras ciudades colombianas, residentes cartageneros regresando)

Este notable crecimiento se presentó primordialmente por el aumento en la capacidad en sillas (más vuelos) en varias rutas domésticas.

Con la entrada en operación de Viva Colombia en el segundo semestre de 2012, se incrementó el número de sillas disponibles hacia Cartagena. Otras aerolíneas como Avianca y LAN también respondieron incrementando sillas.

Actualmente Cartagena cuenta con 303 frecuencias semanales nacionales con siete ciudades en Colombia, así:



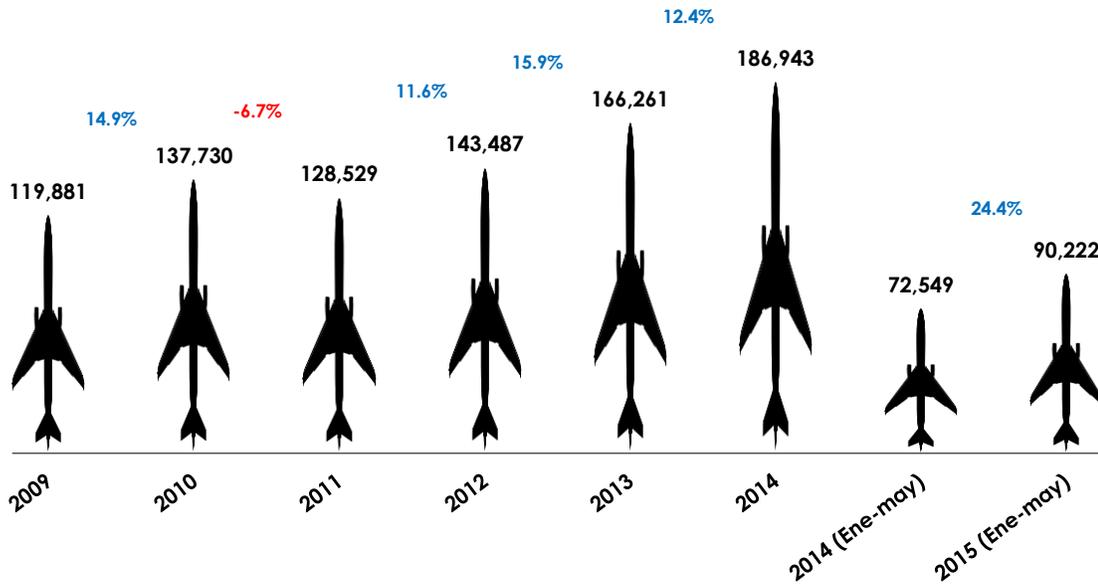
Fuente: Aerocivil, Aerolíneas. Elaboración Corpoturismo – Sistema de Información Turística (SITCAR)

Esta mayor disponibilidad de vuelos hacia La Heroica, también ha abaratado los costos de los tiquetes, propiciando además un incremento en el turismo nacional hacia la ciudad, lo cual implica un importante reto en cuanto al manejo de la capacidad de carga de nuestro destino.

Por su parte la **llegada de pasajeros internacionales**⁵ por vía aérea al Aeropuerto Rafael Núñez se han incrementado un 56% en los últimos cinco años, registrando 186.943 llegadas en 2014.

⁵ Los pasajeros internacionales comprenden todos los pasajeros tanto extranjeros como colombianos a bordo de vuelos internacionales. (En un vuelo nacional vienen: Extranjeros que llegan, colombianos que regresan).

Llegadas de pasajeros vuelos internacionales, 2009-2015



Fuente: SACSA. Elaboración Corpoturismo – Sistema de Información Turística (SITCAR)

Una de las principales metas para el desarrollo turístico de la ciudad ha sido el incremento de la conectividad aérea especialmente la internacional.

Para esto se ha trabajado conjuntamente en una estrategia entre La Alcaldía Mayor en cabeza de Corpoturismo, Sacsá, los gremios hoteleros, Cotelco y Asotelca, Anato, el Cartagena Convention and Visitors Bureau, la Cámara de Comercio, Invest in Cartagena, Fenalco con el apoyo de Procolombia en la atracción de nuevas aerolíneas lo que es un proceso muchas veces largo, que comienza con acercamientos, luego agendas de trabajo, reuniones en ferias especializadas, entre otras actividades, hasta que la aerolínea finalmente decide entrar a operar o no hacia nuestro destino. Las aerolíneas han visto una ciudad unida trabajando proactivamente y perciben un apoyo institucional y unas condiciones muy favorables en el destino para respaldar su entrada en el mercado cartagenero.

Parte de la estrategia para incrementar la conectividad fue lograr también la reducción de la tasa aeroportuaria que se cobra a los pasajeros internacionales en el Aeropuerto Rafael Núñez, la cual pasó de 92 a 38 dólares consiguiendo reducir esa barrera que tanto afectaba la competitividad turística y desestimulaba la entrada de nuevas aerolíneas y rutas, esto se logró también gracias a la gestión conjunta ante el Gobierno Nacional.

En ninguna otra ciudad del país se trabaja tan proactivamente y de forma coordinada entre las diferentes instituciones y partes interesadas que conformamos este Grupo de Gestión de Rutas Aéreas para incrementar la conectividad.

Los logros han sido contundentes, las frecuencias semanales en rutas internacionales se duplicaron pasando de 23 a principios de 2012 a 46 a principios del presente año:

En los tres últimos años hemos logrado la ruta entre Nueva York y Cartagena operada por JetBlue a partir de noviembre de 2012 que comenzó con tres rutas semanales y gracias a los buenos resultados, a partir de 2015 cuenta con un vuelo diario. Esta misma Aerolínea decidió también adicionar la ruta Fort Lauderdale-Cartagena a partir de octubre de 2014, con un vuelo diario. Por su parte Avianca comenzó a operar la ruta Nueva York – Cartagena- Pereira, con un vuelo diario desde julio de 2014.

En cuanto a las aerolíneas que están por venir tenemos a Delta Airlines que iniciará operaciones desde Atlanta hacia Cartagena de Indias con tres vuelos semanales a partir de diciembre del presente año. Entre las tareas pendientes tenemos lograr más rutas con Estados Unidos nuestro principal emisor de turismo, conseguir al menos una ruta directa que nos conecte con los países del Cono Sur, que aun sin ruta directa han sido de los mercados de mayor dinamismo hacia Cartagena de Indias, y por supuesto una ruta directa desde Europa.

Colombia cuenta en la actualidad con 920 frecuencias internacionales directas semanales con 25 países; de ellas, tan sólo el 5% (46) tienen como destino a Cartagena de Indias:

Ciudad Origen	Ciudad Destino	Frecuencias Semanales	Aerolínea
Panamá	Cartagena	18	Copa
Miami	Cartagena	7	Avianca
Ft. Lauderdale	Cartagena	7	JetBlue
Ft. Lauderdale	Cartagena	4	Spirit
New York	Cartagena	7	JetBlue
Nueva York	Cartagena-Pereira	3	Avianca
Total		46	

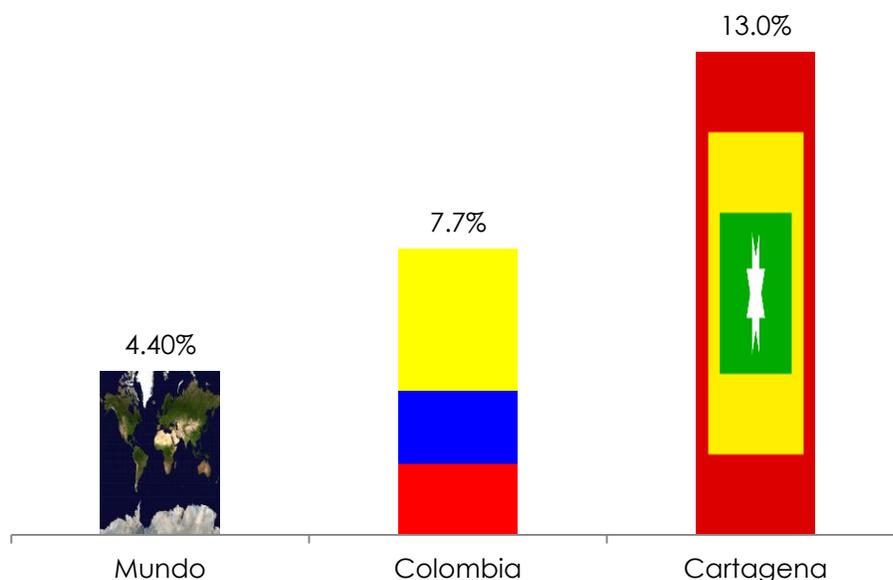
Fuente: Aerolíneas. Elaboración Corpoturismo – Sistema de Información Turística (SITCAR)

Resulta relevante señalar que muchas de las aerolíneas han mostrado interés, pero manifiestan la necesidad de realizar inversiones en la promoción de las rutas y el destino. Para ello, se requiere incrementar la inversión pública en las estrategias de promoción y mercadeo de la ciudad, acompañado de un trabajo permanente por mejorar las condiciones de calidad y competitividad de Cartagena como destino turístico.

Turismo extranjero en Cartagena de Indias⁶

La tasa de crecimiento promedio del turismo extranjero en Cartagena en los últimos tres años ha sido de 13%. Superior a la tasa promedio en toda Colombia que fue de 7,7 y a la mundial que fue de 4,4%.

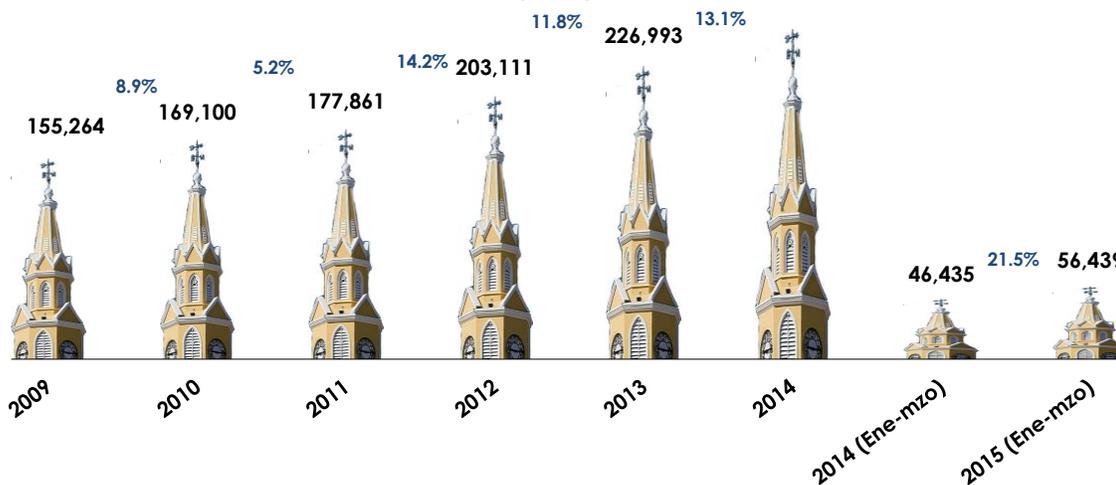
**Comparativo crecimiento Turismo Extranjero
Colombia y Cartagena promedio (2011-2014)**



Fuente: OMT y Migración Colombia. Elaboración Corpoturismo – Sistema de Información Turística (SITCAR)

⁶ Información de acuerdo con el destino principal que reportan los viajeros extranjeros a Migración Colombia cuando ingresan al país. No son visitas efectivas como tal al destino, estas pueden ser mayores. Aunque la persona visite varios destinos en Colombia, Migración Colombia sólo registra uno.

Viajeros extranjeros que reportan a Cartagena como su destino principal en Colombia, 2009-2015



Fuente: Migración Colombia-Procolombia. Elaboración Corpoturismo – Sistema de Información Turística (SITCAR)

Esta notable dinámica en la afluencia de extranjeros a la ciudad, ha ubicado a Cartagena en el segundo lugar entre las ciudades de destino principal que reportan los viajeros extranjeros que llegan a Colombia; además, en los últimos años ha venido ganando participación, representando en 2014, 13,1%.

Ciudad de destino principal que reportan los viajeros extranjeros en Colombia, 2013-2014

Ciudad	2013	2014	% Part. 2013	% Part. 2014	% Var. 2013/2012	% Var. 2014/2013
1 Bogotá	888.852	1.012.822	51,5%	51,5%	7,5%	13,9%
2 Cartagena	226.993	256.805	13,1%	13,1%	11,8%	13,1%
3 Medellín	187.536	208.004	10,9%	10,6%	17,7%	10,9%
4 Cali	119.324	130.910	6,9%	6,7%	11,0%	9,7%
5 San Andrés	53.839	80.729	3,1%	4,1%	5,1%	49,9%
6 B/quilla	52.387	52.769	3,0%	2,7%	4,9%	0,7%
7 Cúcuta	30.592	42.369	1,8%	2,2%	15,9%	38,5%
8 Santa Marta	21.674	22.026	1,3%	1,1%	-1,2%	1,6%
9 B/manga	19.061	19.687	1,1%	1,0%	-7,6%	3,3%
10 Pereira	17.941	17.752	1,0%	0,9%	2,8%	-1,1%
Resto	108.101	123.941	6,3%	6,3%	1,0%	14,7%
Total	1.726.300	1.967.814	100%	100%	8,5%	14,0%

Fuente: Migración Colombia-Procolombia. Elaboración Corpoturismo – Sistema de Información Turística (SITCAR)

Hoy día, Cartagena de Indias afronta una mayor competencia en cuanto a turismo extranjero, pues en razón a la promoción internacional de país, otros destinos en Colombia se han hecho más visibles, incrementando sus visitas.

*Estas cifras de viajeros extranjeros no incluyen visitantes en cruceros, pues estos no realizan trámite de migración ante Migración Colombia.

Cruceros en Cartagena de Indias

La industria de cruceros a nivel mundial movilizó 2012, 22,1 millones de pasajeros en 2014, constituyéndose así en uno de los segmentos turísticos de mayor crecimiento; por ello, se hace necesario aunar esfuerzos para consolidar y posicionar y a Cartagena de Indias como un importante destino de cruceros en el Caribe.

En años recientes, el Gobierno Nacional ha realizado una invaluable y fructífera labor en traer de vuelta los cruceros a Colombia y no se ha detenido ahí, sino que ha buscado aumentar su presencia y posicionamiento mediante una efectiva promoción.

Como resultado de ello, hoy se puede decir que las más importantes navieras del Caribe tocan en el puerto de Cartagena y que los pasajeros en cruceros que visitan la ciudad, se han multiplicado por siete en los últimos siete años.

Sobre el particular, la Corporación de Turismo Cartagena viene trabajando en hacer de Cartagena un destino de cruceros cada vez más atractivo y competitivo, mediante la coordinación institucional de todas las entidades pertinentes (La Capitanía de Puerto, La Policía Nacional, la Armada Nacional, la Secretaría del Interior, la Gerencia de Espacio Público, el DATT, Migración Colombia, Guardacostas, Pacaribe y por supuesto la Sociedad Portuaria y Procolombia) en un Comité de Cruceros que se reúne periódicamente procurando que la visita que realizan los cruceristas sea lo más satisfactoria posible y se lleven la mejor impresión y en un futuro próximo quieran regresar en un viaje de mayor estadía.

En 2014 se registró la visita de 310.957 cruceristas a Cartagena de Indias.

Pasajeros en Cruceros, en Cartagena, 2009-2014



Fuente SPRC. Elaboración Corpoturismo – Sistema de Información Turística (SITCAR)

Una aproximación de la relevancia económica del segmento de cruceros en la economía de Cartagena, a partir de un análisis sencillo fundamentado en el gasto promedio por cruceristas (alrededor de USD\$96), permite inferir que por este concepto ingresaron cerca de 30 millones de dólares⁷ a la economía de la ciudad, en 2014.

En la actualidad, Cartagena de Indias es prácticamente el único puerto que está recibiendo cruceros, representando en 2014, el 99,2% de los visitantes en cruceros que llegaron al país.

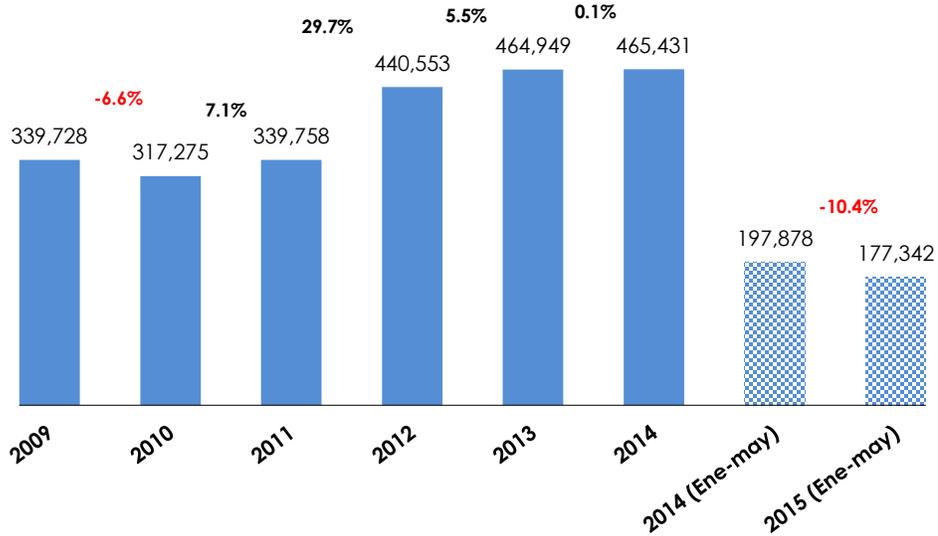
Muelle de La Bodeguita

El aumento en llegadas de pasajeros y viajeros extranjeros se vio reflejado también en el número de pasajeros que se embarcaron en el Muelle de La Bodeguita, especialmente entre el 2011 y el 2012 con un incremento de 100 mil pasajeros alcanzando los 440.000 pax.

En 2014 prácticamente no se registró crecimiento y en los cinco primeros meses de 2015 se ha registrado decrecimiento. Esto ha sido consecuencia de la vía terrestre hacia Barú desde que entró en operación el puente y pues ahora los viajeros tienen esa alternativa.

⁷ Estimado con un gasto estimado de 95,9 USD por crucerista según estudio de FCCA/BREA 2012.

Pasajeros Muelle de la Bodeguita, 2009-2015



Fuente: Corpoturismo

Desarrollo e Inversión Hotelera

Según el Registro Nacional de Turismo⁸, actualmente, Cartagena cuenta con 303 establecimientos de alojamiento y hospedaje, con más de 10.300 habitaciones y 18.000 camas disponibles

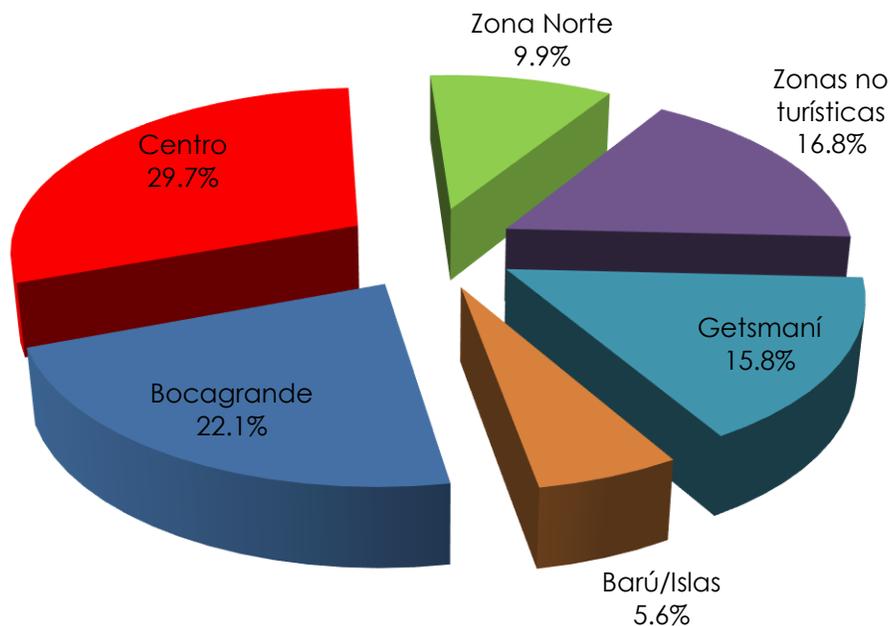
Zona	Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	Habitaciones
Bocagrande	67	4.030
Centro	90	1.622
Zona Norte	30	1.920
Zonas no turísticas	51	1.431
Getsemaní	48	792
Barú/Islas	17	571
Total	303	10.366

Fuente: RNT. Elaboración y segmentación Corpoturismo.

⁸ Fuente Registro Nacional de Turismo. Información en revisión. No incluye las categorías “vivienda turística y apartamentos turísticos”.

El Centro histórico es la zona que tiene mayor número de establecimientos, al concentrar el 29,7% (90 establecimientos), seguida por Bocagrande con 67 establecimientos (22,1% del total)

Oferta alojamiento y hospedaje por participación de # establecimientos por zona

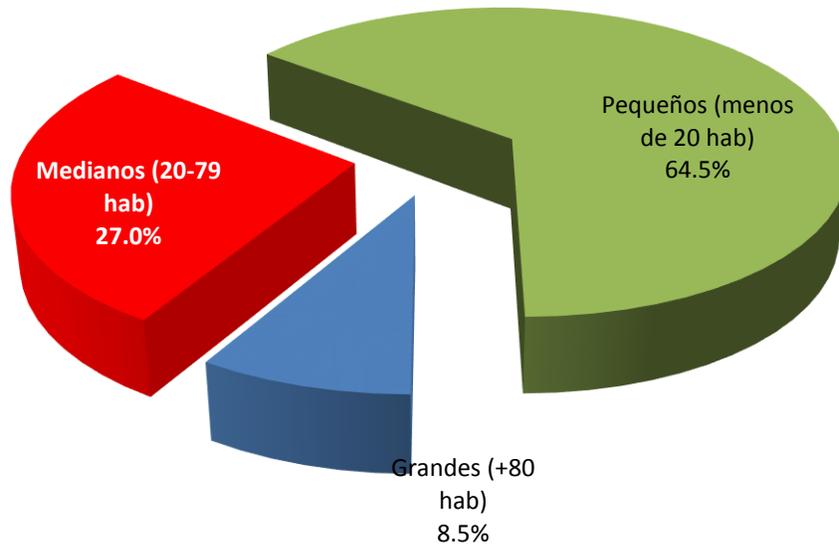


Fuente: RNT. Elaboración y segmentación Corpoturismo.

No obstante, en número de habitaciones la mayor participación se presenta en Bocagrande, con 40,4%, seguido por el Centro (con 16,4%), donde existe un mayor número de establecimientos de menor tamaño.

Los establecimientos de alojamiento y hospedaje en Cartagena son pequeños en su gran mayoría. Es así, como el 64,5% de éstos cuentan con menos de 20 habitaciones.

Oferta alojamiento y hospedaje por participación de # establecimientos por zona



Fuente: RNT. Elaboración y segmentación Corpoturismo.

Por su parte, los establecimientos grandes (más de 80 habitaciones) cuentan con el 54,5% del total de habitaciones en la ciudad.

Si se toma como estándar para definir un "hotel grande" aquel que cuente con más de 200 habitaciones, se tiene que Cartagena, tan sólo dispone de 11 establecimientos de dicho tamaño. Un sólo hotel en las Vegas, el Hotel Bellagio, tiene el mismo número de habitaciones (3.993) que todos estos establecimientos juntos.

Por lo anterior, se puede decir que Cartagena de Indias, con la construcción y puesta en operación hace más de 70 años del hotel Caribe, incursiona en la actividad hotelera, asociada al turismo; y a partir de ese período, el sector evidencia un ritmo diferente al de otros destinos turísticos parecidos, tales como Cancún o Punta Cana, que pese a que iniciaron su desarrollo turístico mucho después del de Cartagena, hoy cuentan con más de 28.000 y 38.000 habitaciones, respectivamente. Esto, como punto de referencia, pues los productos turísticos que se ofrecen en estos destinos son diferentes a los de La Heroica.

Es importante señalar que a partir de la exención del impuesto de renta por 30 años para hoteles nuevos y de 20 años para hoteles ecoturísticos, por parte del

Gobierno Nacional, como iniciativa para fortalecer la actividad turística; así como la modificación que se da al Fondo de Promoción Turística, inyectándole nuevas fuentes de recursos, y la promoción que comienza a hacerse a la ciudad por parte de Proexport, comienza a fortalecerse la actividad turística de Cartagena, llegando nuevas inversiones para el sector, principalmente en la hotelería. Tanto es así, que en años recientes, Cartagena ha experimentado un boom de desarrollo de proyectos hoteleros.

Proyectos Hoteleros en desarrollo

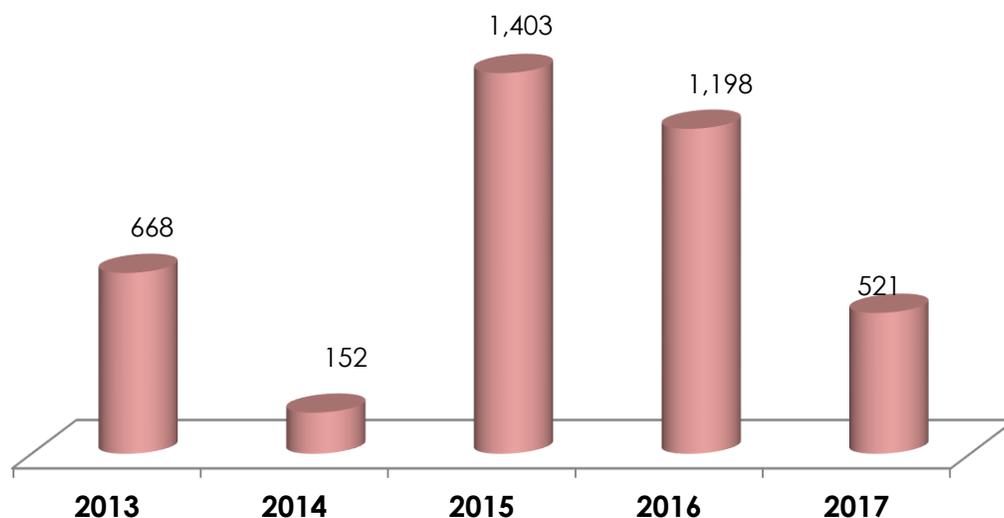
La presencia de grandes marcas hoteleras invirtiendo en Cartagena, denota confianza en el desarrollo y manejo turístico de la ciudad y se constituye en un reto adicional para cumplir las expectativas como un destino de talla mundial y continuar atrayendo inversiones que generan empleo y desarrollo.

Cartagena - Proyectos Hoteleros en desarrollo

Nombre	Zona	Apertura*	Habitaciones
Hampton by Hilton	Bocagrande	2013	135
Los Corales (GHL)	Crespo	2013	250
Radisson Ocean Pavillion	Zona Norte - Morros	2013	233
Hotel Bastión (GHL)	Centro Histórico	2014 1er trimestre	52
Holiday Inn Express Bocagrande	Bocagrande	2015 abril	200
Proyecto Santa Catalina	Centro Histórico	2015	53
Intercontinental	Bocagrande	2015 mayo	250
Ibis	Marbella	2015 mayo	190
Hyatt Regency	Bocagrande	2015 finales	260
Estelar Bocagrande	Bocagrande	2015 finales	350
Sheraton	Bocagrande	2016	250
Hilton Conrad - Karibana	Zona Norte - Manzanillo del Mar	2016	250
Tcherassi Hotels	Centro Histórico	2016	42
BD Cartagena	Zona Norte - Manzanillo del Mar	2016	268
Viceroy - Convento Obra Pía	Getsemaní	2016	102
Delano - Morgans Hotel Group	Barú	2016	186
Melia - Karmairí	Zona Norte - Manzanillo del Mar	2017	154
Four Seasons	Getsemaní	2017	100
Best Western Plus	Crespo	2017	95
Aviatur Barú	Barú	2017	72
Total habitaciones nuevas 2013-2017			3.492

Fuente: Corporación Turismo Cartagena de Indias según proyectos identificados a mayo de 2015. No incluye hoteles boutique. *Fecha Estimada.

Proyección nuevas habitaciones (adicionales) por año, 2013-2017



Entre el 2013 y 2017 estarán disponibles cerca de 3.800 nuevas habitaciones en Cartagena de Indias; 3.492 del cuadro anterior de grandes proyectos más un estimado de proyectos pequeños (450 habitaciones entre 2013 y 2017), lo cual representará un incremento de habitaciones en la ciudad del 33% entre el 2013 y el 2017.

De esta manera en 2017, la ciudad contará con 13.700 habitaciones hoteleras según la proyección.

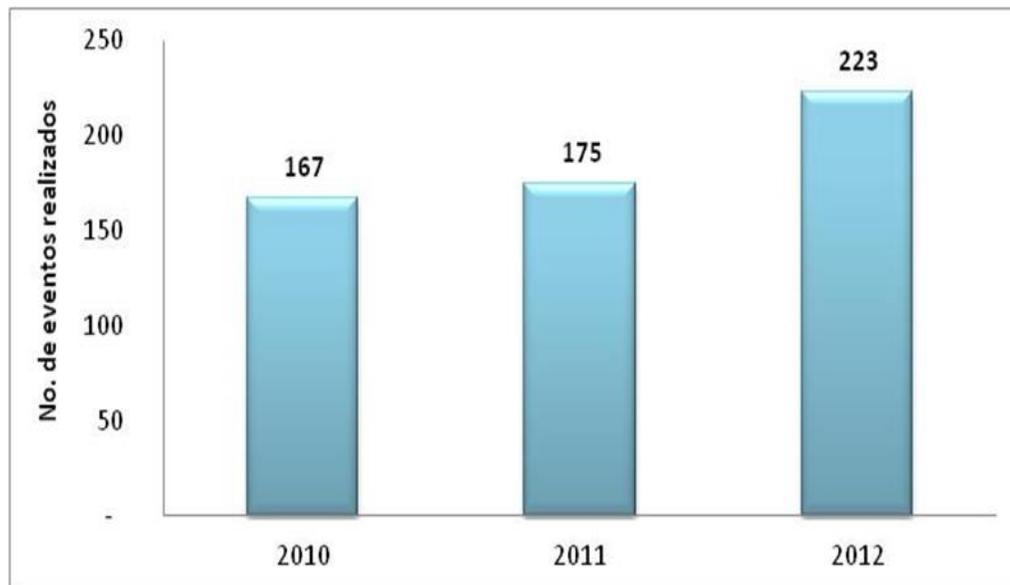
Se estima que estas nuevas habitaciones representan una inversión de alrededor de los USD\$ 800 millones, generando también una cantidad importante de empleos, tanto en su fase de construcción, como en la de operación.

Turismo de reuniones

En cuanto a este importante segmento del sector turístico, hay que señalar que actualmente Cartagena compite en el mercado de eventos, congresos, reuniones y convenciones frente a destinos nacionales con nuevas infraestructuras para el desarrollo de esta actividad; tal es el caso de los Convention & Visitors Bureau de Bogotá, Medellín y Quindío. Sin embargo, se hace necesario seguir fortaleciendo esta actividad, por considerarse como eje estratégico para el desarrollo económico de la ciudad.

Este segmento turístico se constituye en un renglón de importancia en el contexto local, no sólo por ser una de las fuentes generadoras de recursos, contribuir al desarrollo económico, a la generación de empleo y divisas, sino también porque han hecho de Cartagena de Indias la ciudad de los grandes eventos que se celebran a nivel nacional (Novoa & López, 2013 p. 10).

De hecho, durante el período 2010 – 2012, el turismo de eventos, reuniones, congresos y convenciones, presentó un comportamiento favorable, creciendo a una tasa de 16,1% anual, el cual fue incidido en gran medida por el buen dinamismo presentado en 2012, cuando el incremento fue de 27,4%. En efecto, durante ese año, se realizaron en el Distrito de Cartagena de Indias, 223 eventos, 48 eventos más que en 2011 (Ver Gráfico).



Fuente: Tomado de (Novoa & López 2013, p. 11)

Con respecto a la relevancia económica de este segmento turístico en la economía de la ciudad, y de acuerdo a los cálculos realizados por el Centro de Estudios para el Desarrollo y la Competitividad "CEDEC", y a información suministrada por el CICA VB, permiten inferir que en el año 2011, cuando los gastos por convencionista en cada evento, alcanzaron los Us\$940.0 y asistieron 62.037 participantes, ingresaron en la economía de Cartagena, Us\$58,3 millones, cifra que se incrementó en 104% en el año 2012, como consecuencia del inusitado crecimiento tanto del número de eventos realizados, como de participantes (en total, ese año, se realizaron 223 eventos con 120.232 participantes). De hecho, ese último año ingresó a la economía de la ciudad,

por concepto de turismo de eventos, congresos y convenciones, Us\$119,03 millones, lo que evidencia la importancia económica del sector, y la necesidad de seguir fortaleciéndolo, pues representa un gran potencial para el desarrollo del turismo de Cartagena de Indias (Novoa & López, 2013, p. 22 y 23).

Otro aspecto positivo que hay que señalar con respecto a este segmento, son los resultados del ranking mundial del turismo de eventos internacionales, realizado por la Asociación internacional de Congresos y Conferencias, ICCA, que incluye información de más de cien países y más de 360 ciudades. Según lo ha reportado el CICA VB:

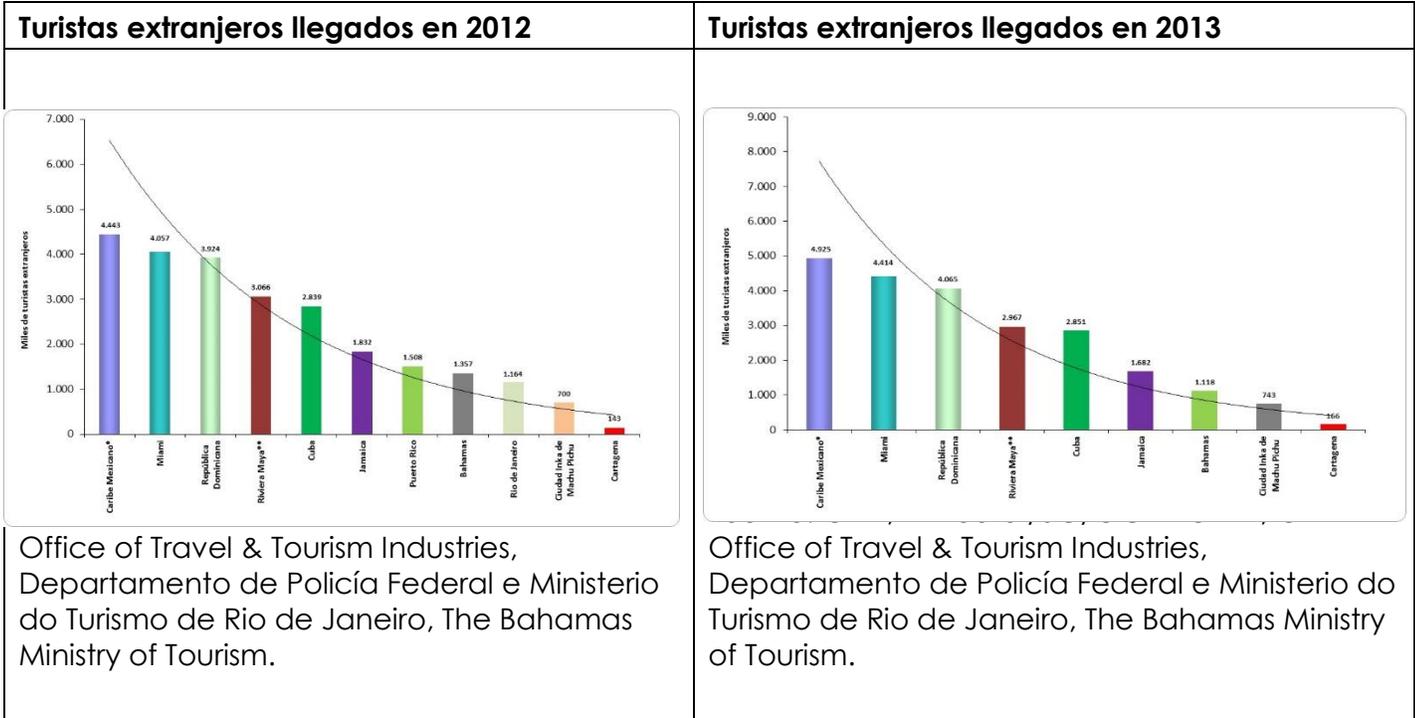
En 2014 la ciudad aumentó por tercer año consecutivo el número de eventos internacionales realizados, posicionándose como el destino número 9 en América Latina. Cartagena de Indias fue sede de más de 280 eventos, entre los que se encuentran 45 eventos que cumplen con los requisitos establecidos por ICCA. El impacto social y académico de estos eventos también es positivo para la ciudad, el 48% de estos eventos pertenecen a los sectores de: industria, tecnología y ciencias de la salud.

Cartagena se ha posicionado como el destino número uno de Colombia en atracción promedio de delegados. Si bien la ciudad se ubica en la segunda posición de Colombia dentro del ranking, solo superada por Bogotá. Cartagena logró aumentar el número de eventos y mantenerse en la posición 57. El crecimiento constante de la ciudad de los últimos 3 años ha logrado reducir la distancia entre los dos destinos. Pasamos de una diferencia de 10 eventos con Bogotá en 2012 a una diferencia de 4 eventos en 2014.

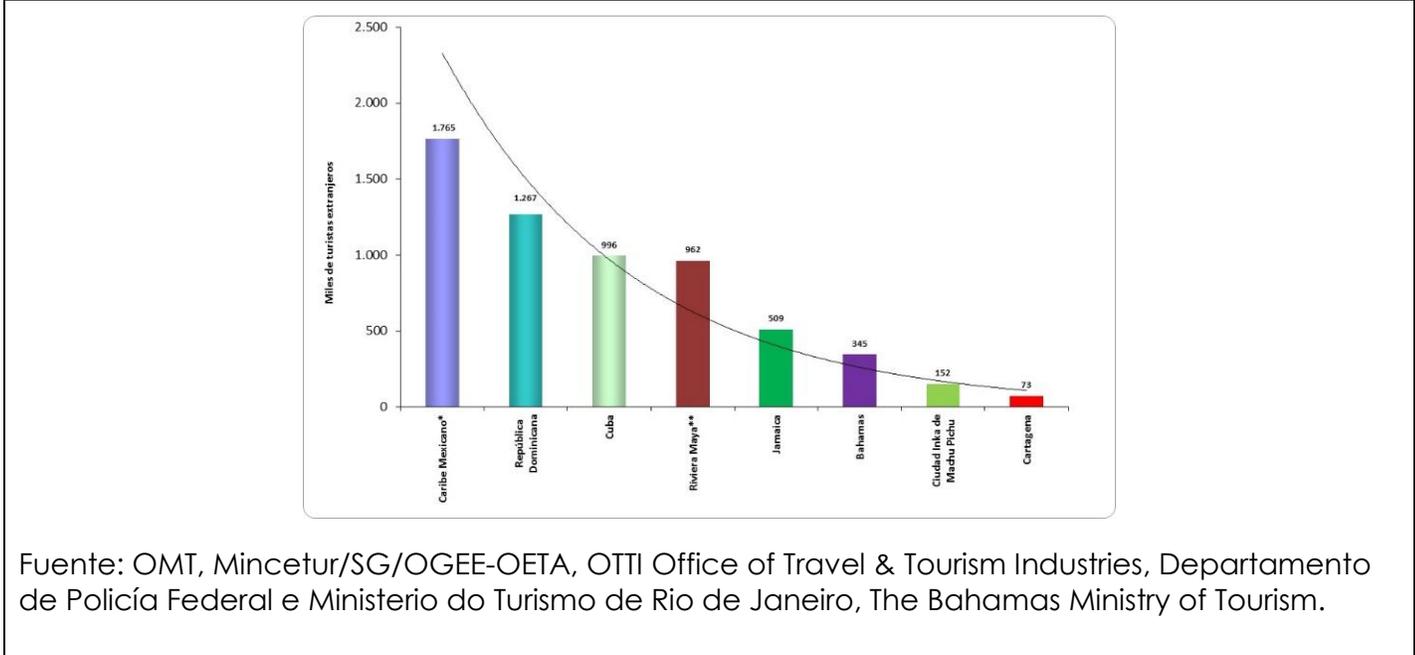
3.2. Turismo: Sector de grandes oportunidades para el desarrollo social y económico de Cartagena de Indias

Pese al comportamiento favorable a nivel local, si se compara el destino turístico Cartagena de Indias con otros destinos turísticos competidores de la ciudad, tales como el Caribe Mexicano (que incluye Cancún, Cozumel, Chetumal, Isla Mujeres), Bahamas, Cuba, Jamaica, República Dominicana, los resultados no son muy halagadores. En efecto, el análisis de la llegada de turistas extranjeros a estos destinos turísticos competidores de la ciudad, para los años 2012, 2013 y para el período enero – marzo de 2014, se encuentran muy por encima de lo registrado en Cartagena. El gráfico 1 evidencia en los tres escenarios, la última posición que ocupa Cartagena de Indias en cuando a llegada de turistas extranjeros.

Gráfico 1. Turistas extranjeros llegados s diferentes destinos turísticos 2012 – 2014 (Ene- Marzo)



Turistas extranjeros llegados entre enero y marzo de 2014



Por todo lo anterior, existe la necesidad y el compromiso de promover acciones para elevar los niveles de competitividad de Cartagena de Indias como destino turístico, buscando un mejor posicionamiento del sector a nivel internacional, recientemente se logró la reducción de la tasa aeroportuaria de US\$92 a US\$38, lo que se constituyó en una estrategia competitiva y de desarrollo local, que fortalece la competitividad del destino, toda vez que no solo promueve una mayor afluencia de turistas extranjeros a la ciudad, sino también que fortalece la posibilidad de incrementar el número de operaciones aéreas hacia y desde Cartagena

Es importante señalar además que el fortalecimiento de la competitividad del destino de Cartagena de Indias, además de la estrategia de disminución de la tasa aeroportuaria internacional

1. **Conectividad aérea.** En el tema de conectividad aérea, Cartagena de Indias cuenta con 46 frecuencias internacionales directas, lo que representa el 3,7% del total de frecuencias de Colombia quien cuenta con 859 frecuencias aéreas internacionales.

Cuadro 2. Frecuencias internacionales directas de Colombia por ciudad de destino

Conectividad directa internacional de Cartagena

Ciudad Origen	Ciudad Destino	Frecuencias Semanales	Aerolínea	Equipo/ Configuración Pax
Panamá	Cartagena	18	Copa	Embraer 190 (94 pax)
Miami	Cartagena	7	Avianca	Airbus 320 (150 pax)
Ft. Lauderdale	Cartagena	7	JetBlue	Airbus 320 (150 pax)
Ft. Lauderdale	Cartagena	4	Spirit	Airbus 320 (180 pax)
Nueva York	Cartagena	5-7	JetBlue	Airbus 320 (150 pax)
Nueva York	Cartagena-Pereira	3	Avianca	Airbus 319 (119 pax)
Total		46		

Fuente: SACSA, aerolíneas. Mayo de 2015. Elaboración Corpoturismo

Las frecuencias directos de otros destinos turísticos competidores de Cartagena, puede observarse en el Cuadro 4

2. **Inversión en promoción turística**, con el fin de lograr un posicionamiento del destino acorde a las tendencias y competencia actual, teniendo en cuenta el impacto socioeconómico que el sector trae a la ciudad.

Cuadro 4: Presupuestos promoción mercados competidores.

Destino Turístico	Inversión en promoción turística
Estados Unidos	USD\$200 millones de presupuesto
Canadá	USD\$ 48 millones
Costa Rica	USD\$ 6,4 millones
Chile	USD\$ 4,3 millones
Panamá	USD\$ 39,5 millones (2008-2011)
México	USD\$ 25 millones
Perú	USD\$ 5,5 millones
Brasil	USD\$ 40 millones hasta el 2014
Ecuador	USD\$ 21 millones
Australia	AUS 265 millones
España	EUR 42 millones

Fuente: Datos tomados de internet. Tomarse como referencia, no como datos oficiales.

3. **Quintas Libertades:** El uso de las Quintas Libertades constituye una herramienta de fomento y estímulo para los destinos con vocación turística. Es el caso, por ejemplo, de los Estados Unidos, Canadá y México, en Norte América; y de Francia, España, Italia y Grecia, para citar sólo algunos ejemplos, de Europa, y de nuestros vecinos, los países del Caribe, que atraen millones de visitantes, miles de millones de dólares y generan la mayor cantidad de empleo, para sus ciudadanos, apalancando medidas que impulsen y no representen trabas para el aterrizaje de vuelos y por consiguiente visitantes de mercados estratégicos.

Por su parte Colombia, por su ordenamiento legal, exige reciprocidad para autorizar la llegada de los vuelos internacionales a nuestros aeropuertos con los beneficios de los "cielos abiertos", lo que nos sitúa en desigualdad frente a nuestros pares y competidores en el ámbito turístico.

Los cielos abiertos también incluyen el uso de las "Quintas libertades" para las aerolíneas extranjeras que lleguen a los aeropuertos, lo que les permite tomar y

desembarcar pasajeros, carga y correos con destino o procedencia de terceros Estados.

Se propone eliminar el requisito de la reciprocidad para las aerolíneas internacionales y la autorización de la vigencia de cielos abiertos y uso pleno de las Quintas Libertades, sin restricciones, para que desde nuestro aeropuerto se pueda competir en condiciones de igualdad con los aeropuertos de los países del Caribe y otros mercados que hoy ostentan de una buena porción de la torta de turismo receptivo internacional.

3.3. Certificación del Centro Histórico, como un destino turístico sostenible.

El objetivo de los procesos de calidad en materia turística consiste en crear una cultura de la excelencia en la prestación de los servicios turísticos a los consumidores, el certificado de Calidad Turística es la herramienta de promoción y reconocimiento para tal fin, que redundará en el crecimiento de la industria turística. Por tanto, es indispensable continuar con un trabajo mancomunado de ciudad que permita ratificar esta certificación.

En el 2014, Cartagena de Indias, inició el trabajo para la reactivación de la certificación de Centro Histórico, como destino Turístico sostenible, no se constituye en sí misma, una herramienta, sino que funciona como un conjunto de diversas estrategias que permiten continuar con el mejoramiento y sostenibilidad turística en la Ciudad de Cartagena, al tiempo que influye positivamente en la satisfacción de visitantes, turistas, residentes y empresarios.

La planificación estratégica, el desarrollo de políticas que integran transversalmente la sostenibilidad y el trabajo colectivo de los actores sociales e institucionales, permiten promover en los turistas y residentes acciones amigables con el ambiente, la cultura y la sociedad, de acuerdo a los requisitos establecido en la norma NTS TS 001, para destino turístico sostenible.

Este proceso de certificación, además de fomentar, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad. Artículo 1° de la Ley 1558 de 2012.

En relación a lo anterior, es importante resaltar que al obtener la certificación en calidad turística bajo la Norma Técnica NTS-TS Sectorial Colombiana 001-1,

de acuerdo a los resultados que ha precisado el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se ha logrado mejorar la competitividad del destino turístico, y de acuerdo con el compromiso de las entidades participantes se pretende que este mejoramiento siga aumentando de acuerdo a los principios de desarrollo sostenible y las tendencias mundiales del turismo.

¿En qué estamos?

En el mes de junio se realizó la auditoria de Certificación del destino por la casa certificadora ICONTEC, financiada por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo en la cual fue muy exitosa, teniendo en cuenta que no surgieron No Conformidades mayores, sino varias menores, que no nos impiden que nos otorguen la Certificación.

Hallazgos encontrados

1. No conformidad 01:

3.2 Requisitos Legales: por el incumplimiento de normativa que se evidencio en las visitas de inspección, especialmente protección de flora y fauna.

2. No conformidad 02:

3.4.1 Protección de Flora y fauna (Tortuga Carey) : No se evidencia que en el destino se realicen controles y seguimiento al cumplimiento de la ley 1453 de 2011 artículo 29 y al artículo 328 del código Penal Colombiano" Ilícito aprovechamiento de los recursos naturales renovables", específicamente en relación a la comercialización de tortugas carey en el sector de Las Bóvedas (San diego) y especies marinas protegidas (Plaza Santa Teresa)

3. No conformidad 03:

3.4.1 Protección de Flora y fauna (Coches Turísticos):

En el destino no se evidencia integralidad de los actores que intervienen la regulación de la operación del servicio de coches turísticos(equinos, pesebreras, coches)

En tal sentido, es necesario que el destino, debe contar con planes de acción definidos, a corto, mediano y largo plazo para poder subsanar estas no conformidades, en donde actualmente ya se han iniciados diferentes mesas de trabajos y con las entidades que tienen competencia para que estas acciones sean sostenible.

Este trabajo, es de todos, es participativo el resultado y el balance que se ha obtenido en este proceso es la es la sinergia de destino, en donde más que allá

que entidades hay trabajando ciudadanos bajo un mismo objetivo, con mensajes unificados de que **Cartagena es un Destino Turístico Sostenible**.

Entidades participantes en el proceso

Actualmente el sistema de sostenibilidad cuenta con más de 46 entidades, trabajando articuladamente, bajo cuatro componentes Mesas socioculturales, Económicas, ambientales y de requisitos generales.

La mesa Sociocultural están conformada por el Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena (Ipcc), Colegio Mayor de Bolívar, Escuela Taller, Secretaría de Participación, Secretaria de Educación, Instituto de Deporte y Recreación (Ider), Escuela de Gobierno, Secretaría de Participación, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), Secretaria de Educación, Cámara de Comercio, Cartagena al 100%, , Policía de Turismo, Fundación Renacer, Unicolombo, Universidad Los Libertadores , Artesanías de Colombia, Comisión de Turismo Cultural y Sostenible de San Diego y Getsemaní y los administradores de monumentos de la ciudad.

Las mesas Económica está conformado por la Fundación Tu Cultura, Secretaría de Interior, Secretaría de Participación, Policía Metropolitana, Anato, Asotelca, Cotelco, Evoca, Fenalco, Sociedad Portuaria de la Costa (Sprc), Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, Departamento Administrativa de Tránsito y Transporte (Datt).

Con referente a requisitos generales, se está trabajando activamente con La oficina de Gestión de Riesgo en conjunto con el Concejo Distrital para la Gestión de Riesgo de desastre, Secretaria de Infraestructura y Gerencia de Espacio público.

Por su parte, en la mesa Ambiental se trabaja con el Establecimiento Público Ambiental (EPA), Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, Surtigas, Unidad de Servicio Público, el Departamento Administrativo Distrital de Salud (Dadis), Oficina de Gestora Social, Promotora Ambiental del Caribe, Umata, Aguas de Cartagena, Fundación Tortugas, Hotel Santa Clara y Electricaribe.

Comité de sostenibilidad

Como ente articulador de cada una de las dimensiones, se conformó un Comité de Sostenibilidad, que lidera y organiza las acciones pertinentes para Certificación al Centro Histórico como Destino Turístico Sostenible.

El Comité de Sostenibilidad está organizado de la siguiente forma:

- *La Mesa Ambiental:* Establecimiento Público Ambiental (EPA) y Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco.
- *La Mesa Sociocultural;* Instituto de Patrimonio Cultura de Cartagena (IPCC) y Colegio Mayor de Bolívar.
- *Mesa Económica:* Corpoturismo y Fundación Tu Cultura, coordinan la Mesa Económica.
- *Secretaría Técnica de los requisitos Legales:* Universidad Rafael Núñez.

3.4. Lucha contra la informalidad y mejora del servicio turístico de Cartagena de Indias

Actualmente Cartagena es principal destino turístico de Colombia y dada la importancia de la misma y con el fin de hacer de Cartagena una ciudad más competitiva a nivel mundial es importante poder ofrecerles garantías y servicios de calidad a nuestros visitantes, que los prestadores de servicios turísticos lo hagan de manera adecuada y bajo el cumplimiento de la ley.

Con el fin objetivo de promover la formalidad en el sector turístico, liderada por el Viceministerio de Turismo con el apoyo de la Corporación Turismo Cartagena de Indias (Corpoturismo), la Policía de Turismo y las autoridades del Distrito, se conformó un comité interinstitucional de lucha contra la informalidad con el fin de realizar operativos en contra de este con el apoyo de las instituciones pertinentes para lograr dicho objetivo.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; a través del Viceministerio de Turismo, el Fondo Nacional de Turismo, la Cámara de Comercio de Cartagena y Corpoturismo, desarrollan talleres de formalización y legislación turística, la cual tiene como objetivo incentivar a los prestadores de servicios turísticos a continuar en el camino hacia la formalización turística.

Actualmente también se viene trabajando con el apoyo de Migración Colombia, Policía de turismo, Secretaría de Interior y Cámara de Comercio de Cartagena en campañas de sensibilización y socialización en las diferentes zonas de mayor influencia turística como (Bocagrande, laguito, Castillo grande, cresco y Marbella) a los prestadores de servicios turísticos sobre los requisitos para su funcionamiento y las buenas practicas que deben adoptar para prestar un buen servicio a los visitantes o turistas que llegan a la ciudad.

En los cuales se han tratado los siguientes temas:

- Controles y verificación de extranjeros
- Sensibilización y control contra la explotación sexual
- Control y sanción de todos los requisitos legales
- Beneficios de formalización (RNT)

Posterior, a los procesos de sensibilización se han realizado operativos obteniendo los siguientes resultados:

Los operativos se concentraron en los barrios de mayor afluencia de turistas como Bocagrande, El Laguito, Crespo y Marbella.

Se entregó a cada administrador un requerimiento formal de suministrar la información pertinente al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, so pena de ser sujeto de sanción administrativa, para ello se les otorgó un término de cinco días hábiles

En total se han visitado más de 87 inmuebles, de los cuales:

- En 37 edificios se verificó con los administradores, el uso como viviendas turísticas.
- 4 viviendas turísticas en el sector de Crespo
- 46 hoteles con RNT.
- 11 agencias de viajes con RNT.
- 3 Inmobiliarias con RNT. (Administradores de vivienda turística)
- 37 administradores de edificios fueron requeridos por escrito para entregar información sobre las viviendas turísticas.
- 1 Arrendador de vehículos
- 1 cierre de Hotel

En el barrio de Crespo se han realizaron las visitas de verificación a los establecimientos reportados por la Policía Metropolitana, con el fin de poder darle cumplimiento a los requisitos de funcionamiento.

En consecuencia a lo anterior, Es importante que existan programas dirigidos al sector turístico y seguir trabajando en pro de la formalidad turística y gestionar para que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, apruebe y establezca una entidad local para sancionar y vigilar a los presentadores de servicio turístico que estén incumpliendo con las normativas, teniendo en cuenta que los trámites para las sanciones no son ágiles y la idea es darle una respuesta inmediata y oportuna al turista.

3.5. Capacitaciones y Formaciones

El turismo es un fenómeno socio – económico que articula importantes actividades productivas en el ámbito Distrital, Departamental y Nacional, generando inversiones, consumo interno, ingresos de divisas e importantes niveles de empleo que contribuye al crecimiento económico y al aumento de la calidad de vida en la población, igualmente el turismo se constituye una de las industrias más dinámicas y grandes del mundo. Por sus implicaciones en la sociedad, a través de aspectos de tipo económico, cultural, sociológico y lúdico, el tiempo libre en esta actividad es utilizado cada vez más y los actores sociales y económicos promueven su desarrollo competitivo

La ciudad de Cartagena de Indias, actualmente considerada como foco del turismo en la región caribe, presenta un importante crecimiento en cuanto al turismo internacional, razón por la cual demanda profesionales bilingües, que puedan atender la necesidades laborales del sector y la demanda turística extranjera que llega a la ciudad, de acuerdo con los estándares internacionales exigidos.

En este sentido, la educación juega un papel de primer orden como factor decisivo en el desarrollo de cada país y el manejo de una lengua internacional como el inglés, se ha convertido en una necesidad al interior de los sistemas educativos para contribuir a que el desarrollo no sea aislado, sino que brinde las herramientas de comunicación necesarias para conectarse internacionalmente con el pensamiento global.

Bilingüismo

La ciudad de Cartagena de Indias, presenta cifras desalentadoras en referencia al manejo de una segunda o tercera lengua por parte de sus ciudadanos, especialmente los que se encuentran vinculados al sector turismo o que desean hacer parte de este, convirtiéndose así en una gran debilidad a nivel de competitividad, en relación con otros destinos turísticos a nivel mundial, teniendo en cuenta que las estadísticas en materia turística, apuntan al crecimiento del visitante extranjeros que llega a la ciudad.

De miras al mundo globalizado en el que estamos, y de cara al crecimiento de la industria turística de la ciudad, contar con personal bilingüe facilitaría notoriamente los intercambios de información, cultura y conocimiento, permitiendo así un incremento en la calidad de la prestación servicios turísticos en la ciudad, por ende la necesidad de poseer la capacidad de manejar dos idiomas o más idiomas, en una ciudad como lo es Cartagena de Indias, que se ha convertido en una vitrina turística a nivel mundial, y lugar escogido para

innumerables eventos nacionales e internacionales es una realidad indiscutible e imperativa.

CORPOTURISMO contempla dentro de las estrategias de su Plan de Acción "Incrementar el número de turistas en la ciudad de alto nivel de gastos nacional e internacionalmente", mediante el apoyo a la materialización de estrategias de alto impacto turístico, generando así no solo un beneficio para la ciudad sino para el país, ya que colabora con el gobierno nacional en el cumplimiento de las metas a 2014 tales como "continuar con la tarea de convertir a Colombia en un destino turístico de clase mundial apalancado en el desarrollo sostenible y el mejoramiento de la competitividad regional" y "recibir 4 millones de visitantes extranjeros en el año 2014 y 4000 millones de USD".

En consecuencia de lo anterior, La Corporación Turismo Cartagena de Indias, viene fortaleciendo las competencias comunicativas de los prestadores del servicio turístico en la ciudad de Cartagena, realizando varias acciones; una de ellas es la concentración de esfuerzos para el fortalecimiento del bilingüismo en los diferentes actores del sector al igual que el fortalecimiento de capacidades profesionales en el sector. En este sentido se propone realizar un programa de formación en desarrollo de competencias comunicativas en inglés y un curso para fortalecer conocimientos específicos del sector que conlleve a una mejor prestación de sus servicios profesionales, el cual es necesario la ciudad debe adoptar para contar con personal idóneo.

Profesionales calificados en turismo

Siendo Cartagena de Indias, una de los principales destinos del país, le tema del servicio es fundamental para que el turista y visitante al momento de llegar a la ciudad, se sienta que conforme y satisfecho por el producto o servicio adquirido.

Por lo anterior, para el destino debe tener políticas claras en materia de capacitación y entrenamiento que le permita al ciudadano, hacer parte de la industria turística que cada día va creciendo.

En consecuencia a lo anterior, han lo largo de estos años desde la Corporación Turismo, se han desarrollado talleres de coaching de ciudad dirigido a actores turísticos de la ciudad de Cartagena de Indias con el objetivo de capacitar a esta importante población del sector turístico de la ciudad, con el propósito de que logran articular su labor y de manera cooperativa fortalezcan la prestación de servicios turísticos en la ciudad y la imagen de la misma.

Esta actividades han consistido en la impartición de talleres a 144 actores turísticos de la ciudad, con una metodología a través de la cual se impartirán temáticas relacionadas con patrimonio, historia de Cartagena, el turismo en

Cartagena, entorno económico, político y social, competitividad, servicio al cliente, innovación y emprendimiento en el sector turístico, va dirigido a prestadores de servicios turísticos entre los que se encuentran chiveros, taxistas, policías, maleteros y vendedores de la ciudad de Cartagena de Indias.

Es importante seguir realizando este tipo de capacitaciones a los diferentes actores que hacen parte y tienen inherencia en el turismo con el fin de seguir complementando y fortaleciendo los conocimientos, actitudes y comportamientos necesarios para desarrollar individuos enfocados hacia el servicio, que utilicen las estrategias pensando en la satisfacción y calidad, y que centren su atención en las necesidades de los clientes, teniendo como resultado la calidad turística y siendo consecuente de que la Sostenibilidad del destino.

3.6. Ordenamiento de las playas

Uno de los principales atractivos de Cartagena son sus playas, esto lo corrobora la Encuesta a Viajeros 2012⁹ realizada por la Firma Criterium por encargo de la Corporación Turismo Cartagena de Indias, donde se evidenció que el principal factor que manifestaron los encuestados para decidirse por Cartagena como destino fue "Playas/Mar/Islas" con un 39% de participación. Al preguntar por los atractivos visitados aparece que "Las playas de la ciudad (sin islas)" es el atractivo con mayor participación con un 85,2%.

El desorden que se vive a diario en ellas, las innumerables quejas de las personas y turistas, así como los abusos a que son sometidos, nos pone de manifiesto la necesidad imperiosa e inaplazable de organizar estos espacios públicos, toda vez que son ellos el epicentro principal donde se desarrolla una de las actividades que más vende a nuestra ciudad en el exterior y de la que sustentan sus ingresos muchas familias cartageneras.

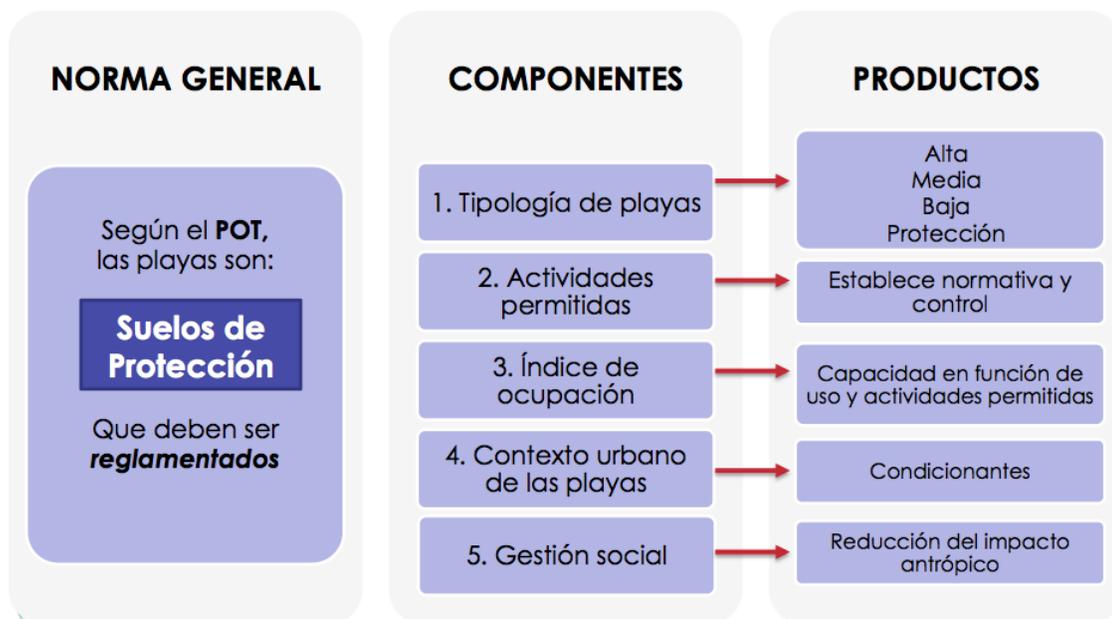
El Gobierno Nacional mediante el decreto 1766 del 2013, reglamento **Los Comités Locales para la Organización de las Playas** cuyo propósito, como su nombre lo indica es establecer el ordenamiento y organización de las playas. En Cartagena se han realizado 4 comités de playas.

Teniendo en cuenta lo establecido por el primer comité local de playas, El Distrito de Cartagena realizó un estudio que permitió determinar un **Modelo de Ocupación de las Playas de Distrito de Cartagena**.

⁹ Criterium –“Estudio de Satisfacción de Turistas con la Experiencia de Visita” 2012. A partir de 501 encuestas a Turistas Nacionales y Extranjeros. Por encargo de la Corporación Turismo Cartagena de Indias.

De la totalidad del frente litoral, se puede determinar la existencia de **62,2 kilómetros de playas en el Distrito de Cartagena**, las cuales presentan ocupación en las diferentes zonas establecidas en el decreto 1766 del 2013.

En resumen, Las playas son suelos de protección, y en este sentido lo que se realizó es una reglamentación sobre los suelos de protección ubicados en las playas, se clasificaron de acuerdo a una tipología y para cada tipología se determinaron las actividades permitidas con unos índices de ocupación de acuerdo a cada zona establecida en el decreto.



Hoy nos encontramos en un proceso de consulta previa del modelo de ocupación y con el acompañamiento del ministerio del interior a través del director de consultas previas.

Lograr un modelo de ocupación para las playas del distrito de Cartagena es un avance importante, pero el mayor reto que asume la ciudad frente a su competitividad en el producto de sol y playas, dependerá del trabajo que la nueva administración proponga para la implementación de todo este proceso.

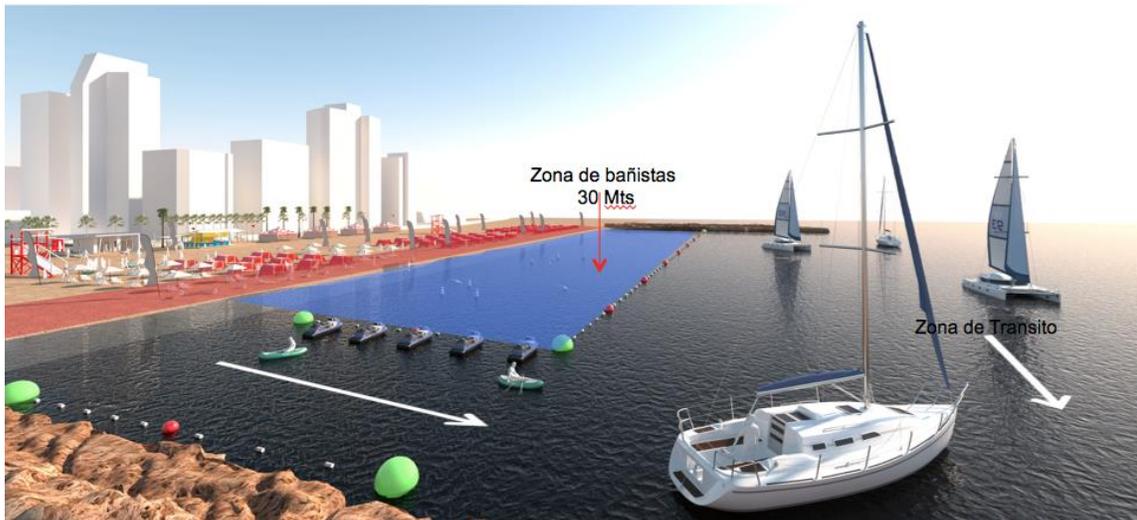


Imagen: Zonificación del Modelo de Ocupación

Este trabajo, debe concentrarse en la constitución de una unidad o gerencia de playas que asuma la coordinación de la aplicación, control y regulación de las áreas de playas que se reglamentaran y la implementación de los planes de ocupación de espacio público en las playas. Esto implica la destinación de recursos y priorización en el plan de desarrollo.

3.7. Proyecto Bulevar Turístico

El proyecto consiste en la adecuación de la infraestructura del servicio de playa, recuperación del espacio público, iluminación nueva por la noche y mejoramiento de la movilidad a lo largo de la Avenida Santander y primera de Bocagrande:

1. Incluye protección costera desde la Bocana hasta la zona de Bocagrande, Laguito y Castillogrande lo que ayudará a la recuperación de las playas en estos sectores.
2. Esa vía troncal conectaría mediante otras vías menores, en su gran mayoría existentes, con el resto de la ciudad y con la Cordialidad y la Troncal de Occidente, las otras dos vías de acceso a la ciudad
3. El estudio propone la recuperación de unas 100 hectáreas de playas y espacio público para dedicarlo a actividades lúdicas, servicios de playa y turísticos, paseos peatonales arborizados, ciclo vías, amoblamiento urbano y parqueaderos, favoreciendo el desarrollo en los barrios El Laguito, Bocagrande, el Centro Histórico, El Cabrero, Marbella y Crespo.

Estado Actual Alcaldía firmó prefactibilidad APP privada. En ejecución obras del paseo peatonal de Bocagrande- Castillogrande



Imagen del proyecto tipo de Bulevar Turístico

3.8. Implementación De La Señalización Turística Peatonal y Vehicular de Cartagena De Indias

La Corporación de Turismo, logro la financiación de los estudios técnicos para la señalización peatonal del centro histórico y la respectiva aprobación del comité técnico de patrimonio para su implementación.

En última reunión con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se indicó que se dispone de \$1200 millones de pesos para la implementación de la señalización. Al solicitar oficialmente el producto final al Viceministerio de Turismo (Infraestructura Turística), aseguraron que se encuentran a la espera de aprobación del Ministerio de Cultura para proceder a la contratación del mismo.

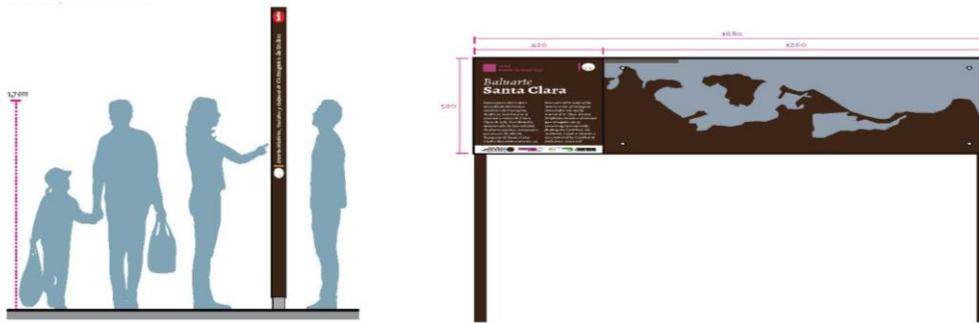


Imagen: Ejemplo de los elementos de señalización peatonal

Se requiere realizar las gestiones pertinentes para que el ministerio de comercio realice las inversiones necesarias para lograr la implementación de la Señalización Turística Peatonal

3.9. Desarrollo del Plan Sectorial de Turismo – Cartagena de Indias

El Plan Sectorial de Turismo que se formuló, ha sido el resultado de un proceso participativo que ha contado con la contribución de autoridades locales de turismo, empresarios, academia, diversas entidades del ámbito local, regional y nacional y de la comunidad, a través de los Consejos Comunitarios y Juntas de Acción Comunal, que buscan la corresponsabilidad en la asunción de compromisos fundamentales para obtener resultados tangibles en materia turística.

El Plan contempla unas líneas de acción lo suficientemente concretas para implementar las acciones de mejora del sector y desarrolla las siguientes líneas:

1. Gestión turística para la competitividad: un clúster turístico y autoridad turística para Cartagena de Indias
2. Estrategia de productividad empresarial
3. Sostenibilidad del destino
4. Ordenamiento territorial con criterios turísticos
5. Infraestructura turística
6. Diversificación del producto turístico
7. Promoción y mercadeo responsable
8. Turismo de interés social y turismo comunitario

Conclusiones

Por todo lo contenido en este documento, es importante que la nueva Administración, en articulación con los gremios turísticos, debe definir las políticas que en materia de turismo implementara el distrito de Cartagena mediante el Plan de Desarrollo y el Plan Sectorial de Turismo, en concordancia con el plan nacional y el Plan Maestro de Turismo para el Litoral Caribe Colombiano, buscando como finalidad demarcar unas directrices para orientar las actividades encaminadas a elevar la competitividad y mantener a nuestro destino posicionado para los diferentes segmentos, tanto en el Mercado Nacional como en el Internacional.

La promoción de la ciudad como destino turístico en los mercados internacionales, es un compromiso que debe asumir la administración distrital en los próximos años. Aquí vale la pena anotar que uno de los paradigmas sobre la ciudad y su estrategia de mercadeo nacional e internacional era: “la ciudad se vende sola”. Un bello cumplido, tal vez, pero que erróneamente se había convertido en la estrategia de mercadeo y promoción. Es decir, la administración distrital creía que no era necesario hacer esfuerzos de mercadeo porque ya éramos tan bien conocidos en Colombia y en el Mundo que invertir dinero en eso no era prioritario. Una equivocación grave que se ha comenzado a corregir y la próxima administración tiene como reto incrementar la inversión en las políticas turísticas contenidas en su plan de desarrollo.

La promoción turística de Colombia en el exterior ha visualizado otros destinos ofreciendo mayores alternativas para los turistas extranjeros en Colombia de ahí la importancia de desarrollar nuevas rutas directas desde otros países hacia Cartagena.

Un destino turístico puede estar muy preparado en cuanto a oferta de productos y atractivos turísticos pero si no hay como llegar (disponibilidad de sillas) no se puede lograr un crecimiento sustancial y se genera un cuello de botella.

Mejorar e incrementar la conectividad aérea de la ciudad con los principales destinos emisores, es un trabajo continuo en los que debemos enfocar los esfuerzos y recursos públicos y privados. Los resultados obtenidos en los últimos 5 años nos confirman la eficiencia de esta estrategia y nos obliga a continuar por esta senda.

La ciudad necesita unas playas ordenadas con un mínimo de condiciones para ofrecer servicios a todos los que la visitan, una infraestructura para potenciar su riqueza geográfica, ecológica, cultural e histórica, que faciliten la

movilidad y medios ambientalmente sostenibles como las ciclorutas, las alamedas y las vías peatonales.

En este orden de ideas, la reglamentación de las actividades de las playas del distrito, la realización de las obras de la avenida bicentenario y la recuperación de áreas de playas conceptualiza la ciudad que queremos, conjuntamente con el crecimiento económico organizado pero incluyente.

ANEXO 1:

PLAN SECTORIAL DE TURISMO DE CARTAGENA DE INDIAS 2014-2017 PROGRAMAS Y PROYECTOS

6. PROGRAMAS Y PROYECTOS

PLAN SECTORIAL DE TURISMO DE CARTAGENA 2014-2017

EJE DEL MODELO DE COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD: GESTIÓN DEL DESTINO

I. ESTRATEGIA DE GESTION TURÍSTICA PARA LA COMPETITIVIDAD	Fortalecimiento de la organización institucional para del turismo que brinde soporte a la competitividad del destino con la generación de bienestar general de los agentes del sector y la comunidad.				
Programa Organización Institucional	Este programa busca estructurar la funcionalidad local del turismo mediante la articulación de intereses del sector público con el privado, el debido control a la operación sectorial y las actuaciones en materia de seguridad turística y valoración de sitios de interés para el turismo.				
Proyecto 1: Un Clúster Turístico para Cartagena	Tiene como fin conformar la instancia de coordinación del desarrollo turístico del destino para fortalecer su capacidad de mejora continua e innovación para generar ventajas derivadas del análisis de los mercados y la elección de alternativas.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Construcción de una base de datos de los agentes del sector turístico en organizaciones de la ciudad.	CLUSTER conformado y funcionando. PSTC socializado en el destino a los agentes del sector. Plan de trabajo para el seguimiento al PSTC	No. de ejecutorias atribuibles al plan de trabajo y gestión del Clúster.	216.000	Alcaldía Distrital	Secretaría Interior
2. Conformación de grupo BASE para la organización del Clúster.				Cámara de Comercio	Corporación de Turismo
3. Definición de la operatividad del Clúster.				Corporación de Turismo	Cámara de Comercio
4. Definición del Grupo EJECUTIVO y designación del DIRECTOR				Gremios del turismo	Gremios del turismo
5. Definición de la entidad que ejercerá como Equipo Técnico. Dos personas en dos años (\$4.500.000/mes)					
6. Acuerdo del plan de trabajo del clúster sobre el PSTC y socialización del PSTC para su apropiación de diferentes agentes comprometidos con el desarrollo turístico del destino.					

Proyecto 2: Autoridad turística para el control		Con el proyecto se sientan las bases de operación de la dependencia responsable del control y sanción de las actividades de los prestadores de servicios turísticos.			
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Análisis de las normatividad en turismo para examinar las competencias y funciones que asumiría la dependencia distrital responsable del turismo creada en la Secretaría del Interior. Dimensionamiento de las necesidades de personal, instalaciones y equipos.	Dependencia operando	No. de acciones de sensibilización realizadas.	378.000	Alcaldía Distrital: Secretaría Interior	Secretaría Interior
2. Conformación y contratación de grupo de trabajo de 3 personas en tres años (\$3.500.000/mes) y articulación con la Policía de Turismo que ejerce control.		No. de empresas asistidas y/o sancionadas a prestadores de servicios turísticos.			
Proyecto 3: Seguridad Turística		Este proyecto consiste en la formulación del plan de acción, a partir de la conformación de la mesa de seguridad turística, para el diseño de campañas y cursos de capacitación, entre otros.			
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
3. Conformación del grupo líder para elaborar el Plan de acción para la seguridad turística con participación de autoridades de gobierno, marítimas, de turismo, policía, organizaciones turísticas y comunidades en los componentes del sistema de turístico (transporte, servicios y espacios turísticos). 2 profesionales - 8 meses - \$4.000.000/mes	Plan de acción para la seguridad turística formulado. Mesa de seguridad operando.	Plan de acción aprobado en la Mesa de Seguridad.	64.000	MinCIT FONTUR Alcaldía Distrital - Secretaría Interior	Secretaría Interior
4. Acuerdo sobre el alcance y conceptualización de la seguridad y conformación mesa de seguridad turística.	Manual de seguridad turística	Número de empresas que aplican el Manual de Seguridad			Corporación Turismo
5. Contratación del consultor líder del proceso para atender su alcance perfilado en la Mesa de Seguridad y con el Clúster de Turismo.	Identificación de acciones de seguridad y primeros auxilios	No. de campañas diseñadas.			Gremios del turismo en la ciudad
6. Formulación del plan de trabajo y acuerdo operación Mesa de Seguridad	Propuesta de Campañas de seguridad				Autoridades marítimas y de Policía

Programa: Fortalecimiento de la información turística en el destino	Consolidar la información para la toma de decisiones de política y desarrollar la señalización turística peatonal para disfrutar el destino con seguridad y comodidad.				
Proyecto 4: Medición de la competitividad turística	Diseñar una metodología para medir la competitividad turística con una aplicación piloto en el destino, de acuerdo con los indicadores del FEM.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Diseño de las bases para la medición de la competitividad turística local según la metodología del Foro Económico Mundial FEM mediante la conformación de un grupo líder. (1 profesional /8 meses /\$4.000.000/mes).	Metodología de medición de la competitividad turística de Cartagena en aplicación.	Aplicación piloto de la metodología	64.000	FONTUR	MinCIT Corporación de turismo Gremios del turismo en la ciudad
2. Articulación del proyecto con el SITCAR.				Alcaldía Distrital	
3. Aplicación de la metodología y seguimiento a resultados. (1 profesional /8 meses /\$4.000.000/mes).				Corporación de turismo Gremios del turismo	
Proyecto 5: Señalización turística en el centro histórico y en zonas insulares y en La Boquilla	Desarrollo de una consultoría para diseñar, fabricar, instalar y mantener el sistema de señalización turística peatonal de Cartagena que oriente, informe y facilite a residentes y visitantes, el disfrute y sentimiento de seguridad en sitios de interés, senderos, puntos de encuentro, rutas de evacuación, etc.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Articulación del proyecto "Señalización turística vial y peatonal de Cartagena" contratado por FONTUR con las necesidades de señalización peatonal en las islas de Tierra Bomba, del Rosario – Isla Grande y las zonas de Barú y La Boquilla considerando la vinculación de la comunidad local.	150 elementos (fabricación e instalación) de la señalización turística peatonal. - 100 en el centro histórico - 50 en zonas insulares y La Boquilla	No. de señales instaladas y georreferenciadas.	1.500.000 (Incluye los \$684 M. del proyecto en ejecución del MinCIT-FONTUR)	Alcaldía Distrital	Corporación de Turismo Alcaldía Distrital Presentado al Concejo Distrital
2. Fabricación de los elementos de la señalización turística peatonal con materiales locales e instalación en los lugares identificados y georreferenciación de las mismas para su instalación. \$10 M. por señal en promedio. Incluye diseño de zonas insulares.				MinCIT/ FONTUR (684.000 en el diseño del sistema de señalización turística vial y peatonal de Cartagena)	
3. Diseño y adjudicación del sistema de señalización para mantenimiento y comercialización.					

Proyecto 6: Cartagena Mía					
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Consolidación campaña promocional.	Sitios y atracciones integradas a campaña	Visitas a los atractivos turísticos	600.000 Estimado Corpoturismo	Corporación de Turismo Gremios del turismo	Corporación de Turismo
3. Estrategia de ampliación cobertura e incentivos para incorporación de residentes y comunidades	Empresarios vinculados				

II. ESTRATEGIA DE PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL	La gestión empresarial refuerza la competitividad del turismo de Cartagena e incluye el compromiso con la productividad que conlleva la formalización de prestadores de servicios turísticos y cualificación del talento humano con el concurso de instituciones y organizaciones del sector.				
Programa Formalización y cualificación del sector	Una de los cuellos de botella de la actividad se relaciona con la informalidad visibilizada por los diferentes gremios del sector, el turista y el visitante.				
Proyecto 7: Cartagena MI Empresa	Con el concurso del Gobierno Nacional, a través del MinCIT, y de la Cámara de Comercio de Cartagena, se trabajará en la formalización de las empresas turísticas y en la consolidación de las formales.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Identificación de los prestadores de servicios turísticos informales de la ciudad de Cartagena.	100 prestadores de servicios turísticos y emprendedores formalizados dentro de la actividad turística.	No. de empresas turísticas formalizadas	100.000	MinCIT Cámara de Comercio de Cartagena	Cámara de Comercio de Cartagena
2. Diagnóstico de la oferta de prestadores de servicios turísticos informales.					Corporación de Turismo
3. Generación de un programa de sensibilización dirigida a prestadores turísticos y emprendedores para que conozcan los beneficios de la formalización.					Sena
4. Seguimiento y acompañamiento con el fin de alcanzar su formalización. \$1M. por prestador - 10 horas					

Proyecto 8: Mejoramiento prestación de servicios de los coches	El recorrido en coche como elemento del producto turístico amerita la atención de cocheros (capacitación), uso del territorio, tarifas e infraestructura.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Organización de la prestación de servicios de los cocheros en las zonas turísticas, mediante un sistema de operación que incluya entre otros, puntos de venta de tiquetes, ordenamiento de rutas, pesebreras y tarifas. \$100 M. Capacitación de los cocheros. \$20M.	120 cocheros capacitados en cultura turística (servicio al cliente, información, ética y ESCCNA).	Número de cocheros capacitados.	600.000 Global	Alcaldía Distrital	Corporación Turismo Cartagena
2. Disposición de un espacio para la localización de pesebreras e infraestructura de mantenimiento de coches y cuidado de caballos. \$480M. (40 pesebreras 800 m2 + 200 m2 de urbanismo x \$400.000 m2. + \$80 M. dotación	40 coches atendidos. Organización operando	Número de coches en adecuado estado para la prestación del servicio.			Sena
Programa Talento Humano – Evaluación formación y capacitación	Este programa parte del análisis de tendencias del mercado turístico e identificación de perfiles ocupacionales y comprende la sensibilización a grupos poblacionales específicos, tanto para la incorporación en procesos de calidad y sostenibilidad, el desarrollo de emprendimientos y modelos asociativos que cualifique el talento humano vinculado con el sector, como para la promoción del uso de TIC que agreguen valor y articule la cadena de servicios turísticos.				
Proyecto 9: Formación y capacitación en turismo	Este proyecto integra las necesidades de formación y capacitación de agentes de la cadena de servicios con respecto a las ofertas de educación formal y las tendencias del mercado turístico. Busca el apoyo a iniciativas para la asociación y la actualización de conocimientos y formación.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Ejecución de un plan de formación y capacitación en turismo, que articule y fortalezca las acciones en desarrollo.	Plan en ejecución	Número de empresarios turísticos capacitados.	300.000	MinCIT FONTUR SENA Gremios Turísticos	Corporación Turismo Cartagena SENA
2. Capacitación y re-educación a los guías de turismo, integrantes de los gremios de conductores de taxi, vendedores ambulantes, lancheros, \$224M. (5 subsectores 8 cursos c/u de 40h curso - \$140.000 hora incluye materiales)	Procesos asociativos fortalecidos. (3)	No. de personas y prestadores turísticos asociados y capacitados			
3. Formación en inglés para los vinculados a la prestación de servicios turísticos y complementarios en la cadena de valor del turismo. \$56M. (10 cursos de 20	100 personas capacitadas.				

personas 40 h.)					
4. Expedición de una normatividad especial para la guianza que fomente su asociatividad y adaptación a las exigencias de un destino más competitivo. \$20M.					
Proyecto 10: Implementación del Programa Colegios Amigos del Turismo en Zonas Insulares (Tierra Bomba, Isla Grande) y en La Boquilla.	El proyecto contribuye a que los estudiantes de colegios conozcan los impactos positivos y negativos del turismo como actividad del tiempo libre, en sus dimensiones sociocultural, ambiental y económica, se formen en cultura turística del destino y como potenciales turistas responsables.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Identificación y conocimiento de colegios interesados para definir intervención curricular participativa.	Reuniones de sensibilización en CAT	No. de reuniones realizadas para sensibilizar a CAT	60.000	MinCIT FONTUR	MinCIT Corporación de Turismo
2. Definición de necesidades reales de formación para atender problemáticas asociadas al turismo	Asistencia técnica a 3 colegios durante un año escolar				
3. Definición de saberes y destrezas que el estudiante debe adquirir, los cuales se deben reflejar en los perfiles del egresado.	Diagnóstico de cada colegio	No. de colegios vinculados al programa			
4. Consolidación de políticas institucionales en lo referente al modelo pedagógico, la estructuración del currículo, el programa de estudios de las áreas y el modelo de planificación de áreas por competencias.	Propuesta de aplicación del programa en cada colegio y seguimiento.				
5. Diseño de un proceso de evaluación continua desde el interior de la institución y desde entes externos que evalúen la calidad del programa ofrecido. \$20M. c/u					

EJE DEL MODELO: SOPORTE Y RECURSOS TURÍSTICOS

III. ESTRATEGIA SOSTENIBILIDAD DEL DESTINO	Impulso del desarrollo turístico que interprete las dinámicas del mercado frente a su crecimiento futuro y mitigue impactos negativos con la promoción de buenas prácticas y la participación local.				
Programa sostenibilidad turística	La sostenibilidad turística en un territorio conlleva acciones de los prestadores de servicios y la población receptora, que armonice intereses con los visitantes y facilite el disfrute del lugar con la preservación del patrimonio cultural y natural.				
Proyecto 11: Centro Histórico destino turístico sostenible	Para hacer posible la sostenibilidad del Centro Histórico se requiere el compromiso de su preservación, organización en la gestión y promoción, con la coordinación de los diferentes agentes públicos y privados y la población residente.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Propuesta organizacional para gerenciar el Centro Histórico que coordine la gestión de las entidades distritales y continúe el proceso de sostenibilidad, en el marco de la norma de destinos turísticos sostenibles. Año1 \$36M. (6 meses x \$6 M.) Año2 \$72M. (12 m.)	Campañas diseñadas	No. de Campañas diseñadas y divulgadas (sin presupuesto para medios)	476.000	MinCIT FONTUR Alcaldía Distrital	Corporación Turismo Sena Escuela Taller Instituto de Patrimonio Cultural de Cartagena
2. Campañas de compromiso con la aplicación de criterios de calidad y sostenibilidad para la apropiación patrimonial del CH por parte de autoridades, empresarios, residentes y visitantes. \$160 M.	Diseño del banco de buenas prácticas sostenibles				
3. Conformación de banco de buenas prácticas en sostenibilidad y apropiación patrimonial con la divulgación masiva a usuarios del CH.	Formatos diligenciados con registro de datos del sistema y de cada requisito	No. de empresas e instituciones con buenas prácticas sostenibles y acciones de responsabilidad social			
4. Impulso en la incorporación de prácticas de responsabilidad social a los empresarios, residentes y usuarios del CH. Año1 \$120M. (4 personas – 6 meses \$5 M. c/u)	Destino Turístico Sostenible Certificado				
5. Seguimiento al cumplimiento de requisitos, sistema de gestión y política de sostenibilidad del CH como destino turístico sostenible. Año2 \$48 M. (Profesional 12 meses x \$4M.) + Pre-auditoria \$40M.					

Proyecto 12: Sostenibilidad turística en la prestación de servicios turísticos		El proyecto motiva el cumplimiento de la Ley 1558 de 2012 en cuanto a los requisitos de sostenibilidad en los prestadores de servicios turísticos mediante aportes del sector público y privado.			
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Sensibilización de la importancia y pertinencia de la sostenibilidad en la prestación de servicios y actividades cotidianas y definición de interesados. No se indica un valor pues lo podría asumir Corpoturismo	Eventos de sensibilización en las NTS-TS y en RSE.	No. de eventos realizados	150.000 1.500 por PST	FONTUR Gremios turísticos en la ciudad Corporación de Turismo	Corporación de turismo Gremios turísticos en la ciudad
2. Diagnóstico de cada prestador de servicios turísticos – PST con respecto a los requisitos de las NTS-TS y NTC-5133.(\$350.000 promedio por prestador, dos visitas cada una de 2 horas incluyendo materiales)	Asistencia técnica a 100 PST para la elaboración de diagnósticos y plan de acción	para definir el presupuesto total. No. de planes de acción formulados			
3. Plan de acción para alcanzar cumplimiento de requisitos frente a las normas.	Asesoría a 100 PST	No. de PST acompañados			
4. Acompañamiento a cada PST en la aplicación de buenas prácticas para cumplir requisitos de las normas. \$1M por cada prestador 10 horas	Formatos diligenciados con registro de datos del sistema y de cada requisito a 100 PST	No. de PST con prácticas de RSE			
5. Impulso en la incorporación de prácticas de responsabilidad social a los empresarios del CH.					
6. Seguimiento al cumplimiento de requisitos, sistema de gestión y política de sostenibilidad para las auditorías de calidad en sostenibilidad turística. (\$150.000 por cada prestador una visita de 2 horas) No incluye preauditoría ni auditoría cuyo costo promedio se estima en \$3M por PST					

Actividades		Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
Proyecto 13: Apropiación social del patrimonio cultural del destino		La apropiación social del patrimonio parte del respeto de su autenticidad, la conservación con sus valores tradicionales y la contribución a su entendimiento para definir las maneras de utilización y aprovechamiento que conlleva el intercambio de costumbres, interacción entre personas y aprendizaje de las mismas. Esto acorde con las políticas del turismo cultural, artesanal y comunitario				
1. Compilación y valoración con la comunidad de un inventario del patrimonio cultural inmaterial (artesanía, gastronomía, festividades, música y artes escénicas, tradiciones y expresiones orales y conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo). \$10M la elaboración del inventario.		Inventario del patrimonio cultural valorado.	Número de productos turísticos culturales del PCI validados por el sector.	50.000	MinCIT FONTUR	Corporación de Turismo Escuela Taller IPCC
2. Propuesta de estrategias creativas en opciones de productos de turismo cultural basado en los activos del patrimonio cultural inmaterial. \$10M la elaboración de las propuestas con el análisis de validación.		5 Productos turísticos diseñados				
3. Organización de las comunidades para el desarrollo de acciones de promoción y comercialización. \$30M. (6 meses x \$5 M.)						
Proyecto 14: Gestión para el uso del espacio público y del patrimonio cultural		El proyecto pretende impulsar las posibilidades de uso tanto del espacio público como del patrimonio cultural para generar ingresos para su mejoramiento.				
Actividades		Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Definición de áreas de interés turístico que cuenten con atractivos y servicios turísticos y complementarios, facilidades para acceder, circular y permanecer y espacio público o bienes de interés cultural susceptible de usar en actividades de turismo que potencie su aprovechamiento económico. \$36M. (6 meses x \$6M.)		Áreas de interés turístico identificadas y definidas	No. de áreas de espacio público que generan inversión en mejoramiento de áreas turísticas.	170.000	Alcaldía Distrital: Secretaría de Planeación	Corporación de Turismo Escuela Taller Presentado al Concejo Distrital
2. Elaboración de lineamientos con las entidades administradoras del espacio público para buscar que los beneficios generados del uso del espacio público y bienes de interés cultural de propiedad de entidades públicas revierta en su mejoramiento y de su entorno. \$50M. (10 meses x \$5M.)		Norma elaborada para el aprovechamiento del espacio público	Norma aprobada			
3. Diseño e implementación de un programa piloto de enlucimiento de fachadas y techos de inmuebles y		Documento propuesta de	No. de fachadas y de techos mejorados.			

IV. ESTRATEGIA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL CON CRITERIOS TURÍSTICOS	Desarrollo de acciones que propicien y fortalezcan la cadena de valor del turismo en el territorio y la competitividad de los productos turísticos con generación de oportunidades económicas y sociales, bajo criterios de cooperación.				
Programa ordenamiento territorial con impacto en el turismo	El programa consiste en la definición del uso turístico en los proyectos de ordenamiento territorial y de aprovechamiento de bienes públicos como playas, bienes de interés cultural y espacio público.				
Proyecto 15: Estudio de ordenamiento territorial de la Isla de Barú	El proyecto consiste en impulsar el proceso de formulación de un plan maestro de ordenamiento turístico en la isla de Barú dada su vocación turística que permita la gestión del suelo para hacer productivo su uso, bajo principios de equilibrio territorial, sociocultural, económico y ambiental.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Conformación de un grupo de trabajo para realizar el análisis, ordenación del paisaje y cualificación ambiental, delimitación de usos turísticos y gestión de áreas públicas con el sector privado.	Documento sobre el análisis del uso turístico	Unidades territoriales definidas para el uso turístico.	360.000	Alcaldía Distrital CARDIQUE	Alcaldía Distrital Secretaría de Planeación Corporación de Turismo
2. Participación en la identificación de normas urbanísticas para la utilización del suelo, tratamientos, cargas y beneficios.	Documento de paisajismo de la isla				
3. Apoyo en la elaboración del documento técnico de soporte de la propuesta de norma distrital del Plan Maestro de Ordenamiento turístico de la isla de Barú. Grupo de 5: director \$6M en 18 meses, experto \$6M 8 meses, 3 profesionales a \$4M por 17 meses	Documento técnico de soporte del proyecto de norma distrital del Plan	Plan aprobado			Presentado al Concejo Distrital

Proyecto 16: Declaratoria de Recursos Turísticos en Tierra Bomba, Isla Grande y La Boquilla.	La aplicación de este instrumento de ordenamiento y desarrollo del turismo busca privilegiar la industria turística en las áreas o zonas del territorio a través de acciones de protección, preservación, recuperación, manejo y aprovechamiento en beneficio colectivo y con la debida injerencia de autoridades del caso según el tipo de bien.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Realización de análisis de las condiciones, requisitos y procedimientos del proyecto de declaratoria como recurso turístico del área costera a delimitar en las islas de Tierra Bomba e Isla Grande y en La Boquilla. \$50M consultoría de 6 meses en el año 1					
2. Consulta previa a las comunidades afrodescendientes que habitan los territorios para efectos de examinar las posibilidades de la declaratoria. \$50M consultas año 2					
3. Definición de políticas, medidas y asignación de recursos para el manejo de los recursos turísticos. \$10M documentación legal.					
4. Elaboración del documento técnico de soporte para la delimitación y propuesta de norma distrital para la declaratoria de Recursos Turísticos, basado en los principios del desarrollo sostenible, la conservación del patrimonio cultural inmueble y sus valores locales, sus recursos naturales. Grupo de 5 técnicos: director \$6M en 30 meses, experto \$6M 15 meses, 1 profesional \$4M por 30 meses	Documento técnico para la declaratoria. Propuesta de norma	No. de recursos propuestos para proteger.	500.000	Alcaldía Distrital:	Alcaldía Distrital DIMAR Corporación de turismo
5. Declaratoria y definición de nuevas normas urbanísticas para utilización del suelo, tratamientos y cargas y beneficios y normas urbanísticas en general y análisis de consideración del uso turístico					

Programa Adaptación, y mejoramiento del espacio público con fines turísticos	El programa busca la adecuación y mejora del producto turístico, la recuperación y restitución del espacio para alcanzar la meta ideal del "espacio público efectivo" (CONPES 3718 de 2012), mediante el desarrollo de actividades culturales y de apropiación local.				
Proyecto 17: Modelo para la ocupación de playas	La Corporación de Turismo viene estructurando un modelo de ocupación de playas que incluye obras de protección costera y de playas, reglamentación y manejo y equipamiento.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
<p>1. Protección costera y de playas. Tramo Marbella – Crespo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de los términos técnicos y convocatoria de los estudios y construcción de 2 kilómetros del malecón desde Marbella hacia Crespo, del total de 8 kilómetros hasta las playas de Bocagrande. 	Estudios de diseño y construcción e interventoría del proyecto contratados	Estudios realizados	1.200.000	Alcaldía Distrital Secretaría de Planeación	Alcaldía Distrital Corporación de Turismo Presentado al Concejo Distrital
<p>2. Reglamentación y manejo de playas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reglamentación con lineamientos sobre su organización, requerimientos de infraestructura y facilidades, manejo de ventas ambulantes y papel de los hoteles. - Operación y funcionamiento del Comité Local de Playas, integrado por el MinCIT, Capitanía de Puerto (DIMAR) y la Alcaldía Distrital. - Elaboración de la propuesta para la certificación de playas turísticas, la cualificación en la prestación de los servicios ofrecidos en las playas turísticas y guías del ecosistema de playas y sensibilización en el comportamiento en su uso y disfrute. Profesionales (2) x 8 meses x \$5M. 	<p>Decreto sobre la reglamentación de playas elaborado.</p> <p>Comité operando</p> <p>Plan de trabajo para identificación de impactos y certificación</p> <p>Elaboración de guías de playas y sensibilización a usuarios.</p>	<p>Reglamentación y manejo de playas.</p> <p>No. de reuniones del Comité de Playas Plan aprobado y con recursos</p> <p>Política y sistema de gestión formulado y buenas prácticas frente requisitos.</p> <p>No. de guías distribuidas</p>	80.000	Alcaldía Distrital: Secretaría de Planeación	Alcaldía Distrital: Secretaría de Planeación

<p>3. Equipamiento en playas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Análisis del modelo de equipamiento de playas (asoleadoras, parasoles y canecas de basura) para examinar figura jurídica de base comunitaria que preste el servicio con la comunidad. - Organización del sistema de prestación del servicio a cargo de la comunidad, financiado por empresarios turísticos y usuarios independientes en las playas. - Profesional (1) x 12 meses x \$4M. 	<p>Propuesta de figura jurídica.</p> <p>Emprendimiento prestador del servicio de playas.</p>	<p>No. de emprendimientos vinculados al proceso playas dotadas de asoleadoras, mesas y canecas</p>	<p>48.000</p>	<p>Alcaldía Distrital: Secretaría Planeación</p>	<p>Corporación Turismo</p> <p>Junta de Acción Comunal</p> <p>Consejo Comunitario</p>
<p>Proyecto 18: Adaptación y mejora de la planta de servicios y su estética en La Boquilla</p>		<p>El inventario de la oferta de servicios en La Boquilla realizado por Pacaribe, muestra la necesidad de mejora del equipamiento y apoyo a la comunidad, articulada con la prestación de los servicios de embarcaderos turísticos. Los beneficiarios son la Junta de Acción Comunal y Consejo Comunitario</p>			
<p>Actividades</p>	<p>Metas Producto</p>	<p>Indicador</p>	<p>Presupuesto (\$000)</p>	<p>Financiación</p>	<p>Responsable</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Reconstrucción y mejora de la estética de cabañas y demás puntos de venta de alimentos y bebidas. - Dotación de baños, sillas, carpas, canecas, que mejoren el servicio de playa. - Fortalecimiento de los productos etno y ecoturísticos con la capacitación en servicio al cliente, manejo de alimentos y guianza. 	<p>240 puntos de venta reconstruidos. \$3M x 240 = \$720M.</p> <p>Dotación entregada (300 sillas, 400 carpas). \$106M.</p> <p>120 personas capacitadas en servicio al cliente, manipulación e higiene de alimentos</p> <p>4 cursos 60 pax c/u 40h. \$150.000h \$24M.</p>	<p>Número de puntos de venta mejorados</p> <p>Personas capacitadas</p>	<p>850.000</p>	<p>Alcaldía Distrital: Secretaría de Infraestructura a DADIS</p>	<p>Corporación Turismo</p> <p>Junta de Acción Comunal</p> <p>Consejo Comunitario</p> <p>Presentado al Concejo Distrital</p>

Proyecto 19. Recuperación paisajística de la zona exterior de las murallas		El proyecto consiste en la contratación tanto de los estudios de diseño paisajístico, como su supervisión de la zona exterior de las murallas que en 2014 cumplirá 30 años de su inclusión en la Lista del patrimonio de la Humanidad por la Unesco.			
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Elaboración de los términos de referencia para contratar los estudios de ordenamiento paisajístico de la zona periférica del centro del histórico, a lo largo del cordón amurallado junto con las propuestas de amoblamiento básico, diseño de jardines y senderos que permitan poner en valor este importante patrimonio cultural y las alternativas de sostenibilidad. \$45M (5% del valor estimado)	Estudios iniciales formulados	Zonas periféricas a las murallas ordenadas y amobladas	900.000	Alcaldía Distrital Escuela Taller	Corporación de Turismo
2. Elaboración de los términos de referencia para supervisar los estudios anteriores. \$45M (5% del valor estimado)					Fundación Escuela Taller
3. Contratar tanto el estudio planteado, como la supervisión del mismo y desarrollar las actividades de socialización de las propuestas. \$700M el estudio y \$110M la interventoría (no se ha hecho estudio de precios de mercado)					Presentado al Concejo Distrital
4. Desarrollo del plan de acción para la recuperación de la zona exterior de las murallas con el mantenimiento del mobiliario y las zonas verdes planteadas.					
Proyecto 20: Recuperación y mejoramiento del turismo en Tierra Bomba (Bocachica y Punta Arena)		El proyecto busca la reactivación del turismo en la Isla de Tierra Bomba.			
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Articulación del proyecto con las Fundaciones Escuela Taller y Puerto Bahía, con el acompañamiento de la OIM, que mejore el recurso humano y el patrimonio cultural	Diseño y construcción de plazoletas y baterías de baño y depósito.	Plazoletas adecuadas y dispuesta con los servicios turísticos. No. de toldos fabricados para uso de pobladores	400.000	Fundaciones Escuela Taller y Puerto Bahía	Fundaciones Escuela Taller y Puerto Bahía
2. Diseño y construcción de plazoletas de encuentro y localización de toldos o tiendas de fabricación artesanal (madera y cubierta de lona) para proporcionar un espacio a pobladores donde ofrezcan comidas típicas y artesanías locales					Consejos Comunitarios y JAC
3. Baterías mixtas de baños y un depósito de los toldos.					

EJE DEL MODELO: RECURSOS CLAVES Y ATRACTIVOS

Impulso del desarrollo turístico que respete las dinámicas del mercado frente a su crecimiento futuro y sea posible mitigar impactos negativos con la promoción de buenas prácticas y participación.

V. ESTRATEGIA DIVERSIFICACIÓN DEL PRODUCTO	Cartagena enfrenta el reto en el desarrollo, diseño, y gestión de nuevos productos especializados tales como el turismo experiencial y cultural, turismo náutico, de salud y bienestar, turismo patrimonial, MICE, bodas, golf, entre otros, en coordinación y con la realización continua de labores de inteligencia competitiva –benchmarking– análisis y visión de mercados que definan un portafolio innovador y diferenciado.				
Programa Turismo experiencial y cultural	El estudio de experiencias únicas de Colombia del MinCIT impulsa la generación de productos y espacios turísticos que mejoren las opciones disfrute para viajeros “ <i>Discerning travelers</i> ”, identificó en CTG el producto experiencial “cultura y noche de fiestas en Getsemaní” que debe estructurarse en su definición y concepto y poner en valor como producto cultural sostenible. Otros productos requieren la apropiación de espacios públicos y la creación de rutas/redes turísticas que recojan acontecimientos ocurridos en la ciudad para comunicar vivencias y experiencias.				
Proyecto No. 21: Ruta cultural y producto turístico sostenible en Getsemaní	Consiste en el desarrollo e implementación de un nuevo modelo de turismo cultural sostenible con la comunidad de Getsemaní como un proceso de identidad cultural que lleve a cabo una puesta en valor para el desarrollo de una ruta cultural comunitaria, la fundación TuCultura ha formulado un proyecto que de participación a organizaciones distritales y locales e integre un portafolio de productos de base comunitaria, que contribuyan a enfrentar la gentrificación de Getsemaní				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Aplicación de un modelo de turismo cultural sostenible con la comunidad de Getsemaní como un proceso de identidad cultural a partir de la conceptualización de una ruta cultural – comunitaria planteada por la fundación TuCultura.	Modelo diseñado y en operación a través de la Ruta turística la cultural comunitaria Getsemaní	Ruta diseñada.	180.000	Alcaldía Distrital	Corporación Turismo Cartagena Sena
2. Sensibilización en el reconocimiento de identidad cultural y turismo cultural comunitario.		Guiones temáticos e información técnica cultural y patrimonial			Presentado al
3. Diseño y estructuración de una ruta cultural comunitaria con contenidos, artísticos, etnográficos,		Mapa de la ruta con la información básica de su recorrido y guía			Concejo Distrital

históricos, sociales y políticos.		técnica de la misma.			
4. Capacitación a los grupos objetivos (Junta de Acción Comunal, empresarios turísticos, ONG culturales) de la comunidad sobre el diseño y desarrollo de productos culturales competitivos.		No. de prestadores de servicios turísticos y complementarios capacitados para operar la ruta.			
5. Elaboración de un manual de directrices para el manejo sostenible de las comunidades junto con la producción de las primeras piezas promocionales de la ruta cultural.		Diseño de la señalización de la ruta en su recorrido			
6. Creación e implementación de un sistema de información 3.0 para la comercialización de productos y servicios culturales en mercados nacionales e internacionales.					
7. Evaluación y acompañar los grupos objetivos en el mejoramiento de sus procesos. Consultoría en 10 meses con un grupo de 3 profesionales (TuCultura).					
Proyecto No. 22: Creación de la "Ruta de Macondo" de Gabriel García Márquez	La Ruta de Macondo representa una oportunidad para la puesta en valor histórico - cultural del recorrido por la vida de nuestro Nobel de Literatura, Gabriel García Márquez la cual deberá implementarse con una cobertura regional y de impacto internacional. Es pertinente mencionar que el MinCIT emprendió obras en Aracataca que incluyen la construcción del hotel temático "Macondo Realismo Mágico"; la restauración de la Iglesia de San José de Aracataca, donde fue bautizado García Márquez; la restauración de la Casa del Telegrafista y la adecuación de un salón múltiple en la Casa Museo de Gabo.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Identificación y análisis de atractivos y actividades que se realizarán en la "Ruta de Macondo".	Una ruta turística cultural diseñada	No. de personas capacitadas como potenciales promotores de la ruta.	200.000	MinCIT FONTUR	Corporación de Turismo MinCIT Organizaciones turísticas y culturales locales
2. Identificación de las infraestructuras existentes que se constituyan en las locaciones de la ruta.					
3. Diseño y estructuración de la Ruta turística cultural "Ruta de Macondo", con base en los acontecimientos históricos y culturales investigados y de mayor relevancia. Consultoría en 10 meses con un grupo de 3 profesionales (\$150M.)					
4. Elaboración guión. Impresión folletos \$33M.					
5. Capacitación a guías y operadores (3 cursos de 40 horas a \$140.00 la hora incluye materiales \$17M.)					

Programa Turismo de Naturaleza	El programa pretende que Cartagena participe en el posicionamiento de Colombia como destino que preserva los recursos naturales y contribuye a mejorar la calidad de vida de las comunidades receptoras. Busca desarrollar la política de turismo de naturaleza y su plan de negocios para especializar la oferta de productos turísticos competitivos en esta categoría (naturaleza – aventura).				
Proyecto No. 23: Diseño y estructuración del producto turístico de naturaleza en La Boquilla y Zona Norte, Isla de Tierra Bomba (Bocachica y Punta Arena), Islas del Rosario (Isla Grande) e Isla de Barú (Santa Ana).	El proyecto tiene como fin elaborar propuestas de desarrollo y diseño de productos turísticos de naturaleza a partir de las potencialidades identificadas en el proceso de formulación del plan sectorial de desarrollo turístico de Cartagena con la participación de las comunidades afrodescendientes, de conformidad con lo establecido en el Artículo 83 de la Ley 1617 de 2013.				
1. Identificación y organización de los atractivos turísticos de las zonas involucradas para el desarrollo del Turismo de Naturaleza en las zonas listadas. Consultoría de 2 personas x \$5M. x 6 meses \$60M.	Un producto turístico de naturaleza diseñado y estructurado.	No. de productos turísticos de naturaleza diseñados y estructurados.	320.000	MinCIT Fontur Alcaldía Distrital	Corporación Turismo Sena Parques Nacionales Junta de Acción Comunal y Consejo Comunitario
5. Identificación e implementación de actividades turísticas a practicar (senderismo, caminatas por los manglares en Isla Grande, observación de aves, producto ecoturístico comunitario en isla Grande, etc.).					
3. Adecuación de senderos y facilidades de acceso. \$200.000 por metro de sendero estimado (1200 m.) \$237.600.000					
4. Capacitación y asistencia técnica a las comunidades en la prestación de los servicios turísticos. (4 cursos de 40 horas a \$140.00 la hora incluye materiales: \$22.400.000).					
Proyecto No.24: Ruta del Manglar de La Bodeguita a Sociedad Portuaria	Se trata de desarrollar un recorrido paisajístico y cultural de avistamiento de aves por el ecosistema de manglar del "Caño Juan de Angola" en embarcaciones acondicionadas que facilite la observación del ecosistema de manglar con sus aves y pequeños mamíferos. Incluye degustación de comidas típicas, realización eventos culturales y venta de artesanía.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Conformar el diseño del recorrido paisajístico y cultural para fomentar el turismo de naturaleza y el avistamiento de aves en ecosistema de manglar del "Caño Juan de Angola" localizado en la zona suroccidental de la ciudad, con una extensión de 2.5	Ruta del Manglar de La Bodeguita a Sociedad Portuaria listo para su operación.	No. de Guiones temáticos	300.000	MinCIT FONTUR Alcaldía de Cartagena	Corporación de turismo de Cartagena Alcaldía de

<p>kilómetros, comunicando al muelle de La Bodeguita con la Sociedad Portuaria, luego de atravesar los barrios de Manga, Pie de la Popa y el Barrio Chino. El recorrido debe tener una duración de 90 minutos con cinco paradas o estaciones:</p> <p>Nº 1: "Sumérgete en la Historia". Bienvenida por un guía especializado.</p> <p>Nº 2: "La defensa de la ciudad heroica desde los caños". Información relacionada con los fuertes y murallas que fueron construidos para la defensa de la ciudad.</p> <p>Nº 3: "Isla de los pájaros": Avistamiento de aves propias de los manglares.</p> <p>Nº 4: "Vive la cultura" Orientada al disfrute de grupos folclóricos de la comunidad. Visitar a talleres móviles de artesanías.</p> <p>Nº 5: "La ciénaga de la Quinta". Charla de interpretación ambiental. \$170M.</p>	<p>Ruta del Manglar de La Bodeguita a Sociedad Portuaria diseñada.</p> <p>Mapa de la ruta con la información básica de su recorrido y guía técnica de la ruta.</p> <p>Guiones temáticos elaborados e información técnica de la flora y fauna objeto de avistamiento para el recorrido y en cada uno de los 5 estaciones / puntos de parada.</p>	<p>socializados en los cursos de capacitación.</p> <p>No. de personas vinculadas a la prestación de servicios turísticos y complementarios capacitados para operar y guiar la ruta.</p>			<p>Cartagena Dimar</p> <p>Presentado al Concejo Distrital</p>
<p>6. Apoyo a los prestadores de servicios para el acondicionamiento de las embarcaciones de uso turístico que permita la observación del ecosistema de manglar, las aves y pequeños mamíferos. \$30M.</p>	<p>100 personas vinculadas a la prestación de servicios turísticos y complementarios capacitados para operar la ruta.</p>				
<p>7. Capacitación a prestadores de servicios para la organización y prestación del servicio de degustación de comidas típicas, realización eventos culturales y venta de artesanías locales. (5 cursos de 40 horas a \$140.00 la hora incluye materiales, no sede ni logística: \$28.000.000).</p>	<p>Propuesta de la señalización de la ruta en su recorrido y en los puntos de observación y aprendizaje del ecosistema.</p>				
<p>8. Diseño de la señalización de la ruta en zona del manglar a recorrer y de la estrategia de promoción. \$72M.</p>					

Programa Turismo náutico	Este programa desarrolla la estrategia nacional para la consolidación del turismo náutico en Cartagena a través del Plan Nacional de Turismo Náutico en Colombia 2012. Incluye un plan de actuación departamental que favorezca su ejecución con la participación activa de la población local a partir de las respectivas consultas para los proyectos localizados en territorios colectivos.				
Proyecto 25: Marina cívica de Cartagena Interior Bahía de las Animas (Opción 2) del Plan Nacional de Turismo Náutico 2012.	De acuerdo con el estudio del Plan Nacional de Turismo Náutico, para el departamento de Bolívar (Cartagena), se propone una marina cívica al interior de la bahía de las Animas (Opción 2 del PNTN), en razón a su ubicación, las condiciones climáticas más favorables, menores costos, mayor capacidad de amarres y articulación con el proyecto de traslado de la base naval a la Isla de Tierra Bomba.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto COP (\$000)	Financiación	Responsable
1. Construcción Marina situada en la Bahía de las Ánimas (Opción 2) de acuerdo con el Plan Nacional de Turismo Náutico de Colombia. 2012	Proyecto de marina concluido	Capacidad amarres operando 477	16.500.000 COP	Inversión Privada	MinCIT FONTUR Alcaldía CTG Dimar
Proyecto 26: Base Náutica en playa La Boquilla-Ciénaga la Virgen	La Base Náutica tiene como objetivo reforzar el desarrollo de la náutica en el litoral Caribe, como soporte de actividades turísticas, recreativas y deportivas. Las Bases Náuticas constituyen nodos estratégicos donde locales y visitantes interactúen con el medio marino y desarrollan actividades náuticas. Serán un instrumento fundamental en la socialización del mar entre sus pobladores y visitantes. (Plan Nacional de Turismo Náutico- MinCIT 2012).				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Construcción de una Base Náutica en Playa La Boquilla – Ciénaga la Virgen (Norte) de acuerdo con el Plan Nacional de Turismo Náutico de Colombia. 2012	Base Náutica Construida e Implementada	Base Náutica	341.000 COP	MinCIT FONTUR	MinCIT FONTUR Alcaldía CTG Dimar

Proyecto No. 27: Construcción de Embarcaderos y Muelles Turísticos propuestos en el Plan Nacional de Turismo Náutico 2012 del MinCIT	"El Plan de actuación del Plan Nacional de Turismo Náutico, plantea la creación de una serie de Embarcaderos y Muelles turísticos en áreas en las que la actividad náutica sea relevante pero esté concentrada en una sola actividad, generalmente de baja intensidad, o con transporte de pasajeros. Esta propuesta define localizaciones en áreas de especial fragilidad medioambiental y paisajística (usualmente en áreas naturales protegidas), por lo que su diseño y escala deben ser respetuosos con el entorno y deberán generar el mínimo impacto posible".				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto COP (\$000)	Financiación	Responsable
1. Construcción del embarcadero y muelle turístico (norte) de la Ciénaga de la Virgen. La Base Náutica de La Boquilla propuesta en el ítem anterior, conectará con el embarcadero y muelle turístico norte, para facilitar el acceso a los usuarios a las actividades recreativas como paseos y rutas por la naturaleza, vela, observación de la naturaleza desde las embarcaciones, entre otros.	Embarcadero y Muelle turístico en servicio	Embarcadero y Muelle Turístico construido	150.000 COP	MinCIT FONTUR Alcaldía de Cartagena	Alcaldía de Cartagena Dimar Presentado al Concejo Distrital
2. Diseño y construcción de una base náutica en playa en La Boquilla propuesta en el Plan Nacional de Turismo Náutico 2012, la cual dará servicio a las empresas que desarrollen su actividad en la playa y en la Ciénaga de la Virgen y se integra con la recuperación del entorno y de los servicios en La Boquilla, y busca fomentar los paseos y recorridos de naturaleza por la Ciénaga de la Virgen.	Base Náutica en servicio	Base construida	340.000 COP	MinCIT FONTUR Alcaldía de Cartagena	Alcaldía de Cartagena Dimar
Proyecto No. 28: Mejoramiento y adecuación muelles	Independiente del Plan de Turismo Náutico, y como respuesta a una sentida necesidad de las comunidades insulares, se plantea el mejoramiento de los muelles de pasajeros existentes en las poblaciones de la isla de Tierra Bomba.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Realización de obras de adecuación y mejoramiento para los actuales muelles en la Isla de Tierra Bomba (Bocachica y en Punta Arena). (\$90 millones cada uno).	Embarcadero y Muelle turístico en servicio	Embarcadero y Muelle de Bocachica y Punta Arenas mejorado y adecuado	180.000 COP	MinCIT FONTUR Alcaldía de Cartagena	Alcaldía de Cartagena Dimar Presentado al Concejo

					Distrital
Programa Turismo de salud y bienestar	El programa consiste en consolidar la estrategia de transformación productiva en turismo de salud con el plan de negocios respectivo del MinCIT, que fomente el desarrollo de zonas francas de salud y la certificación de instituciones especializadas, en un trabajo conjunto con Proexport.				
Proyecto No. 29: Plan de acción para el turismo de bienestar y de salud	En el proyecto se estructura el plan de acción con las propuestas de gestión con el concurso de entidades nacionales, para la certificación, el desarrollo de zonas francas y la promoción de este tipo de turismo en los mercados de interés.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Elaboración de un plan de trabajo para el desarrollo de la estrategia de transformación productiva en turismo de salud y el plan de negocios del turismo de bienestar.	Plan de trabajo formulado con el concurso de empresarios del turismo y la salud	No. de empresas vinculadas con el turismo de salud.	150.000	PROEXPORT MinCIT	Corporación de Turismo PROEXPORT
2. Gestión para impulsar zonas francas de salud y la certificación de instituciones especializadas, en un trabajo conjunto con PROEXPORT. Reuniones y acciones de divulgación \$10M.					
3. Elaboración de un plan de acción para el seguimiento de compromisos del sector privado y apoyo de PROEXPORT. Consultoría 1 profesional 10 meses a \$6M mes, un experto 5 meses a \$6M y 1 profesional 10 meses \$5M					
Programa Turismo MICE	El programa plantea estrategias operativas para el desarrollo de eventos en el destino y articular las acciones de promoción con las de captación de eventos que incidan en lograr una mejor posición del destino en Colombia y en Latinoamérica según el ranking de la ICCA, al igual que apoyar la construcción de un Centro de Ferias y Exposiciones Internacional (Ley 1617 de 2013) que contribuya a atenuar los pronósticos de desequilibrio entre oferta y demanda y a fortalecer la cadena de valor de este tipo de turismo.				
Proyecto No. 30: Plan de acción para el turismo MICE	El proyecto genera la articulación de acciones de promoción y de operación del destino que se concrete en un plan de acción con responsabilidades por entidades.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Elaboración de un plan de trabajo para aprovechar los meses de no estacionalidad (mayo, agosto y septiembre) con el fortalecimiento de los segmentos	Plan de trabajo formulado con el concurso de	No. de empresas vinculadas con el turismo MICE	120.000	PROEXPORT MinCIT Fontur	Corporación de Turismo PROEXPORT

corporativo y de ferias y exposiciones. Consultoría 1 profesional 8 meses a \$6M mes, un experto 5 meses a \$6M y 1 profesional 8 meses \$4M.	empresarios del turismo y la salud			CICAVB	CICAVB
2. Gestión para generar una estrategia de promoción del turismo MICE con la Alcaldía Distrital el Buró y la Corporación de Turismo apalancados por PROEXPORT Reuniones y acciones de divulgación \$10M.					
3. Elaboración de un plan de acción para el seguimiento de compromisos del sector privado y apoyo de PROEXPORT. Global	Promoción de Cartagena de Indias como destino de reuniones	Promoción de Cartagena de Indias como destino de reuniones	650.000		
Proyecto No. 31: Construcción de Centro de Ferias y Exposiciones Internacional					
El proyecto apuesta por la construcción de un Recinto Ferial para consolidar la ciudad como lugar de celebración de ferias, espectáculos multitudinarios y meetings de gran formato según el Estudio de Viabilidad del Recinto Ferial de Cartagena de Indias en Colombia - 2010.					
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Estudios técnicos para el diseño y construcción de un Recinto Ferial contribuiría al desarrollo y diversificación de las actividades económicas de Cartagena de Indias, de la región y permitiría impulsar el turismo.	Estudios elaborados con el concurso de empresarios	Documento y estudios elaborados	840.000	PROEXPORT MinCIT	Corporación de Turismo PROEXPORT
2. Gestión para la apropiación de recursos del MinCIT para el diseño y construcción del Recinto Ferial.	Centro de Ferias y Exposiciones Internacional construido y terminado	Centro de Ferias y Exposiciones (Se cuenta con estudio de factibilidad)	120.000.000	MinCIT Fontur Alcaldía de Cartagena	Alcaldía de Cartagena
3. Elaboración del plan de acción para la construcción del recinto ferial.					

EJE: DESARROLLO DEL DESTINO

VI. ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO Y DE INTERÉS SOCIAL	Como desarrollo de la dimensión social del turismo, esta estrategia apuesta por el desarrollo del turismo comunitario y la preparación del destino para que grupos poblacionales en situación de discapacidad, adultos mayores, jóvenes lo disfruten. Se requiere el concurso del MinCIT con la apropiación de herramientas desarrolladas en otros destinos como Bogotá.				
Programa Accesibilidad Turística	Con este programa se valora y valida el destino y generan los medios para la accesibilidad turística de segmentos potenciales de población en situación de discapacidad, adultos mayores, jóvenes con la vinculación de los prestadores de servicios turísticos y el apoyo institucional nacional y distrital.				
Proyecto 32: Plan de Turismo Accesible					
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Realización del reconocimiento de la oferta de atractivos y facilidades turísticas y servicios complementarios para personas adultos mayores y en situación de discapacidad,	Inventario y perfil accesibilidad del turismo en CTG.				
2. Caracterización institucional para el turismo accesible para conocer su potencialidad.	Documento de posibilidades para el desarrollo del turismo accesible y guía para el turismo accesible	No. de PST aplicando protocolos de turismo accesible.	200.000	Alcaldía Distrital	Corporación de Turismo
3. Realización de análisis exploratorio de la demanda potencial. Consultoría (\$142M) 1 profesional 8 meses a \$6M mes, un experto 5 meses a \$6M y 2 profesionales 8 meses \$4M.					
4. Aplicación de los protocolos de servicios en turismo accesible de Bogotá. (\$2M Protocolos en cd)	Capacitación a 200 a personas vinculadas a empresas de turismo y complementarias en buenas prácticas en turismo accesible y aplicación de protocolos	No. de personas capacitadas e buenas prácticas de turismo accesible			
5. Socialización local frente al turismo accesible y validación de inventarios y análisis de demanda. (10 cursos de 40 horas a \$140.000 la hora incluye materiales, no sede ni logística: \$56.000.000).					

Programa: Cartagena en el mapa del turismo social de Colombia	El programa busca el aprovechamiento de ventajas comparativas desde lo social, económico, ambiental y cultural, donde las comunidades locales con unas básicas capacidades pueden transformar su entorno en oportunidades competitivas en espacios turísticos donde residen y así contribuir a que Cartagena sea visible en el mapa del turismo social.				
Proyecto 33: Desarrollo del Turismo Comunitario	El proyecto consiste en brindar asistencia técnica a las organizaciones o personas interesadas en generar empresa de turismo comunitario como una manera de aplicar la política pública de turismo, cuya esencia es la interacción de la comunidad residente con los visitantes y la responsabilidad frente al patrimonio natural y cultural.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Construcción del perfil de cada una de las 30 emprendimientos o ideas de negocios identificados (según formatos diligenciados por las organizaciones comunitarias promotoras - Juntas y Consejos), en el proceso de formulación del Plan Sectorial que requieren el apoyo del Distrito para la adecuación de atractivos y rutas naturales y culturales, capacitación, promoción y el apoyo a la comercialización de artesanías, alimentos y actividades turísticas. \$350.000 por empresa	20 Planes de negocio formulados	No. de planes de negocios formulados	400.000 (Por plan de negocio 20.000)	MinCIT Cámara de Comercio de Cartagena	Cámara de Corporación de Turismo
2. Sensibilización para contar con un autodiagnóstico y conocimiento de necesidades de apoyo empresarial. \$2M un evento					Comercio de Cartagena
3. Formación a los emprendedores en las necesidades detectadas y acompañamiento en el proceso e identificación de financiación. (4 cursos de 40 horas a \$140.000 la hora incluye materiales, no sede ni logística: \$22.400.000).					Presentado al Concejo Distrital
4. Apoyo en la creación de empresa, formalización o fortalecimiento según el caso con unas 230 horas que permita transformar las ideas y unidades de negocio en planes de empresa. 230 horas a \$75.000 la hora incluye materiales, sede y logística: \$12.500.000).					
5. Apoyo para la identificación de mercados con la mejora en la presentación y calidad de sus productos y el conocimiento de herramientas financieras y contables para manejar su negocio, fuentes de					

financiamiento disponibles, promoción y comercialización de sus productos. Consultoría \$10M					
6. Realización de un encuentro empresarial entre las organizaciones empresariales de sectores vulnerables que fabrican o elaboran parcialmente activos de operación con los prestadores de servicios turísticos potenciales compradores del sector de eventos, alojamiento y alimentos y bebidas. \$10.100.000					
Proyecto 34: Diseño e Implementación del programa de posadas nativas – Zonas Insulares y La Boquilla.	El proyecto consiste en la adaptación del programa nacional de Posadas Nativas del MinCIT como una opción social y económica para las familias interesadas en generar alojamiento para los turistas en sus viviendas que cuentan con atractivos de índole natural y/o cultural.				
Actividades	Metas Producto	Indicador	Presupuesto (\$000)	Financiación	Responsable
1. Desarrollo del programa de posadas nativas en las zonas insulares y en La Boquilla de acuerdo con la definición según la Norma Técnica Sectorial NTSH 007 define las posadas turísticas como "Vivienda familiar en que se presta el servicio de alojamiento en unidades habitacionales preferiblemente de arquitectura autóctona cuyo principal propósito es promover la generación de empleo e ingresos a las familias residentes, prestadoras del servicio".	Programa diseñado y dimensionado	No. de familias vinculadas	700.000	Alcaldía Distrital	Presentado al Concejo Distrital
2. Convocatoria a las comunidades para dimensionar el número de familias interesadas en vincularse al programa con el fin de definir la cobertura de un grupo piloto a partir de una inversión proyectada.	Plan de trabajo formulado para atender al grupo piloto	No. de Posadas en operación a mediano plazo			Corporación de Turismo
3. Mejoramiento de la infraestructura, de la dotación básica para la prestación del servicio de alojamiento o alimentación,					
4. Sensibilización y capacitación: de manera conjunta con el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA para mejorar las habilidades de los propietarios de las posadas.					
5. Promoción de los servicios y las actividades turísticas					