

40000

Bogotá D.C.

Doctora
LUZ ANGÉLICA VIZCAÍNO SOLANO
Secretaria General
Concejo de Bogotá
secretariageneral@concejobogota.gov.co
Calle 36 No. 28A – 41
Ciudad

CONCEJO DE BOGOTA 19-03-2025 02:11:00
2025ER7259 O 1 Fol:1 Anex:0
ORIGEN: INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO - IDT/ANDRÉS SANTAMARÍA
DESTINO: SECRETARIA GENERAL/VIZCAINO SOLANO LUZ ANGELICA
ASUNTO: RESPUESTA PROPOSICION 387-2025 - TURISMO
OBS: ---

Asunto: Respuesta de la Proposición No. 387 de 2025 “**Presupuestos de operadores logísticos y publicidad en el Distrito Capital**”. Radicado del IDT- 2025ER740.

Respetada secretaria Luz Angélica:

En atención a las **proposiciones No.387 de 2025**, radicada en este despacho el pasado 11 de marzo del presente año, mediante la cual se solicita información relacionada con las “**Presupuestos de operadores logísticos y publicidad en el Distrito Capital**”. Sobre el particular, dentro del marco de competencias y funciones que corresponden a este Instituto, indicando que el IDT, ha ejecutado presupuesto de inversión teniendo en cuenta su misionalidad, exclusiva y específicamente para promover a Bogotá como destino turístico a nivel nacional e internacional, iniciativas que han incorporado la marca ciudad “Bogotá”, conforme lo establecido en la normativa vigente en la materia y no para hacer publicidad de la gestión institucional y/o del Alcalde de la Ciudad o director general de la entidad.

En ese sentido se procede a dar respuesta a las preguntas que competen a esta entidad.

4. Sírvasse informar el presupuesto asignado para operadores logísticos de cada una de las Secretarías del Distrito y el Instituto Distrital de Turismo, durante las vigencias 2024 y 2025 (a la fecha) precisando: modalidad de contratación, objeto, valor del contrato, tiempo de ejecución, nombre del contratista, tema y enlace de Secop II del respectivo contrato.

Respuesta: En la entidad se cuanta con la licitación pública de BTL, la cual cuenta con los dineros asignados a las metas proyecto de las subdirecciones de Desarrollo y Competitividad. Planeación y Mercadeo, en el caso del año 2024, con el fin de atender desde su misionalidad y el cumplimiento de metas referente a la promoción de la ciudad como destino turístico a nivel nacional e internacional. Para el año 2025, el Instituto no cuenta con BTL activa, toda vez que aún se encuentra en proceso de contratación. Los datos específicos conforme solicitado son los siguientes:

Año 2024

Modalidad de contratación: Licitación pública

Objeto: PRESTAR LOS SERVICIOS INTEGRALES DE BTL REQUERIDOS POR EL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO.

Valor del contrato: \$ 1.447.468.000

Tiempo de ejecución: 10 Meses

Nombre del contratista: CENTURY MEDIA S.A.S.

Tema: Bolsa Logística

Enlace de Secop II:

<https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5996709&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true>

Año 2025: El proceso de contratación se encuentra en trámite contractual de acuerdo al cronograma de planeación de la actual vigencia.

Modalidad de contratación: Licitación pública

Objeto: PRESTAR LOS SERVICIOS DE BTL QUE REQUIERA EL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO PARA EL DESARROLLO DE SUS FUNCIONES.

Valor del contrato: \$ 869.339.785

Tiempo de ejecución: 7 Meses

Nombre del contratista: En proceso de contratación

Tema: Bolsa Logística

5. Sírvase informar el presupuesto asignado para pautas publicitarias de cada una de las Secretarías del Distrito y el Instituto Distrital de Turismo, durante la vigencia 2024 y 2025 (a la fecha), precisando: modalidad de contratación, objeto, valor del contrato, tiempo de ejecución, nombre del contratista, tema y enlace de Secop del respectivo contrato.

Respuesta. El Instituto Distrital de Turismo no cuenta con un presupuesto asignado para un plan de medios destinado a su promoción institucional ni a la de la Dirección. Actualmente, la Oficina de Comunicaciones no dispone de un plan de medios específico para la promoción del Instituto, ni para sus actividades o acciones propias, ni para iniciativas directamente relacionadas con la Alcaldía.

El plan de medios está enfocado exclusivamente en la promoción de ciudad, dentro de la meta de posicionamiento digital y fortalecimiento de la marca Bogotá. Este plan abarca la difusión de los

valores de la oferta turística, gastronómica y cultural de la ciudad, pero no contempla la comunicación institucional del IDT.

A nivel internacional, la promoción se realiza en su mayoría a través de un plan de medios internacional y un plan digital, ambos diseñados como parte del ejercicio de posicionamiento de Bogotá como destino turístico. Sin embargo, estos no incluyen información específica del Instituto Distrital de Turismo ni de la Dirección. Lo único que se gestiona a través del área de Mercadeo es el posicionamiento de la marca Bogotá, sin incluir ningún tipo de comunicación institucional sobre la entidad.

Es fundamental garantizar que la pauta se implemente de la manera más eficiente y técnica posible, optimizando los recursos para cumplir los objetivos estratégicos de promoción, en aras de alcanzar las metas del área. Es de aclarar que en la actual vigencia 2025, no se cuenta con plan de medios vigente, toda vez que se encuentra en proceso jurídico. En ese orden se procede a detallar conforme lo solicitado:

Año 2024

Modalidad de contratación: Licitación pública

Objeto: Prestar los servicios de Agencia Central de Medios para la promoción y difusión de Bogotá como destino turístico en medios de comunicación tradicionales y no tradicionales a nivel nacional e internacional

Valor del contrato: \$840.500.000

Tiempo de ejecución: 10 meses

Nombre del contratista: UNION TEMPORAL MEDIOS PEZETA - INGEPLAN.

Tema: Central de medios

Enlace de Secop II

<https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=C01.NTC.6028194&isFromPublicArea=True&isModal=False>

Año 2025: El proceso de contratación se encuentra en trámite contractual de acuerdo al cronograma de planeación de la actual vigencia.

Modalidad de contratación: Licitación pública

Objeto: "PRESTAR LOS SERVICIOS DE AGENCIA CENTRAL DE MEDIOS PARA LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD Y APOYAR EN EL POSICIONAMIENTO DE BOGOTÁ COMO DESTINO

TURÍSTICO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL."

Valor del contrato: \$402.328.425

Tiempo de ejecución: 7,5 meses

Nombre del contratista:

Tema: Central de medios

9. Sírvasse informar, ¿cuál fue el recurso asignado para la rendición de cuentas en 2024 por parte de cada una de las Secretarías del Distrito y el Instituto Distrital de Turismo? Por favor informe de qué rubro presupuestal salió este recurso, desagregando: modalidad de contratación, objeto, valor del contrato, tiempo de ejecución, nombre del contratista, tema y link de Secop II del respectivo contrato.

Respuesta: La rendición de cuentas de la vigencia 2024 se realizó el 16 de diciembre de 2024 en el Salón Infinito de Maloka, espacio que se gestionó sin requerir asignación de rubros presupuestales, todo se realizó de manera colaborativa a partir de las gestiones realizadas por el Instituto. En el siguiente link de nuestra sede electrónica se puede consultar la información que se requiera, conforme a los lineamientos emitidos por la Veeduría Distrital. [Rendición de cuentas new | Instituto Distrital de Turismo - IDT - Bogotá](#)

10. Sírvasse informar, ¿cuánto fue el presupuesto asignado para el evento “Bogotá de Gala” que se llevó a cabo en el Movistar Arena el 25 de noviembre del 2024. Detallando conceptos de gastos y origen del presupuesto y/o proyectos de inversión.

Respuesta: Bogotá de Gala fue un certamen organizado en su mayoría con el apoyo y cofinanciación de aliados privados. Entre estos, el Movistar Arena facilitó la participación y la Cámara de Comercio de Bogotá apoyó la presentación de los artistas y el desarrollo del evento.

La contribución del Instituto Distrital de Turismo (IDT) fue limitada en términos presupuestales, como ha sucedido en múltiples eventos de participación, tales como Ferias Internacionales y el Desfile de Carros Antiguos. No obstante, gracias a una efectiva capacidad de gestión, se ha logrado dinamizar y movilizar más de 5.000 millones de pesos a través de alianzas estratégicas con actores interesados en la promoción de la ciudad.

En el caso de Bogotá de Gala, que tuvo un impacto significativo en términos de alcance y posicionamiento de la marca Bogotá, la contribución del IDT fue de \$32.142.339 del Proyecto de Inversión 7705, ejecutado a través de la bolsa de recursos de BTL bajo el contrato 184-2024, proceso referenciado en el ítem 4. En cuanto al concepto de gasto, correspondió a logísticos de montaje y desmontaje, transporte de carga, bases de cerámica, sillas tipo bar, mesas cocteleras, alquiler de corriente con toma doble tipo Leviton, multitoma industrial polo a tierra, kit de luces

par led y papelógrafo.

Este evento demuestra cómo, a través de una eficiente articulación con el sector privado, es posible optimizar recursos y generar un alto impacto, reconociendo y visibilizando a los actores que trabajan activamente por el desarrollo y promoción de la ciudad.

12. Sírvase informar, ¿qué medidas ha implementado la administración Distrital para reducir el gasto en publicidad?

Respuesta: En el marco de la política de optimización del gasto público, es importante precisar que el Instituto Distrital de Turismo (IDT) no destina recursos a publicidad, planes de medios ni estrategias orientadas a la promoción institucional, de sus funcionarios o de su Dirección. La totalidad de los recursos asignados a la entidad para estrategias de visibilización se enfocan exclusivamente en la promoción de Bogotá como destino turístico, sin que ello implique la inclusión del logo institucional o la referencia al Gobierno de la Ciudad.

Asimismo, el IDT ha adoptado un modelo de gestión basado en alianzas estratégicas con actores privados y organizaciones del sector, lo que ha permitido ejecutar acciones de alto impacto sin generar costos adicionales para el Distrito. Gracias a esta estrategia, se ha logrado una inversión equivalente superior a 5.000 millones de pesos en actividades de promoción de la ciudad, facilitando la articulación con empresas y entidades interesadas en contribuir a la proyección de Bogotá como destino turístico de referencia.

Es fundamental reiterar que el IDT no incurre en gastos relacionados con planes de medios ni publicidad para la entidad o su Dirección, manteniendo una política de eficiencia en el uso de los recursos públicos y privilegiando mecanismos de colaboración con el sector privado para el cumplimiento de sus objetivos estratégicos.

En los anteriores términos se da respuesta a lo solicitado.

Cordialmente,




ANDRÉS SANTAMARÍA GARRIDO

Director General

Instituto Distrital de Turismo

Andres.santamaria@idt.gov.co

Anexos: (0) folios

Proyectó: Jessica Andrea Jiménez Polania, Dirección general 
Revisó: Tatiana López, Asesora Dirección General