

40000

Bogotá D.C.,

Doctor

DAGOBERTO GARCIA BAQUERO

Secretario General de Organismos de Control

Concejo de Bogotá D.C.

Calle 36 No. 28A 41

secretariageneral@concejobogota.gov.co

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO 17-03-2023 08:40:03

Al Contestar Cite Este Nr.:2023EE323 O 1 Fol:1 Anex:0
Origen: Sd:172 - SUBDIRECCION DE GESTION CORPORATIVA/C
Destino: CONCEJO DE BOGOTA D.C./DAGOBERTO GARCIA B
Asunto: RESPUESTA A SOLICITUD DE INFORMACIÓN -PROPO
Obs.:

CONCEJO DE BOGOTA 17-03-2023 03:16:50

2023ER5733 O 1 Fol:1 Anex:0

ORIGEN: INSTITUTO TURISMO/ANDRES CLAVIJO RANGEL

DESTINO: SECRETARIA GENERAL/GARCIA BAQUERO DAGOBERTO

ASUNTO: RESPUESTA PROPOSICION N° 188 DE 2023

OBS: 1-DVD

Asunto: Respuesta a solicitud de información - Proposición No 188 Radicado 2023ER444

Respetado Secretario:

En atención a la solicitud de información de los honorables Concejales de la ciudad de Bogotá D.C., doctores Edwar Aníbal Arias Rubio y María Clara Name Ramírez de la bancada del Partido Alianza Verde, me permito respetuosamente dar respuesta en los numerales 8 y 9 por ser de nuestra competencia en los siguientes términos:

De acuerdo con su solicitud nos permitimos informar:

8. Informe que acciones se han adelantado en los años 2021 a 2023 con el Instituto Distrital de Turismo, para atraer el turismo en las plazas de mercado distritales.

RES//

De acuerdo al Memorando de Entendimiento firmado entre el Instituto Distrital de Turismo y el Instituto Para la Economía Social en el año 2020, el cual tiene por objeto: *Aunar esfuerzos técnicos, administrativos, financieros y de recurso humano entre el Instituto para la Economía Social –IPES y el Instituto Distrital de Turismo IDT con miras a lograr coordinadamente el aprovechamiento turístico de siete plazas distritales de mercado, mejorando sus condiciones y poniendo en valor su oferta gastronómica y cultural como parte importante del patrimonio inmaterial de la ciudad.*

Se proyectaron las siguientes plazas de mercado con el fin de intervenir turísticamente:

- Perseverancia
- Concordia
- 20 de julio
- Samper Mendoza

- 12 de octubre
- 7 de agosto
- Fontibón

Las siete plazas priorizadas sin duda representan un atractivo importante de ciudad, algunas como recurso y otras como atractivo turístico, en las cuales confluyen valores históricos, culturales, de saberes y variedad de oferta de alimentos. Dado lo anterior se definieron dos fases para su apoyo turístico dividido en una primera fase de caracterización estratégica la cual daría cuenta del diagnóstico y posibles líneas de intervención, y una segunda fase relacionada con la puesta en marcha de los que se debe fortalecer con enfoque turístico.

Fase I, Caracterización estratégica: Para esta fase se realizaron una serie de visitas técnicas realizadas por el IDT en conjunto con el IPES, en la cual se determinaron y delimitaron las plazas de mercado con vocación turística, evaluando su potencial y posibles recomendaciones de mejora de acuerdo con la ficha de verificación y validación del diseño de producto turístico en las cuales se evaluaron elementos como:

- Infraestructura
- Vías de acceso, Medios de transporte
- Zonas/áreas del atractivo
- Señalización
- Accesibilidad
- Seguridad
- Atención Médica
- Internet
- Baños
- Servicios públicos (agua, luz, gas)

Fase II, Dado lo anterior por parte del IDT se desarrollaron actividades en pro del desarrollo turístico de las mismas mediante las siguientes acciones:

- 1) Se generaron recomendaciones en materia de mejoramiento, embellecimiento y obras de infraestructura, necesarias para el fortalecimiento de la competitividad y la sostenibilidad del producto gastronómico de las plazas de mercado distritales priorizadas.
- 2) Se coordinó con el IPES los procesos de capacitación los cuales se adelantaron en temas de sensibilización turística

1. Introducción al programa “Anfitriones de Plazas de Mercado Turísticas”, y contextualización al turismo (términos generales y RNT)
2. Charla de apropiación de Bogotá turística
3. Comercio y precios justos, equilibrio en los precios para un turismo sostenible
4. Sensibilización y capacitación en prevención de la ESCNNA
5. Charla de Turismo incluyente
6. Turismo gastronómico y oferta culinaria

3) Se apoyó la conceptualización del producto turístico gastronómico y la construcción de guiones interpretativos de las 7 plazas de mercado priorizadas logrando así el carácter diferenciador que tiene hoy cada una de estas.

4) Se apoyó la promoción turística de las plazas de mercado priorizadas, a través de los distintos canales como agencias de viajes, operadores y demás actores de la cadena valor, logrando la realización de varios famtrips y reuniones con agencias operadores de turismo a través de la subdirección de mercadeo.

5) Se apoyó al IPES en la gestión de alianzas estratégicas para el fortalecimiento de la actividad turística de las plazas de mercado priorizadas con el Jardín Botánico de Bogotá.

6) Se apoyó al IPES en el diseño de la estrategia de marca, promoción y divulgación de la misma para el fortalecimiento turístico de las siete plazas de mercado en lugares icónicos como:

- Times Square
- Aeropuertos internacionales
- Aeropuertos nacionales

Las plazas de mercado en el mundo cobran cada día más relevancia pues conservan la idiosincrasia y la cultura de los destinos, es por eso que desde hace varios años el distrito ha venido trabajando este producto con el fin de resaltar, reivindicar y dar protagonismo a uno de los atractivos más autóctonos de la ciudad.

Desde 2018, las plazas de mercado distritales han ganado visibilidad en uno de los eventos turísticos más importantes del sector: la Vitrina Turística de ANATO, que se celebra en el país. En esta exposición, un total de 10 empresarios han contado con un espacio en el área externa para ofrecer su oferta gastronómica, todo coordinado por el IPES. Esta participación se ha mantenido durante los años 2018 al 2022. Sin embargo, debido a restricciones presupuestarias, este 2023 no se ha podido brindar el apoyo necesario. No obstante, los empresarios han mantenido su presencia en la Vitrina a través del programa del viceministerio “Colombia sabe a”.

Desde el año 2020, el IDT ha implementado una estrategia interinstitucional para reactivar el sector turístico y mitigar los efectos de la pandemia de COVID-19 en la ciudad. En las vigencias 2020,

2021 y 2022, se han desarrollado diversas acciones enfocadas en la reactivación económica del sector turístico. Es de mencionar, que todas las participaciones en ferias, ruedas de negocios y fam trip tienen una presentación de destino en la cual se presentan las zonas gastronómicas de la ciudad y en ellas las plazas con vocación turística que lidera el IPES. Con base en lo anterior, a continuación, se presentan sus principales logros:

En la vigencia 2020 se adelantaron acciones tales como:

- Se realizaron más de 10 capacitaciones de destino en nuestros mercados objetivo-nacionales (Huila, Tolima, Cali, Cartagena, Cúcuta) e internacionales (Perú, México, Argentina, Panamá, Costa Rica), donde dentro de la oferta se presenta las plazas de mercado distritales.
- Difusión de videoclips de 5 plazas de mercado (Perseverancia, Restrepo, La Concordia, Samper Mendoza y Siete de agosto): Facebook 493, Twitter 1.675 e Instagram 4.548.
- Se realizaron seis viajes de familiarización con empresarios de destinos como Cartagena, Santa Marta, Cali, Región Central, Panamá, México y Perú. Los cuales en sus agendas visitaron la plaza de la perseverancia y la concordia.
- Participación del equipo de Trade en la Semana de Colombia en México, donde se promociono en la oferta gastronómica las plazas de mercado.
- Participación del IDT en Bogotá a Cielo Abierto / Piloto Bogotá 24 horas donde el IDT aportó un PIT durante 10 días, 3 recorridos y 323 personas abordadas.

Por otro lado, a continuación, se referencian los viajes de familiarización en los que se realizaron visitas a plazas de mercado en Bogotá:

- Fam Trip Panamá: Se diseñaron una serie de actividades para el mercado panameño, que incluyeron experiencias gastronómicas, tarde de esparcimiento con juegos tradicionales como el TEJO, visitas a lugares emblemáticos de la ciudad como el Pasaje Rivas en la Candelaria, el Transmicable y el Cerro de Monserrate, así como un recorrido por la Catedral de Sal de Zipaquirá y la Laguna de Guatavita.
- Fam Trip México: Dado que el mercado mexicano es importante para Bogotá, se trabajó en identificar sus tendencias y se realizó un Fam Trip en alianza con el mayorista Pricetravel. Este Fam Trip se enfocó en actividades ajustadas al mercado, con el objetivo de dar a conocer la oferta de la ciudad para el turismo urbano, rural, cultural y nocturno.
- Fam Trip Cali: Se diseñaron actividades enfocadas en el mercado caleño, que incluyeron experiencias gastronómicas, turismo rural y comunitario, turismo urbano y de compras con la experiencia del cuero en el Restrepo.
- Fam Trip Cartagena: Se diseñaron actividades enfocadas en el mercado de la costa norte colombiana, que incluyeron visitas al Planetario Distrital, Plaza de Mercado de la Perseverancia, Tour del Café y el Chocolate, Bicirecorrido Fotográfico con taller, Recorrido Transmicable-Grafitti, Visita Quiba, Visita Ciudad Bolívar, y visita al Jardín Botánico.
- Fam Trip Perú: En el marco de la estrategia de mercadeo, se realizó un Fam Trip en alianza con Procolombia y el mayorista Costa Mar, en el que participaron 18 de sus clientes. Se

diseñó una agenda enfocada en dar a conocer lugares que no siempre están en las opciones de visita en los paquetes de los operadores, que incluyó visitas a Monserrate, Catedral de Sal y su SPA, el Museo del Oro y la Esmeralda, Plaza de Mercados La Concordia, Santuario del Divino Niño, Tejo La Embajada y el Parque Jaime Duque. Esta agenda obedeció a las necesidades del mercado, en el que se destacaron el segmento religioso y el segmento de viajes en familia.

Durante la vigencia 2021, se realizaron una serie de acciones que entre ellas se destacan:

- 41 vitrina turística de ANATO (16 al 18 de junio de 2021): La feria en total tuvo una asistencia de 10.500 visitantes y Bogotá contó con la presencia de 3.214 visitantes al stand, un incremento del 100% con respecto al evento del año 2019 donde recibimos 1.500 visitantes en promedio. En un espacio de 405 metros cuadrados, participaron 52 empresas de Bogotá y Cundinamarca como destino invitado anfitrión, quienes mostraron oferta en segmentos como naturaleza, cultura, bicicleta, aviturismo, Ruta Leyenda el Dorado, entre otros. Como resultado, las 52 empresas tuvieron cerca de 250 citas efectivas con opciones de negocios estimadas en cerca de 300 millones de pesos y se atendieron 250 citas adicionales de carácter informativo.
- 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, con el propósito de aportar a la reactivación económica del sector. Participaron 90 empresarios en calidad de compradores y vendedores del segmento MICE y vacacional. Como resultado se tuvieron 1152 citas de negocios.

Para la vigencia 2022, se adelantaron las siguientes actividades:

- Vitrina Turística de ANATO 2022: La feria en total contó con la asistencia de 27.000 visitantes, en el stand de Bogotá se impactaron a 2.163 visitantes. Como parte de las acciones realizadas en el marco de la Vitrina Turística ANATO 2022, el IDT contó con un espacio para que las empresas, emprendimientos y agremiaciones presentarán sus casos de éxito, de experiencias nuevas. En este espacio se contó con 20 charlas entre temas como marca ciudad, oferta tour de ciudad, entre otros.
- 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 tentativo). Adicionalmente, se contaron con 979 citas netamente informativas.

9. Especifique de qué manera se mide el impacto turístico en las plazas de mercado distritales.

El Instituto Distrital de Turismo no realiza mediciones de impacto turístico en plazas de mercado distritales; no obstante, en 2019 el Observatorio de Turismo de Bogotá desarrolló el Estudio Turismo Gastronómico en Bogotá – Comportamiento de la oferta y la demanda; en el marco del cual se resalta el papel que desempeñan las Plazas de Mercado en la ciudad, puesto que, son espacios representativos de la variedad gastronómica del país, dan a conocer la diversidad de sabores y colores de las frutas y verduras, el aroma de las hierbas y los diferentes estilos y tradiciones en la cocina.

En las principales plazas de mercado de Bogotá se realizan actividades tales como el tour de la fruta, jugos y alimentos. Según el estudio del 2019, antes de la pandemia 48 agencias ofrecían recorridos turísticos en la Plaza de Paoloquemao, 26 agencias en la Plaza de Mercado La Perseverancia, 12 agencias en la Plaza de Mercado 7 de Agosto, 6 Agencias en la Plaza de Mercado la Concordia y 3 en la Plaza Doce de Octubre. Entre otras Plazas de Mercado, con al menos una Agencia que ofrecía recorridos turísticos, se encuentran Codabas, Las Nieves, El Restrepo, 20 de Julio, Fontibón, Las cruces, La Macarena, Rumichaca, Samper Mendoza y Usaquén.

Lo anterior, basado en los resultados del Estudio Producto Bogotá (2018-2019), el cual logró con mayor profundidad, identificar los tipos de producto, atractivos y actividades ofertadas en la ciudad y sus alrededores que ofrecen las agencias de viajes, esto a través de la aplicación de encuestas propias.

El Estudio Turismo Gastronómico en Bogotá y otros estudios e investigaciones del sector, pueden ser consultados en el portal del Sistema Turístico de Bogotá <https://www.idt.gov.co/es/quienes-somos-sitbog>

Cordialmente,



ANDRES CLAVIJO RANGEL

Director General

Instituto Distrital de Turismo

andres.clavijo@idt.gov.co

Proyectó: Luis Miguel Ramírez, Profesional Contratista, Subdirección de Gestión del Destino

Revisó: Sandra Patricia Mateus Acosta, Contratista, Subdirección de Desarrollo y Competitividad

Aprobó: Jorge Iván Chacón Martínez, Subdirector de Desarrollo y Competitividad

Proyecto: Camila Benítez, Profesional Especializado (E), Subdirección de Inteligencia y Gestión TI

Mile Lorena Piñeros, Profesional Universitario, Subdirección de Inteligencia y Gestión TI

Proyectó: Carlos Andrés Guzmán Rodríguez, Contratista Subdirección de Mercadeo

Aprobó: Juan José Lamar Montoya, Subdirector, Subdirección de Mercadeo

Aprobó: Paola Andrea Sánchez prieto, Subdirectora de Inteligencia y Gestión TI

Proyecto: Jhon Jairo Acuña Pérez- Enlace Concejo de Bogotá

Revisó y aprobó para firma: Tatiana López Rojas, Asesora de Despacho



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

Carrera 10 No 28 – 49
Edificio Centro Internacional Torre A –Piso 23
Código Postal 110311
Conmutador: (601) 2170711 Ext. 1000
www.idt.gov.co

GD-F12-V23



SC-CER704773



SA-CER704774

