

40000

Bogotá D.C.,

Doctora
ILBA YOHANNA CÁRDENAS PEÑA
Subsecretaria de Despacho (E)
Comisión Tercera Permanente de Hacienda y Crédito Público
Concejo de Bogotá
Calle 36 No. 28A – 41
Ciudad

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO 14-06-2022 11:13:39

Al Contestar Cite Este Nr.:2022EE1009 O 1 Fol:1 Anex:0
Origen: Sd:332 - SUBDIRECCION DE GESTION CORPORATIVA/F
Destino: CONCEJO DE BOGOTA D.C./ILBA YOHANNA CÁRDEN
Asunto: RESPUESTA PROPOSICION NO. 301 DE 2022 NO. RAD
Obs.:

Asunto: Respuesta Proposición No. 301 de 2022 No. Radicado 2022ER794 – IDT.

Respetada doctora Cárdenas:

En atención a la Proposición No. 301 de 2022, radicada el 3 de junio del año en curso, suscrita por el Honorable Concejal Julián David Rodríguez Sastoque integrante de la Bancada del Partido Alianza Verde, relacionada con el tema “Turismo en Bogotá” de manera atenta, nos permitimos dar respuesta en el marco de las competencias del Instituto Distrital de Turismo-IDT, de la siguiente manera:

1. Por favor, informe detalladamente a la fecha el contenido, implementación, metas, objetivos y presupuesto de las siguientes estrategias y programas:

a. Anfitriones Locales de Turismo

Para el desarrollo turístico se hace indispensable contar con población local o anfitriones de ciudad que cuenten con los conocimientos específicos de su territorio para apropiarlo y compartirlo, con el fin de convertirse en dinamizadores locales que acompañen a los operadores turísticos locales y demás miembros de la cadena de valor del turismo a identificar, potencializar y brindar servicios de calidad a turistas y visitantes.

Igualmente se hace pertinente que esta población local contribuya al rescate de valores y actitudes representados estos como aquellos elementos emotivos compartidos, basados en ciertos principios éticos y que motivarán a brindar servicios con Calidez, Compromiso, Constancia, Disciplina, Honradez, Orgullo, Respeto, Responsabilidad y Vocación de servicio con el fin de lograr que se desarrolle un ambiente turístico, traducido en un clima especial de cordial hospitalidad, calidad y competitividad, derivado de la formación y la participación individual y social de los individuos en los procesos de formación y apropiación territorial en el contexto del turismo.

Contenido e implementación:

Atendiendo a la necesidad de reactivar económicamente la ciudad a través del fortalecimiento de sectores clave como el turismo, y de generar empleos para los jóvenes, este programa tiene como objetivo el desarrollo de la cultura y sostenibilidad turística de Bogotá, a través del fortalecimiento de la promoción y apropiación de las localidades como destinos turísticos, con el fin de complementar el sistema turístico de la ciudad e incentivar la generación de empleo juvenil, reduciendo las brechas socioeconómicas.

El programa tiene tres ejes:

- Desempeño económico, inversión, competitividad, empleo y capital humano: busca generar las condiciones propicias para la dinamización de la economía y en particular el turismo vecinal, visibilizando las expresiones culturales y urbanas contemporáneas más vibrantes de la ciudad. Igualmente, para los jóvenes vinculados al programa se generarán competencias y aptitudes laborales.
- Apropiación de Ciudad: se enmarca en los propósitos de la resignificación de la ciudad y del territorio, resaltando las particularidades de las localidades y barrios de la ciudad. Igualmente, el eje atiende a la potencialización vocacional y ocupacional de los jóvenes vinculados y a la generación de tejido social local.
- Reducción de la brecha socioeconómica e inclusión social a partir del turismo: a través del fortalecimiento de las iniciativas turísticas favorables a organizaciones sociales de base local, se busca visibilizar al sector turístico como generador de tejido social y productivo.

Para desarrollar los ejes del programa, una de las principales estrategias es el fortalecimiento de iniciativas turísticas favorables a organizaciones sociales de base local. Igualmente, en lo referente al posicionamiento del sector turístico como generador de tejido social y productivo. El programa se enfoca en resaltar las expresiones culturales urbanas contemporáneas más relevantes de la ciudad, esto, contribuye al fortalecimiento de los lazos entre comunidades y a su vez, se constituye como un incentivo para que la ciudadanía se apropie de su territorio.

La apropiación de la ciudad va de la mano con la resignificación de territorios que han estado caracterizados por una persistente estigmatización. Algunas localidades de la ciudad son asociadas con imaginarios de peligro, pobreza y vulnerabilidad, de esta manera, mediante el programa se incentiva la resignificación territorial, vocacional y la generación de tejido social, a través de la socialización entre las comunidades y los turistas y visitantes.

El desarrollo del programa tiene cinco etapas:

- Alistamiento del programa: se compone de actividades como la búsqueda de recursos, alianzas interinstitucionales y la formulación del programa con un mayor nivel de detalle.
- Formación: se definen y ejecutan las actividades de nivelación y de fortalecimiento de competencias de los jóvenes participantes. Este proceso tiene como principal insumo el levantamiento de información asociada a cartografía social.
- Levantamiento de información: se desarrolla un proceso de caracterización social de personas, organizaciones e iniciativas locales, que permite establecer aspectos conexos al turismo y la estructuración de rutas locales.

- Acompañamiento: se desarrolla un esquema de acompañamiento a los jóvenes por parte del IDT, así como de la articulación con actores institucionales aliados para garantizar la integralidad del acompañamiento.
- Ejecución: consta de la implementación de las acciones en el nivel local, las cuales están articuladas a las estrategias del IDT

En la vigencia 2021, se vincularon al programa 20 jóvenes de las localidades de San Cristóbal, Ciudad Bolívar, Usaquén, Usme, Engativá, Kennedy, Suba, Chapinero, Bosa, Santa Fe y La Candelaria, teniendo en cuenta tres criterios de selección: vocación y desarrollo turístico de la localidad; niveles de desempleo (en jóvenes y mujeres); enfoque poblacional. El 65% de los participantes son mujeres y el 35% hombres, atendiendo a un enfoque de género; así mismo 4 jóvenes pertenecen a grupos poblacionales: Indígena (1); víctima del conflicto armado (1); y LGBTI (2).

Los anfitriones locales desarrollaron sus actividades a través del trabajo de campo, la recolección y sistematización de información y la creación de informes, dando cumplimiento a las siguientes obligaciones:

- Contribuir a identificar y resaltar las expresiones culturales urbanas más relevantes de la localidad asignada.
- Apoyar la resignificación de la ciudad y del territorio, resaltando las particularidades de los barrios de la localidad asignada.
- Apoyar la identificación de aliados que contribuyan a conectar los visitantes de la localidad con los prestadores de servicios turísticos y las experiencias de las organizaciones sociales.
- Apoyar la identificación de lugares, costumbres y acciones que la comunidad pueda vincular a experiencias turísticas en la localidad asignada.
- Cumplir con el proceso de capacitación y formación.

Como parte del proceso, se llevó a cabo la socialización y contextualización sobre diferentes temas, mediante la realización recorridos, talleres y una jornada de integración con la Policía de Turismo, esto a través del desarrollo de seis módulos de aprendizaje:

- Apropiación
- Seguridad turística
- Legislación turística
- Territorio
- ESCNNA
- Formalización

Por otra parte, los anfitriones fueron partícipes del “Diplomado en turismo y territorio” realizado por el Politécnico Grancolombiano, el cual contó con 5 módulos:

- Conceptos básicos de turismo
- Legislación turística
- Producto turístico
- Turismo y territorio
- Turismo comunitario

Este diplomado tuvo una intensidad de 120 Horas, distribuidas en 3 meses – Inicio 20 de septiembre.

Gracias al programa de Anfitriones, se realizaron 148 caracterizaciones a humedales, restaurantes, hostales, hoteles, plazas de mercado, vivero, huertas, colectivos, iniciativas, eventos, carnavales, casas de cultura, entre otros; 109 recorridos en barrios, veredas, miradores, senderos y quebradas; y se brindó apoyo a 11 talleres de política pública, además del apoyo a eventos como Macarenazo, Colombia Limpia, Noche de Museos, Bogotá 24 horas, espacios de participación, festivales de la juventud, festival reactivación Calle Bonita y Circuito de Arte.

En el año 2021, terminaron contrato 15 anfitriones de ciudad. Llegando la vigencia 2022, cinco (5) jóvenes continuaron realizando el apoyo a la entidad hasta el mes de mayo. Teniendo en cuenta la demanda de acciones a desarrollar en las localidades, el equipo de jóvenes del programa amplió el campo geográfico de apoyo, lo cual permitió un mayor intercambio de experiencias.

Hasta el mes de mayo, se realizaron 27 recorridos en barrios, veredas, miradores, senderos y quebradas, se brindó apoyo de identificación del perfil de visitantes en espacios como la Noche de Museos, convocatoria para la socialización de la oferta del Fondo de Desarrollo Turístico de Bogotá – FONDETUR por las localidades, acompañaron los Consejos Locales y Distritales de Gobierno, y las actividades enmarcadas en la estrategia Bogotá Destino Turístico Inteligente, entre otros.

Sumado a esto, se realizaron acercamientos a colectivos e iniciativas, entre estas, Bogotá Colors, Museo de la Ciudad Autoconstruida, Mujeres Quibana, Fundación Soy País, Escuelas de Tiempo Libre y Colectivo Popular Huasipungo y se realizaron jornadas de acompañamiento al Cabildo Indígena Muisca de Bosa y a las iniciativas ganadoras de presupuestos participativos, sin contar la alimentación de bases de datos de aliados y actores estratégicos en cada localidad.



Acompañamiento al evento Open San Felipe

Este programa permite el reconocimiento por parte de los Anfitriones Locales, jóvenes pertenecientes a las localidades, de su propio territorio, de las experiencias de la comunidad y trabajo que allí se gesta desde la actividad turística, con la combinación de una mirada interna, desde el sentir de la comunidad, pero también con la visión de quien se prepara en términos de turismo, al ser acreedores de herramientas técnicas y metodológicas para la gestión del turismo desde lo local.

Como experiencia se identifica que los jóvenes que participaron en el programa, mejoraron sus habilidades respecto del relacionamiento, la gestión de la información, el uso de los canales de comunicación, el

reconocimiento e identificación de factores potenciales o problemas locales, generaron redes de vinculación con la comunidad e instancias de gobierno local y distrital; por otra parte, para algunos sirvió como incentivo de plan de vida para desarrollar procesos de formación especializada en turismo y generar lideratos con mayor argumento técnico a partir de los conocimientos adquiridos en términos de la gestión territorial, el diseño de productos turísticos, la infraestructura y los modelos administrativos del sector público.

Presupuesto

Para el año 2021 se contó con un presupuesto de contratación de \$282.960.000, el cual fue ejecutado al 100% (20 anfitriones y una profesional responsable del proyecto).

Sumado a esto, se realizó un convenio de contrapartida con el Politécnico Grancolombiano, a fin de brindar formación a los Anfitriones Locales, por un monto total de \$117.469.260, de los cuales \$82.228.482 que corresponden al 70% fueron aportados por el IDT y el restante \$35.240.778, correspondientes al 30% por la institución educativa.

En 2021, se logró realizar una prórroga al contrato de 5 de los anfitriones locales, de los cuales 3 finalizaron su gestión el pasado 15 de abril de 2022 y los dos restantes en el mes de mayo de 2022, con un presupuesto de \$22.500.00. Cabe resaltar que, pese a su importancia, a la fecha no se cuenta con recursos que permitan dar continuidad al programa.

b. Programa Colegios Amigos del Turismo

Colegios amigos de Turismo – CAT, es una iniciativa del Viceministerio de Turismo creada en el año 2005, que busca integrar los establecimientos educativos, al desarrollo del turismo como actividad de carácter prioritario tanto para fomentar el buen uso del tiempo libre de los estudiantes a nivel nacional, como para ofrecerles alternativas sobre sus proyectos de vida y profesionales.

Como lo menciona el Viceministerio de Turismo, el programa tiene como objetivo “Promover la cultura turística, la apropiación del territorio, el uso y disfrute del tiempo libre y la construcción del tejido social y empresarial desde la infancia, con un enfoque de desarrollo integral y sostenible que aporten en la mejora de la competitividad turística de los territorios a largo plazo a través de proyectos desarrollados desde la escuela”. El programa de Colegios Amigos del Turismo trabaja bajo 4 enfoques de derechos: humanos, ambientales, territoriales y sociales.

Objetivos

En consonancia con los lineamientos nacionales del programa, el IDT persigue tres objetivos fundamentales:

- Fomentar el acceso de la población infantil y juvenil, y a través de ellos a sus familias, al turismo como práctica social y hábito de vida.
- Fomentar el turismo como una opción de desarrollo profesional para los jóvenes, favoreciendo la articulación y procesos de homologación entre el PEI y el currículo institucional del establecimiento

educativo con las formaciones turísticas de nivel técnico y tecnológico ofertadas por el SENA o las profesionales ofertadas por las universidades más cercanas a cada CAT.

- Fomentar la emergencia o la reconfiguración de la identidad turística colectiva del territorio de influencia del CAT, a través de la participación del sector educativo a las actividades de los entes territoriales, del sector privado y de la comunidad relacionados con el turismo como alternativa de actividad socioeconómica y cultural en el territorio.

Contenido e implementación

Para el Nodo Bogotá del Programa CAT, el Instituto Distrital de Turismo – IDT, en estrecha vinculación con la Secretaría de Educación del Distrito- SED, las Instituciones de Educación Superior que ofrecen programas relacionados con el Turismo y el SENA, busca desarrollar en los estudiantes las competencias laborales, generales y específicas que favorezcan su acceso a la actividad turística como actividad sociocultural importante en la capital del país, así como su incorporación en la actividad económica asociada a la cadena de valor del turismo y potencial proyecto de vida. Actualmente, el programa CAT Nodo Bogotá, cuenta con 33 Instituciones Educativas Distritales de diferentes localidades vinculadas:

- 1) IED. Alberto Lleras Camargo
- 2) IED. Álvaro Gómez Hurtado
- 3) IED. Ciudad de Bogotá
- 4) IED. Ciudad de Villavicencio
- 5) IED. Cristóbal Colón
- 6) IED. Cundinamarca
- 7) IED. Delia Zapata Olivella
- 8) IED. Divino Maestro
- 9) IED. El Salitre Suba
- 10) IED. Externado Nacional Camilo Torres
- 11) IED. Fanny Mickey
- 12) IED. Gabriel García Márquez (Las Violetas)
- 13) IED. Integrada La Candelaria
- 14) IED. José Antonio Galán
- 15) IED. José Celestino Mutis
- 16) IED. La Amistad
- 17) IED. La Concepción
- 18) IED. La Toscana Lisboa
- 19) IED. Los Alpes
- 20) IED. Manuel Elkin Patarroyo
- 21) IED. Técnica Comercial Manuela Beltrán
- 22) IED. Miguel de Cervantes Saavedra
- 23) IED. Nicolás Buenaventura (Chorrillos)
- 24) IED. Nueva Colombia
- 25) IED. Paraíso Mirador
- 26) IED. Prado Veraniego
- 27) IED. Ramón de Zubiría
- 28) IED. República de Bolivia
- 29) IED. República de China

- 30) IED. República de Panamá
- 31) IED. Técnica Julio Flórez
- 32) IED. Tesoro de la Cumbre
- 33) IED. Tibabuyes Universal

Los 33 colegios vinculados al programa CAT nodo Bogotá, a través del Instituto Distrital de Turismo gozan de diferentes actividades que buscan promover la cultura turística, fomentar la apropiación del territorio, brindar conocimientos sobre turismo y disfrute y uso del tiempo libre de nuestros jóvenes; entre estas actividades podemos destacar:

- Cátedra preparando mi futuro: una cátedra conformada por 12 sesiones cuyo objetivo es fortalecer la formación general y los conocimientos específicos relacionados con el turismo a estudiantes de los Colegios Amigos del Turismo de Bogotá como un escenario para involucrar a los y las jóvenes estudiantes en el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Bogotá como una alternativa concreta para concretar los proyecto de vida profesional y productiva desde donde impactar la resignificación del territorio local y distrital. Para el año 2022 la Cátedra diplomado iniciará en el mes de junio y se extenderá hasta el mes de noviembre.
- FESTTUR -feria de estudios superiores en Turismo: es el evento académico dedicado a la comunidad de Colegios Amigos del Turismo CAT que busca reunir en un evento presencial a diferentes Instituciones de Educación Superior, para difundir y promocionar la oferta académica en los diferentes niveles de formación técnicos, tecnológico y profesional en turismo, hotelería, gastronomía y afines disponibles en la ciudad de Bogotá.
- Salidas y recorridos realizados con estudiantes y docentes que tienen como objetivo promover el uso del tiempo libre y la apropiación de la ciudad y del territorio: los estudiantes de los CAT pueden participar en salidas y recorridos turísticos que cumplen con un doble objetivo; de un lado promocionar la ciudad a partir de experiencias que favorezcan la apropiación de la ciudad y del territorio; de otro lado, estos recorridos constituyen un laboratorio de aprendizaje en el que los estudiantes encuentran alternativas para fortalecer las ideas de negocio que gestan al interior de sus IED.
- Sensibilizaciones en cultura turística dirigida a docentes y estudiantes.
- Prácticas de estudiantes en el Instituto Distrital de Turismo.
- Celebración del encuentro anual de docentes.
- Capacitaciones continuas en diferentes temáticas dirigidas a estudiantes.

El programa CAT brinda capacitaciones y herramientas que permiten a los estudiantes asumir la práctica del turismo desde la niñez y adolescencia, para aplicar en su futura etapa como profesionales del sector turismo, contribuyendo así al fortalecimiento del sector.

Metas 2022 y avances a la fecha

Durante el primer semestre de 2022, se han adelantado visitas a cada uno de los colegios inscritos en el programa CAT, para conocer de primera mano lo que cada uno viene trabajando con los estudiantes y reforzar la presentación de la estrategia del equipo de educación para el turismo, con el fin de coordinar actividades que beneficien a esta población objetivo de la entidad.

Para el año 2022 el equipo de educación para el turismo encargado de coordinar y desarrollar la estrategia de Colegios Amigos del Turismo tiene las siguientes metas:

- 1) Diseñar e implementar una cátedra en turismo dirigida a estudiantes de grado 10 y 11 de los CAT.

El equipo viene desarrollando de la mano de practicantes de la Universidad Pedagógica Nacional el contenido formativo, la estructura y presentación de las 12 sesiones del Diplomado Cátedra, el cual estará enfocado en emprendimiento e innovación para la vigencia 2022.

Se han realizado acercamientos con diferentes Instituciones de Educación Superior, con el objetivo de presentarles la propuesta de cátedra y de esta manera saber cuáles están interesadas en apoyar el proceso con catedráticos de sus instituciones, a la fecha ya contamos con catedráticos de diferentes instituciones asignados a cada una de las sesiones.

- 2) Vinculación de al menos 50 estudiantes en práctica educativa en turismo con IDT, Gremios y otros por año

Actualmente se encuentran vinculados a prácticas laborales 45 estudiantes quienes están apoyando actividades específicas de los equipos de gestión territorial, smart office, desarrollo empresarial y educación para el turismo del IDT: 15 del IED José Antonio Galán, 11 del IE Ciudad de Villavicencio, 3 del IED República de Panamá, 10 de la Universidad Pedagógica Nacional y 6 de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

- 3) Diseño y cargue de contenido de 5 cursos de formación en turismo y afines, los cuales se alojarán en la plataforma E-learning MOODLE, al cual podrán tener acceso todos los estudiantes, docentes y directivos de los CAT, previa inscripción.

Actualmente contamos con los cursos de patrimonio turístico y tradiciones, inglés enfocado al turismo, cultura turística, sello check in certificado actualizado a sostenibilidad y bioseguridad, fundamentos de innovación y turismo accesible, reportados en la vigencia 2021; a partir de 2022 contamos con los cursos de Sostenibilidad en Destinos Turísticos Inteligentes, Calidad Turística y Responsabilidad Social; y, nos encontramos trabajando en el desarrollo de otros.

- 4) Diplomado dirigido a docentes CAT en donde se fortalezcan herramientas para el diseño curricular en turismo y nuevas perspectivas de la educación.

Desde el Viceministerio de Turismo se realizará un Diplomado en Turismo rural del 28 de junio al 27 de julio de 2022. El Instituto realizó la gestión de permisos con la Secretaría de Educación para 5 docentes de los Colegios Amigos del Turismo Bogotá que se inscribieron.

- 5) Organizar un encuentro anual de estudiantes y docentes CAT, los cuales se llevarán a cabo en el marco de FESSTUR.

Esta meta presentará avances en el segundo semestre de 2022.

- 6) Adelantar un diplomado dirigido a 65 estudiantes sobre emprendimiento e innovación para el turismo

Por medio del Convenio Asociación 364 de 2021 con el Politécnico Gran Colombiano, en el mes de abril del presente año se graduaron del Diplomado en “Formación Empresarial en Turismo y Competitividad en la Ciudad de Bogotá”, 31 jóvenes entre los 13 y 17 años de Colegios Amigos del Turismo IED Colegio Nueva Colombia, IED Colegio Cristóbal Colón, IED Colegio Tibabuyes Universal e IED Ramón de Zubiria de las localidades de Suba y Usaquén.

Adicionalmente, para el día 16 de junio se llevará a cabo el lanzamiento del Diplomado Cátedra Preparando mi Futuro “Emprendimiento e Innovación”, a través de sesiones que se llevarán a cabo del 14 de julio al 10 de noviembre de 2022.

Presupuesto

Para el año 2022, el programa Colegios Amigos del Turismo tiene asignado un presupuesto total de \$120.050.000 distribuidos de la siguiente manera:

- \$20.000.000 Alianza con el Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico IDEP - Programa Maestros que inspiran.
- \$6.000.000 Licencias para creación de contenido didáctico.
- \$94.050.000 Contratos de prestación de servicios profesionales con un porcentaje de dedicación específico para obligaciones orientadas al desarrollo del programa CAT y para apoyar la definición de procesos de formación en turismo asociados con las funciones misionales del IDT.

A la fecha, el presupuesto ejecutado equivale a la suma de \$85.500.000 correspondiente al compromiso de los contratos de prestación de servicios profesionales. Tanto el convenio de alianza con IDEP como las licencias para la creación de contenido didáctico se encuentran en fase de estudios previos y consolidación de la documentación.

2. A la fecha ¿el IDT cuenta con alianzas y estrategias para el fortalecimiento del turismo en Bogotá? De ser así, por favor desglose la información respecto a las mismas.

Alianzas estratégicas Bogotá Región

En el marco de la Bogotá-Región se ha venido desarrollando una estrategia de articulación, fortalecimiento, promoción y comercialización de productos turísticos de alto valor, a través de alianzas estratégicas interinstitucionales con diversos territorios que permiten la complementariedad y la promoción cruzada de la oferta turística de la ciudad.

En este sentido se han firmado convenios interadministrativos con los departamentos de Cundinamarca y Boyacá, y memorandos de entendimiento con Meta y Melgar (Tolima), que se desarrollan en las siguientes líneas de acción:

- a. Planificación turística: Coordinación de acciones de apoyo y fortalecimiento territorial encaminados al intercambio de experiencias, transferencia de conocimientos y de buenas prácticas para el desarrollo del turismo.

- b. Producto turístico: Diseño, identificación y puesta en marcha de productos turísticos conjuntos y complementarios, basados en la sostenibilidad del territorio y con alto potencial de comercialización turística.
- c. Competitividad sectorial y de turismo: Estructuración y desarrollo de estrategias encaminadas al mejoramiento de las competencias y habilidades de los actores de la cadena de valor del sector turismo, con miras a mejorar la calidad y la competitividad en los destinos.
- d. Promoción y mercadeo del destino: Diseño y desarrollo de estrategias y acciones de promoción y mercadeo turístico que permitan la promoción conjunta, multidestino y de producto complementario.

Algunas de los resultados obtenidos tras la firma de estos acuerdos, que han fomentado el posicionamiento y la promoción de Bogotá son:

- Desarrollo de las campañas de mercadeo del producto biciturismo, así: Campaña medios masivos: ESPN Deportes - Caracol TV, Revista Semana - Revista Mybike. Campaña digital: Portales web - redes sociales. Acciones directas: Toma de ciclovías en la ciudad de Bogotá (agosto 8, septiembre 12, 19, octubre 3, 10 y 17). Indoor: Pantalla Aeropuerto el Dorado, Toma de Centros Comerciales. Outdoor: Publicidad en Vallas. Fam trip: Creadores de opinión o influenciadores.
- Participación de 70 empresarios de Bogotá y Cundinamarca en la agenda académica del ATTA Adventure Week, para fortalecer la gestión y promoción del turismo de naturaleza en los segmentos de aviturismo, aventura y biciturismo.
- Participación conjunta Bogotá-Cundinamarca como Destino Invitado de honor, en la Vitrina Turística de Anato 2021, con un stand de 405 metros cuadrados, 3.214 visitantes al stand, 52 empresas (28 de Bogotá y 24 de Cundinamarca), 250 citas efectivas con opciones de negocios estimadas en cerca de 300 millones de pesos.
- Realización de Famtrips en Cundinamarca visitando los principales atractivos de Ruta Leyenda El Dorado como Guatavita, Sesquilé y Zipaquirá, y otros destinos como Nimaima, Ubaté y Guaduas, con la participación de 120 prestadores y 41 guías de Bogotá.
- Participación en la Feria de Vacaciones y rueda de negocios 2021, de la oferta de 45 empresarios de los departamentos de Cundinamarca, Meta, Huila, Boyacá y Tolima, teniendo como resultado la realización de cerca de 1.152 citas de negocios.
- Realización de un presstrip en Bogotá y Cundinamarca, con 11 periodistas internacionales especializados, con un resultado de 41 publicaciones y 442 historias en Instagram, y 1 Publicación en Revista Abrebocas.

Calidad Turística

El IDT para mejorar los niveles calidad en la prestación de servicios turísticos crea **el Sistema Distrital de Calidad Turística – SIDCAT** único en su tipo en Colombia, enfocado en mejorar los atributos de calidad de los servicios turísticos, articulado a Bogotá Destino Turístico Inteligente iniciativa que promueve la mejora de los atributos de calidad del destino lo cual que fomentará la gestión integral de la calidad turística de la ciudad.

Este es un sistema que articula la gestión del IDT para conformar un conjunto de herramientas que permiten mejorar la calidad de los servicios turísticos, a través de la implementación y distinción de buenas prácticas en la gestión empresarial en aspectos como gobernanza, seguridad, innovación, tecnología, sostenibilidad e inclusión, considerando el tamaño y las capacidades técnicas, financieras y operativas de los empresarios fomentando la mejora continua hacia la gestión empresarial inteligente y su preparación para abordar procesos de certificación sobre estándares que mejoren su posicionamiento en el mercado.

Este sistema busca beneficiar a distintos tipos de actores del turismo de la ciudad: Empresas del sector, atractivos, áreas turísticas, talento humano del sector, actores conexos al sector. Por lo anterior define los siguientes procesos y elementos:

- **Un proceso para la implementación y distinción de buenas prácticas.** Este busca hacer un reconocimiento y una distinción a aquellos empresarios que han logrado algún nivel de calidad entorno a la gestión empresarial, la accesibilidad, la sostenibilidad, la seguridad, la innovación, la tecnología y la gobernanza. Lo cual inicia con la firma del “pacto por la calidad”, un documento con el cual el empresario se compromete a seguir los lineamientos del sistema y mejorar los niveles de calidad de sus servicios. Luego realiza un autodiagnóstico sobre su nivel de madurez de calidad, nivel de satisfacción sobre partes interesadas y capacidad de generarla, nivel de ventas, participación y posicionamiento de mercado y sobre ejes de las buenas prácticas. Se establece un plan de mejora de acuerdo con los resultados de autodiagnóstico para luego avanzar en una fase de formación, implementación y asistencia técnica para dar cumplimiento al plan de mejora y las buenas prácticas. Después, a solicitud del empresario se realiza una verificación del cumplimiento de las buenas prácticas y cumplimiento del plan de mejora, sobre la cual se estima el nivel de cumplimiento y se entrega un distintivo que reconoce su nivel y grado de avance en el sistema.
- **Un proceso para la implementación y certificación de estándares.** Este proceso busca que los beneficiarios del sistema adelanten la implementación y certificación de estándares nacionales e internacionales acorde a sus propósitos y necesidades de modo que tales procesos generen valor y una verdadera diferenciación en el mercado. Esta inicia con una orientación frente a los distintos estándares y marcas de certificación que soporta el sistema para que el beneficiario seleccione el más idóneo para su organización. Luego se realiza un autodiagnóstico sobre el estándar seleccionado y se establece un plan de implementación sobre los aspectos en los cuales se identificaron brechas. Después el beneficiario ejecuta el plan de implementación, para lo cual puede acudir a asistencias técnicas con las cuales se brinda ayuda y acompañamiento para la implementación del estándar seleccionado. Una vez se culmina la fase de implementación se direcciona con los evaluadores de la conformidad para adelantar la auditoria correspondiente, se realiza el cierre de no conformidades si los hay, el evaluador determina si se otorga o no la certificación y finaliza con la entrega de la certificación si la decisión es positiva.
- **Un proceso para la mejora continua y la excelencia.** Este busca incentivar que los beneficiarios mantengan los procesos de mejora, de cumplimiento de las buenas prácticas y mantenimiento de las certificaciones, así como de distinguir aquellos beneficiarios que demuestren su trabajo sobresaliente en calidad. En este se realiza seguimiento a los beneficiarios, se brinda acompañamiento para el mantenimiento de sus procesos en torno al sistema y se premia a través del Premio Distrital de Calidad Turística a quienes demuestren altos niveles de excelencia en la prestación de sus servicios turísticos.
- **Una mesa de ayuda.** A través de esta se brinda la asistencia técnica y el acompañamiento a los beneficiarios del sistema bajo 3 niveles de servicio. Nivel 1 atención y solución de preguntas frecuentes, nivel 2 atención y solución de dudas en temas específicos y nivel 3 atención personalizada y constante sobre

la implementación de buenas prácticas y estándares nacionales o internacionales, así como en su mantenimiento.

- **Una plataforma de eventos denominada “Momentos SIDCAT”.** Esta busca inspirar, sensibilizar y capacitar a los beneficiarios del sistema sobre los ejes que promueve el sistema. Para esto se realizarán Charlas, talleres, mentorías y ponencia de casos de éxito.
- **La red “Club de la Calidad”.** A través de esta red se canalizan los beneficios del sistema y busca articular la cadena de valor del sector turístico de Bogotá, generando encadenamiento entre los beneficiarios del sistema produciendo mayores oportunidades de negocio entre ellos.
- **El Comité Distrital de Calidad Turística.** Este comité pretende alinear a los diferentes actores para aunar esfuerzos que conlleven al cierre de brechas de calidad en la prestación de servicios turísticos. Este comité está conformado por subgrupos de trabajo llamados círculos de calidad por cada una de las partes interesadas del sistema donde se identifican problemáticas y se proponen soluciones desde cada grupo.
- **Promoción:** Es una componente determinante, con el cual a través de los sellos del sistema se busca generar una mayor visibilidad y diferenciación de los beneficiarios entre los distintos públicos de la ciudad.

Actualmente el SIDCAT se encuentra en fase inicial de implementación, a través de las siguientes actividades:

- Se abrió convocatoria de empresarios para que hagan parte de la fase de validación a través de un piloto para la implementación de buenas prácticas.
- Se encuentra en elaboración de la Especificación Normativa Disponible END 183 gestión integral inteligente de la mano del ICONTEC.
- En el marco de la plataforma de eventos denominada “Momentos SIDCAT” se inició un ciclo de simposios en torno a los ejes temáticos del sistema.
- Se encuentra en trámite la convocatoria para conformar la red “Club de la Calidad” y 5 memorandos de entendimiento con actores que harán parte del comité de calidad.

Bogotá, Destino Turístico Inteligente

El Instituto Distrital de Turismo, viene liderando desde el año 2021, la conversión de Bogotá en un Destinos Turístico Inteligente, a través de la implementación de un modelo de Gestión de Innovación de SEGITTUR-Una Sociedad Mercantil Estatal Española que trabaja por la innovación y las Tecnologías Turísticas, este modelo de innovación es una herramienta que trabaja de manera transversal y se articula con los diferentes sectores que trabajan por el desarrollo de un destino, es un modelo que aborda 5 ejes: Gobernanza, Sostenibilidad, Accesibilidad, Tecnología e Innovación. y su objetivo es implantar mejoras estratégicas a la competitividad y desarrollo turístico basado en la gobernanza y la corresponsabilidad turística. Este modelo se encuentra avalado y nutrido por las recomendaciones de las siguientes entidades y organismos internacionales: La Organización Mundial del Turismo – OMT, Banco Interamericano de Desarrollo – BID, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico – OECD, Consejo Global de Turismo Sostenible, Foro Económico Mundial, UNE Normalización Española, European Capital of Smart Tourism, The European Tourism Indicator System, European Network for Accessible Tourism, International Telecommunication Union y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Algunos impactos de la metodología de Destinos Turísticos Inteligentes para Bogotá:

- Aportar a la visión del Plan de Bogotá Territorio Inteligente.
- Aportar al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- Desarrollo de productos y servicios accesibles e incluyentes.
- Mejorar la experiencia del visitante en el destino, al disponer herramientas tecnológicas, generar productos especializados y adecuar la oferta.
- Apoyar el posicionamiento de Bogotá como destinos turísticos y de inversión nacional e internacional.

Aumentar la calidad en la prestación de los servicios turísticos, apostándole al desarrollo de un Sistema Distrital de Calidad Turística (SIDCAT).

- Integración con los diferentes sistemas de información de la ciudad de Bogotá para generar información y estudios relevantes para la planificación del sector turístico.
- Visibilizar y posicionar el turismo como dinamizador económico del territorio y desarrollo social.
- Generar una estructura de competitividad de la Ciudad como destino turístico y homologarlo a plataformas reconocidas internacionalmente en el reconocimiento de los esfuerzos de la ciudad en materia de accesibilidad, sostenibilidad, innovación, tecnología y gobernanza del destino.

Pertenecer a la Red de Destinos Turístico Inteligentes, organismo al que actualmente está integrado por 220 destinos a nivel internacional y, Bogotá se convertiría en el 3er destino de América Latina en hacer parte de esta red.

- Acceso a la financiación de estrategias y proyectos a través de cooperación internacional, entendiendo que es un modelo avalado por organización como: Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), entre otras organizaciones que apoyan y promueven el desarrollo competitivo de las ciudades.

Actualmente, la ciudad cuenta con un diagnóstico en el que se midió a Bogotá frente a 262 requisitos de los 5 ejes del modelo de Destinos Turísticos inteligentes, en este diagnóstico la ciudad obtuvo una significativa puntuación global del 74%, lo que le permitió ingresar a la Red Mundial de Destinos Turísticos Inteligentes; así mismo, la ciudad recibió un Plan de Acción que debe implementar como destino en el mediano y largo plazo para posicionarse y convertirse en un Destino Inteligente certificado, proceso que viene adelantando con más de 90 actores entre los que se encuentran: secretarías y entidades distritales, entidades del orden nacional, gremios, empresarios y academia. Dicho diagnóstico está disponible para los fines pertinentes si fuera requerido.

Laboratorio de innovación turística

En el marco del modelo de DTI para la ciudad el tema de Innovación ha sido especialmente relevante; es por ello que desde el IDT se viene trabajando en la generación de un laboratorio de innovación turística de la ciudad, como herramienta fundamental para poder acercar el turismo a los territorios locales de la ciudad y satisfacer desde allí las expectativas de los Prestadores de Servicios Turísticos, las organizaciones sociales de base local y los emprendimientos locales, con miras a enfocar sus actividades hacia el desarrollo de propuestas de valor hacia la cadena del turismo o a servicios conexo a ellos. También tiene como propósito

favorecer los encadenamientos productivos entre los grandes prestadores de servicios de la ciudad y los pequeños empresarios y emprendimientos relacionados o conexos con la cadena de valor del turismo.

Habiendo hecho los análisis de la innovación en el sector turismo, se concluye en la necesidad de incentivar el desarrollo de procesos de innovación, el desarrollo de soluciones (productos y servicios) y la generación de emprendimientos innovadores para el sector turismo en la ciudad de Bogotá.

Esta estrategia está destinada al apoyo de las empresas del sector turístico de Bogotá, y busca principalmente prototipar los sueños de negocio de las comunidades identificadas en Bogotá que hacen parte de la cadena de valor del turismo, concentrando acciones propias de la 4ta revolución industrial que lograrán un pensamiento disruptivo en temas de formación y áreas de conocimiento como el internet de las cosas, computación en la nube, realidad aumentada, nanotecnología, machine learning, entre otras especialidades en donde las MYPES del sector, preocupadas en encontrar soluciones a sus necesidades, serán soportadas con diferentes escenarios de Co creación habilitados el acierto y el fracaso, que será compartido mediante la transferencia de conocimientos entre las entidades gubernamentales, la academia, aprendices y los mismos prestadores de servicios turísticos, con acciones que contribuyan al desarrollo e implementación de nuevas tecnologías y procesos, que impulsen a los empresarios desde una atención personalizada, a brindar mejores ofertas y experiencias a los turistas.

La ruta inicialmente propuesta para el ejercicio del laboratorio se puede apreciar en el siguiente gráfico.



Es necesario aclarar que el Laboratorio se encuentra en fase de construcción y preparación, aún no ha sido implementado y esperaríamos poder pilotarlo en el segundo semestre del 2022.

Estrategias de Cultura y Responsabilidad Turística

Con el propósito de fomentar la cultura y responsabilidad turística en Bogotá como Destino Turístico, el IDT adelanta acciones en el marco de 5 estrategias que promueven que los residentes de Bogotá se apropien de la ciudad como el principal destino turístico de Colombia, se preparen para ser excelentes anfitriones de

turistas y visitantes, y reconozcan el turismo como un sector que ofrece alternativas para definir proyectos productivos, actuando bajo los principios éticos que fundamentan el Turismo Responsable. Así mismo, buscan que los turistas que visitan a Bogotá conozcan las pautas de comportamiento que se requieren para que su visita genere valor a nuestra ciudad, y se garantice un positivo intercambio social y cultural con la comunidad residente.

Estas estrategias son:

1. Apropiación de Bogotá Turística:

A través de charlas, recorridos y otras actividades, busca que los bogotanos reconozcan el turismo como un sector que fomenta el desarrollo de la ciudad, conozcan los principales atractivos y productos turísticos de la ciudad y se comprometan con su papel de anfitriones de la ciudad.

Las actividades como charlas y talleres tienen una duración aproximada de 2 horas y se dirigen a grupos de mínimo 20 y máximo 40 personas en las que se desarrollan los siguientes temas:

- El turismo como factor de desarrollo y su importancia para la dinámica económica de la ciudad.
- Bogotá Turística: Principales productos turísticos de la ciudad, identificación de atractivos y reflexión sobre su importancia patrimonial, natural y cultural
- Ética y Responsabilidad ciudadana con el destino: valores, actitudes y comportamientos de los anfitriones de ciudad.

2. Prevención de la Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes (ESCNNA) en el contexto del turismo:

Busca fortalecer las capacidades del sector turístico en el desarrollo de buenas prácticas para prevenir la Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes –ESCNNA-, en alianza con otras autoridades competentes frente a la atención integral de esta forma de violencia contra la niñez y adolescencia.

El IDT realiza charlas de sensibilización dirigidas a grupos de personas vinculados a la cadena de valor del turismo, o comunidad anfitriona del destino para fortalecer el conocimiento sobre esta violación de los Derechos Humanos de la Niñez y motivar a la acción ciudadana de prevención y denuncia.

3. Promoción de la integridad, la transparencia y cero tolerancia a la corrupción y fomento del comercio justo por parte del sector turístico:

Sensibilización y fortalecimiento de capacidades para que el sector turístico de la ciudad adopte buenas prácticas de transparencia e integridad como principios fundamentales del Comercio Justo en la cadena de valor.

En 2021 y 2022, se ha adelantado un proceso participativo para construir el Código de Turismo Responsable para Bogotá, que será un documento orientador para que todos los actores relacionados con la actividad turística se comprometan con los comportamientos y actitudes que exige el turismo responsable en la ciudad.

4. Turismo Accesible:

Busca romper las diferentes barreras existentes (infraestructura, comunicación – información, actitudinales) y fortalecer las habilidades del sector para que todas las personas, en especial, con requisitos específicos de acceso puedan disfrutar del turismo en la ciudad de manera autónoma, cómoda y segura.

La estrategia diseñada para desarrollar en el marco del Plan de Desarrollo “Un nuevo contrato social y ambiental para la Bogotá del Siglo XXI”, contempla, entre otras líneas de acción, la realización de charlas de sensibilización para que la comunidad residente y anfitriona tenga mejores herramientas para prestar una adecuada atención a personas con algún tipo de discapacidad.

Estas estrategias se llevan a cabo en alianza con diferentes actores públicos y privados tales como gremios del sector, PST, empresas de transporte público individual (taxis), organizaciones comunitarias y otras entidades públicas, con el fin de llegar al público objetivo con las actividades que se adelantan de manera efectiva y oportuna.

Adicionalmente, el IDT lidera la promoción de Redes colaborativas para el trabajo articulado en temas relacionados con la responsabilidad turística:

- 1) **Red Nacional de Destinos Turísticos comprometidos con la prevención de la ESCNNA:** esta red está conformada por 13 destinos turísticos de Colombia que voluntariamente se han unido para compartir experiencias y conocimientos, y generar sinergias y articulaciones en torno a la protección de la niñez frente a los delitos relacionados con la ESCNNA y la Trata de Personas en sus territorios.
- 2) **Red Cívica de Seguridad Turística:** es una instancia creada por la Policía Metropolitana de Bogotá para que a través de un grupo de whatsapp se generen alertas inmediatas de incidentes de seguridad para ser atendidos de forma inmediata por la Policía Metropolitana a través de los cuadrantes o la Policía de Turismo. Esta red está conformada por la Policía Metropolitana de Bogotá, el Instituto Distrital de Turismo, gremios del sector turístico, jefes de seguridad de diferentes cadenas hoteleras, hostales y restaurantes. De acuerdo con las necesidades que se identifican en la red, el IDT realiza un seguimiento a las problemáticas de seguridad presentados para gestionar con los sectores pertinentes y realizar propuestas de intervención articuladas.

Red de Turismo Accesible de Bogotá - Región: esta Red pretende reunir a Prestadores de Servicios Turísticos y/o atractivos turísticos para ir consolidando la oferta de turismo incluyente y accesible de Bogotá. Los integrantes de la red participan activamente en capacitaciones y procesos de formación en accesibilidad, aplican un diagnóstico de accesibilidad y desarrollan un plan de acción para efectuar los ajustes necesarios de acuerdo con las particularidades de cada empresa

Por otra parte, el IDT cuenta con el proyecto de inversión 7706 Implementación de Estrategias de Mercadeo y Promoción para el sector turístico de la ciudad de Bogotá, este proyecto tiene como objetivo principal impulsar la actividad comercial y el posicionamiento turístico de Bogotá como destino vacacional y de eventos a nivel nacional y en el exterior. En el planteamiento del proyecto 7706 se consideró relevante

impulsar las actividades comerciales y el posicionamiento turístico de Bogotá, mediante la implementación de estrategias de promoción y mercadeo para lo cual considera el IDT importante desarrollar las siguientes actividades:

- Fortalecer los canales de comunicación.
- Realizar programas de capacitación y organización de eventos en Bogotá.
- Realizar una estrategia de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del COVID 19
- Realizar estrategia de fortalecimiento de planes de medios, tomas de ciudad press trip, entre otros, programas de promoción y mercadeo.

Las siguientes metas están proyectadas para el logro del proyecto 7706.

Metas Proyecto 7706	Meta	Cumplimiento		PRESUPUESTO PROGRAMADO	PRESUPUESTO EJECUTADO		GIROS PRESUPUESTO VIGENCIA	
	2022	META	%	2022	\$	%	\$	%
1. Impactar a 2 millones de personas a través de la implementación de un programa de promoción y mercadeo orientado a la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística de la ciudad de Bogotá	600.000	242.470	40%	\$ 2.937.130.746	\$ 962.227.674	33%	\$ 250.200.402	9%
3. Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá	2	1	50%	\$ 421.742.100	\$ 202.877.078	48%	\$ 66.584.341	16%
4. Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá	250.000	28.270	11%	\$ 570.060.154	\$ 359.973.066	63%	\$ 118.363.279	21%
TOTAL				\$ 3.928.933.000	\$ 1.525.077.818	39%	\$ 435.148.022	11%

El proyecto 7708 Desarrollo de las herramientas tecnológicas de promoción e información turística de Bogotá. Las metas asociadas se implementarán a través de actividades como el desarrollo y mantenimiento back y front del portal web, realizar el soporte tecnológico para el mantenimiento, complementos de DRUPAL, consumos por integraciones por terceros y del CRM y la programación, estructuración, renovación y mantenimiento del APP.

Las siguientes metas están proyectadas para el logro del proyecto 7708.

Metas Proyecto 7708	Meta	Cumplimiento		PRESUPUESTO PROGRAMADO	PRESUPUESTO EJECUTADO	
	2022	META	%	2022	\$	%
1. Implementar al 100% el portal único de promoción de la oferta turística	70%	56%	80%	\$ 222.303.720	\$ 149.000.000	67%
2. Alcanzar un 80% de rendimiento operacional de las herramientas	65%	55%	85%	\$ 15.696.280	\$ 0	0%
TOTAL				\$ 238.000.000	\$ 149.000.000	63%

Dentro del desarrollo de acciones y actividades que se realizan desde la Subdirección de Promoción y Mercadeo, se debe destacar las siguientes estrategias.

Plan Bogotá

Plan Bogotá se crea como un instrumento de promoción, fomento e impulso del sector turístico y sus actividades. Es una iniciativa digital (plataforma) para incentivar el consumo de bienes y servicios

relacionados con el turismo que se ofertan dentro del tejido empresarial de Bogotá Región. Es una plataforma de enlace y difusión de la oferta turística entre el cliente final y los operadores de servicios turísticos de Bogotá y la Región Central.

El Instituto Distrital de Turismo pone a disposición de propios, visitantes y turistas una plataforma a través de la cual, se podrán reservar actividades turísticas, excursiones, tours y experiencias en Bogotá, la Región Central y demás regiones priorizadas en la estrategia de promoción del Instituto

La estrategia Plan Bogotá tiene como objetivos

- Servir de enlace para los empresarios del sector en Bogotá y la Región para que puedan promocionar y ofrecer sus productos.
- Ser la vitrina de operación turística más grande del país, a través de la comercialización de los productos y servicios de los PTS de Bogotá-Región Central.

Para el desarrollo de la estrategia se realiza convocatoria permanente a empresarios para la inscripción en la plataforma pública Plan Bogotá, y el registro se efectúa previo cumplimiento de los requisitos establecidos, ni las convocatorias, ni el registro en la plataforma tendrán costo alguno para los empresarios o usuarios.

Según el tipo de servicio ofrecido se solicitará para la inscripción:

- Domicilio y lugar de prestación del servicio ubicado en Bogotá-Región.
- Mínimo (2) años de constitución verificados mediante registro mercantil no mayor a 30 días.
- Rut actualizado 2022
- Cédula Ciudadanía Representante Legal
- RNT 2021-2022 para quienes apliquen.
- Carta de aceptación de las condiciones de publicación.
- Comprobante de pago a parafiscales Fontur del trimestre inmediatamente anterior.

Plan Bogotá cuenta con un segmento empresarial de: Agencias de viajes/Tour Operadores, Hoteles, Empresas de transporte especializado, Parques de diversiones, Empresas de eventos, Restaurantes, Atractivos turísticos en general.

Con corte a 31 de mayo se cuenta con 176 empresas registradas en la plataforma que pertenecen a los siguientes segmentos:

Segmento	Total
Agencia de viajes/PST	93
Alojamiento	65
Bienestar	1
Entretenimiento	7
Gastronomía	2
Servicios	8
Total general	176

Del total de las 176 empresas registradas, se cuenta con 108 publicaciones en plataforma plan Bogotá, la composición de inscripciones según segmento es la siguiente:

Segmento	2020	2021	2022	Total
Agencia de viajes/PST	61	31	1	93
Alojamiento	58	6	1	65
Bienestar		1		1
Entretenimiento	2	4	1	7
Gastronomía	1	1		2
Servicios	3	5		8
Total general	125	48	3	176

Con el desarrollo y funcionalidad de la plataforma se han generado más de 190 reservas (información enero-mayo 2022) por un valor mayor a los \$30.000.000 millones de pesos.

Mes	RESERVAS	Suma de Valor
Enero	38	\$ 3.229.000
Febrero	32	\$ 7.236.600
Marzo	35	\$ 4.352.000
Abril	54	\$ 14.590.900
Mayo	39	\$ 6.157.500
Total general	198	\$ 35.566.000

De acuerdo con el sondeo realizado a la página, las categorías con mayor número de reservas son: Entretenimiento, Paquetes turísticos, Planes Ruta Leyenda el Dorado, Alojamientos, Bienestar.

Mes	Cuenta de Fecha	Suma de Valor
Alojamientos	25	\$ 4.686.000
Bienestar	16	\$ 721.500
Bogotá a Pie	1	\$ 172.800
Entretenimiento	59	\$ 2.223.800
Feliz mes mamá	3	\$ 392.200
Gastronomía	5	\$ 303.000
Naturaleza y bienestar	5	\$ 473.500
Paquetes turísticos	41	\$ 5.821.600
Ruta Leyenda el Dorado	33	\$ 19.196.800
Semana Santa	4	\$ 1.042.000
Servicios	4	\$ 282.800
Vacaciones	2	\$ 250.000
Total general	198	\$ 35.566.000

Con la información obtenida durante los primeros cinco meses de la vigencia 2022, se puede realizar un comparativo con el mismo periodo de la vigencia 2021, observando que tenemos un crecimiento en el número de reservas del 340% y un incremento en el valor de las ventas cercano al 420%.



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

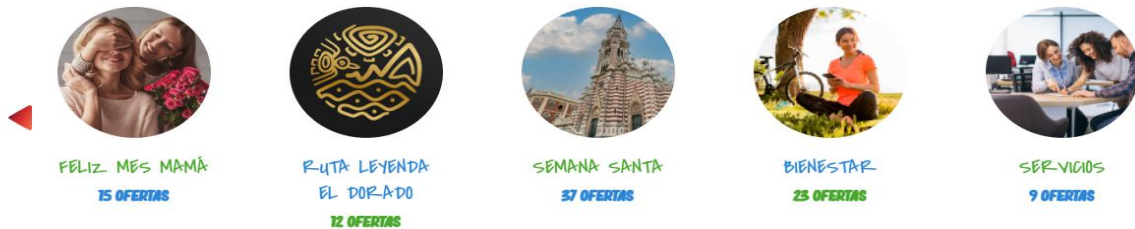
RESERVAS				
Mes	2021	Valor	2022	Valor
Enero	7	\$ 1.546.100	38	\$ 3.229.000
Febrero	5	\$ 336.200	32	\$ 7.236.600
Marzo	16	\$ 1.352.250	35	\$ 4.352.000
Abril	10	\$ 1.212.810	54	\$ 14.590.900
Mayo	20	\$ 4.042.000	39	\$ 6.157.500
TOTALES	58	\$ 8.489.360	198	\$ 35.566.000

Plan Bogotá cuenta con aliados como:

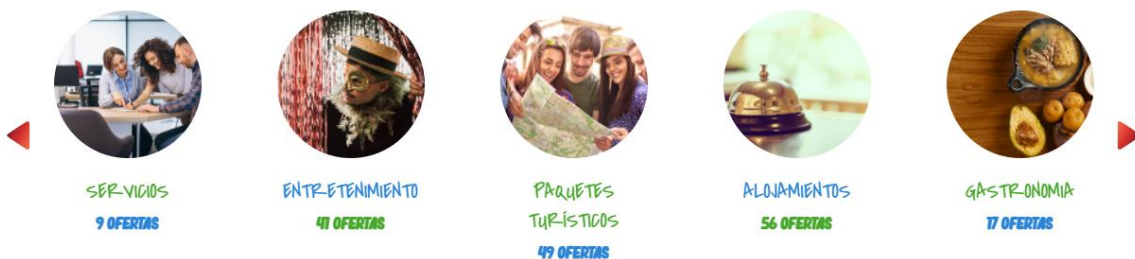
- Anato
- Cotelco
- Compensar
- CCB
- SATENA
- DASC

Las categorías vigentes que se manejan en plataforma son: Paquetes Turísticos, Alojamientos, Servicios, Entretenimiento, Naturaleza y Bienestar, Gastronomía, Ruta Leyenda del Dorado, Bogotá a pie, Temporada (la que se encuentre activa según el mes)

ENCUENTRA TU PLAN



ENCUENTRA TU PLAN



Desde la plataforma Plan Bogotá se busca fortalecer al empresario a través de la promoción de sus servicios o productos, por ello se ha generado una estrategia para temporadas, apoyando la comercialización del abanico de actividades para hacer el Bogotá y la Región durante las fechas comerciales en Colombia como una manera de aprovechar la demanda de clientes, temporadas como semana Santa (abril), mes de mamá

(mayo), mes de papá (junio), mes de independencia (julio), mes del amor y la amistad (septiembre), Halloween (octubre), vive black Friday (noviembre) y navidad (diciembre).

Se realizan acciones de activación que puedan ser aprovechadas por empresarios y usuarios de la página.

Activaciones 2022: Postulación de ofertas permanentes. Cada mes se hace actualización de las nuevas ofertas publicadas perteneciente a la temporada vigente. <https://www.idt.gov.co/es/en-semana-santa-conoce-y-disfruta-los-mejores-planes-en-bogota>



Descubre más novedades de IDT Instituto Distrital de Turismo de Bogotá en Facebook



Se proyecta abrir el espacio a ofertas de otros sectores como aerolíneas, teatros, entre otros mediante las convocatorias mensuales a los empresarios para participación en las temporadas vigentes y creación de nuevas categorías de productos y servicios.

Algunas de las alianzas que se tienen en Plan Bogotá: **Alianza Compensar -TripTrapp**: Plataforma que integra la demanda y la oferta en una red amplia de actores; creando experiencias de turismo y entretenimiento, además de una inmersión cultural, social y ambiental en destino, contribuyendo al desarrollo de las comunidades y convirtiendo a los viajeros en embajadores de Turismo Compensar (2.8 m de afiliados) https://youtu.be/3aS5Cxae3_I



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



Se realiza envío de información, mediante Newsletter con ofertas a la BD de BogotaDC.

En la página se pueden observar los nuevos videos de las campañas de Plan Bogotá, que se alojan de manera temporal como POPUP, redireccionando a la categoría del mes, lo cuales están disponibles permanentemente en el Youtube de bogotadc.

https://youtu.be/uW0j4_Q2sBk
<https://youtu.be/SS1ebrTMBTc>

Trabajamos en el diseño de un nuevo filtro de empresa donde estas podrán colocar el medio digital por el cual terminar directamente la compra con el usuario de manera más ágil sin esperar llamados de retorno. Al finalizar el mes de mayo el 48% de las empresas ya cuentan con esta modalidad, terminando su proceso de compra a través de whatsapp.



3. Frente a la gestión de FONDETUR, por favor, describa cuantos proyectos se han impulsado y como se ha desarrollado dicho impulso. Se solicita desagregar la información por línea de proyecto, recursos invertidos, localidad y fecha.

De acuerdo con lo solicitado se relaciona la ejecución de presupuesto en concordancia con las convocatorias ejecutadas y proyectos beneficiados en la vigencia 2021; de igual manera se indica que para la vigencia 2022 en este momento las convocatorias están en proceso de evaluación y se ejecutarán en el segundo semestre.

Componente Técnico / línea de proyecto	Fecha de apertura de convocatoria	No de estímulos o actores beneficiados	Tipo de beneficiarios	Beneficio Obtenido	Inversión total comprometida



Convocatoria No 1 – Turismo y Transformación Digital para las Agencias de Viajes	16 de junio del 2021	67	Agencias de viajes y turismo	Transformación digital a partir de la generación de su web site, suscripción en Google Workspace en la categoría Business standard, Suscripción por 6 meses en un CRM, chatbot para web y entrenamiento digital	\$600.000.000
Convocatoria No 2 – Reactiva Turismo 2021	01 de julio del 2021	129	Prestadores de servicios turísticos	Estímulos por valor de \$5.000.000 para personas jurídicas y \$2.5 millones para personas naturales para fortalecer sus procesos productivos de acuerdo con proyecto individual.	\$472.500.000
Convocatoria No 3 – Eventos con Interés Turístico en las Localidades de Bogotá	01 de julio del 2021	8 estímulos que vinculan 35 actores	8 eventos desarrollados por prestadores de servicios y entidades sin ánimo de lucro	Estímulos por valor unitario de hasta 46 millones para llevar a cabo los eventos que fomentaban el desarrollo turístico de las localidades.	\$330.653.000
Convocatoria No 4 – Turismo Comunitario, una oportunidad para la construcción colectiva del territorio	12 de julio del 2021	10	Grupos comunitarios constituidos formalmente y con actividades en el sector turístico	Estímulos por valor de \$25.000.000 para llevar a cabo actividades que fortalecen el turismo comunitario en las localidades de Bogotá	\$250.000.000
Convocatoria No 5 – Turismo con Propósito VIRAR	12 de julio del 2021	9	Entidades sin ánimo de lucro con proyectos de turismo	Estímulos por valor de \$25.000.000 a entidades sin ánimo de lucro que desarrollaran actividades turísticas.	\$225.000.000



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

Convocatoria No 6 – Destino Bogotá, reactivamos las vacaciones	28 de septiembre del 2021	17 estímulos que vinculan 85 actores	17 proyectos desarrollados por prestadores de servicios turísticos y otros actores de la cadena de valor	Estímulos para mejorar y promocionar la oferta turística de la ciudad y la localidad en las temporadas comprendidas entre navidad 2021 y semana santa 2022.	\$693.051.672
Convocatoria No 7 – Participación en la Vitrina Turística de Anato 2022	28 de diciembre de 2021.	20	Agencias de viajes y turismo	Estímulos para apoyar la participación de 20 agencias de viajes en la Vitrina turística más importante del sector en Colombia	\$150.000.000
TOTAL					\$3.342.204.672

Con el desarrollo de las 7 convocatorias ejecutadas en la vigencia 2021 se logró gestionar proyectos en 19 localidades de la ciudad de Bogotá. A continuación, se muestra de manera gráfica la manera en que el Fondetur gestionó y desarrolló los proyectos beneficiados en la ciudad de Bogotá.





4. Respecto a la Estrategia marca ciudad, informe cual es el contenido de a la estrategia cuantos productos empresariales la han adoptado y cuantos licenciamientos hay a la fecha.

En la estrategia Marca Ciudad participan tres actores: Instituto Distrital de Turismo, Invest in Bogotá, y la Cámara de Comercio de Bogotá.

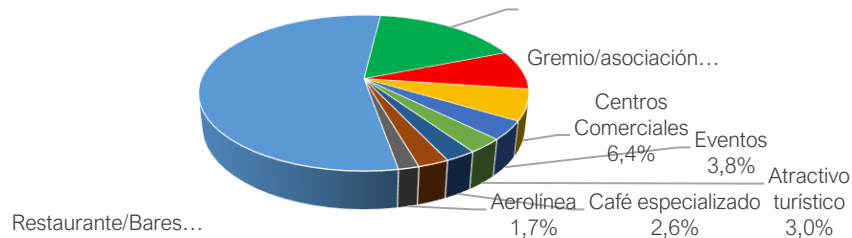
El rol del IDT dentro de la estrategia Marca Ciudad, corresponde a la atracción del turismo nacional e internacional hacia Bogotá cuenta con la estrategia de Marca como una herramienta de posicionamiento de Bogotá como destino vacacional y de eventos/reuniones (MICE). Es así como el IDT desarrolla la estrategia de marca con Empresas Prestadoras de Servicios Turísticos (PST), establecimientos gastronómicos, culturales y de entretenimiento y en general con organizaciones, eventos y empresas relacionados o afines al sector turismo.

Desde el IDT la estrategia de Marca Ciudad se enfoca en a) Licenciamiento b) atracción de turistas y eventos (MICE), c) fortalecimiento del sector turístico local.

El proceso de licenciamiento de marca ciudad Bogotá es totalmente gratuito, a diferencia de otros destinos donde se cobra por el derecho de uso de marca. Se quiere precisamente, incentivar que las empresas para que conozcan y adopten (licencien) la marca y la divulguen adquiriendo un compromiso de promoción conjunta (publico-privada) de Bogotá bajo el estandarte de la marca.

Los licenciarios de marca Bogotá pueden usarla en sus piezas promocionales en redes, en material impreso, en merchandising dando así, un valor agregado a sus actividades de promoción mercadeo.

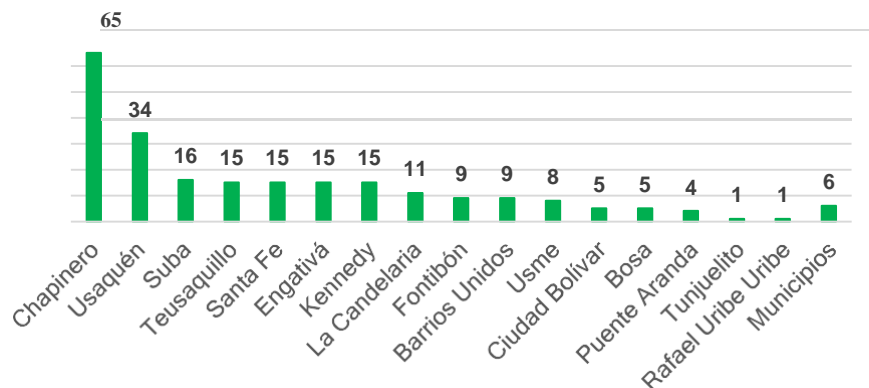
**Licenciarios de Marca Bogotá
por tipo de empresa - Abril de 2022**



Entre ellas, se encuentran los principales gremios y asociaciones del sector turismo, hoteles de las principales cadenas, grandes y pequeños tour operadores, así como también aerolíneas y atractivos turísticos, entre otros.

La distribución de las empresas licenciatarias por localidad es la siguiente:

**Licenciarios de Marca Bogotá por Localidad
Abril de 2022**



Los licenciarios de marca se convierten en una especie de “cluster” de empresas comprometidas con la promoción y buena imagen de Bogotá. Es también una plataforma donde interactúan y se conectan varias empresas turísticas creando encadenamientos productivos y oportunidades de negocios.



ALGUNOS ALIADOS DE LA MARCA CIUDAD

EMPRESAS:

- ✦ LATAM Airlines
- ✦ GOL, Manaus
- ✦ Green Travel DMC
- ✦ Mafusa
- ✦ Rejo La Embaixada
- ✦ Mafusa Experience
- ✦ El Cielo Restaurantes
- ✦ JG Hoteles
- ✦ Sociedad Histórica Tanagerandara
- ✦ Hyatt Place
- ✦ Café Artyaga
- ✦ Cerveza Pilsa
- ✦ Corporación Bogotá Real
- ✦ Cultural de Sal de Zipaquirá
- ✦ Camilo Cárdenas Andino

ALGUNOS ALIADOS DE LA MARCA CIUDAD

GREMIOS:

- Puntos de información Turística (PITs).
- Gigantografías
- Producción de material Audiovisual,
https://www.youtube.com/channel/UC_qgv3BFpK3EhqBPL0iR2IQ/featured
<https://www.youtube.com/watch?v=h8tzTjSlumM>
- Presencia internacional de la Marca Bogotá
- Presencia de Marca Bogotá en eventos locales
- Producción de material promocional de Marca Bogotá
- Press Trips y Fam Trips
- Portal Turístico www.BogotaDC.Travel
- Minisite de Marca Ciudad <https://www.idt.gov.co/es/marca-ciudad>

La estrategia contempla la presencia de la marca ciudad en lugares y eventos clave tales como:

- Puntos de información Turística (PITs).



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



Gigantografías

Estos elementos que son una representación en relieve de la marca Bogotá representan una oportunidad para que los ciudadanos y turistas conozcan interactúen con la marca. ser llevadas a eventos de ciudad de alto impacto tales como festivales, ferias y conciertos.



Gigantografía en Cerro de Monserrate



Gigantografía en Terminal de Transportes

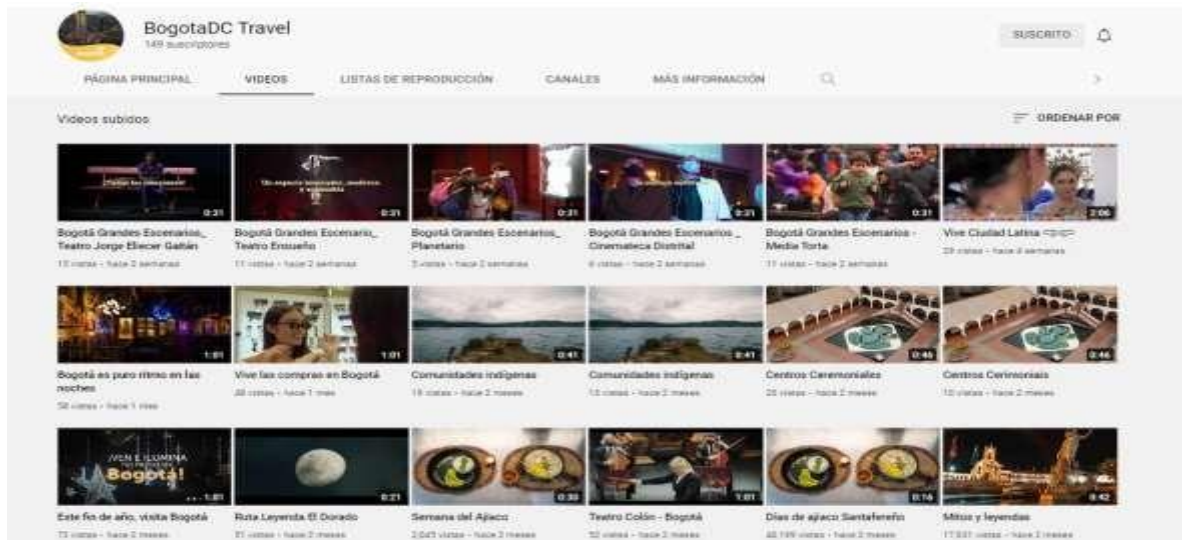
Producción de material Audiovisual

Bajo la sombrilla de la estrategia de marca ciudad, el IDT viene produciendo una serie de videos de alta calidad de los atractivos turísticos y las actividades más relevantes para los turistas en Bogotá. Estos videos se encuentran en el canal de Youtube bogotadctravel:

https://www.youtube.com/channel/UC_qgv3BFpK3EhqBPL0iR2IQ/featured



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



Entre los videos producidos por el IDT se encuentra uno realizado con el artista Cabas quienha sido el primer embajador de la marca Bogotá:



<https://www.youtube.com/watch?v=h8tzTjSlumM>

Presencia internacional de la Marca Bogotá

La estrategia de marca contempla la presencia de la Marca Bogotá en eventos internacionales tales como ferias especializadas de turismo y lugares emblemáticos.



La marca Bogotá estuvo presente a finales del año 2020 en una pantalla gigante en una de las calles más emblemáticas y transitadas del mundo: Times Square en Nueva York. Se invitaba a los turistas a conocer Bogotá y a visitar el portal turístico de Bogotá: www.BogotaDC.travel



Presencia de la Marca Bogotá en el Pabellón de la Feria Mundial ExpoDubai Marzo de 2022

Presencia de Marca Bogotá en eventos locales



Presencia de la Marca Bogotá en la Feria Turística de Anato, 2022.





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

International Footwear & Leather Show, Corferias Bogotá, 2021



El IDT apoya eventos de los aliados de marca, realizados en Bogotá con actividades como la presencia de la marca Bogotá y la promoción y difusión del evento.

Producción de material promocional de Marca Bogotá

Una forma de hacer presencia de marca para la promoción del destino es a través del material promocional que es repartido en eventos nacionales e internacionales, así como a los aliados licenciatarios que ya cuentan con la marca Bogotá.



Press Trips y Fam Trips

Como parte de la estrategia de marca ciudad, el IDT organiza FAM Trips (Viajes de Familiarización) con agencias de viajes nacionales e internacionales para que conozcan el destino Bogotá, sus atractivos y lo ofrezcan en su portafolio.



SC-CER704773



SA-CER704774



También se organizan Press Trips con periodistas, bloggers e influencers para que conozcan el destino y lo promocionen.

Para los FAM y Press Trips son clave los aliados de Marca en la organización de las agendas, pues con ellos logramos descuentos o cortesías en tiquetes de avión, alojamiento en hoteles, cenas en restaurantes, entradas a los atractivos turísticos y comocontraprestación los aliados son mencionados (promocionados) por estos visitantes.



5. Informe el cronograma de ejecución y el presupuesto asignado a las siguientes convocatorias:

- a. Reactiva Turismo 2022
- b. Turismo para el Crecimiento

Se relacionan los cronogramas de ejecución y el presupuesto asignado para las dos convocatorias requeridas.

Cronograma y presupuesto **Reactiva Turismo 2022**

Actividad	Fecha	Presupuesto asignado
Publicación de los términos y condiciones de la convocatoria	29 de abril de 2022	
Apertura de convocatoria	29 de abril de 2022	
Cierre de convocatoria	29 de mayo de 2022	



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

Publicación acta de cierre de convocatoria	30 de mayo de 2022	\$592.230.000
Etapas de subsanación	Junio de 2022	
Etapas de evaluación y selección	Junio y julio de 2022	
Etapas de Otorgamiento de los estímulos	Julio y agosto de 2022	
Etapas de seguimiento a la ejecución de proyectos	De agosto a noviembre de 2022	
Etapas de cierre	Diciembre de 2022	

Cronograma y presupuesto Turismo para el Crecimiento

Actividad	Fecha	Presupuesto asignado
Publicación de los términos y condiciones de la convocatoria	29 de abril de 2022	\$400.000.000
Apertura de convocatoria	29 de abril de 2022	
Cierre de convocatoria	29 de mayo de 2022	
Publicación acta de cierre de convocatoria	30 de mayo de 2022	
Etapas de subsanación	Junio de 2022	



Etapa de evaluación y selección	Junio y julio de 2022
Etapa de Otorgamiento de los estímulos	Julio y agosto de 2022
Etapa de seguimiento a la ejecución de proyectos	De agosto a noviembre de 2022
Etapa de cierre	Diciembre de 2022

6. Presente un informe detallado sobre cómo se ha realizado la construcción de la Guía LGBTIQ+, incluya las instancias de participación y socialización consultadas.

A raíz de la pandemia del Covid-19, decenas de bares, spas, centros culturales y hoteles con Políticas inclusivas cerraron sus puertas. Siendo necesario trazar una nueva cartografía para que ciudadanos y turistas locales y extranjeros conozcan de primera mano qué establecimientos siguen en funcionamiento y cómo pueden sumergirse en la diversidad de la ciudad, descubriendo —o redescubriendo— sitios públicos de encuentro y espacios de cultura y entretenimiento.

La Guía Turística de carácter especializado ofrece razones para conocer lugares y experiencias auténticamente diversas, después de cuatro meses de investigación, se seleccionaron 100 lugares y 30 eventos.

Se realizaron entrevistas a personajes importantes, como Marcela Sánchez, directora ejecutiva de la organización Colombia Diversa, Manuel Velandia ícono del activismo gay en Colombia, Kaperuzza escritora y actriz trans, entre otros. Se buscaron organizaciones preocupadas por rescatar la memoria LGBTIQ+ de la ciudad, como la Mesa LGBTI de Bogotá, la Red Comunitaria Trans y el Museo Q, se revisaron tesis de grado, archivos de prensa, libros sobre el tema.

El 29 de abril de 2022, se lanzó una encuesta de participación ciudadana a través de los canales virtuales del IDT, para que la ciudadanía participara contando sobre sus lugares y experiencias favoritas, en cuenta que estuvo a disposición de la ciudadanía hasta el 31 de mayo, en un formulario de Google, las preguntas definidas fueron:

- ¿Cuáles son tus eventos LGBTIQ+ favoritos de Bogotá y por qué?
- ¿Cuáles son los lugares culturales con enfoque LGBTIQ+ (museos, galerías, teatros, librerías, entre otros) que más visitas en la ciudad y por qué?
- ¿Cuáles son los restaurantes amigables con personas LGBTIQ+ que más visitas en la ciudad y por qué?
- ¿Cuáles son los espacios naturales (parques, quebradas, humedales, entre otros) que como persona LGBTIQ+ más visitas y por qué?

- ¿Cuáles son tus bares y discotecas con enfoque LGBTIQ+ favoritos en la ciudad y por qué?
- ¿Cuáles son los saunas y spas amigables con personas LGBTIQ+ que le recomendarías a un turista que visite Bogotá y por qué?
- ¿Cuáles son los centros comerciales y las tiendas de ropa y accesorios con enfoque LGBTIQ+ que le recomendarías visitar a cualquier turista?
- ¿Cuáles son los lugares con enfoque LGBTIQ+ que hoy son más populares en Bogotá y a qué se debe su alta acogida?
- Observaciones y/o sugerencias

Se visitaron los espacios más mencionaban en las respuestas y, uno vez verificado que fuesen entornos seguros y tuviesen vocación turística, los cuales se incluyeron, verificando la vigencia de cada uno de los lugares reseñados en las encuestas Guía LGBTIQ+, por medio de llamadas telefónicas e inspecciones físicas a los establecimientos. Algunos registros fotográficos de esta gestión:





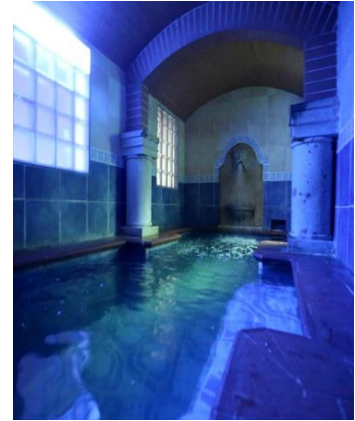
ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
DESARROLLO ECONÓMICO
Instituto Distrital de Turismo



Mercado de las Pulgas de Usaquén.



Quebrada La Vieja.



Cómplices Spa

7. Para el 2022 ¿Cuántos convenios interadministrativos para el fortalecimiento del turismo se han suscrito? Por favor, especifique la finalidad del convenio y las entidades involucradas.

Para la vigencia 2022, el Instituto Distrital de Turismo-IDT, no ha suscrito ningún convenio interadministrativo, dadas las limitaciones propias de la Ley de Garantías en materia de contratación, cuya vigencia, de acuerdo con el calendario electoral de este año y la Circular Conjunta 100-006 de 2021 de la Presidencia de la República y el Departamento Administrativo de la Función Pública, inició el 29 de enero de 2022 hasta la fecha en la cual el presidente de la República sea elegido, es decir, hasta el 19 de junio de 2022.

8. Respecto a la meta asociada al proyecto 7705 “construir o intervenir en infraestructura al menos 3 atractivos turísticos” indique que atractivos se han construido o intervenido a la fecha y el cronograma de las próximas construcciones o intervenciones

A la fecha, el Instituto Distrital de Turismo concluyó la instalación de Gigantografías de la marca Bogotá en atractivos turísticos emblemáticos de la ciudad, así:

En la vigencia 2021 se instalaron 7 gigantografías en Jardín Botánico, Terminal Salitre, Centro comercial Ciudad Tunal, Salitre Mágico y plazas fundaciones de Fontibón, Engativá y Suba. En cuanto a la vigencia 2022, con corte al 30 de abril, se efectuó la instalación de 9 Gigantografías en el Parque Simón Bolívar, el Santuario de Monserrate, la Plaza Fundacional de Usme, el Movistar Arena, el Parque Temático Mundo Aventura, la Plazoleta de Maloka, el Parque Temático Multiparque, la Plaza Fundacional de Bosa y el Parque de los Periodistas, para un total de 16 gigantografías.



SC-CER704773



SA-CER704774





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

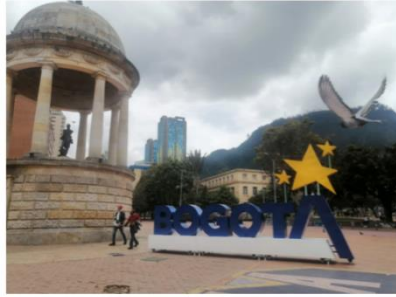


Imagen Gigantografías parque los Periodistas y Plaza Fundacional de Bosa



Imágenes Gigantografía Maloka, Parque metropolitano Simón Bolívar, Movistar Arena



Imagen Gigantografías Mundo Aventura, Usme, Monserrate

Por otro lado, se avanza en los siguientes proyectos de intervención de atractivos turísticos:

Señalización Caminos Cerros Orientales.

En el 2021 se suscribió el **convenio marco interadministrativo N° SDA-20211323 entre EAAB ESP, SDA, IDT, IDRD y JBB**. Cuyo objeto es “Aunar esfuerzos interinstitucionales entre la EAAB ESP, la SDA, el IDT, el IDRD Y el JBB, para trabajar conjuntamente en el marco de sus competencias y responsabilidades individuales, en la adecuación, mantenimiento, operación y conservación de los caminos existentes priorizados en los cerros orientales de la ciudad de Bogotá”, cuyas acciones se encuentran encaminadas al desarrollo de actividades para la adecuación de caminos, contando con las condiciones mínimas de accesibilidad, señalización, recorridos interpretativos, entre otros, que permitan su disfrute por parte de la comunidad, ciudadanía en general, visitantes y turistas de la ciudad.

A través del convenio se priorizaron 10 caminos existentes en los cerros orientales de Bogotá, a saber:



SC-CER704773



SA-CER704774



Ítem	Nombre	Longitud (Km)	Viabilidad técnica
1	La Aguadora-Serranía (Camino del Meta)	4,27	Media
2	Interconexion Quebrada la Vieja – Verjón	3,17	Alta
3	Km 11	3,03	Alta
4	12 Quebradas	3,82	Alta
5	Santa Ana- La Aguadora	3,89	Alta
6	Quebrada la Vieja	6,47	Alta
7	San Francisco – Vicachá	1,49	Alta
8	El Delirio	8,12	Alta
9	Pico del Águila	5,94	Alta
10	Guadalupe-Aguanoso	5,34	Alta
Total		45,54	

Fuente: Estudios previos convenio marco 263-2021

De este convenio marco se derivan los siguientes:

- Convenio 282-2021 con objeto “Aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros entre el Instituto Distrital de Turismo -IDT y el Instituto Distrital de Recreación y Deporte -IDRD, para ejecutar actividades relacionadas con el funcionamiento y operación del camino pico del águila ubicado en los cerros orientales de la ciudad de Bogotá”.

Durante la ejecución de este convenio, se han realizado labores de levantamiento topográfico, limpieza del sendero, se han comenzado a realizar actividades referentes a la conformación de escalones, instalación de baranda, y diagramación de señalización turística, cuyos diseños se encuentran en proceso de ajuste.

- Convenio 309-2021 con la EAAB ESP con objeto “Aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros entre el Instituto Distrital de Turismo- IDT y la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá- EAAB ESP para la adecuación de los caminos priorizados ubicados en los cerros orientales de la ciudad de Bogotá”.

En el marco de estos convenio, el día 12 de marzo de 2022, se efectuó la instalación de la señalización turística del camino San Francisco - Vicachá, cuya entrega formal por parte del Acueducto de Bogotá al IDT, se encuentra pendiente. Así mismo, el 3 de mayo de 2022 se realizó la instalación de las señales en el camino Santa Ana - La Aguadora. Actualmente se adelanta el proceso de diagramación de las señales del Camino Quebrada La Vieja – Ronda Urbana.



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



Imagen Señalización Turística Sendero San Francisco



Imagen Señalización Turística Sendero Santa Ana – La Aguadora

Fortalecimiento en infraestructura turística del Jardín Botánico José Celestino Mutis como atractivo de la Ciudad.

A través del convenio interadministrativo 314-2021 suscrito entre el Jardín Botánico José Celestino Mutis y el Instituto Distrital de Turismo, cuyo objeto es “Aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros entre el Instituto Distrital de Turismo y el Jardín Botánico José Celestino Mutis para el fortalecimiento en temas relacionados con infraestructura para la educación ambiental intercultural, accesibilidad, atención al visitante y Biodiversario del Jardín Botánico José Celestino Mutis como atractivo turístico en la Ciudad de Bogotá”; se adelanta la intervención de la infraestructura del Jardín Botánico como atractivo turístico icónico de la ciudad, mediante el desarrollo de actividades de mejoramiento, construcción, y reparaciones locativas en las Malocas y el Biodiversario; así como los estudios y diseños para el Centro de Atención al Visitante y para contar con circuitos accesibles para la comunidad con capacidad de movilidad reducida.

A la fecha, se presentan avances en los estudios y diseños del Centro de Atención al Visitante y circuitos accesibles y en la construcción de la cubierta del Biodiversario.



Imagen estudios y diseños de accesibilidad

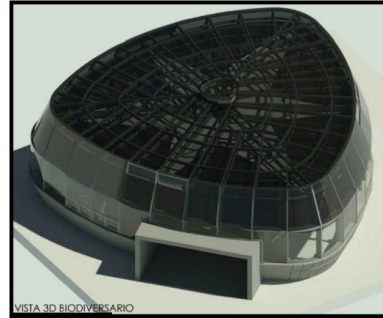


Ilustración Biodiversario

Señalización Turística Vial.

Se cuenta con el contrato 391-2021 con NOGAAL S.A.S. cuyo objeto es “Realizar los estudios y diseños para la implementación de señalización turística vial en la ciudad de Bogotá D.C.” como respuesta a una problemática de acceso, de información de calidad, de ordenamiento del espacio público en aras de mejorar el sector turístico en la capital, a lo que se suma la necesidad de integrarse al plan de señalización vial de la ciudad, facilitando la información de atractivos turísticos a los usuarios de las principales vías de la ciudad, ante la afluencia creciente de turistas que llegan a la ciudad de Bogotá, dando un valor agregado a los atractivos para turistas, visitantes y residentes.

El resultado de los estudios y diseños para la implementación de señalización turística vial en la ciudad de Bogotá D.C., se tiene previsto para el mes de julio de 2022.

Estudios y diseños para el Parque Arqueológico de Usme como atractivo patrimonial de la Ciudad.

A través del convenio interadministrativo 285-2021 entre el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural y el Instituto Distrital de Turismo cuyo objeto es “Aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros entre el Instituto Distrital de Turismo -IDT y el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural -IDPC, para ejecutar actividades relacionadas con la fase 1 del Parque Arqueológico Hacienda El Carmen, como atractivo turístico de la localidad de Usme, en la ciudad de Bogotá.”, se adelantan los Estudios y diseños para el Parque Arqueológico de Usme, cuya entrega está prevista para el mes de diciembre de 2022.

Fortalecimiento mediante señalización de naturaleza para atractivos turísticos rurales en la Ciudad.

Se cuenta con el contrato N° 379-2021 con la UNIÓN TEMPORAL IDT 005, cuyo objeto es “Elaborar e instalar la señalización turística de naturaleza en los atractivos turísticos priorizados por el Instituto Distrital de Turismo - IDT en la ciudad de Bogotá D.C.”, con el objetivo brindar información turística en el espacio público que oriente a los habitantes, turistas y visitantes de la ciudad de Bogotá, tanto extranjeros como nacionales y, a su vez, permita ofrecer un acceso eficiente, oportuno y confiable a la amplia oferta turística existente. La instalación de la señalización de naturaleza para atractivos turísticos rurales contemplada en el marco de este contrato, está prevista para el mes de agosto de 2022.

9. Por favor informe de 2020 a la fecha el estado de ejecución y cumplimiento de las siguientes metas Por favor: desagregar la información por avance y ejecución presupuestal anual.

a. Metas Proyecto 7705 Fortalecimiento del Sistema Turístico de Bogotá Región:

i. Implementar señalización turística en al menos 3 corredores de la ciudad.

b. Metas Proyecto 7706 Implementación de estrategia de mercadeo y promoción:

i. Impactar a 2.000.000 de personas a través de la implementación de un programa de promoción y mercadeo orientado a la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística.

ii. Atender 1.000.000 de consultas realizadas por turistas en la ciudad, a través de los distintos canales de información.

c. Metas Proyecto 7908 FONDETUR:

i. Promover, apoyar e impulsar 148 proyectos para el desarrollo del sector turístico en Bogotá y la región.

a. Metas Proyecto 7705 Fortalecimiento del Sistema Turístico de Bogotá Región:

i. Implementar señalización turística en al menos 3 corredores de la ciudad

META PDD		2020		2021		2022		Total	% de Ejec.
		Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Ejec.	
Implementar señalización turística en al menos tres corredores de la ciudad	Avance Meta			1	0,6	1,4	0,6	1,2	40%
	Prsupuesto ejecutado			\$ 200.000.000	\$ 200.000.000	\$ 350.000.000	\$ 0	\$ 200.000.000	18,6%

Plan de acción corte 31 de mayo 2022

Esta meta inició en la vigencia 2021, y se mide a partir del cumplimiento de los siguientes hitos para los diferentes proyectos que se ejecutan con los recursos de la meta:

- Diagnóstico de corredor a intervenir.
- Estudios Previos para contratación de señalización de corredores.
- Contrato de Señalización de corredores.
- Señalización del corredor
- Entrega de Corredor finalizado.

A través del proceso adelantado en 2021, se suscribió el contrato 327 de 2021 con Pragma Marketing y Eventos, mediante el cual se adelanta la implementación de señalización turística en dos (2) corredores turísticos a saber:



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

Corredor Turístico La Candelaria (Centro Histórico de Bogotá)



Ilustración. Diseño recorrido peatonal La Candelaria

Señales turísticas del corredor	Unidad	Cantidad
Tótem	UND	7
Punto de vinilo floographic en piso de 2m x 2m	UND	7
Punto de vinilo floographic en piso de 0,5m x 0,5m	UND	12

Corredor Turístico San Felipe (Localidad Barrios Unidos)



Ilustración. Diseño recorrido peatonal San Felipe

Señales turísticas del corredor	Unidad	Cantidad
Tótem	UND	2
Panel de Bienvenida	UND	1

Señales turísticas del corredor	Unidad	Cantidad
Direccional peatonal urbana	UND	2
Punto de vinilo floographic en piso de 2m x 2m	UND	6
Punto de vinilo floographic en piso de 0,5m x 0,5m	UND	9

Actualmente, los contenidos para las señales de los corredores se encuentran en proceso de ajuste para aprobación y posterior instalación.

B. metas proyecto 7706 implementación de estrategias de mercadeo y promoción:

i. Impactar a 2.000.000 de personas a través de la implementación de un programa de promoción y mercadeo orientado a la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística

META PROYECTO		2020		2021		2022		Ejec.	% de ejec.
		Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.		
Impactar a 2 millones de personas a través de la implementación de un programa de promoción y mercadeo	Avance Meta	0	0	400.000	439.806	600.000	242.470	682.276	34%
	Presupuesto ejecutado			\$ 4.302.012.608	\$ 4.299.458.245	\$ 2.937.130.746	\$ 962.227.674	\$ 5.261.685.919	31,90%

Plan de acción corte 31 de mayo 2022

La meta inició su ejecución en el 2021 con la implementación del programa de promoción y mercadeo orientado a la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística, para lo cual se realizan diversas actividades que permiten mantener la imagen turística de la ciudad.

En el 2021 la entidad adelantó acciones en promoción y mercadeo que impactaron a 439.806 personas entre empresarios y prestadores de servicios turísticos, frente a la meta del 2022 presenta un avance del 3%, de 600.000 personas programadas impactar a la fecha van 242.470 Lo que representa un avance de la meta para el cuatrienio del 34% con un total de 682.276 personas impactadas. Este avance se refleja en la participación de Bogotá en diferentes eventos a través de las siguientes estrategias:

1. Plan Bogotá: permite a los empresarios a incorporar sus ofertas y a los usuarios hacer reservas de bienes y servicios. A la fecha 194 personas han realizado reservas.
2. Nuevos usuarios en la página web: Se ha trabajado en una estrategia integral con miras a la obtención de nuevos usuarios que ingresen a la página Bogotadc.travel. A la fecha alcanza un número de 207.139 personas.
3. Newsletter: Se ha realizado envío masivo con contenidos turísticos de Bogotá que ha llegado a 4.603 personas.

4. Redes sociales: Se cuenta con un total de 11.811 nuevos seguidores en las redes sociales, con el desarrollo de contenidos como fotografías.

5. Acciones y eventos: Se ha contado con la participación de 18.723, personas en un total de 19 acciones y eventos tales como: Viajes de familiarización, ruedas de negocios, participación en eventos de talla internacional, entre otros.

ii. Atender 1.000.000 de consultas realizadas por turistas en la ciudad a través de los distintos canales de información.

META PROYECTO		2020		2021		2022		Ejec.	% de ejec.
		Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.		
Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá	Avance Meta	10.000	10.265	40.400	42.314	250.000	28.270	80.849	8%
	Presupuesto ejecutado	\$ 213.276.525	\$ 213.070.073	\$ 640.710.392	\$ 635.243.725	\$ 570.060.154	\$ 359.973.066	\$ 1.208.286.864	45%

Plan de acción corte 31 de mayo 2022

La meta presenta un avance del 8% en lo transcurrido del Plan de Desarrollo, con 80.849 consultas de turistas a través de los diferentes canales de la red de información turística. En el 2021 se atendieron 42.314 consultas.

En lo corrido del 2022, se atendieron 28.270 personas a través de la Red de Información Turística

- 10.058 residentes
- 9.266 nacionales
- 8.887 extranjeros
- 59 solicitudes a través de respuesta a PQRS

La atención a usuarios se realizó a través de canales de comunicación presenciales, virtuales y telefónicos.

- Canales virtuales: Chat WhatsApp +573204881022, Chat Virtual en la Página de BogotaDC.travel y correo electrónico informacionturistica@idt.gov.co
- Telefónicos: Línea gratuita nacional 018000127400 y celular +573204881022
- Presenciales: Oficinas de Atención Template al Libertador, Monserrate, Terminal Salitre, Aeropuerto El Dorado y recorridos presenciales.

Adicionalmente, durante este año se desarrollaron 269 recorridos turísticos con las siguientes temáticas:

- Recorrido Centro Histórico La Candelaria
- Recorrido Cerro Monserrate
- Recorrido Centro Internacional
- Recorrido Distrito grafiti

C. Metas Proyecto 7908 FONDETUR:

i. Promover, apoyar e impulsar 148 proyectos para el desarrollo del sector turístico en Bogotá y la región.

Desde Fondetur se indica que la asignación presupuestal del proyecto asciende a 18.595 millones de pesos para el periodo 2021-2024, de acuerdo con los valores disponibles que se tuvo en la vigencia 2021, el valor asignado para el año 2022 según el anteproyecto de presupuesto y los valores programados para los años 2023 y 2024 en el proceso de formulación del proyecto. Al 31 de diciembre de 2021, se logró ejecutar el 17% del presupuesto como se muestra a continuación:

META PROYECTO		2020	2021	2022	Total	% de Ejec.
MPDD (Implementar al menos 6 productos turísticos, de los cuales 3 sean de alcance regional)		Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.
Número de proyectos para promover, apoyar e impulsar el desarrollo del sector turístico en Bogotá y la región	Avance Meta		29	28	26	-
	Presupuesto ejecutado		\$ 4.094.850.000	\$ 3.211.467.313	\$ 3.121.000.000	\$ 560.794.000
					148	28
						19%

Plan de acción corte 31 de mayo 2022

En este sentido, Fondetur desde que inició su funcionamiento logró desarrollar para la vigencia 2021 un total de siete (7) convocatorias que permitieron contribuir al cumplimiento de cada una de sus metas, en este sentido para la vigencia 2021 y lo ejecutado hasta el momento en la vigencia 2022 Fondetur logró el siguiente cumplimiento:

- 28 proyectos mediante los cuales se logró promover, apoyar e impulsar el desarrollo del sector turístico en Bogotá y la región, obteniendo un 97% de cumplimiento para la vigencia 2021
- Para la vigencia 2022 se tiene planeado alcanzar un total de 26 proyectos, mediante el desarrollo de 6 convocatorias, de las cuales actualmente 3 de ellas están finalizando la fase de subsanación administrativa y los 3 restantes se esperan comenzar su ejecución el segundo semestre. Por último, para las vigencias 2023 y 2024 se espera alcanzar a beneficiar a 44 y 50 proyectos respectivamente.

10. Por favor, detalle las modificaciones realizadas en el marco del rediseño institucional del IDT y cómo se enmarca en el cumplimiento de los establecido en el artículo 196 del Plan Nacional de Desarrollo, con el cual se busca generar oportunidades de empleo mediante la priorización de jóvenes en la vinculación laboral a las entidades públicas, garantizando que el diez por ciento (10%) de los nuevos empleos no requieran experiencia profesional, con el fin de que sean provistos con jóvenes egresados de programas técnicos, tecnológicos y de pregrado.

El proceso de rediseño institucional y su propuesta se vienen estructurando de forma progresiva por el equipo del IDT, con el Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital - DASCSD- y con la Secretaría Distrital de Hacienda, además de la participación del personal del Instituto, las organizaciones sindicales y los demás actores involucrados.

Si bien el rediseño aún no ha sido aprobado, es importante destacar que en el marco de la propuesta existente y para atender lo establecido en el artículo 196 del Plan Nacional de Desarrollo y el Decreto 2365 de 2019 que adiciona el capítulo 5 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1083 de 2015, se propone que por lo menos el número de vacantes para primer empleo, es decir sin la exigencia de experiencia profesional alguna, sea:

NIVEL	DENOMINACIÓN	CÓDIGO	GRADO	Nº.	NORMA
PROFESIONAL	Profesional Universitario	219	01	5	Decreto 2365 de 2019

11. Informe los planes, programas, proyectos y/o estrategias implementadas por el IDT en materia de turismo social en el Distrito Capital

En junio de 2021 el IDT se adhirió como socio a la Organización Internacional de Turismo Social – ISTO, viéndolo como un aliado para:

- 1) Fortalecer la gestión del conocimiento en torno a la Apropiación de Territorio, Turismo Accesible, Turismo Social y Turismo Responsable, para nutrir y robustecer las estrategias del IDT frente a estos temas a partir del conocimiento de otros destinos y organizaciones miembros de la ISTO.
- 2) Visibilizar los adelantos y logros del IDT en estos temas ante otros miembros de la organización, para aportar a otros destinos con nuestros avances.
- 3) Apoyar la Red de Turismo Accesible de Bogotá y protocolos de servicios turísticos a personas con discapacidad.
- 4) Contar con el apoyo en la elaboración del Código de Turismo Responsable para Bogotá.
- 5) Fortalecer el componente social en la sostenibilidad.
- 6) Plantear un objetivo para que las acciones del IDT en materia de Turismo Social, Turismo Responsable, Turismo Incluyente y Turismo como sector que favorece la calidad de vida de los residentes del destino, sean consideradas como buenas prácticas.
- 7) Obtener información que nos facilite tomar decisiones para fortalecer las actividades y estrategias que desde aquí se realizan.

En ese sentido, del 26 al 30 de abril de 2022, Bogotá junto con Medellín fueron seleccionados como sede del Encuentro de las Américas de Turismo Social, en el que se realizó en Bogotá una serie de actividades y experiencias a 33 miembros de las Américas de la ISTO y que dieron cuenta de los avances en turismo social y la vinculación de diferentes poblaciones que optaron por el turismo como una opción de trabajo.

Las actividades desarrolladas tuvieron relación con los 5 ejes de trabajo de la ISTO que son: accesibilidad, solidaridad, cuidado del medio ambiente, comercio justo y calidad de vida. Las actividades realizadas fueron: recorridos por la ciudad, visita a Compensar y su modelo de gestión, muestra de proveeduría social y realización del Foro de “Turismo Social, Responsable y Sostenible” abierto al público.

Por otra parte, el Encuentro permitió visibilizar los avances que ha tenido la ciudad en aras de fortalecer el turismo con un enfoque social. Hasta la fecha se presentan los siguientes datos:

- 81 empresas capacitadas en procesos de 40 horas de formación en temas como: responsabilidad social y sostenibilidad; ética en los negocios, control de costos y presupuestos, requisitos para la operación y marketing digital.
- 1 programa de Economía Circular impulsado que involucra a una importante cadena hotelera con el Museo del Vidrio de Bogotá, para transformar esta materia prima y darle valor a partir de dicho proceso.
- 20 iniciativas de turismo rural en Bogotá, identificadas y caracterizadas a través de las cuales se involucra e incluye a población campesina de localidades con área rural de la ciudad; en este mismo producto de Turismo de Naturaleza, se han capacitado en turismo 33 mujeres rurales y se han definido 7 rutas agroecológicas, que también benefician e irradian desarrollo para las comunidades rurales de la ciudad.
- 7 plazas de mercado distritales fortalecidas como atractivos turísticos, lo cual las incluye en la cadena de valor del sector, generando mayores oportunidades para sus comerciantes y rescatando y poniendo en valor la riqueza cultural gastronómica de la ciudad y la región.
- 37 operadores de turismo de naturaleza capacitados en estructuración de rutas, lo cual fortalece la responsabilidad ambiental en el desarrollo turístico de Bogotá.
- Más de 3000 personas de la ciudad, sensibilizadas en Cultura Turística y apropiación de ciudad, preparadas como anfitrionas responsables de la ciudad.
- Impulso y acompañamiento a 33 Instituciones Educativas Distritales vinculadas al Programa Nacional Colegios Amigos del Turismo, para fortalecer la educación para el turismo desde edades tempranas y fomentar en los estudiantes la valoración de su entorno cultural y ambiental y la responsabilidad por su cuidado, preservación y difusión.
- Bogotá cuenta con una estrategia de Prevención de ESCNNA en el contexto del Turismo, a través de la cual se fortalecen las capacidades de distintas organizaciones y Prestadores de servicios turísticos para hacer una prevención cada vez más efectiva de esta vulneración.
- Derechos Humanos de la niñez y adolescencia. Para ello, se han capacitado alrededor de 200 empresas y organizaciones, que representan más de 1.210 personas sensibilizadas sobre el delito de la ESCNNA en el contexto de turismo.

Finalmente, Bogotá ha avanzado en la implementación de una estrategia de Turismo Accesible, a través de la cual:

- Se han adelantado los ajustes necesarios para garantizar una información turística accesible para todas las personas en los canales del IDT;
- se han elaborado protocolos de servicio turístico para personas con diversas discapacidades;
- se han diseñado recorridos para ofrecer a residentes con discapacidades experiencias significativas en atractivos de la ciudad. A través de estos recorridos han podido disfrutar de la ciudad en condiciones de igualdad alrededor de 200 personas con discapacidad y sus cuidadores.
- Creación de la Red de Turismo Accesible de Bogotá Región. Adicionalmente al ser parte de la ISTO, el IDT pertenece a la mesa internacional de accesibilidad en el que se preparan documentos que aporten a la aplicación de la accesibilidad de manera fácil y concisa.

12. Informe las acciones adelantadas por el IDT en materia de articulación con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

En materia de Prevención de la ESCNNA en el contexto del turismo, el IDT trabaja articuladamente con Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en la adaptación e implementación de la campaña “Ojos en Todas Partes”, realizada por el Viceministerio de Turismo. En este sentido, el 9 de junio de 2022, se llevó a cabo el evento de activación de esta campaña en Bogotá, con la participación conjunta de las dos entidades y la presencia de diferentes actores de la cadena de valor del turismo, que recibieron material para seguir fortaleciendo la difusión del rechazo de la ciudadanía, y del sector turístico en particular, frente a esta vulneración de los Derechos de la Niñez y la Adolescencia.

Desde la línea de Desarrollo Empresarial se ha articulado con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo un cronograma de capacitaciones para empresarios, orientado al fortalecimiento de sus competencias. En 2022, se llevará a cabo un taller de diseño de producto turístico y un programa de formalización empresarial en cuatro localidades de Bogotá (Suba, Chapinero, Usaquén y Ciudad Bolívar). Adicionalmente se han adelantado dos capacitaciones virtuales de formalización.

Por otra parte, se presentó la experiencia de Bogotá en el encuentro nacional CAT que se llevó a cabo en el mes de Mayo en la ciudad de Florencia; en el mes de junio se realizará una ampliación de la misma, que servirá de referente para las ciudades y municipios que pretenden impulsar el turismo desde sus instituciones educativas. Frente al fortalecimiento de los procesos de formación de los 34 colegios adscritos al programa CAT Nodo Bogotá, el IDT gestionó la participación de un cuerpo de profesores en el diplomado en Turismo Rural que se realizará en PANACA durante el mes de julio.

La entidad impulsa la participación de los colegios de Bogotá para la obtención de becas de inglés ofrecidas por el Viceministerio y promueve la participación de profesores en las actividades de actualización para docente (nuevas metodologías didácticas para la enseñanza), que se desarrollan en modalidad virtual a través de la plataforma del MinCit.

El IDT por su parte puso a disposición de profesores y estudiantes CAT Colombia el diplomado “Preparando mi Futuro-Innovación y Emprendimiento” versión 2022, que dará inicio el próximo 15 de julio, así como la oferta de cursos disponibles en la plataforma Moodle de la entidad.

Dentro de la Estrategia de Turismo Responsable definida por el MINCIT, se llevo a cabo la campaña “La Vamo’a Limpiá” realizada en el mes de septiembre del año anterior, en la quebrada Las Delicias ubicada en la localidad de Chapinero de la Ciudad. En la que participaron varias entidades a nivel Nacional y Distrital, comunidad, organizaciones sociales y ambientales y el IDT. La campaña buscaba promover la conciencia ambiental de los diferentes actores del sector del turismo frente a la responsabilidad derivada del impacto que se genera debido a la actividad turística desarrollada en los diferentes destinos del país. Los resultados obtenidos en dicha jornada fueron:

- Cantidad de Residuos aprovechables: 80 KL. (Cartón y Vidrio).
- Cantidad de Residuos no aprovechables: 602,8 KL

Por otra parte, la Subdirección de Promoción y Mercadeo, ha venido trabajando en la construcción de proyectos enfocados en actividades que permitan promocionar a Bogotá como destino turístico a nivel nacional e internacional, visibilizando la ciudad para aquellos turistas nuevos, e incentivando el regreso de los que ya la han visitado.

Desde la Subdirección de Promoción y Mercadeo se presentaron algunos proyectos al Viceministerio de Turismo los cuales han sido aprobados por FONTUR en el marco de la reactivación económica.

Proyecto nacional FNTP-099-2020: Plan de medios para la promoción de Bogotá como destino turístico en el marco de la reactivación económica.	Objetivo: Realizar un plan de medios que permita promocionar a Bogotá como principal destino turístico en el marco de la reactivación económica que se viene adelantando en la ciudad.	Actividades que fueron contempladas para su desarrollo: * Plan de medios ATL con vallas durante 3 meses. * Plan de medios ATL en los terminales de: Pereira, Ibagué, Villavicencio y Neiva, durante 6 meses. * Plan de medios BTL con bastidores y branding durante 12 meses y en las siguientes ubicaciones: autopista norte con Cl 207, autopista sur con Cra. 65 C sur y calle 80	Ejecución en la vigencia 2021
Proyecto Internacional FNTP-142-2020: Promoción de Bogotá como destino turístico vacacional, de reuniones y eventos - MICE, mediante la implementación de un plan de medios a nivel internacional en mercados objetivo y en el marco de la reactivación económica de la ciudad.	Alcance: Proyecto con alcance internacional en LATAM, Estados Unidos y Europa Objetivo: Promocionar turísticamente a Bogotá como un destino de talla internacional de vacaciones, reuniones y eventos – MICE mediante la implementación de pauta digital en mercados de LATAM, Estados Unidos y Europa * Duración: 3 meses	* Plan de medios digital (pauta programática, Google ADS y redes sociales) que permita dar a conocer a Bogotá como destino de vacaciones, reuniones y eventos - MICE en mercados priorizados de LATAM (3 meses). * Plan de medios digital (pauta programática, Google ADS y redes sociales) para mostrar la oferta de Bogotá como destino vacacional en mercados de Europa y Estados Unidos (2 meses).	Finaliza ejecución en la vigencia 2022

13. Informe los planes, programas, proyectos y/o estrategias implementadas por el IDT para promover la formalización de las personas que prestan servicios turísticos en el Distrito Capital

Desde la línea de Desarrollo Empresarial del IDT, dentro de las actividades contempladas para la vigencia 2022 para promover la formalización del sector turístico, se están realizando visitas a las localidades para explicar los procesos y las ventajas de la formalización; adicionalmente se han generado espacios virtuales con el Viceministerio de Turismo y están a disposición asesorías personalizadas. Se está revisando la posibilidad de incluir en la página de la entidad el ABC del turismo, y se pretende trabajar de la mano con la Cámara de Comercio de Bogotá en procesos de formalización dirigidos a organizaciones vinculadas al sector turismo en las localidades de Bosa y Suba.

14. Informe los planes, programas, proyectos y/o estrategias implementadas hasta la fecha por el IDT para promocionar a Bogotá como destino turístico a nivel nacional e internacional.

Se han realizado acciones de promoción turística para Bogotá, tales como: presentaciones de destino, viajes de familiarización, ruedas de negocios, misiones comerciales, Workshops Nacionales e Internacionales, entre otros. Durante 2020, se llevaron a cabo 22 actividades, que contaron con la participación de 953 personas.

En 2021, se realizaron 79 acciones que lograron un impacto directo e indirecto de 42.301 personas. Entre estos se desatacan:

- Rueda de negocios - Marketplace ATTA: 19 de marzo de 2021: En esta rueda se lograron un total de 275 citas de negocios, con la participación de 30 empresarios colombianos, 14 compradores y 5 medios. Los compradores en promedio fijaron el precio de nuevos itinerarios por persona comprados a través de proveedores locales en \$1.611 USD.
- Ruedas de negocios en alianza con ANATO: Las ruedas de negocio adelantadas con ANATO nos ha llevado a integrar a la oferta y a la demanda en los productos turísticos, agencias mayoristas y operadores con hoteles, museos, fincas, parques y restaurantes; esto ha dado como resultado que las empresas encuentren oportunidades de empaquetar el destino con una oferta más completa, con otros atractivos que no conocían y ampliando su portafolio de proveeduría.
- Gran Rueda de Negocios Reactivando Turismo - 19 de noviembre: Este fue un evento empresarial el cual contó con el apoyo de la Cámara de Comercio de Bogotá y ANATO capítulo central. Participaron 90 empresarios en calidad de compradores y vendedores del segmento MICE y vacacional. Como resultado se tuvieron 1152 citas de negocios.
- Gran Feria Vacacional - 20 al 21 de noviembre: Esta feria tuvo como objetivo llevarle al público final de la ciudad de Bogotá alternativas para la compra de servicios turísticos. Se contó con la asistencia de 82 expositores y un total de 1.191 visitantes. Se contó con el apoyo de Cámara de Comercio de Bogotá y ANATO capítulo central se dio por terminada la “Gran Semana de la Reactivación del Turismo”.

Durante la vigencia 2022 se han realizado acciones de promoción y mercadeo, en los cuales se ha promocionado la oferta turística de Bogotá, esto con el objetivo de llevar la oferta a los empresarios y que a su vez se pueda lograr la llegada de más viajeros a la ciudad.

- Rueda de encadenamiento Fondetur: La primera feria y rueda de encadenamiento Fondetur, fue un espacio generado para incentivar alianzas comerciales, reconocer la nueva oferta de ciudad y profundizar sobre la actuación y beneficios del Fondo para los actores de la ciudad.
- Press trip con Grupo Leo: Se realizó press trip gastronómico con el apoyo del Grupo Leo (Chef Leonor Espinosa) en donde teniendo en cuenta la importancia de la gastronomía como una de las actividades más relevantes para el desarrollo de la economía y el turismo de Bogotá, se invitaron a 11 reconocidos periodistas gastronómicos, escritores de diferentes medios especializados en el mundo para visitar Bogotá.
- Fam trip en el marco del Travel Mart: En el marco de la semana del Travel Mart de Procolombia y la Vitrina Turística de ANATO se desarrolló Fam Trip para 23 empresarios, cuyo objetivo fue generar un espacio para que los representantes de agencias de viajes emisoras conocieran los productos turísticos de la ciudad y se generará un acercamiento con el Instituto Distrital de Turismo, para seguir posicionando a Bogotá como destino turístico y así fomentar la actividad comercial.
- Empresarios expositores en ANATO: En este espacio contamos con 43 empresas de Bogotá, quienes mostraron oferta en segmentos como naturaleza, cultura, bicicleta, aviturismo, Ruta Leyenda el Dorado, entre otros; y 7 aliados como Jardín Botánico, RAPE, IPES; Museo Arqueológico MUSA; Salitre Mágico, El Aquelarre y Café Caffa. Estas 43 empresas tuvieron cerca de 1.354 citas de negocios, de las cuales 375 fueron citas efectivas con opciones de negocios estimadas en cerca de \$532.500.000 (valor que es tentativo). Adicionalmente, se contaron con 979 citas más las cuales no generaron expectativas de ventas, sino que se limitaron a temas netamente informativos.
- Presentación de destino dirigida a: Presentación de destino entidad municipal de turismo Cajicá, Presentación de destino empresarios Cajicá, Presentación de destino empresarios Villeta, Presentación de destino Instituto Municipal para el Turismo, la Cultura, la Recreación y el Deporte de Villeta, Presentación de destino Travel advisors Panamá, Capacitación Ruta Leyenda el Dorado, Presentación de destino oferta Bogotá "Turismo para la vida", Presentación de destino Colombia Traveller, esto con el objetivo principal de dar a conocer los productos turísticos de Bogotá.
- Workshop de marca ASOBARES y Municipio de Melgar Cundinamarca: Presentar el desarrollo de la Marca Bogotá y la estrategia de difusión, para compartir la experiencia y lo logrado alrededor del proceso.

Con la ejecución de las acciones mencionadas, se potencia la adquisición de servicios de comida y entretenimiento, así como de los servicios turísticos en general.

Captación y organización de congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación de la industria de reuniones en Bogotá

Se han captado 6 eventos (1 en el 2020 y 5 en el 2021), orientados al sector turismo en Bogotá y al fortalecimiento de la industria de eventos y convenciones como uno de los principales motores de desarrollo económico. Asimismo, se han tenido 44 acercamientos con clientes potenciales (4 en 2020 y 40 en 2021) para el mercado asociativo.

Los 6 eventos captados son:

1. Adventure Travel Trade Association – ATTA, evento captado en 2020, para promocionar y el turismo de Naturaleza y aventura en Bogotá. El 12 de marzo de 2021, se llevó a cabo la jornada académica del evento denominado “Adventure Week 2021”. Se realizaron 8 ponencias con temas enfocados a turismo de naturaleza, aventura, protocolos de bioseguridad y estrategias de promoción, esta jornada sirvió como preámbulo del evento principal que se desarrolló del 15 al 19 de marzo de 2021, el cual le apuntó a brindar capacitaciones y herramientas efectivas a los empresarios, para gestionar sus productos y servicios turísticos. El Adventure Week, 2021 se realizó en Bogotá como primer evento presencial del año, buscando fortalecer la dinámica del sector.
2. XII Congreso de la Asociación de Planetarios de América del Sur 2021- APAS. En enero de 2021, se recibió la certificación de la captación de este evento, en apoyo al Planetario Distrital. Su realización se llevó a cabo del 5 al 7 de diciembre de 2021. Se estima que asistieron más de 100 personas de América Latina y a su vez durante los tres días se contó con la participación de 12 ponentes internacionales, 39 nacionales e invitados especiales, en el marco de intercambio de experiencias, en talleres y paneles.
3. MOVE 2021 (6th International Conference on the Subnational Measurement and Economic Analysis of Tourism). En marzo de 2021, se recibió carta de aprobación de este Evento Internacional de Estadísticas de Turismo, por parte de InRoute/In2destination, Organización administradora y dueña del evento. Este fue realizado por el IDT/ Observatorio de Turismo de Bogotá del 22 al 26 de noviembre de 2021, con la participación de 67 personas presenciales y 235 virtuales.
4. International Slow Pitch Softball - ISPS 2022: en 2021 se recibió carta de aceptación para ser sede de ISPS Colombia Tournament 2022 (El nombre del evento puede cambiar, según indicaciones del organizador). Este torneo que se llevará a cabo, entre los meses de junio y agosto de 2022, se espera una participación de entre 100 a 120 personas, entre deportistas amateur de equipos de Norte, Centro, Suramérica y el Caribe. Este es el resultado del trabajo conjunto entre Procolombia, Greater Bogotá Convention Bureau, el Instituto Distrital De Turismo IDT y empresarios aliados, ante el organizador oficial. Es de anotar, que será el primer evento de esta comunidad en el país de Colombia.
5. ISTO AMÉRICAS. En 2021, se recibió carta de aceptación, para el encuentro de las Américas de la International Society of Social Tourism (Sociedad Internacional para el Turismo Social), junto con Medellín. El evento se desarrollará en ambas ciudades en abril del 2022, iniciando con la asamblea de miembros, actividad pre evento en Bogotá junto con una visita técnica, y dando paso luego al desarrollo del Congreso en Medellín.
6. SATW (Society of American Travel Writers) o Sociedad Americana de Escritores de Viajes. Harán la convención anual SATW en septiembre del 2022. El IDT como socio local recibió la carta de confirmación en 2021 y se inicia trabajo con el equipo organizador de SATW para iniciar la fase de contratación y organización del evento, con el apoyo del Bureau de Bogotá y Procolombia. Adicionalmente, se han realizado 20 acercamientos con clientes potenciales para la captación de eventos a desarrollarse en la ciudad de Bogotá.

En la vigencia 2022, se ha captado 1 evento, orientados al sector turismo en Bogotá y al fortalecimiento de la industria de eventos y convenciones como uno de los principales motores de desarrollo económico. Así

1. 39th International Seminar on Computer Technology, Mechanical and Electrical Engineering – ISCME 2023. En enero 20 del 2022 se recibió la certificación de la captación de este evento por parte del organizador local, la Universidad de los Andes. Este se llevará a cabo del 2 al 6 de octubre de 2023, gracias al esfuerzo coordinado entre el IDT, Greater Bogotá Convention Bureau y

Procolombia. Se espera una participación aproximada de 300 personas. Este evento tendrá 5 momentos importantes para que los asistentes participen de diferentes actividades para interactuar con la cultura de Bogotá, estos se llevarán a cabo en el Campus de la Universidad de los Andes, Teatro Colón, Museo Nacional, Andrés B. C., actividades deportivas en el campus de la Universidad de los Andes, clases de rumba y Tejo.

Se han tenido 4 acercamientos con clientes potenciales para el mercado asociativo como; Museo Arqueológico de Bogotá – MUSA, Artesanías de Colombia, Feria Fidelmov y Congreso de ANATO. Con la ejecución de las acciones mencionadas, se potencia la adquisición de servicios de comida y entretenimiento, así como de los servicios turísticos en general.

Página Web: www.bogotadc.travel

Se han desarrollado acciones para generar nuevos usuarios en la página web Bogotadc.travel, portal oficial de promoción turística de la ciudad, lanzado en octubre de 2020, como parte de las estrategias de atracción de visitantes a la ciudad, a este pueden acceder turistas, visitantes, residentes de manera gratuita y encontrar información de la oferta turística de Bogotá. El portal está diseñado para facilitar la fase de planeación de viaje de los turistas a Bogotá, y se basa en los mejores referentes de ciudades del mundo.

Para tener un constante crecimiento en los usuarios que visitan la página web, se han implementado acciones como la optimización de los contenidos audiovisuales y de texto. Asimismo, se han cargado nuevos contenidos de los distintos atractivos de manera permanente en la web para que la oferta sea más variada y amplia, que permitieron a cierre de 2021 contabilizar un total 72.252 de total personas nuevas orgánicas, usuarias de la página.

A la fecha cuenta con: 160 atractivos, 15 blogs, 45 hoteles, 16 productos, 20 localidades, Aprox. 50 subproductos, Aproximadamente 1.550 fotos cargadas, Campañas publicadas en la página web como #ViveCiudadLatina, Plan Bogotá fase 3 y recorridos peatonales, entre otros.

Se diseñó un newsletter de BogotaDC.travel con el cual se brinda a los usuarios información relevante de lo que puede hacer en la ciudad, los eventos y las ofertas de Plan Bogotá. Durante el año se realizaron 20 envíos de este newsletter, teniendo un total de 7.346 aperturas acumuladas.

Se ha ejecutado pauta en medios digitales para mercados nacionales y/o internacionales, implementando una pauta internacional publicada en ocho (8) países, y una nacional, ambas digitales, enfocadas en generar tráfico y clics en la página Web BogotaDC.travel. Al cierre de 2021, se contó con 280.557 personas que vieron la pauta, y/o hicieron click en la pauta y/o se registraron en la página web.

Se ha habilitado la compatibilidad con lectores de pantalla. Se han desarrollado contenidos para incrementar seguidores de las redes sociales de BogotaDC.Travel, llevando a la fecha un total de 28.762 nuevos seguidores de manera orgánica en las redes sociales (facebook, Instagram, twitter y Youtube).

A lo largo de la vigencia 2022 se han logrado un total de 207.139 nuevos usuarios en la página web BogotaDC.travel, las cuales han conocido sobre la oferta turística que se puede desarrollar en el destino y a su vez, esto permitirá que más personas se sientan motivadas a viajar a Bogotá.

Se ha logrado 11.811 nuevos seguidores de manera orgánica en las redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter y Youtube.

15. Amablemente solicito, se presente un informe detallado sobre todas las actividades que desarrolle el IDT y el Sector turismo relacionadas con los y las jóvenes, el fomento del turismo joven, los proyectos jóvenes del sector turismo y los programas de formación a jóvenes.

Además de los programas “Anfitriones Locales de Turismo” y “Colegios Amigos del Turismo”, descritos en la respuesta a la pregunta número 1, el IDT adelanta las siguientes actividades en relación con los y las jóvenes de Bogotá en relación con el sector turismo:

Educación para el turismo

En el marco de la estrategia de Educación para el Turismo del IDT, se han adelantado alianzas con instituciones públicas y privadas, entre cuyos resultados se resaltan los siguientes:

- Alianza con la Universidad Pedagógica Nacional
 - En colaboración con el semillero de investigación “Onda Bilingüe” de La Facultad de Educación Física de la Universidad Pedagógica Nacional, dedicado a temas de turismo en segunda lengua, en 2021 se destinaron cupos a 115 estudiantes y 40 profesores de CAT para el estudio de tres idiomas Inglés, Portugués y Mandarín. Para el año 2022, a partir del mes de mayo, el curso de inglés enfocado a turismo se pondrá a disposición de toda la población de CAT.
 - 12 estudiantes vinculados en el diseño del diplomado “Preparando mi futuro 2021” CAT y estudiantes desarrollando sus prácticas en diferentes equipos del Instituto.
 - Participación del IDT como jurado en el Primer Foro de iniciativas locales de Bogotá organizado por la Universidad Pedagógica Nacional, así como en la presentación de proyectos de grado de alumnos de algunos Colegios Amigos del Turismo.
- Alianzas con la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

Estudiantes vinculados desarrollando proyectos y actividades académicas con tres equipos del IDT.

- Alianza con la Fundación Universitaria del Área Andina

Taller “CONÓCETE A TI MISMO” ofrecido por la Corporación Universitaria del Área Andina para los estudiantes de Colegios Amigos del Turismo que cursan grado 9º, 10º y 11 con el fin de fortalecer sus proyectos de vida y darles elementos que acerquen al turismo como posibilidad de desarrollo económico desarrollo profesional. Asistieron 317 estudiantes.

Alianza con Social Travelers y Mango Language

En 2021, se logró la consecución de 500 becas para el aprendizaje de idioma inglés dirigido a población perteneciente al sector turístico como estudiantes y profesores de Colegios CAT, estudiantes y profesores de Instituciones de Educación Superior, Prestadores de Servicios Turísticos, Guías de Turismo, entre otros y 10 becas para el aprendizaje de mandarín.

- Alianza con el SENA

Gracias a la alianza con el SENA, 35 estudiantes de CAT recibirán el título de Operadores Turísticos Locales, para el desarrollo de las prácticas de aprendizaje que corresponden a la etapa productiva en el nivel de educación media; estos estudiantes están ubicados en los equipos de productos turístico, gestión territorial, educación para el turismo y cultura y responsabilidad turística. De esta manera el IDT les ofrece una alternativa para que se involucren en las actividades propias del campo del turismo y concreten vínculos con las empresas de sector a partir de la experiencia de la práctica.

- Alianza con el SENA y la Secretaría de Educación del Distrito

Se está avanzando en la definición de una alianza que permita ofrecer a los egresados CAT cursos de capacitación y fortalecimiento relacionados con guianza turística, emprendimiento, y formalización de tal manera que puedan avanzar en la concreción de sus ideas de negocio y logren con eficiencia y contundencia involucrarse en el mercado laboral.

Desarrollo Empresarial

Desde la línea de Desarrollo Empresarial del IDT, en articulación con la Cámara Americana se difunde la estrategia “Empleo hay”, en diferentes localidades de Bogotá; una estrategia orientada a jóvenes de 18 a 28 años que se encuentran en la búsqueda de trabajo a través de la cual se busca impactar a 2300 jóvenes de Bogotá, mediante:

- Servicios de formación y asesoría para acercarse al mercado laboral a través de los servicios de la Agencia de Empleo.
- Capacitación, especialmente en competencias básicas y técnicas que permita participar en las convocatorias vigentes.
- Otorgamiento de un incentivo económico, vinculación laboral.

Programa de formación y fortalecimiento con la Universidad Tecnológica de Bolívar

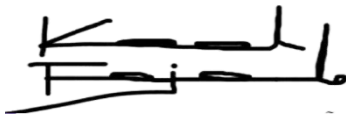
A través del Contrato No. 354 de 2021 suscrito entre el Instituto Distrital de Turismo y la Universidad Tecnológica de Bolívar, en febrero de 2022 se da inicio al Programa Semipresencial de Fortalecimiento Empresarial para diagnosticar, capacitar y acompañar a los prestadores de servicios turísticos y conexos a la cadena de valor del turismo para el mejoramiento de sus procesos de gestión empresarial, productividad, sostenibilidad e innovación, desempeño financiero, gestión comercial y marketing.

Alianzas

- En alianza con la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico-SDDE, se ha apoyado en la difusión de programas de emprendimiento como Bogotá-E. Desde el IDT articulamos iniciativas como esta, con el objetivo de proyectar la mayor cantidad de emprendedores de turismo y de esta manera puedan acceder a la oferta de la ciudad dinamizando sus ideas de negocio.
- En alianza con Innpulsa se ha apoyado a la convocatoria de innovación y tecnología enfocada a emprendimientos turísticos a través del programa Entorno cuya convocatoria cerró el 8 de abril.
- En alianza con la SDDE tendremos capacitaciones virtuales en el mes de mayo de cómo crear e innovar, aprender a diferenciarse de la competencia, tips de liderazgo y costeo para turismo.

- En alianza con el SENA se desarrollarán en el mes de mayo dos cursos virtuales de formación: Manejo de Información Turística y Manipulación de alimentos: higiene y manipulación. Con esta alianza se tendrán como mínimo dos sesiones virtuales por mes en el 2022.
- En alianza con el Viceministerio de Turismo, desde la línea de Desarrollo empresarial del IDT, se tiene a disposición asesorías personalizadas y charlas en localidades para la formalización tanto de empresarios del sector como para emprendedores que deseen poner en marcha su idea de negocio. Con corte al mes de marzo de 2022 se han llevado a cabo 2 charlas sobre Formalización Turística, para prestadores de servicios turísticos de Bogotá - Ley 2068 de 2020 y reglamentos, con la participación de 116 Prestadores de Servicios Turísticos. Mail de contacto: douglas.chanaga@idt.gov.co

Reciba un cordial saludo,



KAROL FAJARDO MARIÑO
Directora General
Instituto Distrital de Turismo
Karol.fajardo@idt.gov.co

Proyectó: Cristian David Díaz, Profesional Contratista, Subdirección de Gestión de Destino

Verónica Arbeláez Cárdenas, Profesional Especializada, Subdirección de Gestión de Destino

María Ximena Villota, Profesional contratista, Subdirección de Gestión de Destino

Jessica Alexandra Ángel Bermúdez, Profesional contratista, Subdirección de Gestión de Destino

Paula Martínez, Profesional Contratista, Subdirección de Gestión de Destino

Edison Sarache Suárez, Profesional Especializado, Subdirección de Gestión de Destino

María del Pilar Torres, Profesional Contratista, Subdirección de Gestión del Destino

Tannyt Vega, Profesional Contratista, Subdirección de destino

Carolina Garzón C- contratista Subdirección de Promoción y Mercadeo

Revisó: Camila Benítez, Profesional Universitaria, Subdirección de Gestión del Destino

Edwin José Vergara, Profesional Contratista, Subdirección de Gestión de Destino

Camila Gómez, Profesional Contratista, Subdirección de Gestión de Destino

Luis Miguel Ramírez Villamil, Contratista, Subdirección de Gestión del Destino

Rodrigo Sepúlveda- Contratista Subdirección de Promoción y Mercadeo

Aprobó: Germán Andrés Almeida, Subdirector de Gestión de Destino (E)
Juan José Lamar Montoya Subdirector de Promoción y Mercadeo
John Alexander Ramos, Líder equipo Fondetur

Revisó y Aprobó: Natalia María Espitia Montero- Dirección General.