MATRIZ DE RECOLECCION DE INFORMACION PARA SEGUIMIENTO DE PLAN DE ACCION

(1) OBJETIVO	(2) ESTRATEGIA	(3) PROGRAMA	(4) META RESULTADO PLAN DE DESARROLLO	(6) SUBPROGRAMA	(7) META PRODUCTO PLAN DE DESARROLLO	(8) META PRODUCTO EJECUTADA A MARZO 30 DE 2014	(8B)META PRODUCTO EJECUTADA A JUNIO 30 DE 2014	(8C)META PRODUCTO EJECUTADA A SEPTIEMBRE 30 DE 2014	(8C)META PRODUCTO EJECUTADA A NOVIEMBRE 15 DE 2014	(8D)META PRODUCTO EJECUTADA A DICIEMBRE DE 2014	(9) PROYECTO	(10) META PROYECTO	(11)META PROYECTO EJECUTADA A MARZO 30 DE 2014	(11B)META PROYECTO EJECUTADA A JUNIO 30 DE 2014	(11C)META PROYECTO EJECUTADA A SEPTIEMBRE 30 DE 2014	(11C)META PRODUCTO EJECUTADA A NOVIEMBRE 15 DE 2014	(11D)META PROYECTO EJECUTADA A DICIEMBRE DE 2014	(12) INDICADOR						(13) CRONOGRAMA PROGRAMADO				(14) RESPONSABLE	(15) RECURSOS						(16) OBSERVACIONES A 31 DE DICIEMBRE DE 2014
																		(A) NOMBRE	(B) VALOR A DIC 2013	(C) VALOR A DICIEMBRE 31 DE 2014	Porcentaje Ejecucion Planeacion	Porcentaje Ejecucion SUBPROGRAMA Planeacion	Porcentaje Ejecucion PROGRAMA Planeacion	ACTIVIDAD	PERIODO	Cronograma Ejecutado Planeacion	Cronograma Ejecutado PROGRAMA Planeacion		(A) RUBRO PRESUPUESTAL	(B) FUENTE	(C) MONTO	APROPIACION SEGÚN PREDIS	EJECUCION SEGÚN PREDIS	EJECUCION SEGÚN PLANEACION	
DESARROLLO ECONÓMICO	DESARROLLO Y COMPETITIVIDAD LOCAL	TURISMO COMO MOTOR DE DESARROLLO	Incrementar en un 35% el número de pasajeros nacionales e internacionales llegando por via aérea.	CARTAGENA UN DESTINO MAS COMPETITIVO	Traer 1 Nueva Aerolínea con Vuelo Internacional directo aterizando en la ciudad	0	0	0	0	0	Turismo como motor de desarrollo en el distrito de Cartagena	Getsionar el aterrizaje de 1 Nueva Aerolínea con Vuelo Internacional directo en la ciudad	0	0	0	0	0	No. De nuevas Aerolínea aterrizando con vuelos directos a la ciudad	1	0	0	100,00%	99,11%	Ejecución planes de promoción con aerolíneas de mercados prioritarios	Ene - Dic 2014	100,00%	100,0%	Directora de Mercadeo (Maria E. Bonillas)	02-53-06-50-02-01-03-01/ 02-01-06-50-02-01-03-01	Contraprestaciones portuarias / Ingresos Corrientes de Libre Destinación	675.356.852 / 50.000.000	2.369.725.304	2.348.704.473	99,11%	El día de18 de diciembre mediante firma se oficializó la tasa de los 36 dólares a partir de 2015, igualando las condiciones al resto de las ciudades de la Costa Caribe; lo que podría multiplicar el número de viajeros extranjeros por mayores intereses de aerolíneas en aterrizar en Cartagena.
					Abrir 2 Nuevas rutas con vuelos internacionales Desde y Hacia Cartagena	1	0	0	1	0	Turismo como motor de desarrollo en el distrito de Cartagena	Recibir 1 Nueva ruta con vuelos internacionales Desde y Hacia Cartagena	1	0	0	1	0	No. De Nuevas rutas con vuelos internacionales	4	1	200%			Agendas comerciales de sensibilización del destino con mayoristas en países objetos de las aerolíneas identificadas	Ene - Dic 2014	100,00%							En 30 y 31 DE OCTUBRE e desarrolló en alianza con la aerolínea LAN una toma de agencia en El Lima, Perú, con los resultados de 22 agencias visitadas y 59 contactos; igualmente, 17 y 18 de NOVIEMBRE se desarrolló en alianza con la misma aerolínea otra toma de
					Ofertar 3 Nuevos productos turistico	0	1	0	0	0	Turismo como motor de desarrollo en el distrito de Cartagena	Oferta de 1 nuevo producto turistico	0	1	0	0	0	No. De nuevos Productos turisticos Consolidados en la Ciudad	6	1	100%			Fortalecimiento del sistema de Información Turistica de Cartagena (SITCAR)	Ene - Dic 2014	100,00%		(Director De Competitividad) Isabel Mathieu					Se emitieron los informes correspondientes al mes. Igualmente, se desarrolló una proyección de la temporada turística para activar los planes de seguridad, salud y movilidad entre otras, para evitar traumatismos (proyección que tambn se adjunta a éste documento como soporte).
																								Ampliar Oferta turistica de productos	Segundo Semestre 2014	100%							Se desarrollaron reuniones con escuela Taller para dinamizar el proceso del producto turístico de aventura "Túnel del Castillo San Felipe", el cual fue priorizado dentro de las gestionaes adelantadas con MinComercio.
																								Desarrollo de estrategia para la protección de niños y adolescentes	Segundo Semestre 2014	100%							El 19 de diciembre se certificaron 15 nuevos prestadores de servisio turistico de la ciudad en THE CODE, que es el código de conducta de responsabilidad social empresarial que adoptotan los prestadores de servicios turísticos como rechazo a la Explotación comercial de niñas, niños y adolescentes en el contexto de viajes y
																								Fortalecimiento del producto de cruceros	Ene - Dic 2014	100,00%							Se desarrollaron reuniones con las autoridades DATT, Secretaria de interior y policía de turismo, con el fin de establecer las medidas de control y de apoyo en estas festividades del día de la independencia y los cruceros que se recibirán en esa semana. Igualmente, se coordinaron reuniones con diferentes autoridades para
																								Generar mayor apropiacion y conocimiento de la oferta historica y turistica al ciudadano	Ene - Dic 2014	100,00%		Directora de Mercadeo (Maria E. Bonillas)					Con Cartagena Mia el 17 de diciembre se desarrolló un recorrido de luces navideñas con niños de la Boquilla en Chivas y Coches turisticos por el centro histórico de la ciudad y sus alrededores
																								Incrementar la percepción en los ciudadanos sobre el impacto economico que genera la actividad turistica en la ciudad	Segundo Semestre 2014	100%							El 31 de diciembre se hace entrega oficial del análisis de los resultados de la encuesta aplicada.
																								Programa de seguimiento a las actividades del Plan Sectorial de Turismo	Mar - Dic 2014	100,00%		Director de Planeación (Irvin Pérez)					Se enviaron soportes de las mesas de trabajo de construcción conjunta con comunidades del Plan Sectorial de Turismo. Seguimos a la espera del pronnunciamiento del concejo distrital
																								Desarrollo de proyectos de Infraestructura turística	Ene - Dic 2014	100,00%							Se adelantaron conversaciones con los participantes del Comité de Playas, con el fin de que se conocer observaciones y recomendaciones al modelo entregado en el comité del 30 de octubre.
				PROMOCION NACIONAL E INTERNACIONAL DE CARTAGENA DE INDIAS	Incrementar a 193.000 pasajeros Internacionales llegando por vía aérea	47.597	38821	46747	23496	28.203	Turismo como motor de desarrollo en el distrito de Cartagena	178,731 pasajeros Internacionales llegando por vía aérea	47597	38821	46747	23496	28203	No. Internacionales llegando a la ciudad por vía aérea	166261	178731	103,43%	98,22%		Realización anual de 4 workshops	Ene - Dic 2014	100,00%	100,0%	Directora de Mercadeo (Maria E. Bonillas)	02-53-06-50-02-01-03-03	Contraprestaciones portuarias	1.044.368.452				No se realizaron en este periodo, ya se cumplió la meta
																								Realización de 4 Fam Trips	Ene - Dic 2014	100,00%							No se realizaron en este periodo, ya se cumplió la meta
																								Press Trip Internacional	Ene - Dic 2014	100,00%							No se realizaron en este periodo, ya se cumplió la meta
																								Participación en ferias internacionales	Ene - Dic 2014	100,00%							Se participó en USTOA con 2 empresarios cartageneros del 4 al 8 de Diciembre
																								Plan de Apoyo regional con PROEXPORT	Ene - Dic 2014	100,00%							Del 12-21 de Noviembre 2014 se participó en el RoadShow LATOUR, que tiene 120 miembros y es una división del operador Isram World, especializada en viajes a Latinoamérica 8 eventos de presentación de destino y rueda de negocios.
																								Estrategia integral de comunicación de ciudad	Ene - Dic 2014	100,00%							Los resultados de 2014 MEDIO IMPACTOS VALOR PROYECTADO Prensa Escrita
																								Material promocional	Segundo Semestre 2014	100%							No se produjo material en éste periodo.
																								Refuerzo estrategias on-line	Ene - Dic 2014	100,00%							En el 2014 el comportamiento fue el siguiente: a. Página WEB, www.cartagenadeindias.travel: 41% Incremento en Visitas, 45.900 visitas mes 79,25% Crecimiento en nuevos usuarios. La estrategia de e-marketing para la marca oficial de Cartagena de Indias ha tomado como ancla el sitio web
					Incrementar a 1.780.000 pasajeros nacionales llegando por vía aérea	367392	365141	397849	206499	201588	Turismo como motor de desarrollo en el distrito de Cartagena	1.654.207 pasajeros nacionales llegando por vía aérea	367392	365141	397849	206499	201588	No. Pasajeros Nacionales llegando por vía aérea a la Ciudad	1.534.515	1.654.207	93,00%			Caravana turisticas	Primer Semestre 2014	100,00%							No se realizo caravana - ya se ha cumplido la meta
																								Vitrina Turistica de ANATO 2013 (Bogotá - Colombia)	Primer Semestre 2014	100,00%							Esta actividad finalizó en el mes de marzo de 2014.
																								Actividades publicitarias	Ene - Dic 2014	100,00%							el 19 de diciembre se aprobó en FONTUR el proyecto para promoción de Cartagena como destino de artesanías en el marco de FAREX 2015
																						99,11%				**100,00%**						**99,11%**	

CUMPLIMIENTO METAS:	**99,11%**
CUMPLIMIENTO CRONOGRAMA:	**100,00%**
CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN D	**99,11%**