

PLAN OPERATIVO Seguimiento 2016

DEPENDENCIA: DIRECCIÓN DE ANALISIS SECTORIAL Y PROMOCIÓN

ESTRATEGIA	INICIATIVA	ENTREGABLE	Fecha Cumplimiento Entregable												Meta anual	Resultado	Cumplimiento	Comentario		
			META MES 1	META MES 2	META MES 3	META MES 4	META MES 5	META MES 6	META MES 7	META MES 8	META MES 9	META MES 10	META MES 11	META MES 12						
LANEACIÓN STRATEGICA																				
Fortalecer destinos de clase mundial	1. Región Cartagena	Jornada de fortalecimiento empresarial para el sector Turístico				1										1	1	100%	M4: Se realizó una Jornada de Fortalecimiento Empresarial para el Sector Turístico el día 26 de abril de 2016 en la ciudad de Cartagena, en la que asistieron las siguientes entidades: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, representantes de sus entidades adscritas y vinculadas, Fondo Nacional de Turismo - FONTUR, Programa de Transformación Productiva (PTP), Procolombia, Artesanías de Colombia, Corpoturismo de Cartagena de Indias, Migración Colombia y la Cámara de Comercio de Cartagena de Indias, en la que se asesoró un total de 88 empresarios del sector turístico. MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO Karol Fajardo Mariño 4/05/2016 2 Resumen de Estrategia 1. Fortalecer destinos de clase mundial - +1 Registros totales	
	2. Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina	Plan de Promoción de las posadas nativas ejecutado.														1	1	1	100%	M12: La ejecución del Plan de Comercialización de las Posadas Nativas, se realizó a través de estrategias de asistencia técnica en las que se desarrollaron talleres de producto turístico a partir de la metodología de Experiencias Turísticas Únicas, desarrollando las fases de: Visita a los destinos de San Andrés y Providencia, Recopilación y análisis de la información, teniendo como resultado la caracterización de los servicios de la oferta de atracción turística de este modo las piezas producidas como estrategia de promoción son: videos promocionales, folleto, pendones, guía turística y pagina web y como plan de medios está compuesto por pauta en revistas y en circuitos digitales.
		Jornada de fortalecimiento Empresarial para el Sector Turístico.												1			1	1	100%	M10: Se realizó una Jornada de Fortalecimiento Empresarial para el Sector Turístico los días 31 de agosto y 1 de septiembre de 2016 en el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, en la que asistieron las siguientes entidades: Artesanías de Colombia, PTP, Superintendencia de Industria y Comercio, Migración Colombia, Secretaria de Turismo Departamental, Cámara de Comercio de San Andrés, DIAN San Andrés, Viceministerio de Turismo entre otras, en la que se asesoró un total de 81 empresarios del sector turístico.
3. Corredor Santa Marta - Ciénaga -Salamanca - Tayrona	Jornada de fortalecimiento empresarial para el sector Turístico												1			1	1	100%	M10: Se realizó una Jornada de Fortalecimiento Empresarial para el Sector Turístico el día 29 de septiembre de 2016 en la ciudad de Santa Marta, en la que asistieron las siguientes entidades: Artesanías de Colombia, FONTUR, Migración Colombia, Secretaria de Turismo Departamental, Cámara de Comercio de Santa Marta, DIAN, Policía de Turismo, Viceministerio de Turismo entre otras, en la que se asesoró un total de 65 empresarios del sector turístico.	

DEPENDENCIA: DIRECCIÓN DE ANALISIS SECTORIAL Y PROMOCIÓN

ESTRATEGIA	INICIATIVA	ENTREGABLE	Fecha Cumplimiento Entregable												Meta anual	Resultado	Cumplimiento	Comentario				
			META MES 1	META MES 2	META MES 3	META MES 4	META MES 5	META MES 6	META MES 7	META MES 8	META MES 9	META MES 10	META MES 11	META MES 12								
	5. Paisaje Cultural Cafetero	Jornada de fortalecimiento Empresarial para el Sector Turístico.														1	1	1	100%	M10: Se realizó una Jornada de Fortalecimiento Empresarial para el Sector Turístico el día 14 de septiembre de 2016 en la ciudad de Armenia, en la que asistieron las siguientes entidades: Artesanías de Colombia, Superintendencia de Industria y Comercio, Bancóldex, Procolombia, FONTUR, Migración Colombia, Secretaria de Turismo Departamental, Cámara de Comercio de Quindío, DIAN, entre otras, en la que se asesoró un total de 101 empresarios del sector turístico.		
	6. Turismo de Naturaleza y Aventura	Metodología de recolección para la base de indicadores estadísticos (ingresos, empleo y demanda) de Turismo de Naturaleza																1	1	1	100%	M12: Para la metodología de recolección para la base de indicadores estadísticos (ingresos, empleo y demanda) de turismo de naturaleza, se propone como validador el campo (Principal motivo de viaje) actualmente Migración Colombia ha adecuado esta variable de acuerdo a lo establecido por Organización Mundial del Turismo, sin embargo se determinó desagregaciones de la variable "vacaciones, recreo y ocio" con la siguiente discriminación: Turismo cultural, Turismo de aventura, Turismo de naturaleza, Turismo de sol y playa, Turismo náutico, adicional a ello para la caracterización de prestadores de servicios turísticos se propone adicionar en el formulario de agencias de viaje una pregunta que permita identificar los paquetes que ofrecen y en qué tipo de turismo se clasifica dicho paquete tanto para turismo interno como emisor. El medio para recolectar la información sería través del sistema de información turística regional –SITUR-.
Promover Productos Turísticos de o valor	8. Turismo MICE (Reuniones)	Socialización de la estrategia para garantizar la sostenibilidad de los Centros de Convenciones.					1											1	1	100%	M5: La socialización de la estrategia para garantizar la sostenibilidad de los Centros de Convenciones se llevó a cabo en dos reuniones, la primera se realizó el día viernes 19 de febrero en el Despacho de la Viceministra de Turismo en la que Propaís expuso los resultados del estudio a Fontur y Viceministerio de Turismo; la segunda fue el día jueves 25 de febrero del 2016 en el Marco de la Vitrina Turística de Anato 2016 en la que participaron autoridades de turismo, algunos Buro de convenciones, Cámaras de Comercio, Fontur, Propaís, MinCIT y las regiones objeto del estudio.	
		Diseño del plan de promoción para la Red Turística de Pueblos Patrimonio. Elaborado.			1													1	1	100%	M3: El plan de promoción tiene por objetivo fortalecer y posicionar la Red Turística de Pueblos Patrimonio a través de las herramientas de promoción a nivel nacional, implementando acciones para impulsar la condición de desarrollo y mantenimiento de los destinos, en este sentido la promoción de la Red cuenta con dos ejes fundamentales: 1. Desarrollo de una promoción conjunta desde la Red de Pueblos Patrimonio. 2. Promoción individual del destino como Pueblo Patrimonio.	

DEPENDENCIA: DIRECCIÓN DE ANALISIS SECTORIAL Y PROMOCIÓN

ESTRATEGIA	INICIATIVA	ENTREGABLE	Fecha Cumplimiento Entregable												Meta anual	Resultado	Cumplimiento	Comentario	
			META MES 1	META MES 2	META MES 3	META MES 4	META MES 5	META MES 6	META MES 7	META MES 8	META MES 9	META MES 10	META MES 11	META MES 12					
3. Impulsar el turismo doméstico	13. Desarrollar Regiones de Turismo Paz y Convivencia.	Desarrollo de la estrategia del Programa de Turismo, Paz y Convivencia. Avances= junio, ejecutada= noviembre.				1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	8	100%	<p>siguientes acciones: además de lo adelantado en meses anteriores, durante el mes de junio: se realizó reunión con MinDefensa el día jueves 23 de junio, en la cual se tomó la decisión de ser parte del trabajo articulador intragubernamental público y privado, se realizó la estructuración del proyecto de Cooperación de Intercambio de experiencias, se presentó ante FONTUR el proyecto de Apoyo a la Comercialización de los proyectos de Turismo y Paz con el fin de asistir como expositores a las ruedas de negocios Turismo Negocia.</p> <p>M7: En el desarrollo de la estrategia del programa Turismo, Paz y Convivencia se han adelantado las siguientes acciones durante el mes de julio: Se analizó y estructuró el documento que traza la orientación de la Estrategia de Turismo y Paz a través del CONPES para el posconflicto, cuyos ejes estratégicos son: tejido social, transformación y desarrollo entorno de paz y sostenibilidad, se socializó la Estrategia de Turismo y Paz en el marco del Taller de Turismo a la Policía Nacional, se estructuró la matriz del proyecto de Cooperación de Intercambio de Experiencia.</p> <p>M8: En el desarrollo de la estrategia del programa Turismo, Paz y Convivencia se han adelantado las siguientes acciones: se realizó Comité de Turismo, Paz y Convivencia en la ciudad de Santa Marta el pasado 30 de agosto en el cual se socializó los 8 ejes del turismo de la Colombia moderna, sostenible y productiva y los 5 habilitadores que viabilizarán los objetivos, se expuso los avances de la estrategia de Turismo y Paz. La Tercera Mirada presentó un resultado preliminar de la consultoría; se da inicio del proyecto de Cooperación Horizontal de Intercambio de Experiencias en Putumayo.</p> <p>M9: Las acciones adelantadas son: desarrollo de las mesas de co-creación en los destinos piloto a cargo de la consultoría en la que se plantearon 7 estrategias territoriales, definición de línea de trabajo asociadas a: emprendimiento, educación, fortalecimiento institucional y gobernanza, entre otras.</p> <p>M10: En el desarrollo de la estrategia del programa Turismo, Paz y Convivencia se han adelantado acciones dentro de sus líneas estratégicas: se realizó el segundo encuentro de intercambio de experiencias y cooperación horizontal en la Sierra de La Macarena el día 4 de octubre del 2016 cuyo objetivo es generar sinergias entre los destinos y conocer la experiencia de cada una, los puntos de vista se plasmaron en una matriz DOFA, además se socializó las estrategias de co-creación en La Macarena – Meta Villavicencio, Urabá – Antioqueño Necoclí con la participación de 290 asistentes, entre otras acciones.</p> <p>M11: En el desarrollo de la estrategia del programa Turismo, Paz y Convivencia se han adelantado acciones dentro de sus líneas estratégicas: el proyecto Modelo de Gestión se terminó y dio como resultado las estrategias Co – creadas, se realizaron tres (3) Comités de Turismo y Paz en las siguientes ciudades de: Bogotá, Santa Marta y Necoclí el próximo 9 de diciembre, se realizaron tres (3) Jornadas de Cooperación Horizontal de Intercambio de Experiencias en las ciudades de: Santa Marta, La Macarena, Mocoa y Necoclí, entre acciones.</p>	
		Diseño de la Estrategia de Turismo-Artesanías			1											1	1	100%	<p>M3: La estrategia de Turismo y Artesanías, tiene por objetivo fortalecer la promoción turística nacional a través de las artesanías como componente de la expresión de identidad y valor cultural de Colombia. Dicha estrategia contempla una serie de acciones conjuntas de gestión, clasificadas en 3 ejes de trabajo. • Fortalecimiento de las artesanías como componente de productos turísticos. • Desarrollo de herramientas de promoción nacional de los destinos con vocación turística artesanal.</p>
	14. Turismo y Artesanías	Implementación del plan de acción derivado de la estrategia de Turismo y Artesanías.																100%	<p>M9: La estrategia de Turismo y Artesanías ha adelantado acciones en sus ejes estratégicos: presentó proyecto para la participación de los destinos cuyas artesanías poseen; Denominación de Origen en la feria de EXPOARTESANÍAS para promover la nueva ruta turística artesanal del bocadillo, entre otras.</p> <p>M10: La estrategia de Turismo y Artesanías adelantó acciones en sus ejes estratégicos: se elaboró propuesta para la contratación de una consultoría para realizar el diagnóstico de los destinos con producto turístico artesanal en el país, se realizó reunión con el Grupo de Inclusión Social del Viceministerio de Desarrollo empresarial en la que se acordó que Viceministerio de Turismo participe en mesas de trabajo del programa de Economías Propias que adelantan, además el pasado 17 de agosto se radicó un proyecto al FONTUR, el cual contempla la impresión de 10.000 plegables promoviendo el turismo en los 13 destinos que tienen artesanías con la Denominación de Origen, entre otras acciones.</p> <p>M11: La estrategia de Turismo y Artesanías adelantó acciones en sus ejes estratégicos: se realizó asistencia técnica en Tunja – Boyacá el pasado 30 de noviembre, con una asistencia de 19 personas; 9 artesanos, 2 representantes del Sena, 5 secretarios de cultura y turismo y 2 prestadores de servicios turísticos, se diseñó un plegable que promueve 12 destinos cuyas artesanías tienen la insignia distintiva de la Denominación de Origen.</p> <p>M12: El proyecto de Turismo y Artesanías fue aprobado por el Comité Directivo del FONTUR por un valor de \$ 210.643.862, se elaboró propuesta para la contratación de una consultoría para realizar el diagnóstico de los destinos con producto turísticos artesanales en el país, se realizó asistencia técnica en Tunja – Boyacá el pasado 30 de noviembre, el pasado 5 de diciembre en Expo artesanías el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo dispuso un stand con el fin de motivar a los visitantes a conocer las artesanías, así mismo se diseñó plegable que promueve 12 destinos cuyas artesanías tienen la insignia distintiva de la Denominación de Origen material que fue entregado en la feria.</p>

DEPENDENCIA: DIRECCIÓN DE ANALISIS SECTORIAL Y PROMOCIÓN

ESTRATEGIA	INICIATIVA	ENTREGABLE	Fecha Cumplimiento Entregable												Meta anual	Resultado	Cumplimiento	Comentario									
			META MES 1	META MES 2	META MES 3	META MES 4	META MES 5	META MES 6	META MES 7	META MES 8	META MES 9	META MES 10	META MES 11	META MES 12													
4. Promocionar los destinos y productos turísticos de Colombia	15. Promoción Turística Nacional	Estrategia de promoción Turismo y Deporte. Ejecutada.																	1	1	100%	<p>M6: La estrategia de promoción Turismo y Deporte ha adelantado acciones en el marco de sus ejes temáticos tales como: EJE 1: Se propusieron ocho (8) destinos (ver anexo informe) para el desarrollo de prácticas, esta priorización atiende a una revisión documental de la oferta turístico-deportiva del país; se adelantó la promoción de Cartagena de Indias y el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina a través del desarrollo de dos eventos deportivos asociados al producto de turismo náutico: Nirvana Oceanquest Freediving – Copa Mundial de Apnea y Rally Colombia Soberana 2016.</p> <p>M9: La estrategia de promoción Turismo y Deporte ha adelantado acciones en el marco de sus ejes temáticos tales como: se realizaron 2 reuniones, en el primer encuentro cada entidad presentó sus estrategias en materia de deporte y en la segunda reunión se estableció la necesidad de integrar otros actores, además se establecieron líneas base para la estructuración de un plan de acción conjunto con el direccionamiento del delegado de UNESCO, asimismo se apoyó en la promoción en la ciudad Santiago de Cali, en el marco del Campeonato Panamericano de Baile Deportivo.</p> <p>M11: La estrategia de promoción Turismo y Deporte ha adelantado acciones en el marco de sus ejes temáticos tales como: se realizó un esquema de acercamiento a la identificación de estos actores del nivel regional, nacional e internacional y se realizaron diferentes mesas de trabajo con el objetivo de dar a conocer la estrategia y establecer líneas de articulación puntuales, se propuso el desarrollo de un evento académico denominado "Turismo y Deporte: herramientas para el desarrollo y la paz", en el marco del Día Internacional del Deporte y el Desarrollo (6 abril) con el objetivo de generar conocimiento y compartir experiencias a partir de la transversalidad del deporte.</p>					
		Evento de reconocimientos del sector turismo			1																1	1	100%	M3: El evento de entrega de premios de reconocimiento al sector Turismo, se realizó el 23 de febrero de 2016 en el Hotel Tequendama, el cual contó con la participación de autoridades como: la Viceministra de turismo y su equipo de trabajo, Procolombia, presidentes de Gremios Turísticos, representantes de entidades territoriales y prensa, para un total de 300 asistentes. Las categorías de premios entregados fueron: Premios a la Calidad Turística, en el que se reconocieron 5 categorías; Premios Rev			
		Apoyo a la participación de los departamentos en la Vitrina Turística de Anato 2016.		1																			1	1	100%	M2: La "Vitrina Turística de ANATO 2016", se llevó a cabo los días 24, 25 y 26 de febrero, en las que se apoyó la participación de los treinta y dos (32) departamentos de Colombia, a través de la cofinanciación de sus proyectos para hacer parte de esta feria nacional que tiene por objetivo integrar en un mismo escenario la oferta de productos, destinos y servicios turísticos, con el fin de establecer contactos y alianzas que permitan un flujo mayor de turistas de y hacia el exterior además de aumentar su participación en otros mercados nacionales e internacionales.	
		Plan de promoción derivado del Fondo Fílmico Diseñado													1									1	1	100%	M11: En el plan de promoción derivado del fondo fílmico se determinaron las siguientes líneas para su promoción: Piezas para la promoción turística de los destinos, Testimoniales de la cinematografía en Colombia, Análisis de la producción cinematográfica realizada por el FFC, Producción y distribución del portafolio FCC para el turismo, Creación y manejo de banco de imágenes FCC con interés turístico, entre otras, las cuales están definidas en el presente informe.
		Rueda de negocio realizada				1																			1	1	100%

DEPENDENCIA: DIRECCIÓN DE ANÁLISIS SECTORIAL Y PROMOCIÓN

ESTRATEGIA	INICIATIVA	ENTREGABLE	Fecha Cumplimiento Entregable												Resultado	Cumplimiento	Comentario			
			META MES 1	META MES 2	META MES 3	META MES 4	META MES 5	META MES 6	META MES 7	META MES 8	META MES 9	META MES 10	META MES 11	META MES 12				Meta anual		
5. Normatividad y seguridad	17. Formalización Turística	20 Jornadas de formalización. Acumulado.			5			10						15	18	20	20	20	100%	<p>M3: Se realizaron cinco (5) Jornadas de Formalización, en las ciudades de: • El 18 de febrero en Puerto Gaítán – Meta con 64 participantes; • El 19 de febrero en Bogotá con 19 participantes; • El 22 de febrero en Paipa – Boyacá con 32 participantes; • El 22 de febrero en Duitama – Boyacá con 23 participantes; • El 10 de marzo en Cúcuta – Norte de Santander con 56 participantes. Para un total de 194 participantes.</p> <p>M6: En el segundo trimestre del año 2016 se realizaron cinco (5) Jornadas de Formalización, en las ciudades de: El 01 de abril en Bogotá-Cundinamarca con 33 participantes; el 14 de abril en Valledupar-Cesar con 31 participantes; el 28 de abril en Cúcuta-Norte de Santander con 8 participantes; el 16 de mayo en Tumaco-Nariño con 36 participantes; el 18 de mayo en Buga-Valle del Cauca con 52 participantes. Para un total de 160 participantes.</p> <p>M10: En el tercer trimestre del año 2016 se realizaron cinco (5) Jornadas de Formalización, en las ciudades de: El 21 de julio en Fusagasugá con 70 participantes; el 10 de agosto en Apartadó con 33 participantes; el 18 de agosto en Pasto con 81 participantes; el 18 de agosto en Ipiales con 44 participantes; el 28 de septiembre en Sabaneta con 58 participantes, para un total de 286 participantes.</p> <p>M11: En el cuarto trimestre del año 2016 se han realizado otras tres (3) Jornadas de Formalización, en las ciudades de: El 05 de octubre en Tame con 48 participantes; el 19 de octubre en Choachi con 61 participantes; el 01 de noviembre en Buga con 73 participantes. Para un total de 182 participantes.</p> <p>M12: En el cuarto trimestre del año 2016 se han realizado otras dos (2) Jornadas de Formalización, en las ciudades de: el 24 de noviembre en La Macarena con 38 participantes y el 01 de diciembre en San José del Guaviare con 23 participantes. Para un total de 61 participantes.</p>
		10 Brigadas de formalización. Acumulado			1									7	9	10	10	10	100%	<p>M3: Se realizó una Brigada de formalización en los destinos de: Boyacá - (Duitama, Paipa y Sogamoso), durante los días 3, 4, 5 y 6 de marzo de 2016, en la que se visitaron un total de 172 prestadores de servicios turísticos, se emitieron 48 oficios de preliminar informalidad (a los que se les abrirá investigación administrativa por no contar con el Registro Nacional de Turismo – RNT) y se realizaron 8 inspecciones de verificación de servicios turísticos.</p> <p>M10: Se realizó siete (7) Brigadas de formalización en los destinos de: Boyacá - (Duitama, Paipa y Sogamoso), Guadalajara de Buga, Fusagasugá, Montenegro, Popayán, Quimbaya, Salento a corte octubre de 2016, en la que se visitaron un total de 793 prestadores de servicios turísticos, se emitieron 208 oficios de preliminar informalidad (a los que se les abrirá investigación administrativa por no contar con el Registro Nacional de Turismo – RNT).</p> <p>M11: Se realizó nueve (9) Brigadas de formalización en los destinos de: Boyacá - (Duitama, Paipa y Sogamoso), Guadalajara de Buga, Fusagasugá, Montenegro, Popayán, Quimbaya, Salento, Cerrito, Antioquia (Guatapé, El Peñol) a corte noviembre de 2016, en la que se visitaron un total de 1.009 prestadores de servicios turísticos, se emitieron 351 oficios de preliminar informalidad (a los que se les abrirá investigación administrativa por no contar con el Registro Nacional de Turismo – RNT).</p> <p>M12: Se realizó en el 2016 diez (10) Brigadas de formalización en los destinos de: Boyacá - (Duitama, Paipa y Sogamoso), Guadalajara de Buga, Fusagasugá, Montenegro, Popayán, Quimbaya, Salento, Cerrito, Antioquia (Guatapé, El Peñol), Marinilla, en la que se visitaron un total de 1.053 prestadores de servicios turísticos, se emitieron 382 oficios de preliminar informalidad (a los que se les abrirá investigación administrativa por no contar con el Registro Nacional de Turismo – RNT).</p>
			Lanzamiento del CITUR												1			1	1	100%

DEPENDENCIA: DIRECCIÓN DE ANÁLISIS SECTORIAL Y PROMOCIÓN

ESTRATEGIA	INICIATIVA	ENTREGABLE	Fecha Cumplimiento Entregable												Meta anual	Resultado	Cumplimiento	Comentario			
			META MES 1	META MES 2	META MES 3	META MES 4	META MES 5	META MES 6	META MES 7	META MES 8	META MES 9	META MES 10	META MES 11	META MES 12							
9. Fortalecimiento Institucional.	24. Gobernanza y Gestión Eficiente	8 SITUR alineados al CITUR. Acumulables														8	8	8	100%	M12: El Ministerio de Comercio Industria y Turismo ha venido trabajando junto con el DANE, a través de la Dirección de Regulación, Planeación, Estandarización y Normalización (DIRPEN) en el estándar SDMX (Statistical Data and Metadata Exchange) que tiene como objetivo intercambiar eficientemente datos y metadatos estadísticos normalizados y homogenizados y así difundirlos, dentro de este proceso se tienen unos indicadores dentro las 4 mediciones (receptor, Interno-emisor, Caracterización de la oferta y el empleo) de esta forma los 8 SITUR alineados al CITUR son Boyacá, Magdalena, Santander, PCC (Caldas, Quindío, Risaralda y Norte del Valle), Antioquia, Meta, Bolívar y Norte de Santander.<	
		Fase I Tarjeta de Registro Hotelero.															1	1	1	100%	M11: La tarjeta de registro hotelero en línea -TRH en línea- hace parte de un conjunto de operaciones estadísticas que Viceministerio de Turismo viene priorizando desde hace varios años haciendo parte del PEST y tiene como objetivo unificar la TRH actual y el sistema de registro de visitantes extranjeros -SIRE-.
		Plataforma del RNT unificada con CITUR										1						1	1	100%	M8: La plataforma del Registro Nacional de Turismo -RNT-, unificado con el Centro de Información Turística -CITUR- se realiza mediante una adición y prórroga al contrato 190 del 2015. A través de la plataforma SDMX se alimentará la información estadística de los prestadores de servicios turísticos en un módulo de la página del CITUR, esta adición consta de dos fases: la primera se mostrará la información de los prestadores turísticos según su categoría, subcategoría, entre otras, y la segunda fase mostrará en el módulo de CITUR la información de nivel empresarial y mercadotecnia.
TOTAL PLANEACIÓN ESTRATEGICA																			100%		
OTROS PROYECTOS																					

DEPENDENCIA: DIRECCIÓN DE ANALISIS SECTORIAL Y PROMOCIÓN

ESTRATEGIA	INICIATIVA	ENTREGABLE	Fecha Cumplimiento Entregable												Meta anual	Resultado	Cumplimiento	Comentario		
			META MES 1	META MES 2	META MES 3	META MES 4	META MES 5	META MES 6	META MES 7	META MES 8	META MES 9	META MES 10	META MES 11	META MES 12						
		Administración, ejecución y distribución de las herramientas para prevención de la ESCNNA (Curso virtual y Material de prevención).			1			1					1			1	4	4	100%	<p>M3: Se realizó la entrega de un total de 763 Manuales de Buenas Prácticas para prestadores de servicios turísticos, 2.300 Códigos de Conducta (Resolución 3840 de 2009), 10.303 volantes de seguridad turística, 334 Cursos virtuales de Prevención de la ESCNNA y 69 Cuadernos cinco materias de Turismo Responsable; material entregado en la Vitrina Turística de ANATO 2016, Policía de Turismo, Gremios de turismo, universidades y para la difusión en la Brigadas de Formalización a los prestadores de servicios turísticos, además de la difusión de curso virtual de "Todos Unidos Contra la ESCNNA en Viajes y Turismo" el cual se encuentra de forma pública en la plataforma Moodle del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo alojado en: escnna.mincit.gov.co, con el fin de fortalecer los conocimientos frente a las disposiciones legales para prevenir el delito de la ESCNNA – Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes</p> <p>M6: Se realizó la entrega de un total de 1.248 Manuales de Buenas Prácticas para prestadores de servicios turísticos, 1.433 volantes de seguridad turística, 2.009 Cursos virtuales de Prevención de la ESCNNA y 270 Cuadernos cinco materias de Turismo Responsable y 3.347 kit de prevención; material entregado a Policía de Turismo, Alcaldía de Popayán-PIT, Grupo de Protección al Turista, Grupo RNT, Agencia de Viajes Price, Evento Show Room Cotelco, OSSA y Asociados, Martha Espinosa - Evento CATm, Agencia de viajes Extur Ltda, Adriana Mayo- Proyecto Cooperación Intercambio de Experiencias, además de la difusión de curso virtual de "Todos Unidos Contra la ESCNNA en Viajes y Turismo" el cual se encuentra de forma pública en la plataforma Moodle del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo alojado en: escnna.mincit.gov.co, con el fin de fortalecer los conocimientos frente a las disposiciones legales para prevenir el delito de la ESCNNA – Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes.</p> <p>M9: Se realizó la entrega de un total de 1.248 Manuales de Buenas Prácticas para prestadores de servicio turísticos, 1.433 volantes de seguridad turística, 2.009 cursos virtuales de Prevención de la ESCNNA y 240 cuadernos cinco materias de Turismo Responsable, 3.347 kit de prevención y 300 códigos de conducta; material entregado a Policía Nacional, Alcaldía de Popayán-PIT, Agencia de Viajes Price, Evento Show Room Cotelco, evento día Internacional contra la ESCNNA-MinTrabajo, entre otros, además de la difusión de curso virtual de "Todos Unidos Contra la ESCNNA en Viajes y Turismo" el cual se encuentra de forma pública en la plataforma Moodle del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo alojado en: escnna.mincit.gov.co, con el fin de fortalecer los conocimientos frente a las disposiciones legales para prevenir el delito de la ESCNNA – Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes.</p> <p>M12: Se realizó la entrega de un total de 64 Manuales de Buenas Prácticas para prestadores de servicio turísticos, 304 volantes de seguridad turística, 175 cursos virtuales de Prevención de la ESCNNA y 96 cuadernos cinco materias de Turismo Responsable y 348 kit de prevención; material entregado a Policía Nacional, Tu Checkin, Atención al Ciudadano MinCIT, Agencia de Viajes Pasabordo, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Travel Holding Group –AV, Agencia de Viajes IberoLuna, Yomaira Rosales – Guatapé, Grupo de Protección al Turista, entre otros, además de la difusión de curso virtual de "Todos Unidos Contra la ESCNNA en Viajes y Turismo" el cual se encuentra de forma pública en la plataforma Moodle del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo alojado en: escnna.mincit.gov.co, con el fin de fortalecer los conocimientos frente a las disposiciones legales para prevenir el delito de la ESCNNA – Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes.</p>
		16 Talleres de Prevención de la ESCNNA en el Contexto de Viajes y Turismo. (Acumulado).				3	4					7	9	12	14	16	16	16	100%	<p>M4: se realizaron 3 talleres de prevención y sensibilización de la ESCNNA – Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes en contexto de viajes y turismo en el mes de abril de 2016, con un total de 42 participantes, los cuales tienen por objetivo sensibilizar a los actores de la cadena productiva del sector turístico frente a la promoción del Turismo Responsable.</p> <p>M5: se realizaron 4 talleres de prevención y sensibilización de la ESCNNA – Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes en contexto de viajes y turismo en el mes de mayo de 2016, con un total de 58 participantes, los cuales tienen por objetivo sensibilizar a los actores de la cadena productiva del sector turístico frente a la promoción del Turismo Responsable.</p> <p>M8: se realizaron 7 talleres de prevención y sensibilización de la ESCNNA – Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes en contexto de viajes y turismo en los meses junio y agosto de 2016, con un total de 237 participantes, los cuales tiene por objetivo sensibilizar a los actores de la cadena productiva del sector turístico frente a la promoción del Turismo Responsable.</p> <p>M9: se realizaron 9 talleres de prevención y sensibilización de la ESCNNA – Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes en contexto de viajes y turismo en los meses agosto y septiembre de 2016, con un total de 331 participantes, los cuales tiene por objetivo sensibilizar a los actores de la cadena productiva del sector turístico frente a la promoción del Turismo Responsable.</p> <p>M10: se realizaron 12 talleres de prevención y sensibilización de la ESCNNA – Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes en contexto de viajes y turismo en los meses agosto y septiembre de 2016, con un total de 495 participantes, los cuales tiene por objetivo sensibilizar a los actores de la cadena productiva del sector turístico frente a la promoción del Turismo Responsable.</p> <p>M11: se realizaron 14 talleres de prevención y sensibilización de la ESCNNA – Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes en contexto de viajes y turismo en los meses agosto y septiembre de 2016, con un total de 600 participantes, los cuales tiene por objetivo sensibilizar a los actores de la cadena productiva del sector turístico frente a la promoción del Turismo Responsable.</p> <p>M12: se realizaron 16 talleres de prevención y sensibilización de la ESCNNA – Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes en contexto de viajes y turismo en los meses agosto y septiembre de 2016, con un total de 730 participantes, los cuales tiene por objetivo sensibilizar a los actores de la cadena productiva del sector turístico frente a la promoción del Turismo Responsable.</p>

DEPENDENCIA: DIRECCIÓN DE ANÁLISIS SECTORIAL Y PROMOCIÓN

ESTRATEGIA	INICIATIVA	ENTREGABLE	Fecha Cumplimiento Entregable												Meta anual	Resultado	Cumplimiento	Comentario		
			META MES 1	META MES 2	META MES 3	META MES 4	META MES 5	META MES 6	META MES 7	META MES 8	META MES 9	META MES 10	META MES 11	META MES 12						
		Fase II. Promoción y Divulgación del Aplicativo móvil "Te Protejo" para la realización de denuncias anónimas de casos relacionados con la ESCNNA en el contexto de viajes y turismo.			1			1					1			1	4	4	100%	<p>M3: La promoción y divulgación de la aplicación de denuncia anónima "Te Protejo", herramienta a la cual también se accede a través de la página web www.teprotejo.org, se realizó a través de redes sociales como Facebook y Twitter, con un total de descargas en App de 1.883 a corte febrero de 2016.</p> <p>M6: La promoción y divulgación de la aplicación de denuncia anónima "Te Protejo", herramienta a la cual también se accede a través de la página web www.teprotejo.org, se realizó a través de redes sociales como Facebook y Twitter, con un total de descargas en App de 3.166 a corte mayo de 2016.</p> <p>M9: La promoción y divulgación de la aplicación de denuncia anónima "Te Protejo", herramienta a la cual también se accede a través de la página web www.teprotejo.org, se realizó a través de redes sociales como Facebook y Twitter, con un total de descargas en App de 4.129 a corte agosto de 2016.</p> <p>M12: La promoción y divulgación de la aplicación de denuncia anónima "Te Protejo", herramienta a la cual también se accede a través de la página web www.teprotejo.org, se realizó a través de redes sociales como Facebook y Twitter, con un total de descargas en App de 4.475 a corte agosto de 2016.</p>
		Realizar seguimiento a la línea de crédito para el Escalamiento Empresarial del Sector Turístico PIPE 2.0 de Bancoldex. Informes Trimestrales			1			1					1			1	4	4	100%	<p>M3: La Dirección de Análisis Sectorial y Promoción en el año 2015, lideró la apertura de una línea especial de crédito Bancoldex para apoyar la competitividad de las empresas de turismo del país, dicha línea de crédito está encaminada a generar inversión para impulsar el fortalecimiento, innovación y modernización empresarial, cuyo monto asciende a los \$45.000 millones. Todo ello se concretó a través del convenio interadministrativo 493 de 2015 suscrito entre la nación Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Banco de Comercio Exterior de Colombia S.A. - BANCOLDEX y la expedición de la circular 026 del 30 de noviembre de 2015, a la cual se le hace seguimiento basado en los informes mensuales de desembolso que proporciona Bancoldex y bajo la supervisión de la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible. Como resultado de este seguimiento, a la fecha se han aportado \$ 187.931.859,76 con un porcentaje de ejecución del 8,17%.</p> <p>M6: el seguimiento a la línea de crédito para el Escalamiento Empresarial del Sector Turístico PIPE 2.0 de Bancoldex como resultado a la fecha se han realizado un total de 49 operaciones de la siguiente forma (27) pequeña, (2) grande, (7) micro y (13) mediana empresa; se han aportado \$614.111.845,12 con un porcentaje de ejecución del 26,70%, adicional a ello, el Viceministerio de Turismo desde la Dirección de Análisis Sectorial y Promoción suministró a Bancoldex la base de datos de las empresas que se encuentran activas en el Registro Nacional de Turismo, para aumentar la difusión de la línea de crédito.</p> <p>M9: el seguimiento a la línea de crédito para el Escalamiento Empresarial del Sector Turístico PIPE 2.0 de Bancoldex como resultado a la fecha se han realizado un total de 109 operaciones de la siguiente forma (61) pequeña, (7) grande, (11) micro y (30) mediana empresa; se han aportado \$1.061.278.668,83 con un porcentaje de ejecución del 46,14%.</p> <p>M12: el seguimiento a la línea de crédito para el Escalamiento Empresarial del Sector Turístico PIPE 2.0 de Bancoldex como resultado a la fecha se han realizado un total de 134 operaciones de la siguiente forma (81) pequeña, (3) grande, (14) micro y (36) mediana empresa; se han aportado \$1.250.379.467,85 con un porcentaje de ejecución del 54,36%.</p>

DEPENDENCIA: **DIRECCIÓN DE ANALISIS SECTORIAL Y PROMOCIÓN**

ESTRATEGIA	INICIATIVA	ENTREGABLE	Fecha Cumplimiento Entregable												Meta anual	Resultado	Cumplimiento	Comentario				
			META MES 1	META MES 2	META MES 3	META MES 4	META MES 5	META MES 6	META MES 7	META MES 8	META MES 9	META MES 10	META MES 11	META MES 12								
		Desarrollar en articulación con el DANE, las actividades establecidas en el Plan Estadístico Sectorial.			1			1						1			1	4	4	100%	<p>M3: La Dirección de Análisis Sectorial y Promoción en articulación con el DANE, para el desarrollo de las actividades del Plan estadístico Sectorial, han llevado a cabo reuniones para revisar la temática de CITUR-SITUR para la adaptación del estándar SDMX que se está implementando, se han realizado asistencias técnicas para las regiones desde la DASP, además se realizó una reunión para dar seguimiento al proyecto del impacto del IVA y otros tributos con InfoYanhaas.</p> <p>M6: Derivado del acompañamiento técnico que la Dirección de Análisis Sectorial y Promoción en articulación con el DANE, para el desarrollo de las actividades del Plan estadístico Sectorial, se realizó 7 reuniones con Linktic para acordar todo el diseño de la página web y sus contenidos, se continúa haciendo asistencias técnicas a las regiones y un acompañamiento al supervisor Silva Carreño para verificar la gestión de las regiones, se asistió a reuniones para conocer el resultado de la investigación de la muestra mensual hotelera y la muestra trimestral de agencias de viajes.</p> <p>M9: Derivado del acompañamiento técnico que la Dirección de Análisis Sectorial y Promoción en articulación con el DANE, para el desarrollo de las actividades del Plan estadístico Sectorial, se realizó acompañamiento técnico a los departamentos de Cauca, Caquetá y Putumayo quienes están comenzando el proceso para la creación de SITUR en sus departamentos, Se llevó a cabo en septiembre de 2016 el Comité Técnico de estadísticas de Turismo en la ciudad de Medellín durante dos días y medio su objetivo fue brindar los resultados de gestión del segundo trimestre de 2016 y concertar las propuestas metodológicas para la generación de la Muestra Maestra de prestadores de servicios turísticos y la nueva medición de turismo sostenible de la cual se dio información previa sobre el piloto que se está llevando a cabo en Santander.</p> <p>M12: Derivado del acompañamiento técnico que la Dirección de Análisis Sectorial y Promoción en articulación con el DANE, para el desarrollo de las actividades del Plan estadístico Sectorial se realizó Comité Técnico de estadísticas de Turismo los días 15, 16 y 17 de diciembre de 2016 en la ciudad de Villavicencio su objetivo fue brindar los resultados de gestión de los tres trimestres de 2016 y revisar la metodología para la generación de la Muestra Maestra de prestadores de servicios turísticos y la nueva medición de turismo sostenible de la cual se dio información, el 6 de diciembre de 2016 Presidencia de la República firmó el Decreto 1964 de 2016 que pone en marcha la Tarjeta de Registro Hotelero en línea, el comité directivo de FONTUR aprobó el proyecto SITUR Valle del Cauca, el 28 de noviembre de 2016 se llevó a cabo el evento en el cual se entregó el portal de CITUR rediseñado, además el comité directivo de</p>	
TOTAL OTROS CUMPLIMIENTO DEPENDENCIA																				100%	100,00	

firma del Responsable:

Nombre: **KAROL FAJARDO MARIÑO**

cargo: **Directora de Análisis Sectorial y Promoción,**
alle 28 N° 13A -15 / Bogotá, Colombia
 onmutador (571) 6067676
www.mincit.gov.co



PE-FM-009 V6