

40000

Bogotá D.C.,

Doctora

**CLARA INÉS PARRA ROJAS**

Subsecretaria de Despacho

Comisión Tercera Permanente de Hacienda y Crédito Público

Concejo de Bogotá

Calle 36 No. 28 A- 41

Ciudad

**INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO 18-08-2020 11:58:57**

Al Contestar Cite Este Nr.:2020EE855 O 1 Fol:1 Anex:0

Origen: Sd:361 - SUBDIRECCION DE GESTION CORPORATIVA Y

Destino: CONCEJO DE BOGOTA D.C./CLARA INES PARRA RO

Asunto: RESPUESTA PROPOSICIÓN 645 DE 2020. NO. DE RAD

Obs.:

**CONCEJO DE BOGOTA 19-08-2020 12:20:02**

2020ER13312 O 1 Fol:1 Anex:0

ORIGEN: IDT/KAROL FAJARDO MARIÑO

DESTINO: COMISION 3ª PERM. DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO/PA

ASUNTO: RESPUESTA PROP 645 DE 2020

**Asunto:** Respuesta Proposición 645 de 2020 No. Radicado 2020ER1119-IDT

Respetada doctora Parra:

En atención a la Proposición No. 645 de 2020, radicada el 5 de agosto del año en curso, suscrita por los Honorables Concejales: Sara Ximena Castellanos Rodríguez y demás, integrantes de la Bancada del Partido Liberal Colombiano, relacionada con el tema “*Turismo en Bogotá post pandemia*”; de manera atenta, nos permitimos dar respuesta dentro de marco de las competencias asignadas a este Instituto así:

**1. Sírvese informar el impacto económico del turismo en la ciudad de Bogotá para el año 2017, 2018 y 2019.**

A partir de la información suministrada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE, en el sistema de cuentas nacionales para el cálculo del PIB Bogotá, se puede tener una aproximación de cuál es el impacto del turismo en la generación de valor agregado en la economía bogotana. La siguiente tabla muestra la participación aproximada subsector *-Alojamiento y Servicios de Comida-* en la actividad del turismo y en el valor agregado de todas las actividades económicas en la ciudad.



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.  
DESARROLLO ECONÓMICO  
Instituto Distrital de Turismo

2017 – 2019 <sup>Pr</sup> Cuarto Trimestre				
Concepto		Alojamiento y servicios de comida	Valor agregado bruto	Miles de Millones de Pesos Participación del turismo en la economía de Bogotá (%)
2017 <sup>Pr</sup>	I	1.418	44.322	3,2%
	II	1.499	46.857	3,2%
	III	1.536	48.033	3,2%
	IV	1.653	53.302	3,1%
	<b>Total</b>	<b>6.107</b>	<b>192.514</b>	<b>3,2%</b>
2018 <sup>Pr</sup>	I	1.474	45.478	3,2%
	II	1.575	48.352	3,3%
	III	1.567	49.421	3,2%
	IV	1.681	55.208	3,0%
	<b>Total</b>	<b>6.297</b>	<b>198.459</b>	<b>3,2%</b>
2019 <sup>Pr</sup>	I	1.537	47.059	3,3%
	II	1.654	50.359	3,3%
	III	1.636	51.371	3,2%
	IV	1.757	56.709	3,1%
	<b>Total</b>	<b>6.584</b>	<b>205.498</b>	<b>3,2%</b>

**P: Preliminar**

**Pr: Provisional**

**Fuente: Cálculos propios. Cuentas Nacionales, DANE.**

De acuerdo con estos resultados, durante el periodo 2017- 2019, el turismo generó en promedio 6.329 millones de pesos y aportó, en promedio, el 3,2% del valor agregado total de la ciudad.

Así mismo, durante el periodo 2017- 2019, el sector turismo generó más de 270 mil puestos de empleo anualmente (promedio enero- diciembre). Al observar el total de la población ocupada en la ciudad para el periodo de referencia, se tiene que el turismo ha generado, en promedio, más del 7% del empleo total en Bogotá.

Generación de empleo del turismo en Bogotá 2017- 2019			
	2017	2018	2019
Ocupados sector Turismo	274.859	315.797	288.537
Total ocupados	4.124.001	4.153.001	4.186.000
Generación de empleo del sector turismo en Bogotá	6,7%	7,6%	6,9%

Fuente: Cálculos propios. Gran Encuesta Integrada de Hogares- GEIH, DANE.

**2. Sírvese informar el gasto en la ciudad de los turistas (total, internacional y nacional) que visitaron a Bogotá, en el año 2017, 2018 y 2019.**

A partir de la Encuesta de Viajeros en Bogotá, el Instituto Distrital de Turismo obtiene información primaria para estimar el flujo de turistas en la ciudad con referencia anual, el gasto turístico total en la ciudad y otras características demográficas.

La siguiente tabla, muestra el flujo total de turistas en la ciudad para los años 2017 a 2019. El flujo de turistas internacionales ha mantenido una senda de crecimiento durante los últimos años que responde a la dinámica de la economía mundial. Por su parte, el flujo de turistas nacionales se ha comportado de acuerdo con el ciclo económico y a las expectativas sobre el desempeño de la economía del país.

Flujo de Turistas en Bogotá 2017- 2019			
	2017	2018	2019
Turistas Nacionales	8.294.724	11.045.438	10.558.274
Turistas Internacionales	1.772.564	1.878.537	1.904.457
Total Turistas	10.067.288	12.923.975	12.462.731

Fuente: Observatorio de Turismo de Bogotá.

Así mismo, la siguiente tabla muestra el gasto turístico en la ciudad para cada año de referencia, el cual ha mantenido un crecimiento positivo.

Gasto turístico en Bogotá 2017- 2019 (millones de dólares)			
	2017	2018	2019
Turistas Nacionales	\$ 1.317	\$ 1.515	\$ 1.523
Turistas Internacionales	\$ 757	\$ 916	\$ 941
Total Gasto Turístico	\$ 2.074	\$ 2.431	\$ 2.464

Fuente: Observatorio de Turismo de Bogotá.

En relación con el gasto promedio diario de turistas en Bogotá para el periodo 2017- 2019, se observa que un turista en Bogotá paso de gastar 48 dólares al día durante el año 2017 a gastar 60 dólares diarios.

<b>Gasto promedio diario de un Turista en Bogotá 2017- 2019 (dólares)</b>			
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Turistas Nacionales</b>	\$ 26	\$ 42	\$ 47
<b>Turistas Internacionales</b>	\$ 71	\$ 100	\$ 103
<b>Promedio General</b>	<b>\$ 48</b>	<b>\$ 56</b>	<b>\$ 60</b>

Fuente: Observatorio de Turismo de Bogotá.

### 3. Sírvase informar el aporte de los diferentes tipos de turismo en la economía de la ciudad.

El Observatorio de Turismo de Bogotá registra el gasto general del turista que realizó alguna actividad (biciturismo, aviturismo, compras, etc.), sin embargo, no se cuenta con el gasto específico relacionado con los diferentes tipos de turismo para calcular su aporte a la economía de la ciudad.

### 4. Sírvase informar y detallar las proyecciones de pérdidas producto del cierre del sector, producto de la pandemia.

El Instituto distrital de turismo adelantó un estudio para evaluar el impacto que ha tenido la covid-19 en el sector, este ejercicio fue posible gracias a la proyección de turistas a 2020 de acuerdo con el comportamiento histórico que se presentaba hasta 2019, es decir, la evolución natural del sector sin considerar el efecto de la pandemia. Así mismo, se utilizó el número efectivo de turistas que arribaron a la ciudad durante el primer trimestre 2020 (enero – marzo) y de esta forma se logró obtener una estimación de las pérdidas en el sector debido al efecto del coronavirus.

En la siguiente tabla se muestra el resumen mensual del número de turistas y los respectivos gastos asociados a los mismos. De esta forma se observa que para 2020 se esperaba un gasto cercano a los 2.416,8 millones de dólares en el escenario que no existiera impacto por la pandemia, que comparado con el año 2019 representaba una disminución esperada de 47,2 millones de dólares, es decir, una contracción del 1,9%.

	<b>2019</b>		<b>2020 Proyectado</b>		<b>2020 Efectivo</b>	
	<b>Turistas</b>	<b>Gasto</b>	<b>Turistas</b>	<b>Gasto</b>	<b>Turistas</b>	<b>Gasto</b>
<b>Enero</b>	1.074.387	213,4	1.005.086	203,8	1.068.254	205,5
<b>Febrero</b>	1.080.696	213,8	1.005.449	203,8	1.078.696	212,8
<b>Marzo</b>	1.275.076	246,4	1.069.742	216,9	629.153	120,1
<b>Abril</b>	1.073.190	210,6	998.724	201,3	0	0,0



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.  
DESARROLLO ECONÓMICO  
Instituto Distrital de Turismo

<b>Mayo</b>	1.079.671	208,5	988.418	199,1	0	0,0
<b>Junio</b>	1.020.036	194,7	985.278	196,4	0	0,0
<b>Julio</b>	1.064.021	217,8	986.714	203,5	0	0,0
<b>Agosto</b>	883.726	173,6	935.354	188,8		
<b>Septiembre</b>	1.024.189	208,1	974.803	201,8		
<b>Octubre</b>	992.376	198,5	990.966	202,1		
<b>Noviembre</b>	921.990	179,8	940.864	190,8		
<b>Diciembre</b>	975.132	198,6	1.030.170	208,4		
<b>Total</b>	<b>12.464.490</b>	<b>2464,0</b>	<b>11.911.569</b>	<b>2.416,8</b>		

Fuente: Observatorio de Turismo de Bogotá.

Sin embargo, para el primer semestre de 2020 se sintió el efecto de la pandemia sobre la llegada de turistas y la economía de la ciudad asociada con el sector, tal como había sido vaticinado por la Organización Mundial del Turismo-OMT al inicio de la vigencia 2020. De acuerdo con las proyecciones realizadas por el IDT, en primer semestre de 2020 se esperaba la llegada de 6.052.697 turistas, dejando un ingreso aproximado de 1.221,5 millones de dólares, pero debido a los efectos de la pandemia, la ciudad solo recibió 2.776.103 turistas, que generaron un gasto aproximado de 538,4 millones de dólares, es decir, llegó el 45,9% del total de turistas esperados y los ingresos para la ciudad solo fueron del 44,1% de lo proyectado. Esto implica que la ciudad dejó de recibir 3.276.594 turistas durante el primer semestre de 2020, con pérdidas en ingresos de 683,1 millones de dólares. Y sin duda, al comparar respecto a 2019 el panorama se ve aún más pesimista.

		2019		2020 Proyectado		2020 Efectivo	
		Turistas	Gasto	Turistas	Gasto	Turistas	Gasto
<b>Turismo Internacional</b>	<b>Primer semestre</b>	957.978	473,4	996.094	492,2	394.397	194,9
	<b>Segundo Semestre</b>	946.407	467,6	1.001.246	494,7		
<b>Turismo Nacional</b>	<b>Primer semestre</b>	5.645.078	814,2	5.056.603	729,3	2.381.706	343,5
	<b>Segundo Semestre</b>	4.915.027	708,9	4.857.625	700,6		
<b>Total Turismo</b>	<b>Primer semestre</b>	6.603.056	1287,5	6.052.697	1221,5	2.776.103	538,4
	<b>Segundo Semestre</b>	5.861.434	1176,5	5.858.871	1195,3		
<b>Gasto en millones de dólares</b>							

Fuente: Observatorio de Turismo de Bogotá.

Así mismo, con certeza para el segundo semestre de 2020, el sector y la ciudad seguirán acumulando pérdidas por concepto de déficit en los ingresos generados por el gasto de los turistas.

Los anteriores cálculos también se pueden realizar para diferentes segmentos del sector, encontrando que las pérdidas más altas porcentualmente las han sufrido los segmentos de alimentación, transporte, cultura y recreación y compras, principalmente asociadas con la restricción de movilización internacional. Aunque durante el primer semestre de 2020, los ingresos de la ciudad por concepto del turismo nacional también han sido fuertemente golpeados, viéndose reducidos en un 52,9% respecto a lo proyectado y en cerca de un 58% respecto a 2019 en general.

	Semestre	2019	2020 Proyectado	2020 Efectivo
<b>Alojamiento Internacional.</b>	Primer semestre	70,07	72,84	28,84
	Segundo Semestre	69,2	73,23	-
<b>Alojamiento Nacional.</b>	Primer semestre	61,06	54,69	25,77
	Segundo Semestre	53,15	52,53	-
<b>Alimentación Internacional.</b>	Primer semestre	116,45	121,07	47,95
	Segundo Semestre	115,04	121,71	-
<b>Alimentación Nacional.</b>	Primer semestre	227,96	204,21	96,18
	Segundo Semestre	198,47	196,18	-
<b>Transporte Internacional.</b>	Primer semestre	110,3	114,67	45,41
	Segundo Semestre	108,96	115,28	-
<b>Transporte Nacional.</b>	Primer semestre	224,7	201,28	94,8
	Segundo Semestre	195,66	193,34	-
<b>Recreación y cultura Internacional.</b>	Primer semestre	51,12	53,16	21,05
	Segundo Semestre	50,51	53,42	-
<b>Recreación y cultura Nacional.</b>	Primer semestre	84,67	75,84	35,73
	Segundo Semestre	73,72	72,87	-
<b>Compras Internacional.</b>	Primer semestre	51,12	53,16	21,05
	Segundo Semestre	50,51	53,42	-
<b>Compras Nacional.</b>	Primer semestre	73,28	65,63	30,92
	Segundo Semestre	63,8	63,05	-

Fuente: Observatorio de Turismo de Bogotá.

De otra parte, dadas las restricciones en movilidad que se instauraron en el marco de la emergencia sanitaria y con información auxiliar de la posible fecha de reapertura de la movilidad terrestre y aérea (agosto y septiembre, respectivamente) y la propensión de viaje de los turistas, se lograron establecer tres escenarios diferentes de impacto en el sector para lo que resta del año, el escenario más bajo implica que los ingresos de la ciudad durante el año serán de 671 millones de dólares, en el escenario medio de 710,3 millones de dólares y en el escenario más optimista de 788,7 millones de dólares; lo anterior implicaría que respecto a lo proyectado sin efecto del covid-19 correspondiente a 2.416,8 millones de dólares, los escenarios plantean pérdidas entre los 1.628 y 1.745 millones de dólares para el año.

A continuación, se presenta el resumen de resultados en el escenario medio de reapertura económica, donde se estima que de los 1.195,3 millones de dólares en ingresos proyectados inicialmente para segundo semestre de 2020, solo se alcanzarían a percibir 172,1 millones de dólares a causa de la pandemia, es decir, una pérdida económica de 85,6% respecto a los esperados.

Mes	Turistas	Gasto Total*	Alojamiento*	Alimentación*	Transporte interno*	Servicios Cultura y	Bienes de uso personal*	Compras*	Otros*
<b>Enero</b>	1.068.254	205,4	20,7	55	53,6	21,7	29,8	19,8	4,8
<b>Febrero</b>	1.078.696	212,7	21,8	56,8	55,2	22,4	30,8	20,6	5
<b>Marzo</b>	629.153	120,1	12	32,2	31,4	12,7	17,4	11,6	2,8
<b>Abril</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Mayo</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Junio</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Julio</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Agosto</b>	30.293	4,4	0,3	1,2	1,2	0,5	0,7	0,4	0,1
<b>Septiembre</b>	112.552	38,2	5,1	9,6	9,2	4,1	5,3	4	0,8
<b>Octubre</b>	105.484	36,5	4,9	9,2	8,8	3,9	5,1	3,8	0,8
<b>Noviembre</b>	120.804	40,5	5,4	10,2	9,8	4,3	5,6	4,2	0,9
<b>Diciembre</b>	181.805	52,5	6,6	13,4	12,9	5,6	7,4	5,4	1,2
<b>Total</b>	<b>3.327.040</b>	<b>710,3</b>	<b>77</b>	<b>187,8</b>	<b>182</b>	<b>75,2</b>	<b>102</b>	<b>69,8</b>	<b>16,5</b>
*Millones de dólares									

Fuente: Observatorio de Turismo de Bogotá.

Es pertinente aclarar que estos escenarios pueden sufrir variaciones de acuerdo con las noticias que surjan respecto a la reapertura del transporte aéreo y terrestre, de este modo, si la apertura del transporte aéreo llega a ser posterior a septiembre y/o por motivos sanitarios se requiere en algún momento del año se vuelva a restringir el transporte de pasajeros, las cifras anteriormente descritas sobre los ingresos de la economía del turismo se verán aún más reducidas.

Para mayor información sobre la situación económica del turismo de la ciudad, recomendamos consultar los estudios publicados en la página [www.sitbog.gov.co](http://www.sitbog.gov.co).

**5. Sírvese informar cuál es la estrategia implementada para apoyar al sector turístico, en el proceso de reactivación económica.**

- **Consejo de Turismo de Bogotá COVID-19**

El Consejo, es un grupo de trabajo que está conformado por la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, el Instituto Distrital de Turismo, la Cámara de Comercio de Bogotá, Procolombia, el Bureau de Convenciones de Bogotá, Invest In Bogotá, Fenalco Nacional y Bogotá, Anato, Acolap, Cluster de turismo de La Candelaria, Cotelco, Atac, Fegat, Acodres, Asobares, Acoltes, quienes han participado activamente en las sesiones virtuales convocadas por el IDT (16 de marzo, 31 marzo y 25 de junio).

Las líneas de trabajo que se han tratado junto con los miembros del Consejo son:

- Actualización permanente del estado del sector mediante la información que identifica y analiza el observatorio turístico de Bogotá del IDT.
- Acompañamiento del IDT a las acciones desde cada uno de las organizaciones, gremios y entidades
- Acciones realizadas por el IDT durante la emergencia
- Construcción conjunta el Plan de reactivación y recuperación
- Sub mesas por sector para la preparación en la reactivación económica sectorial (protocolos, medidas y pilotos)

- **Plan de Reactivación y Recuperación del sector turismo.**

El IDT lideró la construcción del plan de recuperación del sector durante y después de la pandemia, para el mismo se contó con la oferta institucional del IDT, las opiniones y las propuestas de los prestadores directos de servicios turísticos y de los gremios del sector. El documento final les será remitido una vez finalice su corrección de estilo y diseño gráfico, el cual será descrito más adelante, sin embargo, ya ha sido socializado con los empresarios del sector en las mesas de reactivación, escenarios académicos y a través de las redes sociales del IDT.



Para el Instituto Distrital de Turismo es fundamental conocer las expectativas, ideas y hacer partícipes del plan a los prestadores directos de servicios turísticos de la ciudad. Por lo anterior, se formuló una pregunta para que cada subsector de a conocer los aportes que pueda brindar al Plan de Mitigación, Reactivación y Recuperación del Sector Turístico. La idea fue promover un ejercicio participativo en el cual todos aportemos a las soluciones planeadas para la recuperación del sector.

La pregunta que se formuló a los siguientes subsectores estaba orientada a conocer los planteamientos que tuvieran respecto a lo que se podría hacer para la recuperación del sector en Bogotá. Los subsectores a los cuales se les formuló fueron los siguientes:

1. Servicios de Alojamiento, Hoteles y Hostales
2. Agencias de Viajes
3. Transporte Especializado, Arrendadores de vehículos
4. Operadores Profesionales de Congresos- OPC
5. Establecimientos de Gastronomía y Bares
6. Guías Turísticos
7. Academia
8. Autoridades (locales, distritales, departamentales y municipales)

Para los primeros 5 subsectores, la pregunta fue: ¿Teniendo en cuenta que el sector de servicios de Alojamiento, Hoteles y Hostales debe reinventarse para adaptarse a las nuevas necesidades, qué acciones consideran que se deben incorporar en el Plan de Recuperación del Sector Turístico de Bogotá?

Para los últimos 3 subsectores la pregunta fue: ¿Teniendo en cuenta que el Sector Turístico debe reinventarse para adaptarse a las nuevas necesidades, que acciones consideran se deben incorporar desde Autoridades (locales, distritales, departamentales y municipales) en el Plan de Recuperación del Sector turístico de Bogotá?

Las preguntas a su vez, pretendían identificar algunas alternativas o propuestas en las siguientes 4 categorías:

- Propuestas de articulación Público- Privada.
- Propuestas de establecimiento de roles y competencias de los actores del entorno.
- Propuestas de presupuestos y aportes (económicos y en especie) disponibles y aportados por los actores involucrados.
- Propuestas innovadoras y/o disruptivas de la participación de los actores en la recuperación

Adicionalmente a lo recopilado a través de dicha participación, desde el IDT se procedió a revisar las experiencias internacionales, los estudios de demanda y estudios sectoriales como los adelantados por Deloitte en España “*COVID 19 – Impacto y Escenarios de recuperación en Consumo y Distribución* (marzo 2020)” y el expedido por la Global Journey Consulting “*La industria turística y el impacto del covid-19 escenarios y propuestas* (abril 2020)”, este último que indica que el Plan de Recuperación debe estar en función de escenarios que en general dependen de la relación que existe entre los planes económicos de recuperación y la convivencia o no con el covid-19 a partir de la vacuna o las medidas que prevengan su contagio. De igual modo en función de las medidas gubernamentales y los brotes de reinfección que se puedan presentar a partir de apertura de fronteras y sectores escalonados de la economía.

Teniendo en cuenta lo anterior; en el caso de Bogotá el Plan de Mitigación, Reactivación y Recuperación del Sector Turístico en Bogotá está diseñado en 4 fases las cuales no son necesariamente consecutivas ni interdependientes:

FASE	DEMANDA	OBJETIVO	TIEMPO PROYECTADO (Depende curva de contagio y medidas del Distrito y la Nación)
1	Cero demanda	Mitigar y contener la expansión del virus	“2-3 meses”
2	Cero demanda	Planear, estudiar, preparar, organizar y mitigar impactos inmediatos	“2-3 meses”
3	Regreso progresivo y por niveles de territorialidad	Reactivar los servicios y la oferta local – regional y programación anticipada internacional	“6-12 meses”
4	Estabilizada en niveles suficientes de operación (5- 8 millones de turistas en Bogotá)	Recuperar niveles de años pasados y servicios adaptados o no a la nueva demanda	“12 a 18 meses”

El presente Plan y sus fases son un primer acercamiento para empezar a plasmar y programar las acciones que dependerán en su implementación y alcance de las políticas nacionales y distritales que se expidan en materia de conectividad aérea, sanidad, temas laborales y apertura al sector turismo, que como se ha relacionado en la estrategia de apertura económica de la ciudad indicado por la Secretaría de Desarrollo Económico perteneciendo al Grupo 4, los de mayor vulnerabilidad dada su naturaleza de servicio y contacto.

Las acciones, medidas y proyectos programados por fases son los siguientes, cuya ejecución requiere de tres elementos primordiales:

- Articulación público- privada.
- Establecimiento de roles y competencias.
- Presupuestos y aportes (económicos y en especie) disponibles y aportados por los actores involucrados.

## Fase 1

En esta Fase de “aislamiento” las comunicaciones se enfocan en el “Cuidado y Empatía”, donde los mensajes y acciones estarán sujetas a los lineamientos de la Alcaldía Mayor y del Gobierno Nacional para el cuidado de la salud de todos los ciudadanos. Esta etapa es entendida como la primera etapa tanto de Cuarentena, como de autocuidado y confinamiento autónomo. Aquí se hablará de “apropiación de ciudad”, de una ciudad inteligente que está pendiente del cuidado del sector y del turista. Una ciudad consciente, productiva y creadora. Igualmente, una Bogotá que se prepara y que espera pasar con resiliencia esta etapa. Los mensajes aquí no incitarán a movilidad o falsas expectativas de apertura o fin de aislamiento.

### Algunas Medidas

- Cierre de espacios turísticos, grandes eventos y de sitios de entretenimiento y recreación (difícil pero necesario).
- Articulación y activación del Consejo de Turismo de Bogotá
- Consolidación de medidas y ayudas para el sector.
- Restaurantes y gastrobares en modalidad de domicilios.
- Levantamiento de restricciones de movilidad de vehículos de cargue y descargue de alimentos y bebidas.
- Los agregadores o plataformas de servicios a domicilio funcionarán las 24 horas del día.
- Revisión de los protocolos de atención a turistas por parte de hoteles.
- Proveeduría hospitalaria. Consolidación de la base de datos de hoteles (habitaciones y servicios).

### Acciones IDT

- Apoyo digital al empresariado, al turista y al residente (30 cursos online y 41 recorridos virtuales).
- Unificación de la normatividad en la página Web del Instituto
- Minisite para la atención del turista “soy turista y qué debo hacer”, considerando aspectos como la subtitulación o la traducción de pie.
- Entrega de kits a los turistas al inicio del aislamiento preventivo, con material impreso de la ciudad como guías de turismo, folletos y libros de interés para que puedan conocer Bogotá desde su sitio de alojamiento.
- Campaña de comunicación – Fase I – Bogotá se Prepara – emociones – apropiación de ciudad – Bogotá te espera

## Fase 2

Preparación y Alistamiento, comprende la siguiente fase de la estrategia donde el enfoque está dado a comunicar las acciones que está realizando el sector para empezar la reactivación de actividades turísticas. El mensaje de las campañas y proyectos están enfocados en entender cómo nos estamos “preparando” para entrar a reactivar el mercado. Aquí se comunica una Bogotá que se alista para recibir al turista, que

inicialmente será local, y regional. Se trabajará para preparar la temporada de fin de año y el mantenimiento de la marca a nivel internacional sin generar promoción internacional.

- Lanzamiento PlanBogotá, plataforma de compras anticipadas
- Recopilación de la proveeduría local de cara a la realización de una rueda de negocios o Show Room virtual.
- Canalización y difusión de “Bogotá Responde”– Línea de crédito.
- Organización y programación para la Leyenda El Dorado y rutas de corto radio.
- Capacitación en cultura turística, apropiación del destino y redefinición de negocios.
- Coordinación interinstitucional para temas como: Arriendos, Predial, Seguridad, Proveeduría de Salud y Encadenamientos solidarios (Alimentemos Bogotá).
- Concursos universitarios para soluciones disruptivas.
- Plan de trabajo de activación del turismo de naturaleza.
- Plan de trabajo de recuperación del turismo a nivel regional. (en ejecución con RAPE)
- Campaña de comunicación – Fase II – Bogotá se alista para recibirte – emociones – turismo nacional – temporada de fin de año – mantenimiento de marca a nivel internacional sin promoción comercial (en ejecución)
- Preparación del producto turístico de la ciudad a través de mesas sectoriales y regionales
- Ruedas de negocios virtuales y programas de encadenamiento productivo

### Fase 3

La tercera fase “Reactivación Comercial” donde la comunicación está enfocada a la promoción de productos turísticos y de marca Bogotá, para que la fuerza comercial empiece a gestionar atractivos y beneficios que atraigan el ingreso hacia el sector. Aquí se hablarán de nuevos productos de ciudad (turismo de naturaleza y turismo local). Se buscará hacer una fuerte promoción nacional e internacional, con enfoque a mercados cercanos.

- Atractivos turísticos de cara a la nueva demanda.
- Conectividad local (Terrestre y aérea).
- Promoción local, regional, nacional; Marca Bogotá
- Trabajo con las comunidades; generación de confianza y producto local en especial con estos emprendimientos que aportan a los Objetivos de Desarrollo Sostenible-ODS.
- Paquetes y eventos de turismo doméstico o local.
- Gastronomía activa.
- Integración de la cadena de valor; fondo de fomento empresarial, reagendar eventos, uso de tecnología, paquetes de comunicaciones.

Proyectos propuestos en esta fase:

1. Plan de trabajo de activación del turismo de naturaleza en Bogotá (en ejecución).
2. Concurso - “iniciativas creativas para que el turismo vuelva a surgir en Bogotá” (en ejecución).
3. Paquetes de comunicaciones para los empresarios (en ejecución).
4. Campaña de comunicación Fase III – recuperación – activación comercial – nuevos productos – promoción nacional e internacional -mercados cercanos- (en ejecución).

#### Fase 4

La cuarta fase está enfocada al apoyo promocional completo a una actividad turística en marcha. Ésta corresponde a una etapa donde ya se ha entrado en “Recuperación” del sector. Con las acciones realizadas en las fases anteriores de mantenimiento de marca se busca aprovechar de forma fuerte ese posicionamiento para generar conversión y enganche hacia todos los mercados. Se promocionarán paquetes y campañas de turismo que activen toda la cadena de valor.

- Promoción internacional marca Bogotá.
- Nuevos mecanismos para hacer turismo.
- Turismo responsable, sostenible.
- Conectividad recuperada al 80%.
- Turismo productivo e incluyente.
- Turismo más humano.
- Integración de cadena de valor; capacidades adaptadas y con nuevos productos y servicios.

#### Proyectos propuestos en esta fase:

1. Paquetes y campañas de turismo doméstico o local (en ejecución).
2. Campaña de comunicación Fase IV – posicionamiento. Promoción nacional e internacional todos los mercados (en ejecución).
3. Apalancamiento de ideas (en ejecución).
4. Gastronomía activa (en ejecución).

Adicional a las 4 fases definidas en el Plan y con base en la información recolectada por los prestadores directos de servicios turísticos y a solicitud del Consejo de Turismo de Bogotá, se definió asociado a la meta plan del IDT, incorporar al menos 10% de los prestadores de servicios turísticos de la ciudad en el programa de turismo sostenible, que incluya un 2% con énfasis en bioseguridad. (3.500 millones a 2024) la incorporación de la **certificación de sello en bioseguridad Check in Certificado**, dentro de los programas de recuperación post covid-19, programados para 2020.

Consistirá en un Programa de formación, asistencia técnica y cofinanciación en la obtención del sello Check in certificado en el 2020 y la capacitación y acompañamiento a 350 empresas u organizaciones comunitarias de la cadena de valor del sector turístico o de servicios conexos a la misma; en sostenibilidad, protocolos de bioseguridad y fortalecimiento empresarial.

### Acciones y Presupuesto:

Este programa tiene 3 fases, una primera de capacitación, una segunda de asistencia técnica, y una tercera de acompañamiento y cofinanciación en el sello Check in certificado:

- Contratación externa de un plan de formación en temas de implementación y sostenimiento del sello “Check in certificado” del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, caracterización y priorización a partir de autodiagnósticos en el proceso de formación. Presupuesto en el semestre, 124 millones de pesos.
- Contratación de servicios profesionales para la asistencia técnica y acompañamiento a las empresas prestadoras de servicios turísticos registradas en el Registro Nacional de Turismo- RNT y priorizadas en la etapa anterior. Presupuesto en el semestre, 100 millones de pesos.
- Cofinanciación y acompañamiento en el proceso de certificación por parte de Organismos de evaluación de la conformidad acreditados por el Organismo Nacional de Acreditación –ONAC- a las empresas identificadas como prioritarias en el acceso al Sello “Check In certificado”. Presupuesto en el semestre 200 millones de pesos.

### Resultado esperado:

- Empresas y/u organizaciones comunitarias del sector turismo alcanzadas en Bogotá: 350.
- Empleos directos generados por IDT: 4.
- Empleos indirectos recuperados con el proceso. Las proyecciones de empleabilidad del primer trimestre de 2020 -antes de pandemia-en empresas pertenecientes a cada subsector beneficiadas.

Adicionalmente, el Instituto Distrital de Turismo contempla, a través del Plan de Desarrollo 2020-2024 “*Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del siglo XXI*”, el siguiente propósito:

1. *Hacer un nuevo contrato social con igualdad de oportunidades para la inclusión social, productiva y política.* Partiendo de lo anterior, el plan enuncia el siguiente logro de ciudad:

- “12. Incrementar la oferta de actividades y la infraestructura para el uso y disfrute del tiempo libre, con enfoque de género, diferencial, e integración territorial”, el cual deriva en el programa estratégico llamado: “2. Mejores ingresos de los hogares y combatir la feminización de la pobreza”, para así finalizar en el programa marco: “26. Bogotá y región, el mejor destino para visitar”.

Lo anterior permite identificar, una serie de acciones que llevará a cabo el Instituto Distrital de Turismo y la línea de Promoción y Mercadeo orientadas al fortalecimiento de la información turística, captación de grandes eventos; una estrategia de promoción que se desarrolle en procura de posicionar la imagen turística de la ciudad y finalmente un programa de promoción y mercadeo que fortalezca la actividad turística de la capital.

Para el cumplimiento de los logros mencionados anteriormente, se implementarán, entre otros, una estrategia de promoción y comunicaciones de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y a la recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid que impactara a 400 mil personas.

Lo anterior, permitirá la reactivación a nivel regional, nacional e internacional del turismo de los mercados objetivo, brindando nuevas experiencias y confianza a través de la ejecución de actividades claves en el sector, cuyo factor diferenciador se centra en reflejar una ciudad innovadora y a la vanguardia con la realidad del sector.

- *Implementar 1 programa de promoción y mercadeo para el turismo en Bogotá orientado en la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística de la ciudad.* Esto se desarrollará a lo largo de la ejecución del proyecto mediante diversas actividades como planes de medios, tomas de ciudad, press trip, producción de material merchandising, participación en ferias a nivel nacional e internacional, producción de guías especializadas, entre otros.

- **Planes de Medios / Publicidad ATL:** Dentro de la planeación se tienen contemplados los siguientes medios, los cuales serán validados de acuerdo con los estudios de consumidor y recomendaciones de la agencia de publicidad para proceder con la ejecución:
  - Pauta Digital:
    - Programática en portales premium afines en los mercados de interés, como: Perú, Ecuador, México, Brasil, Estados Unidos
    - Google ads
    - Redes Sociales
    - Content Marketing en medios especializados
  - Pauta OOH
    - Vallas a nivel nacional
    - Terminales de transporte a nivel nacional
    - Metro de ciudades como Madrid y Barcelona
    - Puentes en las entradas de la ciudad de Bogotá
  - Pauta DOOH
    - Aeropuertos de ciudades de interés como México, Perú, Miami
    - DOOH programática en ciudades de interés como Nueva York y Canadá
  - Pauta Impresa
    - Copauta con países aliados como Perú y Brasil
  - Medios especializados a través de guías de turismo como: Lonely Planet, Michelin y De Dios.
- **Publicidad BTL:** Acciones de intervención directa al consumidor final en los mercados de interés como:
  - Fam trips
  - Press trips
  - Participación en Ferias: ANATO, ATTA
  - Producción de elementos de merchandising de marca, alineados con la bioseguridad



- **Film Promotion:** Trabajamos en el diseño de experiencias nuevas para los turistas que incluyan la oferta cultural y fílmica de la ciudad, así como el diseño de nuevos recorridos turísticos. Con el propósito de diversificar los recorridos turísticos, se trabajará junto con la Red de Puntos de Información Turística, el diseño y puesta en marcha de un “tour cinematográfico” de filmaciones emblemáticas por el centro de la ciudad.
- Trabajamos en la producción de dos videos musicales con artistas bogotanos que interactuarán con escenarios turísticos de la ciudad para promover turísticamente la ciudad.
- Con la Comisión Fílmica de Bogotá estamos uniendo esfuerzos para la promoción conjunta de Bogotá como destino de filmaciones y procurar por el posicionamiento de “íconos de ciudad” dentro de los permisos que se otorgan para las grabaciones PUFA.
- Aprovecharemos invitados internacionales (productores, directores y actores) que vienen a eventos como el Bogotá Audiovisual Market – BAM, entre otros, para mostrarles la ciudad a través de recorridos y enseñarles el potencial de Bogotá para los rodajes.
- Con apoyo del Buró de Bogotá y la Comisión Fílmica de la ciudad trabajaremos en la captación de eventos asociados al mundo del cine para que se desarrollen en Bogotá y generar así un mayor impacto económico en el desarrollo económico local, ya que este tipo de eventos no solo atraen a expertos, si no aficionados y fanáticos del cine.
- **PR Marketing:** Se está trabajando en el establecimiento de alianzas estratégicas con actores públicos y privados en pro de la reactivación económica del sector.
- **Trade Marketing:** FAM Trips, PRESS TRIP trip, ferias internacionales, capacitaciones de destino y misiones comerciales



Como parte de la estrategia de Trade Marketing el IDT tiene programado para el último trimestre de 2020, la realización de varias acciones, con el fin de impulsar la venta del destino en nuestros mercados objetivos:

MERCADO INTERNACIONAL	ACCIONES	2020-2021										PRODUCTOS A TRABAJAR
		OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	
PANAMÁ	Capacitación de destino		X									Cultural - Nocturno - Parque de Diversiones
	Fam trip (5 agencias de viajes)			X								
REPUBLICA DOMINICANA	Fam trip (10 agencias, 5 influencers, 5 periodistas)	X										Cultura, Vida nocturna - Gastronómico  Negocios - Incentivos Naturaleza - Golf
ESPAÑA	Presentar el destino a asociaciones y agencias		X									Cultura, Vida nocturna - Gastronómico  Negocios - Incentivos Naturaleza - Golf Ancestral, Avistamiento de Aves
	Fam Trip – 10 personas, 5 agencias (se puede plantear un multidesino)					X						
	Participación en FITUR 2021 (participación y alguna actividad paralela)				X							
ALEMANIA	Feria ITB						X					Naturaleza, Ancestral, Cultura, Avistamiento de Aves
BRASIL	Fam trip			X								Cultura, Compras, Rumba
	Workshop (Procolombia)			X								
	Capacitaciones de destino		X									
CHILE	Capacitaciones de destino		X									Cultura, Compras Aviturismo Biciturismo
	Fam Trip				X							
ARGENTINA	Presentaciones de destino	X										Cultura, Compras Aviturismo Biciturismo
	Feria FIT			X								
	Fam Trip		X	X								



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.  
DESARROLLO ECONÓMICO  
Instituto Distrital de Turismo

VENEZUELA	Capacitaciones de destino			X								Plan visa, Stop Over, Etnico, Rumba Cultura.
	Fam Trip				X							
ECUADOR	Workshop lanzamiento Ruta Colonial		X									Compras, Rumba, Gastronomía, Parques Diversiones, Copa América
	Fam Trip		X									
ESTADOS UNIDOS	Presentación de destino al grupo de aliados de TIA (Travel Industry Association of Florida)	X										Plan visa, Stop Over, Etnico, Rumba Cultura. Naturaleza, Ancestral, Cultura, Avistamiento de Aves Aventura
	Fam Trip – 20 personas, 10 agencias		X									
	Participación en Los Angeles Travel & Adventure Show 2021						X					
MÉXICO	Fam Trip		X									Cultura, Compras, Religioso y Vida nocturna
	Fam Trip						X					
	Presentaciones de destino		X									
MERCADO NACIONAL												
BOYACA	Mision comercial-Workshop (10 empresarios) * 2 dias	X										Vida Nocturna, Parques de Diversiones, - Compras - Religioso - Urbano (Bici)
	Capacitaciones de destino											
TOLIMA	Mision comercial-Workshop (10 empresarios)* 2 dias		X									Vida Nocturna, Gastronomía, Cultura, Parques de Diversiones, - Urbano (Bici)
	Capacitaciones de destino	X										
META	Mision comercial-Workshop (10 empresarios)* 2 dias	X										Vida Nocturna, Cultura, Parques de Diversiones, Turismo urbano Museos Eventos de ciudad
	Activación en ciudad											
	Capacitaciones de destino	X										



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.  
DESARROLLO ECONÓMICO  
Instituto Distrital de Turismo

HUILA	Mision comercial- Workshop (10 empresarios)* 2 dias			X								Vida Nocturna, Cultura, Parques de Diversiones, Compras Eventos de ciudad
	Capacitaciones de destino	X										
CUNDINAMARCA	Capacitaciones de destino	X										Vida Nocturna, Cultura, Parques de Diversiones, Compras Eventos de ciudad
ANTIOQUIA	Workshop/mision comercial (10 agencias * 2 dias)	X										Vida Nocturna, Gastronomía, Cultura, Parques de Diversiones, eventos de ciudad
	Capacitaciones de destino	X										
	Tomas de ciudad		X	X								
SANTANDER	Capacitación de destino	X	X									Vida Nocturna, Gastronomía, Cultura, Parques de Diversiones, Naturaleza
	Workshop/mision comercial (10 agencias * 2 dias)		X									
NORTE DE SANTANDER	Capacitaciones de destino	X	X									Vida Nocturna, Gastronomía, Cultura, Parques de Diversiones, Naturaleza
VALLE DEL CAUCA	Capacitaciones de destino	X	X									Vida Nocturna, Compras Cultura, Parques de Diversiones,
	Workshop/mision comercial (10 agencias * 2 dias)	X										
	activacion de ciudad			X								
ATLÁNTICO	Capacitación de destino	X	X									Vida Nocturna, Gastronomía, Cultura, Parques de Diversiones, Naturaleza
	Tomas de ciudad		X	X								

<b>BOLIVAR</b>	Capacitaciones de destino	X	X									Gastronomía, Cultura, Parques de Diversiones, Naturaleza
<b>RISARALDA</b>	Capacitación de destino											Vida Nocturna, Gastronomía, Cultura, Parques de Diversiones,
<b>QUINDÍO</b>	Capacitación de destino											Vida Nocturna, Gastronomía, Cultura, Parques de Diversiones,
<b>MAGDALENA</b>	Misión comercial(10 agencias * 2 días)	X										Vida Nocturna, Gastronomía, Cultura, Parques de Diversiones,

Así mismo, con el apoyo de ProColombia, quien es nuestro aliado para temas de promoción internacional, se tiene de manera tentativa el siguiente calendario tanto de ferias como de fam y press trip, el cual puede cambiar dependiendo de la conectividad aérea que se comience a tener y de la disposición de las agencias y los periodistas, a viajar, el destino o algunos pueden cambiar a realizarse de manera virtual (las ferias particularmente).

1	Vacacional	Rally Avistamiento de Aves	Famtrip / Rally	Colombia	FAM
2	Vacacional	Fam Bienestar	Famtrip	Estados Unidos, España; Argentina, Francia, Perú, Ecuador y Panamá	FAM
3	Vacacional	Press Bienestar	Presstrip	Estados Unidos, Francia, España	PRESS
4	Vacacional	Presstrip Influenciadores aves	Presstrip	Colombia	PRESS
5	Vacacional	FAM de ciudades de destinos patrimonio	Viajes de familiarización con tour operadores y mayoristas para mostrar la oferta de destinos patrimonio	Europa	FAM
6	Vacacional	Presstrip	Viaje de prensa 5 periodistas alemanes	Alemania	PRESS
7	Vacacional	FAM TRIP VEMSA	Famtrip	Costa Rica	FAM

• **Ferias Internacionales**

<b>Octubre</b>	8	9	Vigente	Workshop Canadá	General	Empresarios	Canadá	
	14	16	Vigente	TTG Rimini	General	Empresarios	Italia	Rimini
	15	16	Vigente	We Trade / Rueda de Encadenamiento LGBT	General	Empresarios	Colombia	Bogotá
	20	22	Vigente	WTM Latin America	General	Empresarios	Brasil	Sao Paulo
	26	31	Vigente	Workshop México	General	Empresarios	México	
<b>Noviembre</b>	2	4	Vigente	WTM UK	General	Empresarios	Reino Unido	Londres
	5	7	Vigente	Workshop Turquía	General	Empresarios	Turquía	Estambul
	14	16	Vigente	World Routes	Aerolíneas	Institucional	Italia	Milan
	17	20	Vigente	Top Resá	General	Empresarios	Francia	Paris
	18	22	Nuevo	Fernweh Festival	Naturaleza y aventura	Institucional	Alemania	Erlangen
	13	18	Vigente	Fams CNTM	General	Empresarios	Colombia	Varios
	18	20	Vigente	CNTM- Rueda de negocios	Naturaleza y aventura	Empresarios	Colombia	TBD
	22	26	Vigente	Roadshow Ecuador	General	Empresarios	Ecuador	Cuenca, Guayaquil y Quito
	25	27	Vigente	FIEXPO	Reuniones	Empresarios	Colombia	Cartagena
	27	27	Vigente	Fórum de Turismo LGBT	LGBT	Institucional	Brasil	Sao Paulo
	26	26	Vigente	Premios Nacionales de Turismo	General	Institucional	Colombia	Bogotá
	26	26	Aplazado	Experiencia Braztoa	General	Institucional	Brasil	Belo Horizonte
	TBD	TBD	Por definir	2do Encuentro Nacional de Turismo Receptivo	General	Institucional	Por definir	Por definir

Diciembre	30-nov	4	Virtual	USTOA	General	Empresarios	Estados Unidos	Gaylord National in National Harbor, MD
	30 NOV	7 dic	vigente	ADVENTURE WEEK ATT	Naturaleza	Empresarios	Colombia	Bogotá
	1	3	Aplazado	IBTM World	Reuniones	Empresarios	España	Barcelona
	1	4	Vigente	Workshop Brasil	General	Empresarios	Brasil	Sao Paulo
	12	15	Vigente	FIT Argentina	General	Empresarios	Argentina	Buenos Aires
2021								
Enero	21	23		CMT Alemania	General	Institucional	Alemania	Stuttgart
	20	24		FITUR	General	Empresarios	España	Madrid
	24	26		Vitrina turística de ANATO	Aventura	Empresarios	COLOMBIA	BOGOTÁ
	7	11		Meaningful Travel Summit	Comunitario	Empresarios	Colombia	Medellín
	9	11		Routes Americas	Aerolíneas	Empresarios	Colombia	Bogotá
	TBD	TBD		FAMS CTM	General	Empresarios	Colombia	Varios
	23	26		Colombia Travel Mart - Vitrina Turística de Anato	General	Empresarios	Colombia	Bogotá

### • Ruedas de Negocios

Por otra parte, se llevó a cabo la Primera Rueda virtual de encadenamiento Bogotá–Región, en la cual se logró la participación de 100 empresarios; 16 de los cuales tuvieron el rol de compradores y 84 de proveedores o vendedores de Bogotá y la región, para un total de 352 encuentros comerciales. Esta rueda buscaba la identificación de nueva oferta para la construcción de nuevos paquetes turísticos para Bogotá y la Región, a fin de fortalecer la oferta. Dadas las circunstancias donde la reactivación provee un primer nivel de viajes muy cercanos, Bogotá y la Región se convierten en la mejor alternativa para viajes de fines de semana, viajes de un solo día, en familia, pareja, grupos de amigos; incluyendo actividades culturales y al aire libre y en contacto con la naturaleza.



Esta rueda también fue el inicio para el ciclo de la gran rueda nacional e internacional que se desarrollará en el mes de octubre a fin de lograr la comercialización de la ciudad y la región para la temporada de finales de año y comienzo del año 2021; esto con el fin de contribuir al desarrollo económico y al alistamiento efectivo para la reactivación que se da en los próximos meses.

- **Campaña Promocional #EnBogotáNosVemos**

A través de la campaña #EnBogotáNosVemos se busca mantener a la ciudad posicionada como principal destino turístico del país. La estrategia de la campaña de comunicaciones se desarrolló en 2 fases:

- **Fase I** busca informar de las diferentes etapas de cuidado y reactivación económica que se han mantenido en la ciudad, e igualmente se establecen relaciones de cercanía y empatía con los mercados de interés.
- **Fase II** busca generar opciones de contacto con los potenciales mercados de turismo y generar una comunicación de cercanía y contacto.

Link donde se puede ver la pieza del video "en Bogotá nos vemos".

- ☐ versión en español: <https://www.youtube.com/watch?v=vW1tcKxzcmE>
- ☐ versión en inglés: <https://www.youtube.com/watch?v=f0OM5qgyfeQ>

### **Actividades de recuperación de la actividad turística**

Una de las primeras iniciativas ha sido Plan Bogotá ([www.bogotadc.travel/planbogota](http://www.bogotadc.travel/planbogota)), está enfocada a la recuperación del sector turístico local, y que sirve de plataforma promocional para las empresas que componen los diferentes eslabones de la cadena de valor del turismo. La iniciativa brinda la posibilidad a aquellos empresarios que han tenido que cerrar sus puertas, que vieron mermados sus ingresos, o que no cuentan con una plataforma digital para visibilizar su oferta de ciudad, un espacio de intercambio comercial en el que podrán dar a conocer sus productos y/o servicios a precios diferenciales, para que el consumidor final pueda realizar una compra de estos y disfrutarlos una vez superada la emergencia hasta diciembre de 2021. Esta actividad en su primera convocatoria contó con 16 gremios invitados, 63 empresas inscritas, 36 operadores y agencias, 2 parques diversiones, 21 hoteles; para un total de 116 ofertas publicadas y 48 reservas realizadas en los primeros días de lanzamiento.

La segunda convocatoria está abierta desde el pasado 4 de agosto e irá hasta el 17 del mismo mes, esto con el fin de apoyar a los gremios del sector, inscribir más empresarios y aumentar el número de reservas a través del portal.

**6. Sírvasse informar qué ayudas se les han dado a los empresarios del sector turístico de la ciudad.**

Sobre el particular, conviene señalar que el Instituto Distrital de Turismo- IDT, a través de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y de la Secretaría Distrital de Integración Social, ha recibido donaciones por parte del Gobierno Nacional -Unidad de Atención de Gestión del Riesgo-, y del sector privado de empresas como McDonald's, Olímpica, Nutresa, Bancolombia, Alkosto y Sierra Nevada. Estas donaciones se han entregado en 3 jornadas 24 de abril, 15 de mayo y 5 de junio.

Entre las tres jornadas se han apoyado 799 familias del sector turismo y 171 familias de los colegios amigos del turismo, para un total de 970 familias apoyadas y 3.423 personas beneficiarias.

Número	Sector
160	Guías de turismo
124	Alojamiento
64	Transporte turístico especial
329	Bares y gastrobares
68	Parques de atracciones y diversiones
47	Agencias de viajes
5	Oficinas de representación turística
2	Organizadores profesionales de congresos
<b>799</b>	<b>Total- Familias Sector Turismo</b>
171	Colegios Amigos del Turismo
<b>970</b>	<b>Total: Familias beneficiadas</b>

**7. Sírvasse informar cuáles han sido los espacios de articulación con los líderes gremiales del sector turístico de la ciudad.**

Además del Consejo de Turismo antes mencionado, se han instalado 3 mesas interinstitucionales y 8 mesas de trabajo sectoriales que buscan trabajar en las medidas, ayudas , atención a necesidades, revisión de protocolos y propuestas de pilotos.

**MESAS DE TRABAJO INTERINSTITUCIONALES**



Dadas las necesidades que se están presentando por parte de los empresarios, se adelantaron tres mesas de articulación en seguridad, arriendos e impuestos, así:

### **Mesa de Hábitat**

El 4 de mayo se desarrolló una mesa de trabajo con IDT y las Secretarías Distritales de Desarrollo Económico y Hábitat, en donde los representantes de los gremios plantearon alternativas para que las respectivas secretarías atendieran las necesidades del sector. La mesa tenía como objetivo analizar alternativas para alivios de arriendo o medidas de negociación entre arrendatarios y arrendadores. Esta mesa quedó concluida con la expedición por parte del Gobierno Nacional del decreto 579 de 2020, que da los lineamientos sobre los arrendamientos comerciales.

### **Mesa de Hacienda**

El 21 de abril del año 2020, el IDT organizó una reunión sobre Impuesto Predial e ICA, con el objetivo de aclarar dudas y propuestas de los gremios frente a acciones que se deberían llevar a cabo para el alivio de pago de estos impuestos frente a la coyuntura actual. En esta reunión se contó con la participación del director de Impuestos de la Secretaría Distrital de Hacienda y los gremios Asobares, Acodrès y Cotelco.

En esta mesa, se generaron los siguientes compromisos: Secretaría Distrital de Hacienda solicitó se le suministrara información y estudios sobre la participación que tiene el impuesto predial en los costos de los empresarios, para poder hacer simulaciones y cálculos más realistas del verdadero beneficio que le representaría a un empresario; con el fin de tener información suficiente en el evento de que se presente un proyecto de acuerdo sobre esta materia en el Concejo de Bogotá. Se aclaró que este posible beneficio se aplicaría a partir del año 2021 ya que el impuesto predial fue causado el 1 de enero de presente año y en este aspecto no aplica la retroactividad de la norma. Este compromiso lo asumió el IDT, en el sentido de enviar los CIU del sector.

En cumplimiento de ello, el 25 de mayo el IDT envió la Consolidación de los CIU, y la información de los NITs suministrada por los gremios participantes.

Como complemento de lo anterior el día 2 de julio, el IDT adelantó una conferencia virtual sobre Régimen Simple de Tributación dirigida a empresarios y emprendedores del sector, con el fin de plantear las oportunidades para la reactivación del sector turismo.

### **Mesa de Seguridad**

Teniendo en cuenta las problemáticas presentadas por hurto a los establecimientos de comercio que no han sido abiertos durante la emergencia, el día 20 de abril, el IDT realizó una reunión virtual con la Policía Metropolitana de Bogotá y Asobares, para fortalecer los canales de comunicación y así tener una respuesta más efectiva por parte de la policía en los sectores que se han visto afectados por este flagelo.

Así mismo, el 27 de mayo de 2020, se llevó una reunión con la Policía de Turismo, los gremios de Asobares y Acodrès y el IDT, para presentar el programa *Red de Participación Cívica de Seguridad Turística*, que



tuvo como objetivo articular acciones conjuntas entre la Policía de Turismo de Bogotá, la Red de Apoyo de la Policía Metropolitana de Bogotá -MEG, los sector de bares y restaurantes de la ciudad y el Instituto Distrital de Turismo con el propósito de atender de forma permanente los temas de seguridad turística que ha ocasionad la crisis sanidad. Esta mesa cierra su gestión con los productos mencionados y se reactivaría en caso de ser necesario.

De otra parte, para poder dar una respuesta efectiva a la necesidad de iniciar un proceso gradual de reactivación económica de los subsectores del turismo local, el Instituto Distrital de Turismo programo la realización de mesas de trabajo en articulación con la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y demás entidades con competencias en el tema de protocolos de bioseguridad.

A continuación, se relaciona el trabajo adelantado en cada una de las mesas, durante el periodo:

### **MESAS INTERSECTORIALES DE TRABAJO**

En coordinación con el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y el IDT se realizaron dos conferencias dirigidas al sector turístico el día 12 de junio de 2020, en donde el Viceministerio de Turismo explico el objetivo del sello de calidad “Check In Certificado”, manifestando que este sello es de carácter voluntario y no es obligatorio, es decir que quien no quiera implementar el sello puede hacerlo, sin embargo no significa que no tenga que tener los protocolos de bioseguridad en su establecimiento de comercio.

Igualmente, el viceministerio informo qué para que el país no se detenga en medio de la emergencia del Covid-19, el gobierno ha creado herramientas encaminadas a solucionar las necesidades inmediatas que impactan el bolsillo de los ciudadanos en general y de los empresarios en particular, así como para disponer de los medios que permitan adaptarse a las condiciones del futuro poniendo a disposición la página web [www.Colombiasigueadelante.mincit.gov.co](http://www.Colombiasigueadelante.mincit.gov.co), la cual está diseñada para brindar información sobre los mecanismos que deben acoger los diferentes sectores.

### **Mesa de Hoteles**

El IDT realizó la **Mesa de trabajo con el sector Hotelero**, con la participación del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Presidencia de la República, Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y Opain, con el fin de tratar temas referentes a los protocolos para la reapertura de los hoteles en Bogotá. Se insistió en la necesidad de determinar una fecha de apertura de las terminales aéreas y terrestres, siempre y cuando estén alineados con las directrices de bioseguridad determinadas tanto por el Gobierno Nacional.

Así mismo, se explicaron las acciones que está desarrollando el Viceministerio de Turismo, se mencionó lo relacionado con la certificación Check In y en especial sobre el programa “Por los que nos cuidan” que está siendo adelantado por el Fondo Nacional de Turismo-FONTUR.



El mencionado programa ya se está adelantado y se está a la espera de que la convocatoria sea publicada para la inscripción de hoteles que cumplan medidas y protocolos de bioseguridad. La inscripción se debe realizar a través de la página web [www.fontur.com.co](http://www.fontur.com.co) (para el alojamiento de médicos y personas que lleguen a Bogotá y deban cumplir con su periodo de cuarentena).

Por otro lado, se presentaron las acciones que viene desarrollando el IDT para la canalización de información y el desarrollo de medidas que respondan a la situación actual de los sectores. Se presentaron las fases de mitigación y recuperación del sector turístico en Bogotá, las cuales dependen de la apertura de fronteras y de terminales aéreos y terrestres.

Las medidas que se han venido desarrollando son las siguientes:

- ✓ Plan de Recuperación a través del Consejo de Turismo.
- ✓ Articulación con Cundinamarca, Huila, Tolima y Boyacá teniendo en cuenta que el servicio terrestre se espera que sea reactivado pronto. Así mismo, se han adelantado procesos con ciudades como Cartagena y Medellín para el desarrollo de acciones que aporten a la reactivación del sector que estén dentro de los lineamientos de bioseguridad nacionales.
- ✓ Procesos de capacitación sobre la implementación de protocolos de bioseguridad, apoyo a los sellos.
- ✓ Lanzamiento de la plataforma “Plan Bogotá” en donde los prestadores de servicios podrán publicar sus servicios para que los usuarios realicen una reserva y compra anticipada para que el servicio sea prestado en el 2021 y así generar liquidez de las empresas domiciliadas en Bogotá en su primera fase.

En el marco de la gestión y coordinación de las Mesas de Reactivación de los sectores del turismo, para la segunda sesión de trabajo de la Mesa con el sector Hotelero se realizaron las siguientes actividades, entre la semana del 22 al 26 de junio así:

- ✓ Se realizó el proceso de convocatoria con cadenas de hoteles: Marriott, Hilton, Hyatt, Sociedad Hotelera Tequendama, Grupo GHL, Hoteles Bogotá Inn, Hoteles NH, Hoteles Estelar, Hoteles Cosmos, Germán Morales e Hijos y COTELCO. El objetivo de esta segunda mesa fue conocer el estado de los hoteles en cuanto a protocolos de bioseguridad, dar información que los hoteles han pedido en cuanto a reapertura de vuelos y restaurantes. También, generar un espacio para que, de una manera organizada, se puedan dar pasos hacia la reapertura empezando por el diseño y programación de planes piloto.

El día 2 de julio, se llevó a cabo la segunda mesa de trabajo, contando con la participación de 40 personas entre representantes del sector, el Instituto Distrital de Turismo y la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Esta mesa de trabajo tuvo como objetivo el conocer el avance en materia de implementación de protocolos de bioseguridad por parte de los prestadores de servicios turísticos que ofrecen servicios de hospedaje. Así mismo, conocer las diferentes propuestas de planes piloto que tiene el sector para realizar

una reapertura gradual de manera segura que garanticen la implementación óptima de los protocolos de bioseguridad en donde los hoteles y hostales sean sitios seguros para los visitantes y colaboradores.

El 9 de julio el IDT participó en el segundo encuentro virtual para hostales y alojamientos de Colombia, en el cual el Viceministerio de Turismo realizó la presentación en relación con el sello Check In certificado, y los protocolos realizados para este subsector.

En este encuentro se hizo énfasis en los protocolos para el alojamiento, elaborados en articulación con la Asociación Hotelera y Turística de Colombia – Cotelco –. Se aclaró el porqué de la restricción en la utilización de espacios como piscinas y zonas húmedas en los establecimientos de alojamiento ya que al restringir su uso se garantiza el distanciamiento físico, así mismo, se mencionó que actualmente el servicio de alojamiento se debe prestar solo para personal médico que se encuentre en ejercicio y esté aplicando el distanciamiento para la protección de su familia, así como personas que ingresan al país en vuelos humanitarios y que deben cumplir la cuarentena.

Por parte del IDT se están efectuando las respectivas gestiones con el propósito de llevar a cabo la próxima reunión de trabajo con los representantes del subsector, para así dar continuidad al proceso de diseño de planes piloto orientados a una reapertura gradual y segura para el sector turístico.

## **Mesa de Restaurantes y Bares**

En lo referente a la **Mesa de Restaurantes y Bares** se han desarrollado mesas de trabajo para presentar la propuesta “Bogotá, a Cielo Abierto” piloto de servicio a la mesa de restaurantes en espacios públicos. En esta jornada se pilotearán diversas modalidades para descubrir a Bogotá y como los ciudadanos comenzamos a adaptarnos a una nueva realidad, sujeta a la aplicación de los lineamientos nacionales y distritales, para dar cumplimiento a los protocolos de bioseguridad. La estrategia se desarrollará en los siguientes frentes, los cuales han sido producto de la Mesa para la reactivación del sector instalada desde el día viernes 26 de junio:

- ✓ Habilitación del uso de espacio público
- ✓ Implementación de protocolos de bioseguridad
- ✓ Capacitación y pedagogía
- ✓ Transformación Digital
- ✓ Alianzas estratégicas sectores público y privado
- ✓ Plan Padrino- Fomento de Consumo Local

## **Modalidades**

1. Andenes: Con utilización de Espacio Público- Andenes
2. Plazoletas: Con utilización de Espacios como Parques o Plazoletas
3. Extensiones: Apertura de establecimientos con zonas de extensiones (anteparcos, terrazas)

4. Cerramientos: Con cerramientos de calles permanentes bajo planes de movilidad concertados que perduren por bastante tiempo.

Durante los meses de junio y julio se conformaron los siguientes equipos de trabajo:

- ✓ Comité técnico interinstitucional: equipo técnico conformado por profesionales de la DADEP, IDU, Secretaría Distrital de Movilidad, IDRD, Secretaría Distrital de Planeación, Secretaría Distrital de Gobierno, Secretaría Distrital de Desarrollo Económico e IDT, quienes de manera coordinada analizan y establecen las zonas aptas para desarrollar el pilotaje.
- ✓ Comunicaciones: diseño e implementación de la estrategia comunicativa: cultura ciudadana, portales de información y medios.
- ✓ Reglamentación y Permisos: equipo encargado de la solicitud de permisos de acuerdo con las normas y estudio de la reglamentación concordante.
- ✓ Capacitación: equipo encargado de diseñar e implementar una estrategia para capacitar y socializar los protocolos de Bioseguridad emitidos por entidades Nacionales y Distritales al mayor número de trabajadores del sector.
- ✓ Producción y Logística: equipo encargado de la planeación zonal, planimetría, logística y organización en sitio de los pilotajes.
- ✓ Gestión Local: equipo encargado de la socialización y diálogo con los actores intervinientes (autoridades locales, empresarios y comunidad en general).
- ✓ Transformación Digital: equipo encargado de acompañar el proceso de implementación de herramientas tecnológicas para mejorar la experiencia de compra mitigando el riesgo de contagio y aumentando la productividad en el sector.

Dando continuidad a las mesas realizadas para este gremio, se ha realizado por parte del comité técnico interinstitucional el análisis de múltiples variables como: el nivel contagio, el espacio de caminabilidad, la presencia de Cicloruta, paraderos de SITP, el tipo de elemento de espacio público, el estado físico, si se cuenta con antejardín, si su ubicación se encuentra en vía principal, si cuentan con una propuesta de organización DEMOS, si se presenta ocupación indebida de espacio público, el número de empleos, los Administradores del Espacio Público -SDM- DADEP- IDU-IDRD, las posibles variables de movilidad, aspectos en la normatividad, espacios públicos cercanos, los puntos de evacuación y seguridad entre otros.

En este contexto, seleccionaron 8 zonas y 25 tramos que cumplen con los criterios técnicos descritos para desarrollar el proceso de observación de 4 modalidades de utilización del espacio público en donde de manera concertada, secuencial, gradual y segura se protege la vida y nos permite observar en escala real a nuestros ciudadanos y su comportamiento frente a una nueva normalidad que nos permita reactivar nuestra economía.

El pasado 16 de julio, se realizó una reunión entre las Secretarías Distritales de Gobierno, y desarrollo económico e IDT, para contextualizar a los Alcaldes Locales de las zonas donde se llevará a cabo este plan piloto de reactivación gastronómica, en la cual se dio a conocer el ejercicio técnico intersectorial realizado que logró definir las localidades, de forma que el sector gastronómico pueda desarrollar actividades que

generen empleo y competitividad; con el uso del espacio público en las zonas de extensión, los antejardines y terrazas exteriores, andenes, vías públicas con cerramientos parciales y totales y, la utilización de plazoletas y parques.

Así mismo, en cumplimiento al Decreto del Gobierno Nacional N° 990 del 2020 y el Decreto Distrital 169 del 2020, se determinó aplazar las fechas iniciales previstas y se desarrollará de acuerdo a los indicadores de salud que permitan una reapertura económica que cuide las vidas de nuestros ciudadanos.

Posterior, se generó la interlocución directa con cada Alcaldía Local mediante la designación de enlaces institucionales, quienes han acompañado las visitas técnicas del comité interinstitucional en cada una de estas localidades realizando una observación, análisis y planimetría de las zonas a intervenir.

**A partir del 1 de agosto, este piloto pasa a ser gerenciado desde la Secretaria de Desarrollo Económico como estrategia de ciudad.**

Con el fin de avanzar en el desarrollo del piloto “Bogotá a Cielo Abierto”, el pasado 3 de agosto se llevó a cabo junto con Secretaria Distrital de Desarrollo Económico, y gremios de interés del sector gastronómico, la reunión de socialización y avances.

En la cual, se contextualizó a los asistentes en los temas que han sido claves para el correcto desarrollo del piloto, en los siguientes aspectos:

- Habilitación del link de reactivación: En articulación con la Secretaria General, la Alta Consejería TIC's y la Secretaria Distrital de Desarrollo Económico, se habilitó el uso del link de reactivación para el sector gastronómico, mediante el cual se han inscrito con protocolos de bioseguridad más de 275 restaurantes.
- Capacitaciones en bioseguridad: Se desarrollaron 3 de jornadas, en las cuales participaron 732 personas y aproximadamente 270 restaurantes, por medio de talleres prácticos relacionados con la adopción de protocolos de bioseguridad y normas establecidas por el Ministerio de Salud, y el Gobierno Nacional.

Así mismo, se informó que el inicio de la estrategia “Bogotá a Cielo Abierto” estará condicionada a la evolución del Coronavirus y a la capacidad de las Unidades de Cuidado Intensivo-UCI, en la Capital.

### **Mesa de Conectividad Aérea y Aerolíneas**

Por su parte, la Mesa de Conectividad Aérea, como espacio de preparación técnica se reunió el día 12 de junio con representantes del sector, en la se informó que en el Aeropuerto El Dorado se cuenta con: Termómetros, cintas que demarcan áreas de separación entre los pasajeros y los funcionarios, zonas de lavado de manos, limpieza de cajeros, baños y zonas comunes, máquinas en la zona de embarque nacional para que los pasajeros presenten su pase de abordaje y puedan ingresar sin necesidad de guardias o personal humano evitando la aglomeración de personas.





El 26 de junio se desarrolló la segunda mesa, con la participación de LATAM, Viva Air y Avianca quienes presentaron los protocolos de bioseguridad que han implementado con el objetivo de construir de manera conjunta un plan piloto para garantizar una reapertura segura de acuerdo a los lineamientos dados por el Gobierno Nacional conforme con la Resolución 1054 de 2020 que señala los protocolos de bioseguridad para Aeropuertos y Aerolíneas.

La tercera reunión, se realizó el 17 de julio y en ella se contó con la participación de la Aeronáutica Civil y representantes de cinco aeropuertos del país, incluyendo Bogotá. En ella se abordaron temas asociados con: El procedimiento para aprobación de rutas piloto; Slots sanitarios en el plan de conectividad esencial; avances en la implementación de protocolos de bioseguridad en los aeropuertos de Bogotá y la revisión de algunas rutas propuestas por las aerolíneas.

A manera de conclusión, conforme avance la situación epidemiológica en la Capital, se propiciarán encuentros bilaterales entre las autoridades regionales y Bogotá, para presentar las solicitudes conjuntas de rutas piloto.

### **Mesa de Agencias de Viajes**

En relación con la **Mesa de Agencias de Viajes**, el 3 de julio se realizó una mesa de trabajo con 17 participantes entre representantes del sector y el Instituto Distrital de Turismo, en la cual las agencias de viajes presentaron las acciones que vienen adelantando en materia de bioseguridad y las propuestas en cuanto a planes de reactivación y pilotos que se podrían implementar para el sector; en la que se enfatizó la importancia de conocer una fecha de apertura del Aeropuerto El Dorado, así como las ofertas de seguros de viajes que respalden la cancelación de los servicios turísticos entre otros.

Dentro de los compromisos de la mesa quedaron las siguientes actividades:

- ✓ Construcción conjunta de un plan piloto en una primera fase con prestadores de servicios turísticos de la ciudad para un testeo interno y posteriormente un piloto controlado.
- ✓ Campañas de capacitación y sensibilización dirigidas a ciudadanos sobre la importancia de cumplir con los requerimientos de bioseguridad.

En cuanto a la gestión que se ha realizado con la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, se remitieron los códigos CIIU tanto de las agencias de viajes como de otros tipos de prestadores de servicios turísticos para que sea evaluada su pertinencia de autorización de reapertura progresiva por parte del EMRE. La solicitud puntual realizada en cuanto a las agencias de viajes es poder realizar reapertura en cuanto a la atención al público de manera presencial, ya que actualmente están habilitadas para funcionar 20% presencial y 80% teletrabajo.

En respuesta a una propuesta realizada por la Asociación Nacional de Viajes y Turismo – ANATO –, el 14 de agosto se realizó una charla de capacitación sobre protocolos de bioseguridad para todo tipo de agencias de viajes.

### Mesa de Parques Temáticos

El 3 de julio, se reunió la mesa de trabajo **de Parques Temáticos**, en articulación con la Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones –ACOLAP-, en la cual se contó con la participación de los representantes de parques de diversiones y cajas de compensación que cuentan con espacios a cielo abierto para el desarrollo de actividades recreativas, quienes presentaron sus protocolos y planes de acción para una reapertura próxima de acuerdo con las decisiones que se tomen por parte del Gobierno Nacional. Actualmente, cuentan con protocolos radicados ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- y está pendiente su aprobación.

Así mismo, se planteó realizar una visita de revisión a los parques temáticos contemplados dentro de la primera propuesta del plan piloto de reapertura -Salitre Mágico, Mundo Aventura y Multiparques- la cual se programó realizar en el mes de agosto con un equipo integrado por personal de las Secretarías Distritales de Salud y Desarrollo Económico y el IDT.

Esta mesa se reunió nuevamente el 11 de agosto, en ella participaron 26 personas entre empresarios del sector, el IDT y representantes de entidades del orden Distrital. En este espacio se presentaron los avances obtenidos por el Instituto encaminados a la construcción de un plan piloto para la reapertura progresiva y segura de los parques temáticos. Se informó sobre:

- ✓ Fecha de visita de acompañamiento por parte de la Secretaría Distrital de Salud y el IDT.
- ✓ Propuesta de plan piloto para la reapertura con su respectivo cronograma.
- ✓ Gestiones para la reapertura del Centro Urbano de Recreación de Compensar – CUR – de acuerdo con los resultados de las reuniones con el Instituto Distrital de Recreación y Deporte – IDR –.

En dicha reunión se acordaron los siguientes compromisos:

- ✓ Por parte de la Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones – ACOLAP – se determinará qué parques serán visitados por parte de la entidad e informará quienes participarán en la visita.
- ✓ El IDT gestionará ante la Secretaría Distrital de Salud la visita a otro parque el 21 de agosto.
- ✓ El IDT gestionará ante la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico la participación de las Cajas de Compensación Familiar en la mesa de trabajo de reactivación de los Clubes deportivos.
- ✓ Establecer fechas para el desarrollo del plan piloto, de acuerdo con el comportamiento de la curva de contagio de la pandemia y las determinaciones que tome el Gobierno Nacional y Distrital.

### Mesa de Eventos y Reuniones





El 10 de julio, sesionó la **Mesa de Eventos y Reuniones**, en la que el IDT, presentó el Plan de Reactivación Económica del Turismo para Bogotá.

En ella participaron el director de la Iniciativa Clúster de Turismo y Eventos de Bogotá, el Presidente la Asociación Colombiana de Wedding and Event Professionals – Asocolwep, la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo – ANATO – Central, el Clúster Turismo de Negocios y Eventos y Gastronomía de la Cámara de Comercio de Bogotá, el Bureau de Bogotá, y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-; así como de empresarios de eventos y reuniones.

Los temas abordados en la reunión fueron, entre otros, el regreso al trabajo de manera segura, el alcance de los protocolos de bioseguridad y plan de reapertura gradual y el desarrollo de un pilotaje de reapertura del subsector de Eventos y Reuniones.

## **INICIATIVAS HACIA LA CAPITAL**

### **Mesa de Mercadeo de Ciudad**

Compuesta por diferentes entidades como el Instituto Distrital de Turismo -IDT, la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, la Secretaría General a través de la Dirección Distrital de Relaciones Internacionales, la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, la Cámara de Comercio de Bogotá, el Bureau de Convenciones de Bogotá y Cundinamarca, Invest In Bogotá, con el apoyo de ProColombia, ProBogotá, Corferias y Ágora Centro de Convenciones.

Esta mesa es la encargada de coordinar la campaña #EnBogotáNosVemos que busca mantener a la ciudad posicionada como principal destino turístico del país. La estrategia de la campaña de comunicaciones busca informar de las diferentes fases de cuidado y reactivación económica que se han mantenido en la ciudad, e igualmente se establecen relaciones de cercanía y empatía con los mercados de interés.

A la fecha, se han implementado dos olas de mensajes de comunicaciones, que comprenden dos videos promocionales en el idioma español, con traducciones en inglés y portugués, además de 23 piezas para la primera fase, y 34 piezas para la segunda fase de la campaña, para su publicación en redes sociales, correos electrónicos y aliados pertinentes.

**8. En el marco de que buena parte del turismo de Bogotá, era un turismo MICE (negocios y eventos), sírvase informar cómo se fortalecerá ese sector del turismo de la ciudad, luego de la pandemia.**

El sector de Reuniones y Eventos se ha visto fuertemente afectado por la pandemia del Covid 19. En este sentido, el IDT ha venido participando en las mesas de trabajo conformadas por diferentes actores del Turismo, siendo la mesa de reactivación del segmento de Eventos o MICE aquella que convoca a representantes de los otros sectores, pues esta actividad por su naturaleza reúne a varios de ellos. En este

marco, los resultados e iniciativas de estos espacios de articulación permiten identificar las necesidades y definir acciones de utilidad común.

El Instituto ha empezado a trabajar en mecanismos que apunten a garantizar las condiciones de confianza y de seguridad requeridas para el desarrollo de todo tipo de eventos. Se ha iniciado una estrategia que busca la certificación del destino y de los diferentes prestadores de servicios turísticos, espacios y atractivos de forma que se facilite la captación de eventos, así como la presencia de turistas y asistentes a ellos. La estrategia contempla acciones de capacitación, asistencia técnica y acompañamiento para la obtención de la certificación Check In Certificado, sello que busca respaldar el cumplimiento de los diferentes protocolos expedidos por el Gobierno Nacional.

Adicionalmente, la entidad continuará apoyando los programas de capacitación que requiera el sector para fortalecer sus condiciones y capacidades, atendiendo las prioridades que se identifiquen en la mesa técnica antes mencionada.

Actualmente, se están estructurando 2 cursos virtuales en la plataforma EDX para fortalecer la MICE en Bogotá, los cuales buscan fortalecer la fuerza comercial de hoteles, centros de convenciones, clubes, agencias de viaje, operadores profesionales de congresos y en general la industria con el fin de actualizar sobre las nuevas tendencias que puedan ayudar en el proceso de captación y activación de eventos MICE. La metodología es mediante programa de autogestión no tutorizado, masivo (+10.000 pax). Se trabaja de manera técnica y académica mediante videos, rutas de aprendizaje, lecturas y actividades. Se postulan, aceptan y hacen carta de compromiso.

Durante este semestre, el IDT adelanta actividades de mercadeo y promoción que buscan reactivar y mantener a Bogotá como destino seguro para todo tipo de eventos y reuniones, como las siguientes:

- Ruedas de negocios MICE (agosto y octubre), virtuales. Esta rueda de negocios será parte de la gran rueda de negocios nacional e internacional en donde se convocarán compradores y vendedores de la industria de negocios.
- Se realizó una mesa de captación de eventos con la participación de Bureau Bogotá, Procolombia e IDT con el objetivo de buscar y trabajar conjuntamente las candidaturas a eventos a realizarse en Bogotá. Actualmente, se están trabajando las candidaturas a Annual Convention of the Society of American Travel Writers 2022 y World Franchise Council 2022.
- Fam Trips MICE e incentivos (diciembre y enero). Viajes de familiarización dirigidos a agencias de viajes Mice y agencias corporativas de incentivos nacionales e internacionales.
- Press Trip Mice (por definir de acuerdo con disponibilidad de periodistas internacionales entre enero y febrero).

Así mismo, a través de la ejecución del Proyecto “Impulsar la actividad comercial y el posicionamiento turístico como destino vacacional y de eventos a nivel nacional y en el exterior de Bogotá”, se plantean diversas estrategias que permitan la dinamización del sector turístico por medio de acciones concretas orientadas al fortalecimiento de la red de información turística, un programa de captación y organización de congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos, una estrategia de promoción y comunicaciones de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid-19 y, un programa de promoción y mercadeo para el turismo en Bogotá.

Las acciones orientadas hacia la reactivación del sector turismo en Bogotá, a través de la captación de eventos MICE, permiten el fortalecimiento de dicha industria como uno de los principales motores de desarrollo económico, y buscan que el segmento de turistas que llegan a la ciudad por esta motivación tenga una mejor experiencia en su estadía.

**9. Sírvase informar, cuál era el impacto económico de los Eventos de Ciudad, en la economía de Bogotá.**

El Observatorio de Turismo de Bogotá ha realizado las mediciones de los eventos de ciudad con el fin de caracterizar y cuantificar el flujo de turistas que asisten a los mismos. Entre las principales mediciones se tienen algunas como: Festival Stereo Picnic, Feria Internacional del Libro de Bogotá, Festival Internacional de Teatro de Bogotá, Colombia al Parque, Festival de Verano, Feria Internacional de Arte de Bogotá, SOFA, Bogotá Madrid Difusión, entre otros, promovidos por la Administración Distrital.

Por tanto, los eventos de ciudad se realizan con una periodicidad anual, en la mayoría de los casos, y en la mayoría de los casos se han vuelto parte fundamental de la Agenda Cultural de Bogotá. Algunos de estos eventos son distintos a los congresos y convenciones que hacen parte del segmento MICE de turismo.

La siguiente tabla muestra, de forma estimada, el gasto turístico asociado a la realización de eventos de ciudad según el periodo de referencia. Estos resultados indican la proporción del gasto turístico total de ciudad que está relacionado con la realización de los principales eventos de ciudad.

<b>Gasto turístico asociado a los eventos de ciudad en Bogotá 2017- 2019</b>			
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Eventos de Ciudad</b>	37.176.729	43.095.885	37.092.991

**Fuente: Observatorio de Turismo de Bogotá. Dólares**

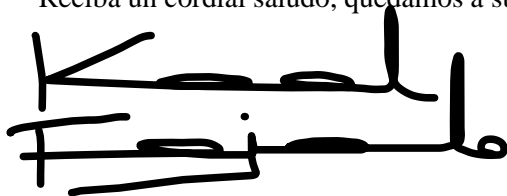
Cabe anotar que por parte del Buró de Convenciones se reporta que en Bogotá en el año 2019 se realizaron mas de 20 eventos internacionales 4 de ellos de talla mundial, una vez se reciba por parte del IDT los resultados economicos de los mismos se comunicarán oportunamente.

**10. Sírvese informar cuál será la estrategia para posicionar la marca ciudad a nivel internacional y nacional, en el marco de la reactivación económica global.**

Para el posicionamiento de la Marca Ciudad se estableció un comité de trabajo entre la Cámara de Comercio de Bogotá, Invest In Bogotá y el Instituto Distrital de Turismo, representantes de la marca y se elaboró un nuevo acuerdo de Marca que fue firmado por las tres partes en el mes de agosto del año en curso. Así mismo, se está desarrollando un plan de acción dirigido a los licenciarios de la marca para el desarrollo de estrategias conjuntas que permitan el posicionamiento de la misma. Por último, se propuso el desarrollo de un comité de marca, en el cual se revise la aprobación de licencias y discusión de temas referentes. A la fecha se han realizado 5 encuentros desde el inicio de la Administración. Los resultados y la programación en la cual estará presente la marca ciudad se describieron en los puntos anteriores.

Quedamos atentos a los soportes, ampliación o resolución de inquietudes que sean necesarias frente a lo temas tratados en la presente.

Reciba un cordial saludo, quedamos a su servicio



**KAROL FAJARDO MARIÑO**

Directora General

Instituto Distrital de Turismo

[karol.fajardo@idt.gov.co](mailto:karol.fajardo@idt.gov.co)

**Aprobó:** Andrés Clavijo Rangel- Subdirector Gestión de Destino.

Juan Lamar Montoya – Subdirector de Promoción y Mercadeo.

Daniel Valencia Valencia- Asesor del Observatorio de Turismo.

María Isabel Varón- Asesora Despacho.

**Proyectó y Revisó:** Natalia María Espitia Montero- Dirección General