



Primero la  
*Gente*

# CORPOTURISMO

## Cartagena de Indias

#PorCartagena  
TODO VALE LA PENA

## ANTECEDENTES

**Año 2000 -2001**



### Construcción de un Sueño Colectivo

Creada el 29 de Junio de 2001

Mixta sin ánimo de lucro

Auto sostenible

Ley 489

Regida por el  
derecho  
privado

#PorCartagena  
TODO VALE LA PENA

## QUIENES SOMOS?

- **NATURALEZA:** La Corporación Turismo Cartagena de Indias, es una entidad sin ánimo de lucro, mixta, de carácter civil, sometida a las leyes colombianas, regida por el derecho privado, dedicada a coordinar las actividades públicas y privadas relacionadas con la oferta de servicios y productos turísticos de Cartagena de Indias y a su promoción institucional nacional e internacional.
- El régimen de Contratación de la Corporación Turismo Cartagena de Indias es de derecho privado, debiendo prestar observancia a los principios de la función administrativa establecidos en el artículo 209 de la Constitución Nacional.

La CTCI pertenece a la categoría jurídica de las entidades descentralizadas indirectas o de segundo grado (**cumple funciones administrativas específicas o colabora con la administración en la ejecución de proyectos de interés público**); esto se debe a que su creación corresponde a la participación de personas privadas con el distrito de Cartagena, entidad descentralizada desde el ámbito territorial.

## Segundo Objetivo Estratégico ADAPTAR EL TERRITORIO PARA LA GENTE

### Ejes Estratégicos

Desarrollo Económico  
Incluyente

Medio Ambiente y Gestión  
del Riesgo

Territorio Sostenible

Cartagena Ciudad  
Para Invertir

Turismo Competitivo y Fuente  
de Desarrollo Sostenible

Nueva y Variada  
Oferta Turística

Cartagena Destino  
Turístico Sostenible y de  
Calidad

Apertura Y Consolidación De  
Mercados Emisores Estratégicos A  
Nivel Nacional E Internacional

Turismo Responsable e  
Incluyente

Cartagena Mas  
Conectada

#PorCartagena  
TODO VALE LA PENA



# CORPOTURISMO

**PRESUPUESTO VIGENCIA 2017**  
**EJECUCIÓN PRESUPUESTAL SEPTIEMBRE 30 DE 2017**



**#PorCartagena**  
**TODO VALE LA PENA**

# EJECUCIÓN PRESUPUESTAL SEPTIEMBRE 30 DE 2017

DETALLE	PRESUPUESTO INICIAL	PRESUPUESTO DEFINITIVO	EJECUCIÓN	% EJECUCION
<b>CORPOTURISMO</b>	<b>850.000.000</b>	<b>366.820.560</b>	<b>203.035.130</b>	<b>55.34%</b>
FUNCIONAMIENTO	0	0	0	0%
INVERSIÓN	850.000.000	366.820.560	203.035.130	55.34%

Fuente: Sistema Predis, ejecución presupuestal Septiembre 30 de 2017

#PorCartagena  
TODO VALE LA PENA

**5**  
SUBPROGRAMAS

## SUBPROGRAMA: NUEVA Y VARIADA OFERTA TURÍSTICA

**DESCRIPCIÓN:** Reinención de Cartagena de Indias con el fin de prolongar la estadía y garantizar el factor de recompra o fidelidad de los visitantes

Indicador de Producto	Línea base de indicador de Producto	Meta Producto
Número de nuevos productos turísticos ofertados en la ciudad de Cartagena de Indias.	8	11

EJE: DESARROLLO ECONÓMICO

**2**  
OBJETIVO:  
ADAPTAR EL  
TERRITORIO PARA  
LA GENTE

#PorCartagena  
TODO VALE LA PENA

# 1. NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

1. **Torre del Reloj:** Historia de la Torre del Reloj, relación de momentos históricos vivido desde emblemático lugar.
2. **Ruta de los Museos:** consiste en un pasaporte que permitirá conocer la historia de la ciudad a través de los museos, sus colecciones y sus personajes.
  1. Museo Histórico de Cartagena de Indias
  2. Museo del Oro Zenú
  3. Museo-Santuario San Pedro Claver
  4. Muse Naval del Caribe
  5. Museo de Arte Moderno de Cartagena
  6. Casa Museo Rafael Núñez
  7. Santuario y Museo Biográfico Madre Bernarda
3. **Blas de Lezo:** Recorrido por la vida de este militar en Cartagena y por los lugares relacionados con el ataque que en 1741 dirigió Edward Vernon.



#PorCartagena  
TODO VALE LA PENA



# LÍNEA ESTRATÉGICA: CARTAGENA CIUDAD PARA INVERTIR

# 5

SUBPROGRAMAS

EJE: DESARROLLO ECONÓMICO

**2**  
OBJETIVO:  
ADAPTAR EL  
TERRITORIO PARA  
LA GENTE

## SUBPROGRAMA: CARTAGENA DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE Y DE CALIDAD

**DESCRIPCIÓN:** Le apostaremos al rediseño del paisaje turístico de acuerdo a la normativa nacional, local y a los estándares internacionales, trabajaremos por un destino orientado a un consumidor que busca encadenamientos productivos entre atractivos, productos y servicios, certificado y con elevados estándares de calidad; con un recurso humano idóneo y con altos niveles de educación, y en términos de infraestructura, accesible para toda la población y adecuadamente equipado, amoblado, conectado, señalizado y seguro.

Indicador de Producto	Línea base de indicador de Producto	Meta Producto
Sostenimiento del sistema de gestión base de la certificación del centro histórico como destino turístico sostenible	1	1

#PorCartagena  
TODO VALE LA PENA

## 2. CARTAGENA DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE Y DE CALIDAD

### Coordinación



40 Planes ambientales



53 Planes socioculturales



33 Planes Económicos

### ¿A quienes coordinamos ?

**190 personas**



CARTAGENA DE INDIAS  
Destino Turístico Sostenible

Más de **45** entidades, La Alcaldía Mayor de Cartagena, de los gremios del sector privado, de la Cámara de Comercio, ONGs, Fundaciones, los residentes, ciudadanos, turistas y la Academia.

#PorCartagena  
TODO VALE LA PENA

# LÍNEA ESTRATÉGICA: CARTAGENA CIUDAD PARA INVERTIR

**5**  
SUBPROGRAMAS

**SUBPROGRAMA: APERTURA Y CONSOLIDACIÓN DE MERCADOS EMISORES ESTRATÉGICOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL**  
**DESCRIPCIÓN:** Cartagena de Indias se mantiene posicionada en los mercados ya maduros y estimula la apertura de aquellos con potencial de visitantes y de alto impacto en gasto.

Indicador de Producto	Línea base de indicador de Producto	Meta Producto
Número de pasajeros llegando por vía marítima.	263.908	355.071
Número de pasajeros nacionales llegando por vía aérea	1.746.469	2.520.663
Número de pasajeros internacionales llegando por vía aérea	232.015	287.753



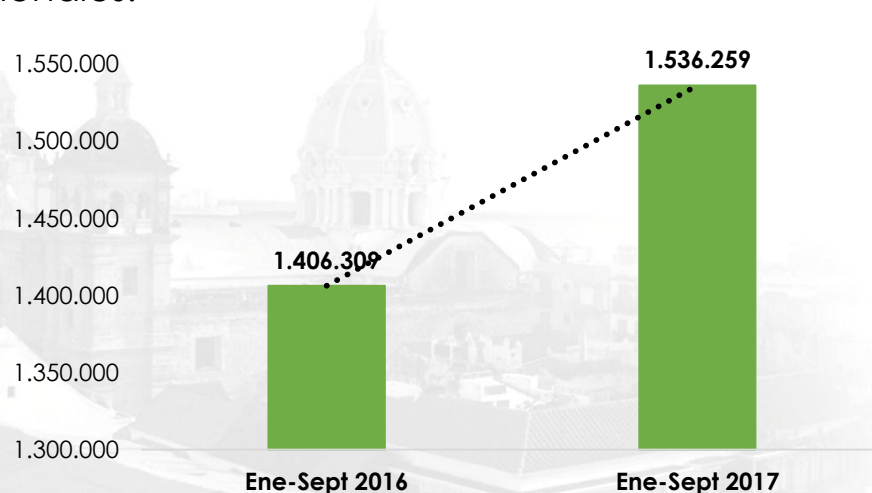
**#PorCartagena**  
**TUDO VALE LA PENA**

### 3. APERTURA Y CONSOLIDACIÓN DE MERCADOS EMISORES ESTRATÉGICOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

Indicador	Línea Base	Meta Producto Cuatrienio	Meta Producto 2017
Número de pasajeros nacionales llegando por vía aérea	1.746.469	2.520.663	2.098.426

La llegada de pasajeros en vuelos nacionales ha marcado una pauta de crecimiento de 10,34% promedio anual. Con estas expectativas se estima que al cierre de 2017 hayan visitado Cartagena de Indias por lo menos **2.131.326** pasajeros nacionales.

		% de cumplimiento
Meta alcanzada a Sept. 2017	1.536.259	<b>74%</b>
Proyección a 31 de Dic./17	2.131.326	<b>101%</b>

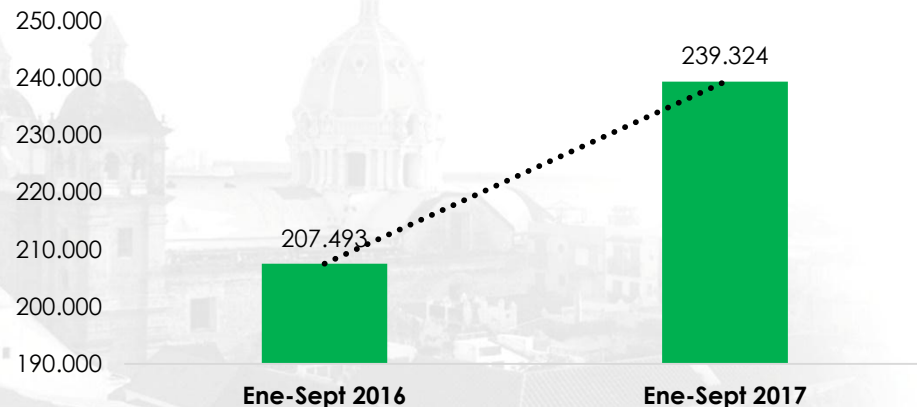


### 3. APERTURA Y CONSOLIDACIÓN DE MERCADOS EMISORES ESTRATÉGICOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

Indicador	Línea Base	Meta Producto Cuatrienio	Meta Producto 2017
Número de pasajeros Internacionales Llegando por vía aérea	232.015	287.753	258.385

El Aeropuerto Rafael Núñez pasó de recibir **143.487** pasajeros internacional en 2012 a **239.324** a Septiembre del presente año; una tasa de crecimiento promedio de **17,75%**. Con estas expectativas se calcula por lo pronto que **324.824** pasajeros internacionales hagan su arribo a la ciudad hasta finales de 2017.

		% de cumplimiento
Meta alcanzada a Sept. 2017	239.324	<b>93%</b>
Proyección a 31 de Dic./17	324.824	<b>126%</b>



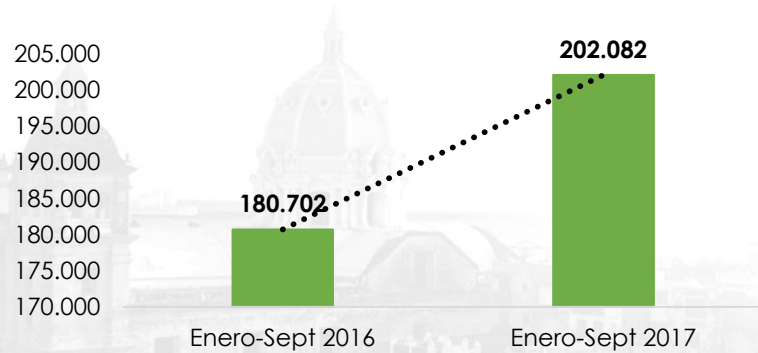


### 3. APERTURA Y CONSOLIDACIÓN DE MERCADOS EMISORES ESTRATÉGICOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

Indicador	Línea Base	Meta Producto Cuatrienio	Meta Producto 2017
Número de pasajeros llegando por vía marítima	263.908	355.071	306.115

La Sociedad Portuaria Regional de Cartagena –SPRC- ha reportado que en el total de pasajeros llegados por vía Marítima en lo que va corrido del año es de **202.082**, un aumento de 11,8% con relación a igual periodo de 2016.

		% de cumplimiento
Meta alcanzada a Sept. 2017	202.082	<b>66%</b>
<b>Proyección a 31 de Dic./17</b>	319.267	<b>104%</b>



# 5

## SUBPROGRAMAS

### SUBPROGRAMA: TURISMO RESPONSABLE E INCLUYENTE

**DESCRIPCIÓN:** Haremos del turismo una herramienta más en la lucha contra la desigualdad social y la inclusión. Con el Gobierno “Primero la Gente” le apostaremos a mejorar las condiciones de las comunidades locales en zonas periféricas e insulares a través de la puesta en valor de la oferta de servicios turísticos de las comunidades organizadas que se benefician e involucran en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo. Trabajaremos en la activación de prestadores de servicio como garantes de derechos de nuestra sociedad del futuro, y entenderemos la actividad turística como instrumento de desarrollo de nuestra sociedad

Indicador de Producto	Línea base de indicador de Producto	Meta Producto
Fortalecimiento de la campaña de pertenencia del turismo por parte de los cartageneros y su responsabilidad como anfitriones en el destino.	1	1

EJE: DESARROLLO ECONÓMICO

# 2

**OBJETIVO:**  
ADAPTAR EL TERRITORIO PARA LA GENTE

#PorCartagena  
TODO VALE LA PENA

5

SUBPROGRAMAS

## SUBPROGRAMA: CARTAGENA MAS CONECTADA

**DESCRIPCIÓN:** Se identificarán las rutas y aerolíneas con las que mejor se pueda conectar el destino para impulsar el número de visitantes, llegando a Cartagena de Indias.

Indicador de Producto	Línea base de indicador de Producto	Meta Producto
Nuevas rutas conectando directamente a Cartagena de Indias con el mundo	6	7

EJE: DESARROLLO ECONÓMICO

2  
OBJETIVO:  
ADAPTAR EL  
TERRITORIO PARA  
LA GENTE

#PorCartagena  
TODO VALE LA PENA





## 5. CARTAGENA MAS CONECTADA

2012: **Avianca** 

**spirit**  
LESS MONEY. MORE GO.

**jetBlue**  
AIRWAYS

**CopaAirlines** 

2014: **jetBlue**  
AIRWAYS

2015:  **DELTA**

2016: **LATAM**  
AIRLINES

**wingo**

  
**KLM**



 **AirPanama**  
Ahora todos podemos viajar

**American Airlines** 

#PorCartagena  
TODO VALE LA PENA



## 5. CARTAGENA MÁS CONECTADA

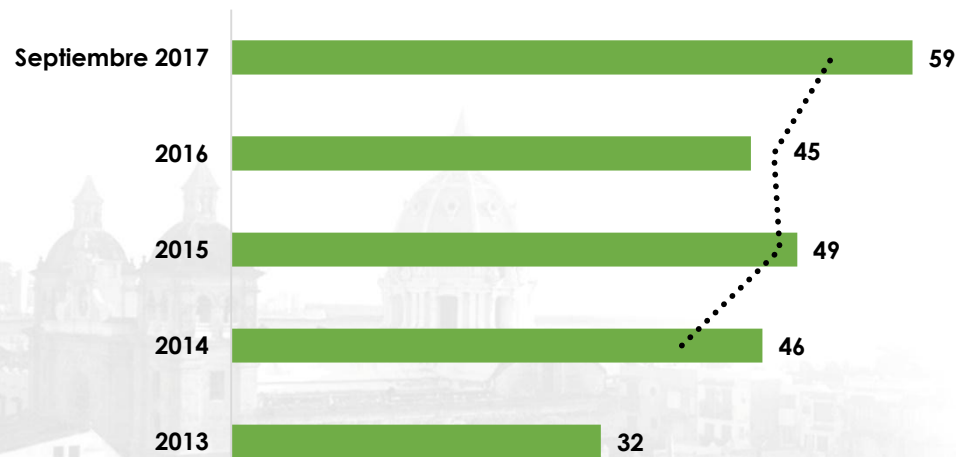
### CONECTIVIDAD DOMÉSTICA



De 266 en 2013, ascendió a 408 frecuencias semanales en Septiembre de 2017, desde 7 ciudades de Colombia

un aumento de **53,38%**

### CONECTIVIDAD INTERNACIONAL



De 32 en 2013, ascendió a 59 frecuencias semanales en Septiembre de 2017 desde 4 Países.

un aumento de **84.38%**

Fuente: SACSA

#PorCartagena  
TODO VALE LA PENA



## ¿Cómo están invirtiendo los otros destinos de Colombia?

### BOGOTÁ

\* El IDT tuvo como inversión en 2015 **\$13.603 millones de pesos**

### CALI

\* Inversión en 2016 \$ **26.092** mill de pesos

### MEDELLÍN

\* Inversión en 2016 \$ **20.607** mill de pesos

### BARRANQUILLA

\* ProBarranquilla tuvo como inversión en 2015 \$ **21.685** millones de pesos

#PorCartagena  
TODO VALE LA PENA



# PROYECTO DE PRESUPUESTO VIGENCIA 2018



#PorCartagena  
TODO VALE LA PENA



# PRESUPUESTO VIGENCIA 2018

DESCRIPCION	PROYECTO DE PRESUPUESTO
Gastos de Funcionamiento	-0-
Gastos de Inversión	3.000.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>3.000.000.000</b>

#PorCartagena  
TODO VALE LA PENA



SUBPROGRAMA	Indicador de producto	Línea base de indicador de producto a 2015	Meta producto a 2019	PROPUESTA INVERSIÓN 2018
Nueva y variada oferta turística	Número de nuevos productos turísticos ofertados en la ciudad de Cartagena de Indias	8 productos turísticos	11 productos turísticos	\$ 105,000,000
Cartagena destino turístico sostenible y de Calidad	Sostenimiento de la certificación del centro histórico como destino turístico sostenible	1	1	\$ 630,000,000
Apertura y consolidación de mercados emisores estratégicos a nivel nacional e internacional.	Número de pasajeros llegando por vía marítima	263.908	355.071	\$ 120,000,000
	Número de pasajeros nacionales llegando por vía aérea	1.746.469	2.520.663	\$ 505,000,000
	Número de pasajeros internacionales llegando por vía aérea	232.015	287.753	\$ 470,000,000
Turismo responsable e incluyente.	Fortalecimiento de la campaña de pertenencia del turismo por parte de los cartageneros y su responsabilidad como anfitriones en el destino	1	1	\$ 150,000,000
Mejorar e incrementar la conectividad.	Nueva ruta conectando directamente a Cartagena de Indias con el mundo	6	7	\$ 1,020,000,000
<b>PRESUPUESTO</b>				<b>\$ 3,000,000,000</b>

#PorCartagena  
TODO VALE LA PENA