

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

PERFIL DEL PROYECTO

“IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PROMOCIÓN PARA EL SECTOR
TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ”

| | |
|------------------------|--|
| Plan de desarrollo: | Un nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del siglo XXI |
| Sector: | Desarrollo Económico |
| Entidad: | 221 - Instituto Distrital de Turismo |
| Propósito: | 1. Hacer un nuevo contrato social con igualdad de oportunidades para la inclusión social, productiva y política. |
| Logro: | 12. Incrementar la oferta de actividades y la infraestructura para el uso y disfrute del tiempo libre, con enfoque de género, diferencial, e integración territorial |
| Estrategia: | 2. Mejores ingresos de los hogares y combatir la feminización de la pobreza |
| Programa: | 2 - Bogotá y región, el mejor destino para visitar |
| Producto PMR: | 5. Ciudad posicionada a nivel nacional e internacional |
| Componentes: | Promoción y mercadeo para el turismo Captación eventos MICE Red de información turística |
| Proyecto de inversión: | 7706. Implementación de Estrategias de Mercadeo y Promoción para el sector turístico de la ciudad de Bogotá |
| Código BPIN | 2020110010332 |
| Versión: | No. 18 del 30/12/2021 |

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

CONTENIDO

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 5 |
| ANTECEDENTES Y DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL | 6 |
| Antecedentes | 7 |
| Situación actual | 7 |
| IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA | 9 |
| Problema central | 9 |
| Causas del problema | 10 |
| Causas directas | 10 |
| Causas indirectas | 11 |
| Efectos del Problema | 11 |
| Efectos directos | 12 |
| Efectos indirectos | 12 |
| Árbol de problemas | 13 |
| FORMULACIÓN DE OBJETIVOS | 14 |
| Árbol de Objetivos | 14 |
| Objetivo General | 15 |
| Objetivos específicos directos | 15 |
| Objetivos específicos indirectos | 15 |
| JUSTIFICACIÓN | 17 |
| Justificación de la necesidad de hacer el proyecto | 17 |
| Identificación de la estructura en el Plan de Ordenamiento Territorial | 17 |
| Identificación en Planes Maestros | 17 |

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

| | |
|---|-----------|
| Estudios que respaldan la información del proyecto | 18 |
| Aspectos institucionales y legales | 19 |
| GRUPOS DE INTERÉS E IDENTIFICACIÓN DE PARTICIPANTES | 22 |
| IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN AFECTADA Y POBLACIÓN OBJETIVO | 24 |
| Población afectada por el problema | 24 |
| Población objetivo de la intervención | 24 |
| Estrategias de participación ciudadana | 25 |
| LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA | 26 |
| NIVELES DE REQUERIMIENTO DE LAS ENTIDADES BENEFICIARIAS DEL PROYECTO | 26 |
| ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN | 26 |
| ESTUDIO DE NECESIDADES | 28 |
| CADENA DE VALOR DE LA ALTERNATIVA SELECCIONADA | 31 |
| ANÁLISIS DE RIESGOS | 33 |
| IDENTIFICACIÓN DE INGRESOS Y BENEFICIOS | 35 |
| INFORMACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO | 35 |
| Flujo de inversión del proyecto | 35 |
| Costos por meta | 36 |
| Fuentes de financiación | 37 |
| INDICADORES | 37 |
| Indicadores de producto | 37 |
| Indicadores de gestión | 40 |
| METAS DEL PROYECTO | 40 |

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

| | |
|--|----|
| Metas Plan de Desarrollo | 40 |
| Metas Proyecto de Inversión | 41 |
| Definición y descripción de las metas proyecto | 42 |
| INFORMACIÓN DEL GERENTE | 46 |
| CONTROL DE CAMBIOS DEL DOCUMENTO | 54 |

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

1 INTRODUCCIÓN

El Instituto Distrital de Turismo - IDT como entidad pública y adscrita a la Secretaría de Desarrollo Económico tiene como finalidad la ejecución de las políticas y planes y programas para la promoción del turismo y el posicionamiento del Distrito Capital como destino turístico sostenible.

En relación con lo anterior, la realización de 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.

Se contempla a través del Plan de Desarrollo 2020-2024 “Un nuevo contrato social y ambiental para la Bogotá del siglo XXI” el siguiente propósito *1. Hacer un nuevo contrato social con igualdad de oportunidades para la inclusión social, productiva y política*, partiendo de lo anterior, el plan enuncia el siguiente logro de ciudad:

- “12. Incrementar la oferta de actividades y la infraestructura para el uso y disfrute del tiempo libre, con enfoque de género, diferencial, e integración territorial”, el cual deriva en el programa estratégico llamado: “2. Mejores ingresos de los hogares y combatir la feminización de la pobreza”, para así finalizar en el programa marco: “26. Bogotá y región, el mejor destino para visitar”. Lo anterior, permite identificar una serie de acciones que se llevarán a cabo desde el Instituto Distrital de Turismo - IDT y la línea de Promoción y Mercadeo orientadas al fortalecimiento de la información turística, captación de grandes eventos, una estrategia de promoción que se desarrolle en procura de posicionar la imagen turística de la ciudad y, finalmente un programa de promoción y mercadeo que fortalezca la actividad turística de la capital.

Las metas mencionadas anteriormente se implementarán por medio de actividades como la creación de canales de información, contenidos promocionales en diversos idiomas, desarrollo de un inventario que contenga información sobre los espacios disponibles para eventos de ciudad, estrategias de captación de eventos, plan de mercadeo actualizado, estrategias de impacto internacional, diversificación de medios alternativos de difusión y promoción, generación de narrativa de ciudad, portafolio de oferta de turística, diversificación de paquetes turísticos y, articulación con los actores de la cadena de valor para la promoción de productos.

ANTECEDENTES Y DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

1.1 Antecedentes

A continuación, se relacionan los diversos factores que fueron identificados a través de un diagnóstico efectuado al sector:

Puntos de Información Turística: El turismo como eje de desarrollo económico, social y cultural, requiere entre otros instrumentos, de un sistema de información confiable, que contribuya a la orientación y satisfacción del visitante, facilitando su decisión de viajar, su estadía y disminuyendo el riesgo de experiencias negativas durante su viaje, influyendo positivamente en la imagen del destino turístico y haciendo de Bogotá un destino más competitivo.

Bogotá cuenta con la red de información turística, conformada por 8 oficinas de información, 18 pedestales virtuales, una línea de atención gratuita y un equipo de informadores turísticos y guías bilingües. Durante el 2018 y 2019, la red atendió 343.123 personas de las cuales el 49% (168.1340) son residentes de la ciudad y el 51% visitantes extranjeros y nacionales. Indicador que debería ser más alto para los turistas nacionales y extranjeros, dado su propósito principal.

Los puntos de información, se encuentran zonas de interés turístico de la ciudad como el centro histórico y terminales de transporte terrestres y aéreas, este último específicamente el aeropuerto el Dorado – llegadas internacionales, donde se cuenta con un punto de información muy precario en comparación con la imagen que proyecta el mejor aeropuerto de Latinoamérica y con el mensaje de bienvenida que se debe proyectar a los turistas que nos visitan.

Falta de un plan de mercadeo y de campañas diferenciadas de promoción turística: La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE, define la competitividad turística de un destino como "La capacidad del lugar para optimizar sus atractivos tanto para residentes como no residentes, con el fin ofrecer un turismo de calidad, innovador y atractivo (por ejemplo, proporcionar una buena relación calidad-precio) ofrecer servicios turísticos a los consumidores y su capacidad para ganar participación de mercado a nivel nacional e internacional asegurando al mismo tiempo que los recursos disponibles que apoyan el turismo se utilicen de manera eficiente y sostenible".

En este sentido, se entiende que el marketing es un componente crítico dentro del amplio ecosistema de lo que se puede considerar como un destino competitivo pues afecta directamente su desempeño frente a sus competidores. De ahí la necesidad de diseñar e implementar un plan de mercadeo que involucre campañas diferenciadas de promoción turística para Bogotá. Así

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

mismo, se hace necesario que las estrategias de promoción se diferencien dependiendo del público objetivo (nacionales o extranjeros) pues se trata de públicos diametralmente opuestos con motivaciones distintas para venir a la capital y, por ende, deben tener tratamientos y estrategias diferenciados.

En suma, gran parte de la competitividad cualquier destino turístico depende de su capacidad para promocionarse, por tanto, la promoción turística se vuelve un tema relevante en la gestión del IDT como entidad encargada de orientar el desarrollo de la actividad turística en la capital a través de la ejecución de políticas, planes y proyectos orientados a promocionar y posicionar a Bogotá como destino turístico.

Es por ello que los destinos invierten cada año recursos en actividades de marketing con el fin de promocionarse y posicionarse, comunicando al sector de los viajes y a los turistas potenciales acerca de los atractivos de un destino. Es sabido por ejemplo que la campaña de NY en el 2018 tuvo una inversión de 15 millones de dólares, apoyada en tecnologías digitales y socios estratégicos en varias ciudades del mundo.

Sin ir más lejos, los estudios de IBOPE en el 2019, demuestran que ciudades como Medellín presentan una inversión en medios por \$61.135 millones de pesos destinados a desarrollar campañas enfocadas en: civismo y apropiación de ciudad; eventos y espectáculos culturales; y servicios de telecomunicaciones. Así mismo, Cali realizó una inversión en el 2019 por \$261.588 millones de pesos en 199 campañas, enfocadas en: agencias de viajes, campañas cívicas, eventos y espectáculos, entidades gubernamentales y servicios de telecomunicaciones. Pongamos otro ejemplo: según el Centro de Pensamiento Turístico de Colombia, Bogotá, en 2018, invirtió nueve mil setecientos once millones cuatrocientos sesenta y seis mil (\$9.711'466.000) mientras que Medellín invirtió veintisiete mil ochocientos diecisiete millones setecientos cincuenta y seis mil pesos (\$27.817'756.000).

1.2 Situación actual

Información sobre los tipos de Prestadores de Servicios Turísticos que se encuentran en Bogotá: La información que se relaciona a continuación fue entregada por el Viceministerio de Turismo, con datos desde el 2015 hasta abril de 2020 y son incluidos datos como el número de camas.



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| Categoría-Bogotá | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 (Abril 30) |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|
| AGENCIA DE VIAJES | 1.539 | 1.668 | 1.523 | 1.515 | 2.015 | 2.137 |
| ARRENDADORES DE VEHICULOS PARA TURISMO NACIONAL E INTERNACIONAL | 39 | 40 | 39 | 35 | 58 | 64 |
| COMPAÑIA DE INTERCAMBIO VACACIONAL | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| CONCESIONARIOS DE SERVICIOS TURISTICOS EN PARQUE | 0 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 |
| EMPRESA DE TIEMPO COMPARTIDO Y MULTIPROPIEDAD | 18 | 18 | 13 | 14 | 16 | 15 |
| EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR | 80 | 92 | 82 | 108 | 152 | 169 |
| EMPRESAS CAPTADORAS DE AHORRO PARA VIAJES | 12 | 17 | 18 | 16 | 13 | 13 |
| ESTABLECIMIENTO DE GASTRONOMIA Y SIMILARES | 459 | 495 | 600 | 563 | 565 | 585 |
| ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURISTICO | 758 | 814 | 853 | 883 | 864 | 878 |
| GUIA DE TURISMO | 156 | 131 | 161 | 200 | 270 | 295 |
| OFICINAS DE REPRESENTACION TURISTICA | 141 | 161 | 168 | 136 | 191 | 194 |
| OPERADORES PROFESIONALES DE CONGRESOS, FERIAS Y CONVENCIONES | 185 | 216 | 181 | 197 | 287 | 324 |
| OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TURISTICOS NO PERMANENTES | 0 | 0 | 0 | 0 | 220 | 281 |
| PARQUES TEMATICOS | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| USUARIOS INDUSTRIALES DE SERVICIOS TURISTICOS EN ZONAS FRANCAS | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| VIVIENDAS TURISTICAS | 0 | 0 | 0 | 0 | 562 | 645 |
| Total general | 3.389 | 3.657 | 3.644 | 3.672 | 5.219 | 5.607 |

| sub-categoría | 2015 | | 2016 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 2020 (Abril 30) | |
|----------------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-----------------|---------------|
| | Prestadores | camas | prestadores | camas |
| HOTEL | 567 | 31889 | 599 | 33077 | 615 | 33825 | 640 | 36130 | 668 | 36901 | 689 | 36.684 |
| Total general | 567 | 31.889 | 599 | 33.077 | 615 | 33.825 | 640 | 36.130 | 668 | 36.901 | 689 | 36.684 |

Estrategias para el manejo del impacto social y económico del virus COVID-19: La emergencia para hacer frente al COVID-19 constituye un hecho sin precedentes a nivel mundial con enormes costos sociales y económicos. El efecto de la propagación acelerada del Covid-19 se ha reflejado en una reducción de la perspectiva de crecimiento económico global en 2020, con una contracción económica que podría ser más profunda que la registrada durante la crisis financiera internacional de 2008-2009, afectando la demanda externa, el comportamiento de la economía colombiana y el desempeño de la actividad económica de Bogotá.

De acuerdo con el Ministerio de Salud, “los coronavirus (CoV) son virus que surgen periódicamente en diferentes áreas del mundo y que causan Infección Respiratoria Aguda (...), que puede ser leve, moderada o grave. El nuevo Coronavirus (COVID-19) ha sido catalogado por la Organización Mundial de la Salud como una emergencia en salud pública de importancia internacional (ESPII). El primer caso de este virus en Bogotá fue detectado a inicios del mes de marzo y desde la fecha se han tomado medidas diversas en materia de salud pública en la ciudad.

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

Dada la evolución de la pandemia en el Distrito, el Observatorio de Salud de Bogotá presenta unas modelaciones de tres escenarios de la curva epidemiológica en el tiempo, a partir de proyecciones de números de casos, cuántos de estos requerirían cuidados intensivos y número de fallecimientos.

El Instituto Distrital de Turismo, por su parte, encuestó a operadores turísticos que empezaban en marzo a verse afectados por las primeras afectaciones, encontrando disminuciones de puestos de trabajo del 48,3% en la segunda semana de marzo. La encuesta evidenció el riesgo de cese de actividades y pérdida de empleos en:

- Servicios turísticos
- Alojamiento
- Restaurantes (si bien casi 30% sigue operando con domicilios)
- Bares
- Parques de diversiones

Se plantea implementar la siguiente estrategia desde el IDT con el fin de dinamizar el sector turístico en la ciudad a pesar de la coyuntura que se atraviesa a nivel mundial:

- Implementar 1 estrategia de promoción y comunicaciones de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19.

2 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

2.1 Problema central

En los últimos años Bogotá ha desarrollado de manera aislada acciones y actividades de promoción y mercadeo, con el propósito de posicionarse como un destino turístico vacacional y de negocios; sin embargo, estas acciones no han logrado el posicionamiento de la ciudad y en cambio se ha invertido recursos y esfuerzos necesarios.

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

Para el año 2010 se contó por primera vez con una marca ciudad, la cual ha tenido evolución durante los años, pero alrededor de esta no existe una narrativa de ciudad con un hilo conductor coherente y vendedor, sumado a las más de 250 actividades de promoción y mercadeo realizadas en la vigencia 2016-2019, que no cuentan con una medición y seguimiento adecuado que permita medir la inversión realizada, el impacto de las misma para la ciudad y sirva de base para la toma de decisiones en los mercados objetivo. Adicional a esto se requiere entre otros instrumentos, de un sistema de información confiable, Bogotá cuenta con la red de información turística, conformada por 8 oficinas de información, 18 pedestales virtuales, una línea de atención gratuita y un equipo de informadores turísticos y guías bilingües.

Durante el 2019, la red atendió 374,143 personas, los puntos de información, se encuentran zonas de interés turístico de la ciudad sin embargo el ubicado en el Aeropuerto Internacional El Dorado es precario en comparación con la imagen que proyecta el mejor aeropuerto de Latinoamérica y con el mensaje de bienvenida que se debe proyectar a los turistas que nos visitan, toda vez que ni siquiera se encuentra en la zona de llegadas internacionales sino en la zona de salidas.

Teniendo en cuenta lo anterior, se establece la siguiente problemática “Baja actividad comercial y posicionamiento turístico como destino vacacional y de eventos a nivel nacional y en el exterior, de Bogotá”.

2.2 Causas del problema

Sin lugar a dudas como parte fundamental de la gestión del IDT y de su vinculación en el sector desarrollo económico de la ciudad es necesario contar con mediciones acertadas del impacto de las acciones y actividades que desarrolla; hoy esta medición no existe por lo que se hace fundamental comenzarla a medir.

2.2.1 Causas directas

- Desarticulación de la cadena de valor y de las campañas de promoción y mercadeo que permitan informar a los potenciales turistas de la oferta turística de la ciudad.
- Desconocimiento sobre las capacidades de operación de eventos en la ciudad en los mercados objetivo.
- Los canales de la información no cumplen con las características cambiantes de la demanda nacional e internacional y se encuentran sin financiación.

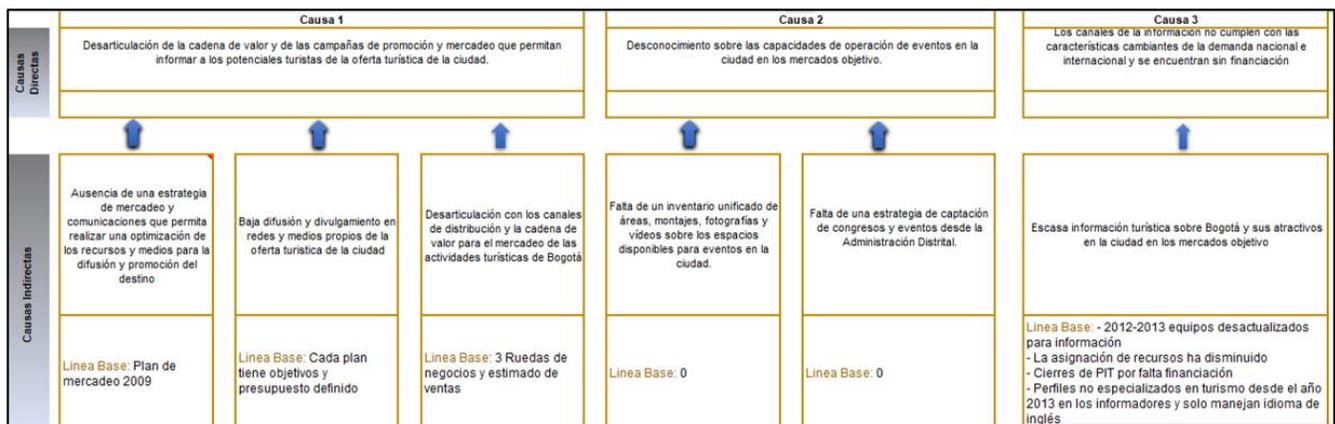
| | | | |
|---|--|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

2.2.2 Causas indirectas

- Ausencia de una estrategia de mercadeo y comunicaciones que permita realizar una optimización de los recursos y medios para la difusión y promoción del destino.
- Baja difusión y divulgación en redes y medios propios de la oferta turística de la ciudad.
- Desarticulación con los canales de distribución y la cadena de valor para el mercadeo de las actividades turísticas de Bogotá
- Falta de un inventario unificado de áreas, montajes, fotografías y vídeos sobre los espacios disponibles para eventos en la ciudad.
- Falta de una estrategia de captación de congresos y eventos desde la Administración Distrital.
- Escasa información turística sobre Bogotá y sus atractivos en la ciudad en los mercados objetivo

2.3 Efectos del Problema

Tomando como base la problemática identificada y los antecedentes expuestos, se enuncian los siguientes efectos conforme a cada una de las causas enunciadas:



| | | | |
|---|--|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

2.3.1 Efectos directos

- Bajo impacto económico sobre el resto de la economía bogotana.
- Pérdida de ingresos para la ciudad (menor recaudo de impuestos, menor ingreso por gasto de los visitantes).
- Disminución de visitantes hacia la ciudad.

2.3.2 Efectos indirectos

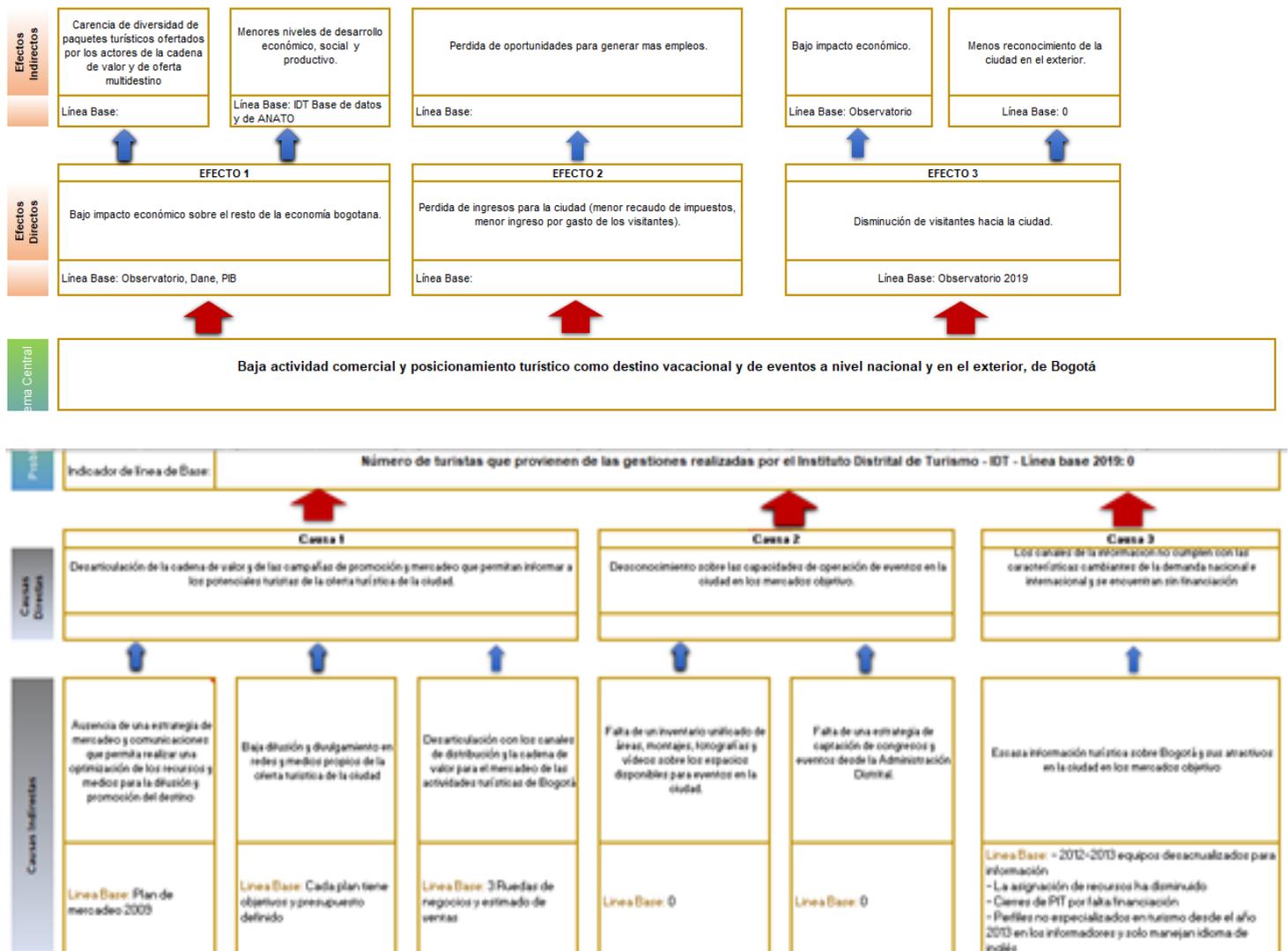
- Carencia de diversidad de paquetes turísticos ofertados por los actores de la cadena de valor y de oferta multidestino.
- Menores niveles de desarrollo económico, social y productivo.
- Pérdida de oportunidades para generar más empleos.
- Bajo impacto económico.
- Menos reconocimiento de la ciudad en el exterior.



| | | | |
|---|--|---------------------------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

2.4 Árbol de problemas

La estructura que se enuncia a continuación permite validar la coherencia de las relaciones de causalidad entre causa, efecto y el problema central, su análisis y validación comienza de abajo hacia arriba, a través de la generación de preguntas o cuestionamientos.



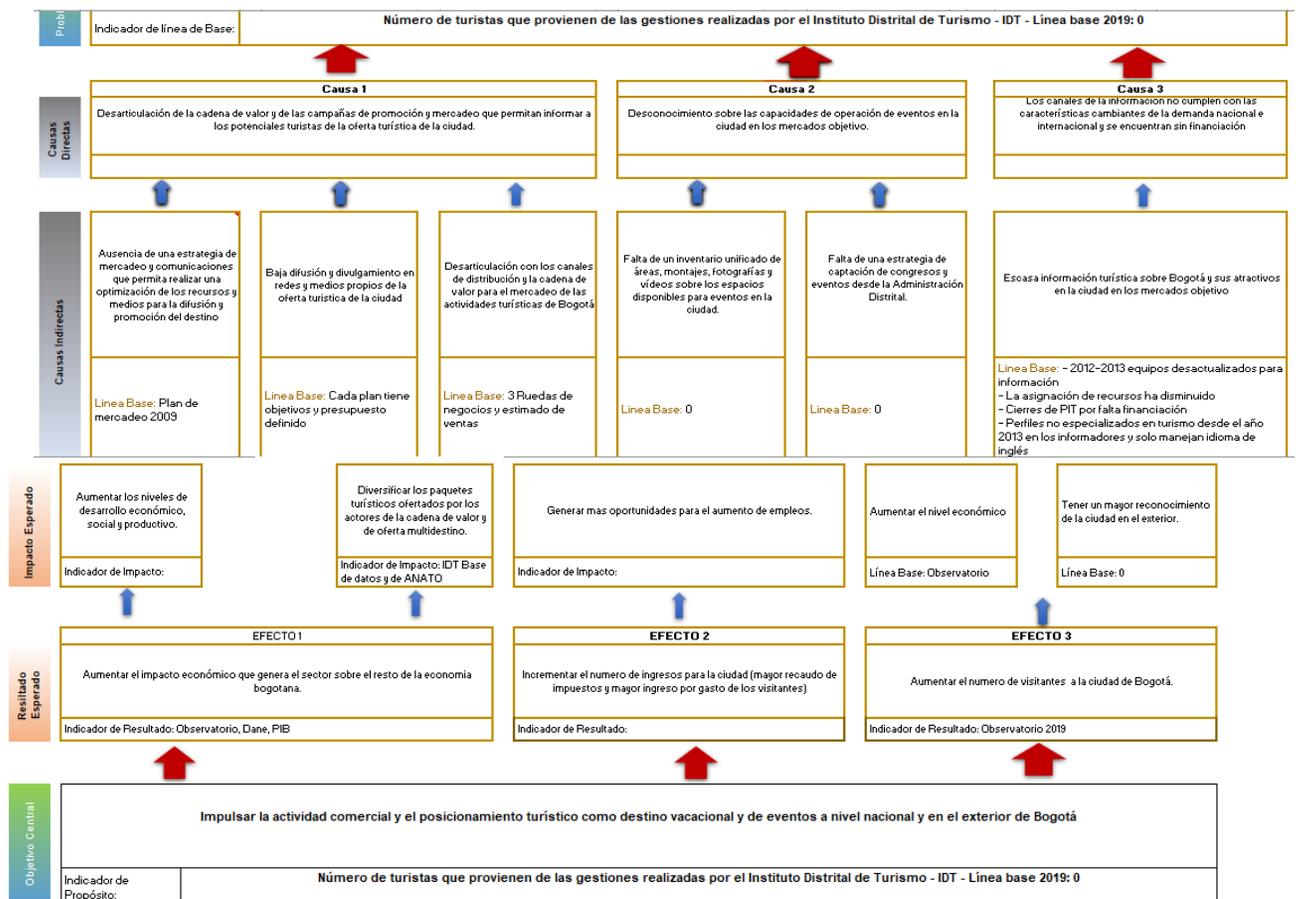
| | | | |
|---|--|-------------------|--|
|  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

3 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

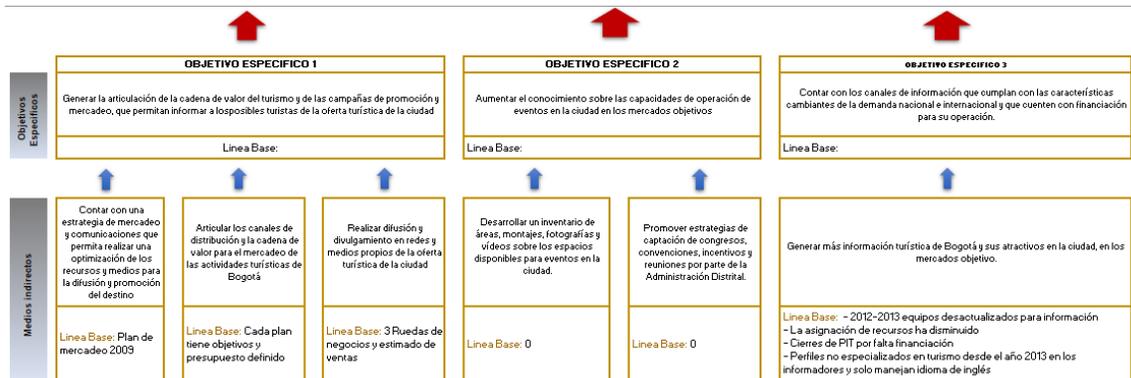
El objetivo formulado para el desarrollo del presente proyecto se denominó “Impulsar la actividad comercial y el posicionamiento turístico como destino vacacional y de eventos a nivel nacional y en el exterior de Bogotá”.

3.1 Árbol de Objetivos

Es un medio para alcanzar el objetivo general y contribuir a la solución del problema.



| | | | |
|---|--|----------------------|---|
|  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |



3.2 Objetivo General

A través de las diversas causas identificadas, se procede a formular el siguiente Objetivo General como línea para desarrollar el proyecto:

- “Impulsar la actividad comercial y el posicionamiento turístico como destino vacacional y de eventos a nivel nacional y en el exterior, de Bogotá”.

3.3 Objetivos específicos directos

- Generar la articulación de la cadena de valor del turismo y de las campañas de promoción y mercadeo, que permitan informar a los posibles turistas de la oferta turística de la ciudad.
- Aumentar el conocimiento sobre las capacidades de operación de eventos en la ciudad en los mercados objetivos.
- Contar con los canales de información que cumplan con las características cambiantes de la demanda nacional e internacional y que cuenten con financiación para su operación.

3.4 Objetivos específicos indirectos

- Contar con una estrategia de mercadeo y comunicaciones que permita realizar una optimización de los recursos y medios para la difusión y promoción del destino.
- Articular los canales de distribución y la cadena de valor para el mercadeo de las actividades turísticas de Bogotá.
- Realizar difusión y divulgación en redes y medios propios de la oferta turística de la ciudad.

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

- Desarrollar un inventario de áreas, montajes, fotografías y vídeos sobre los espacios disponibles para eventos en la ciudad.
- Promover estrategias de captación de congresos, convenciones, incentivos y reuniones por parte de la Administración Distrital.
- Generar más información turística de Bogotá y sus atractivos en la ciudad, en los mercados objetivo.

4 JUSTIFICACIÓN

4.1 Justificación de la necesidad de hacer el proyecto

A través de la ejecución de este proyecto se plantean diversas estrategias que permitan la dinamización del sector turístico por medio de acciones concretas orientadas al fortalecimiento de la red de información turística, un programa de captación y organización de congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos, una estrategia de promoción y comunicaciones de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19 y, un programa de promoción y mercadeo para el turismo en Bogotá. Se considera para la implementación de las estrategias anteriormente mencionadas, elementos como el posicionamiento de mediano y largo plazo deseado para el turismo de la ciudad, los mercados focales y potenciales, los canales de distribución y comunicación, y los momentos de verdad en la toma de decisiones de escogencia de destino de los potenciales turistas.

4.2 Identificación de la estructura en el Plan de Ordenamiento Territorial

| Estructura | Estrategias | | | |
|---|--|-----------------------------------|--|--|
| 1. Estructura Ecológica Principal | Sistema de Áreas Protegidas del Distrito Capital | Parques Urbanos | Corredores ecológicos | Área de manejo especial del río Bogotá |
| 2. Estructura Funcional y de Servicios – EFS | Sistema de movilidad | Sistemas de equipamientos urbanos | Sistema de espacio público construido: | Sistemas generales de servicios públicos |

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

| | | | | |
|---|--|---|--|--|
| | | | Parques y espacios peatonales | |
| 3. Estructura socioeconómica y espacial - ESSE | Centralidades de integración internacional y nacional | Centralidades de integración regional | Centralidades de integración urbana | |

4.3 Identificación en Planes Maestros

| Plan Maestro | Seleccione con X |
|---|------------------|
| 1. Movilidad, que incluye ordenamiento de estacionamientos. | |
| 2. Acueducto y Alcantarillado | |
| 3. Residuos Sólidos | |
| 4. Energía | |
| 5. Gas | |
| 6. Equipamientos educativos | |
| 7. Equipamientos Culturales | |
| 8. Equipamientos de Salud | |
| 9. Equipamientos de Bienestar Social | |
| 10. Equipamientos deportivos y recreativos | |
| 11. Seguridad ciudadana | |
| 12. Defensa y justicia | |
| 13. Abastecimiento de alimentos y seguridad alimentaria | |
| 14. Recintos feriales | |

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

| | |
|--|---|
| 15. Cementerios y Servicios funerarios | |
| 16. Culto | |
| 17. Plan Maestro de Espacio Público | |
| 18. Plan Maestro de Turismo | X |

4.4 Estudios que respaldan la información del proyecto

| Nombre del estudio | Entidad que realizó el estudio | Fecha |
|---|---|--------------|
| Plan de Mercadeo Turístico | Instituto Distrital de Turismo | 30-10-2009 |
| Investigación de Viajeros en Bogotá 2019 | Instituto Distrital de Turismo | 30-04 - 2020 |
| Política Distrital de Turismo | Secretaría de Desarrollo Económico | 02-10-2008 |
| Inventario de atractivos turísticos | Viceministerio de Turismo | 30-12-2019 |
| Diagnóstico de Factores Estratégicos, Política para el Sector Turismo de Bogotá | Instituto Distrital de Turismo | 30-12-2019 |
| Base de datos Registro Nacional de Turismo | Ministerio de Comercio, Industria y Turismo | 30-12-2019 |

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

4.5 Aspectos institucionales y legales

El Instituto Distrital de Turismo - IDT, es un establecimiento público, del orden distrital, adscrito a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico - SDDE, creado mediante el Acuerdo 275 del 27 de febrero de 2007; y tiene como objeto la ejecución de las políticas, planes y programas para la promoción del turismo y el posicionamiento de Bogotá como destino turístico sostenible.

Como misión, esta Entidad promueve el desarrollo integral y fortalecimiento económico de Bogotá, a través del turismo como integrador social, económico y mitigante del impacto ambiental; mediante políticas, planes y proyectos desde las vocaciones locales, la generación de información, la promoción de ciudad a nivel nacional e internacional como destino competitivo, sostenible, seguro, accesible e incluyente, que se articula con la región para mejorar la calidad de vida de sus habitantes y los actores de la cadena de valor del sector.

Este proyecto de inversión es liderado por la Subdirección de Promoción y Mercadeo, que de acuerdo al acuerdo 08 de 2016, tiene como funciones:

1. Desarrollar el plan de mercadeo y promoción turística de Bogotá tendientes a incrementar estadía y gasto turístico y apoyar la atracción de inversión.
2. Diseñar, desarrollar e implementar estrategias de promoción y campañas publicitarias de imagen turística atractiva de Bogotá, ajustadas a la realidad del Distrito Capital y a los criterios de la política turística.
3. Desarrollar acciones de promoción directa en mercados de origen.
4. Aplicar el plan de medios
5. Distribuir y comercializar herramientas de promoción turística.
6. Desarrollar análisis de mercados nacionales e internacionales.
7. Monitorear la imagen del destino en medios de Bogotá, de la nación y el exterior.
8. Establecer alianzas estratégicas público - privadas para promoción del destino y gestión de recursos para este propósito.
9. Realizar seguimiento de las acciones de promoción.

A continuación, se relacionan las principales normas asociadas al proyecto de inversión:



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| Tipo de norma | Número | Año | Epígrafe del documento | Emitida por |
|---------------------|--------|------|---|--|
| Ley | 300 | 1996 | Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones. | Congreso de la República |
| Ley | 1101 | 2006 | Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones | Congreso de la República |
| Ley | 1558 | 2012 | Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones | Congreso de la República |
| Decreto Legislativo | 557 | 2020 | Por el cual se adoptan medidas transitorias en materia de turismo y registros sanitarios para las micro y pequeñas empresas, en el marco del Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica | Presidente de la República de Colombia |
| Decreto Nacional | 1074 | 2015 | Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo | Presidente de la República de Colombia |



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| | | | | |
|----------------------|-----|------|---|---|
| Decreto Distrital | 327 | 2008 | Por el cual se adopta la Política Distrital de Turismo para Bogotá, D.C. y su zona de influencia Región Capital | Alcalde Mayor de Bogotá D.C. |
| Decreto Distrital | 664 | 2011 | Por medio del cual se adopta el Plan Maestro de Turismo para Bogotá D.C. | Alcaldesa Mayor de Bogotá D.C. designada |
| Decreto Distrital | 93 | 2020 | Por el cual se adoptan medidas adicionales y complementarias con ocasión de la declaratoria de calamidad pública efectuada mediante Decreto Distrital 087 del 2020 | Alcaldesa Mayor de Bogotá D.C. |
| Acuerdo Distrital | 709 | 2018 | Por el cual se establecen lineamientos para el fomento, promoción, incentivo y desarrollo de la Economía Naranja en el Distrito Capital y se adoptan otras disposiciones | Concejo de Bogotá D.C. |
| Acuerdo Distrital | 720 | 2018 | Por el cual se adoptan los lineamientos para la Política Pública Distrital de Turismo y se dictan otras disposiciones | Concejo de Bogotá D.C. |

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

| | | | | |
|-----|------|------|---|--------------------------|
| Ley | 2068 | 2020 | Tiene como objetivos fundamentales fortalecer la sostenibilidad, formalización y competitividad del sector y promover la reactivación del turismo, para consolidar el país como un destino altamente reconocido, sostenible, responsable y de alta calidad. | Congreso de la República |
|-----|------|------|---|--------------------------|

5 GRUPOS DE INTERÉS E IDENTIFICACIÓN DE PARTICIPANTES

La articulación de acciones con entidades como Procolombia, FONTUR, gremios, prestadores de servicios turísticos entre otros permite la implementación de estrategias efectivas para la promoción turística de la ciudad de Bogotá y la dinamización del sector.

| Participante | Contribución o gestión |
|--|---|
| <p>Actor: Otro</p> <p>Entidad: Gremios del sector turístico</p> <p>Posición: Cooperante</p> <p>Intereses o Expectativas: Articulación, acciones en procura del mejoramiento del sector</p> | Participar en diversas gestiones que contribuyan a la creación de estrategias que impulsen la promoción turística de la capital |
| <p>Actor: Otro</p> <p>Entidad: Viceministerio de Turismo</p> <p>Posición: Cooperante</p> <p>Intereses o Expectativas: Articulación, acciones en procura del mejoramiento del sector</p> | Diseño y ejecución de estrategias que fortalezcan la promoción turística de la ciudad |



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| | |
|---|---|
| Actor: Otro Entidad: Procolombia Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Articulación, acciones en procura del mejoramiento del sector | Participar en acciones conjuntas que permitan el posicionamiento de Bogotá a nivel internacional a través de mecanismos como la implementación de proyectos, la participación en ferias, workshop, semanas de Colombia en el exterior de manera articulada. |
| Actor: Otro Entidad: Cámara de Comercio de Bogotá Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Articulación, acciones en procura del mejoramiento del sector | Trabajo articulado con los empresarios del sector, así como el desarrollo de estrategias para impulsar la oferta turística de Bogotá |
| Actor: Otro Entidad: Entidades del Distrito Posición: Beneficiario Intereses o Expectativas: Considerando la manera transversal en que se desarrolla el turismo, genera beneficios a la comunidad en relación con la protección y posicionamiento del patrimonio ambiental y cultural de la capital | Los ingresos provenientes del turismo permiten el mejoramiento y el mantenimiento de la calidad de vida de la población local y el sostenimiento de las empresas que realizan la proveeduría de bienes y servicios que son entregados a los turistas |
| Actor: Otro Entidad: Prestadores de servicios turísticos Posición: Beneficiario Intereses o Expectativas: Aumentar los ingresos por ventas de servicios | Aumentar los ingresos por ventas de servicios y contribuir con el posicionamiento de Bogotá como destino vacacional y de eventos En este grupo de beneficiarios, se tendrán en cuenta prestadores de servicios turísticos con enfoque poblacional diferencial por orientación sexual, identidad de género, grupos étnicos o personas en condición de discapacidad. |



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| | |
|---|--|
| Actor: Departamental Entidad: Cundinamarca Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Posicionamiento turístico de la región en articulación con Bogotá | Técnica, financiera y jurídica |
| Actor: Otro Entidad: Región Central RAPE Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Impulsar el desarrollo de la industria turística de alto valor agregado para la consolidación de la zona como una zona de alto interés turístico a nivel nacional e internacional. | Técnica, financiera y jurídica que consolide una región dinámica y con ello generar bienestar económico, a través de proyectos como biciregión, corredores turísticos, rutas turísticas, y acciones de promoción y mercadeo en conjunto. |
| Actor: Otro Entidad: Secretaria Distrital de Desarrollo Económico Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Visión de desarrollo económico de ciudad enfocado en particular al sector turismo | Desarrollo de políticas y normas orientadas al empresariado del sector, adopción de TIC's, así como acompañamiento a los emprendimientos y a los empresarios del sector. Actor |
| Actor: Otro Entidad: Aeropuerto Internacional El Dorado Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Consolidar a Bogotá en la región latinoamericana como un hub de conectividad | Desarrollo de estrategias mancomunadas en mercados objetivo internacionales, que contribuirán a un mayor número de vuelos y aerolíneas que se traducirá en más turistas y más ingresos para la ciudad. |

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

| | |
|---|---|
| <p>Actor: Otro</p> <p>Entidad: FONTUR</p> <p>Posición: Cooperante</p> <p>Intereses o Expectativas: Acompañamiento, asesoría y cofinanciación de proyectos enfocados al posicionamiento de la ciudad a nivel nacional e internacional.</p> | <p>Cofinanciación de proyectos nacionales e internacionales para la promoción y el posicionamiento de Bogotá como destino turístico, así como el desarrollo de acciones en el ámbito nacional en lo que respecta a la red de puntos de información, campañas nacionales de promoción turística.</p> |
| <p>Actor: Otro</p> <p>Entidad: Instituto Distrital de Turismo</p> <p>Posición: Cooperante</p> <p>Intereses o Expectativas: Articulación, acciones en procura del mejoramiento del sector</p> | <p>Liderar y apoyar el proyecto, consecución de mano de obra calificada, aportar al desarrollo económico y posicionamiento de la ciudad</p> |

6 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN AFECTADA Y POBLACIÓN OBJETIVO

6.1 Población afectada por el problema

Se identificó como población afectada y población objetivo un número de 8.281.029 personas en la ciudad de Bogotá, dicha información corresponde a la población total de la ciudad de Bogotá proyectada en 2019, incluyendo variables de enfoque poblacional diferencial por orientación sexual, identidad de género, grupos étnicos o personas en condición de discapacidad.

6.2 Población objetivo de la intervención

| GRUPO ETAREO | GÉNERO | |
|--------------|-----------|---------|
| | MUJERES | HOMBRES |
| 0 - 5 AÑOS | 1.551.223 | |

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

| | | |
|--|-----------|-----------|
| 6 - 14 AÑOS | | |
| 15 - 19 AÑOS | 626.506 | |
| 20 - 59 AÑOS | 5.134.179 | |
| 60 En adelante | 969.121 | |
| TOTAL DE POBLACION AFECTADA POR EL PROBLEMA | 4.177.779 | 4.103.250 |

Fuente: Visor de Proyecciones de Población SDP - Proyecciones de población 2019
<http://www.sdp.gov.co/gestion-estudios-estrategicos/estudios-macro/proyecciones-de-poblacion>

6.3 Estrategias de participación ciudadana

Este proyecto fue socializado a diversos beneficiarios y cooperantes buscando consolidar las expectativas y los beneficios que contiene la iniciativa a los actores que comprenden la cadena de valor.

La articulación de acciones con entidades como Procolombia, FONTUR, gremios, prestadores de servicios turísticos entre otros permite la implementación de estrategias efectivas para la promoción turística de la ciudad de Bogotá y la dinamización del sector.

Así mismo, el Instituto Distrital de Turismo realizó la socialización de la propuesta inicial del Plan de Desarrollo Distrital “Un nuevo contrato social y ambiental para la Bogotá del siglo XXI” con diferentes instancias y actores del sector. Lo anterior, se desarrolló mediante cuatro sesiones, en las cuales participaron agencias de viajes, hoteles, colegios amigos del turismo, gremios del sector y representantes de las 20 localidades de la ciudad de Bogotá. Las sesiones se realizaron los días 1 y 2 de abril, y tuvieron más de 150 participantes.

Es importante resaltar, que se abordaron temas relacionados con iniciativas como Bogotá 24 horas, turismo comunitario, reactivación turística de la Ciudad, artesanías, programas como Colegios Amigos del Turismo, Biciturismo, apoyo a comunidades locales, capacitación a las empresas turísticas, retomar programas como Red Saber y Sabor, entre otros.

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

Las acciones mencionadas anteriormente, requieren el desarrollo de una estrategia de promoción y mercadeo que permita fortalecer a Bogotá como destino turístico vacacional, de negocios y reuniones.

7 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA

| |
|---|
| Local ____ Especial ____ Distrital ____ Regional <u>X</u> Entidad ____ Otras Entidades ____ |
|---|

Región: Bogotá D.C. / Departamento: Bogotá

La capital se identifica como el centro político, económico, financiero y cultural del país, por lo tanto, es el punto de encuentro de personas de todas las regiones, lo que la hace diversa y multicultural.

8 NIVELES DE REQUERIMIENTO DE LAS ENTIDADES BENEFICIARIAS DEL PROYECTO

Se requiere llevar a cabo una financiación para la ejecución de las siguientes actividades:

- 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.
- Impactar a 400 mil personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19.
- Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá.
- Atender 1 millón de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá.

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

9 ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

| Nombre de la Alternativa | Descripción |
|---|---|
| 1. IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y MERCADEO PARA EL POSICIONAMIENTO NACIONAL E INTERNACIONAL COMO DESTINO TURÍSTICO DE BOGOTÁ | Llevar a cabo las siguientes estrategias con el fin de dinamizar la actividad turística en la ciudad de Bogotá: - Fortalecer la red de información turística de Bogotá Región. - Impulsar 1 programa de captación y organización de congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación de la industria de reuniones en Bogotá. - Implementar 1 estrategia de promoción y comunicaciones de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19. - Implementar 1 programa de promoción y mercadeo para el turismo en Bogotá orientado en la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística de la ciudad. |
| 2. Generar iniciativas provenientes de empresarios turísticos para ampliar la visión de destino | Realizar grupos focales que permitan desarrollar una nueva gestión mediante el conocimiento, la formación y planificación turística de la ciudad y que sea liderada por los empresarios del sector turístico. |
| 3. Implementar una estrategia de turismo sostenible y de calidad para la ciudad de Bogotá | Tomar como pilar fundamental la sostenibilidad social ya que es clave para un desarrollo turístico en armonía con la población residente |
| Realizar una política pública para la comercialización turística en Bogotá. | Implementar una política de precios instaurada por el Instituto Distrital de Turismo - IDT para que el mercado se haga competitivo y las empresas hagan fidelización de clientes. |

Alternativa Seleccionada:

La implementación de la estrategia de mercadeo y promoción para el sector turístico de la ciudad de Bogotá implica la realización de las siguientes actividades que permitirán de las metas trazadas en el Plan de Desarrollo Distrital de Bogotá:

- Fortalecer la red de información turística de Bogotá Región mediante los siguientes canales de comunicación que se pondrán a disposición de los turistas nacionales y extranjeros:

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

1. PIT Fijos: Aeropuerto (Mejorado), Templete, Salitre y Monserrate
2. PIT Virtual
3. PIT itinerante
4. Línea de atención al turista
5. Correo electrónico
6. Recorridos peatonales
7. Chat Portal turismo, App, IDT
8. Recorridos virtuales

- Impulsar 1 programa de captación y organización de congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación de la industria de reuniones en Bogotá, lo anterior con el fin de captar 10 eventos que aporten al desarrollo económico de la ciudad.

El sector MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) es el turismo de negocios en el cual el viaje está motivado por la realización de actividades laborales o profesionales por la asistencia a reuniones de negocio, congresos, convenciones, viajes de incentivo y otras reuniones similares.

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

- Implementar 1 estrategia de promoción y comunicaciones de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19. Lo anterior, permitirá la reactivación a nivel regional, nacional e internacional de los viajeros de los mercados objetivo brindando nuevas experiencias y confianza a través de la ejecución de actividades clave en el sector, cuyo factor diferenciador se centra en reflejar una ciudad innovadora y a la vanguardia con la realidad del sector.

- Implementar 1 programa de promoción y mercadeo para el turismo en Bogotá orientado en la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística de la ciudad; esto se desarrollará a lo largo de la ejecución del proyecto mediante diversas actividades como planes de medios, tomas de

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

ciudad, press trip, producción de material merchandising, participación en ferias a nivel nacional e internacional, producción de guías especializadas, entre otros.

Las actividades a desarrollar con esta alternativa beneficiarán a la población total de la ciudad de Bogotá, incluyendo variables de enfoque poblacional diferencial por orientación sexual, identidad de género, grupos étnicos o personas en condición de discapacidad.

10 ESTUDIO DE NECESIDADES

ESTUDIO DE MERCADO

| BIEN O SERVICIO A ENTREGAR O DEMANDA A SATISFACER NO. 1 | | | | |
|--|--|---------|--------|---------|
| Desarrollo de un programa de promoción y mercadeo para el turismo en Bogotá orientado a la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística de la ciudad. | | | | |
| Descripción de la demanda | La demanda corresponde al desarrollo de un programa de promoción y mercadeo para el turismo en Bogotá | | | |
| Descripción de la oferta | La oferta corresponde al desarrollo y ejecución de un programa de promoción y mercadeo para el turismo en Bogotá | | | |
| TIPO DE ANÁLISIS | AÑO | DEMANDA | OFERTA | DEFICIT |
| PROYECTADO | 2020 | 1 | 0 | -1 |
| | 2021 | 1 | 1 | 0 |
| | 2022 | 1 | 1 | 0 |
| | 2023 | 1 | 1 | 0 |
| | 2024 | 1 | 1 | 0 |



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

BIEN O SERVICIO A ENTREGAR O DEMANDA A SATISFACER NO. 2

Estrategia de promoción y comunicaciones de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19

| | |
|---------------------------|---|
| Descripción de la demanda | La demanda corresponde a la necesidad de implementar una estrategia de promoción y comunicaciones de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad |
|---------------------------|---|

| | |
|--------------------------|---|
| Descripción de la oferta | La oferta corresponde a la estrategia ejecutada que permita la recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19 |
|--------------------------|---|

| TIPO DE ANÁLISIS | AÑO | DEMANDA | OFERTA | DEFICIT |
|------------------|------|---------|--------|---------|
| PROYECTADO | 2020 | 1 | 0 | -1 |
| | 2021 | 1 | 1 | 0 |

BIEN O SERVICIO A ENTREGAR O DEMANDA A SATISFACER NO. 3

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

| | |
|---------------------------|---|
| Descripción de la demanda | La demanda corresponde a la necesidad de implementar un programa de captación y organización de congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos |
|---------------------------|---|



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| Descripción de la oferta | | La oferta corresponde a la ejecución de un programa que se direcciona en la recuperación de la industria de reuniones en Bogotá | | |
|--------------------------|------|---|--------|---------|
| TIPO DE ANÁLISIS | AÑO | DEMANDA | OFERTA | DEFICIT |
| PROYECTADO | 2020 | 1 | 0 | -1 |
| | 2021 | 1 | 1 | 0 |
| | 2022 | 1 | 1 | 0 |
| | 2023 | 1 | 1 | 0 |
| | 2024 | 1 | 1 | 0 |

| BIEN O SERVICIO A ENTREGAR O DEMANDA A SATISFACER NO. 4 | | | | |
|---|------|--|--------|---------|
| Consultas a través de la red de información turística de Bogotá Región | | | | |
| Descripción de la demanda | | La demanda corresponde a la necesidad de contar con una red que permita prestar servicios de recorridos, información y demás que requiera el visitante nacional y extranjero | | |
| Descripción de la oferta | | La oferta corresponde al número de redes turísticas en Bogotá Región para prestar servicios de recorridos, información y demás que requiera el visitante nacional y extranjero | | |
| TIPO DE ANÁLISIS | AÑO | DEMANDA | OFERTA | DEFICIT |
| HISTÓRICO | 2016 | 1 | 1 | 0 |

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

| | | | | |
|-------------------|------|---|---|----|
| | 2017 | 1 | 1 | 0 |
| | 2018 | 1 | 1 | 0 |
| | 2019 | 1 | 1 | 0 |
| PROYECTADO | 2020 | 1 | 0 | -1 |
| | 2021 | 1 | 1 | 0 |
| | 2022 | 1 | 1 | 0 |
| | 2023 | 1 | 1 | 0 |
| | 2024 | 1 | 1 | 0 |

11 CADENA DE VALOR DE LA ALTERNATIVA SELECCIONADA

Objetivo general: Impulsar la actividad comercial y el posicionamiento turístico como destino vacacional y de eventos a nivel nacional y en el exterior de Bogotá.

Objetivo 1. Generar la articulación de la cadena de valor del turismo y de las campañas de promoción y mercadeo, que permitan informar a los posibles turistas de la oferta turística de la ciudad.



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| Productos | Indicadores de Producto | Unidad de Medida | Meta | Costo de la Meta | Costo Total |
|------------------------------------|----------------------------|------------------------|---|-------------------|-------------------|
| Servicio de promoción turística | Número de campañas | Número | 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. | \$ 16.377.599.730 | \$ 20.897.655.509 |
| | | | Impactar a 400 mil personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19. | \$ 4.520.055.779 | |

Objetivo 2. Aumentar el conocimiento sobre las capacidades de operación de eventos en la ciudad en los mercados objetivos.

| | | | |
|---|---------------------------------------|--|----------------------|
|  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| | Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 |

| Productos | Indicadores de Producto | Unidad de Medida | Meta | Costo de la Meta | Costo Total |
|--------------------------|-------------------------|------------------|---|------------------|------------------|
| Documentos de planeación | Número de documentos | Número | Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá. | \$ 4.097.542.194 | \$ 4.097.542.194 |

Objetivo 3.

Contar con los canales de información que cumplan con las características cambiantes de la demanda nacional e internacional y que cuenten con financiación para su operación.

| Productos | Indicadores de Producto | Unidad de Medida | Meta | Costo de la Meta | Costo Total |
|--------------------------------|-------------------------|------------------|---|------------------|------------------|
| Servicio de circuito turístico | Número de recorridos | Número | Atender 1 millón de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá | \$ 2.763.746.133 | \$ 2.763.746.133 |

12 ANÁLISIS DE RIESGOS

| Fase | Tipo de riesgo | Descripción del riesgo | Probabilidad e impacto | Efectos | Medidas de mitigación |
|------|----------------|------------------------|------------------------|---------|-----------------------|
|------|----------------|------------------------|------------------------|---------|-----------------------|

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

| | | | | | |
|------------|---------------|---|----------------------------|--|---|
| Propósito | Financieros | No contar con los recursos suficientes para la implementación de las actividades de promoción y mercadeo que permitan el desarrollo económico y el posicionamiento de Bogotá como destino turístico | 3. Moderado 4. Mayor | Bajo posicionamiento y desarrollo económico de la ciudad por acciones asociadas a turismo | Posicionar al turismo de la ciudad como factor clave en el desarrollo económico de la ciudad |
| Propósito | De mercado | Recesión económica con quiebra masiva de empresas del sector que impida canalizar los esfuerzos de promoción | 3. Moderado 4. Mayor | No se pueda conseguir la meta de viajeros y gasto pretendida | Una priorización de empresas a partir de su capacidad operacional y financiera |
| Componente | Operacionales | Cambio en las condiciones dispuestas en cuanto al tema de logística, montaje de áreas, locaciones, personal de apoyo | 3. Moderado 3. Moderado | Cambios en las fechas programadas para los eventos, demoras en la instalación de locaciones y contratación de personal logístico | Coordinación con aliados como Cámara de Comercio de Bogotá, Viceministerio de Turismo, Greater Bogotá Convention Bureau, Procolombia, entre otros. |
| Componente | Operacionales | Imposibilidad de desarrollar las acciones a causa de temas climáticos, de personal o de demanda | 3. Moderado 4. Mayor | No cumplimiento de la meta, baja imagen del destino en cuanto a sus servicios prestados | Desarrollo de estrategias que contemplen estas posibles eventualidades, así como estricto manejo en los filtros y parámetros de elección del personal |

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

| | | | | | |
|----------------|--|---|--------------------------------|--|--|
| Compo nente | Operacion ales | No desarrollar acciones que nos lleven a poder contar con suficiente información para estructurar la estrategia y de esta derivar los informes | 3. Moderado 3. Moderado | La no trazabilidad de las acciones | Llevar cuadros de control y reuniones periódicas de seguimiento con el equipo de trabajo que permita identificar este riesgo |
| Activid ad | Operacion ales | No contar con suficiente información, suficiente personal y suficientes canales para entregar esta información | 3. Moderado 4. Mayor | Desmejoramiento de la imagen de Bogotá como destino turístico. | Construcción de guiones adecuados y contratación de personal idóneo para esta labor |
| Activid ad | De mercado | No lograr el posicionamiento de Bogotá como destino MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) | 3. Moderado 3. Moderado | Bajo posicionamiento de la ciudad, disminución de las opciones de empleo y bajo impacto económico en la ciudad originado por el sector turístico | Alianzas estratégicas con entidades como el buró de convenciones de Bogotá, la cámara de comercio y demás empresarios involucrados en la cadena de valor relacionada con el segmento MICE |
| Activid ad | Asociados a fenómenos de origen biológico: plagas, epidemias | Inestabilidad de las condiciones del mercado que dificulten realizar acciones a corto plazo dada la coyuntura que atraviesa el país en este momento | 3. Moderado 3. Moderado | Poca recordación de Bogotá como destino turístico en los potenciales turistas y en los mercados objetivos | Evaluación constante de las restricciones locales, nacionales e internacionales para generar las estrategias adecuadas en el momento justo para impulsar la actividad turística. Implementar acciones de comunicación para generar las estrategias adecuadas que permitan el posicionamiento de Bogotá como destino |

| | | | |
|---|---------------------------------------|---|----------------------|
|  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| | Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | | | | | turístico en los mercados objetivos. |
|--|--|--|--|--|---|

13 IDENTIFICACIÓN DE INGRESOS Y BENEFICIOS

Para el proyecto en mención se determinó el siguiente beneficio (medido a través de: millones de pesos):

| Tipo | Nombre | Descripción |
|-----------|---|---|
| Beneficio | Ingresos por gasto de los turistas en la ciudad | La cantidad corresponde al gasto de los turistas en la ciudad, el valor en pesos se ve reflejado al gasto anual |

| Año | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|--------------|----------|----------------|----------------------------|
| 2020 | 1.300 | \$1.000.000 | \$1.300.000.000 |
| 2021 | 262.800 | \$1.000.000 | \$262.800.000.000 |
| 2022 | 285.000 | \$1.000.000 | \$285.000.000.000 |
| 2023 | 312.900 | \$1.000.000 | \$312.900.000.000 |
| 2024 | 138.000 | \$1.000.000 | \$138.000.000.000 |
| TOTAL | | | \$1.000.000.000.000 |

| | | | |
|---|---------------------------------------|--|-------------------|
|  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| | Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 |

14 INFORMACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

Se enuncian todos los insumos, bienes o recursos en que es necesario incurrir para implantar y operar el proyecto.

14.1 Flujo de inversión del proyecto

| Año | Beneficios e ingresos (+)* | Créditos (+) | Costos de preinversión (-) | Costos de inversión (-)* | Costos de operación (-) | Amortización (-) | Intereses de los créditos (-) | Valor de salvamento (+) | Flujo Neto* |
|------|----------------------------|--------------|----------------------------|--------------------------|-------------------------|------------------|-------------------------------|-------------------------|-------------------|
| 2020 | \$975.000.000 | \$0,0 | \$0,0 | \$4.561.687.976 | \$0,0 | \$0,0 | \$0,0 | \$0,0 | \$-3.586.687.976 |
| 2021 | \$197.100.000.000 | \$0,0 | \$0,0 | \$4.345.199.143 | \$0,0 | \$0,0 | \$0,0 | \$0,0 | \$192.754.800.857 |
| 2022 | \$213.750.000.000 | \$0,0 | \$0,0 | \$4.649.734.037 | \$0,0 | \$0,0 | \$0,0 | \$0,0 | \$209.100.265.963 |
| 2023 | \$234.675.000.000 | \$0,0 | \$0,0 | \$5.595.011.004 | \$0,0 | \$0,0 | \$0,0 | \$0,0 | \$229.079.988.996 |
| 2024 | \$103.500.000.000 | \$0,0 | \$0,0 | \$5.380.969.590 | \$0,0 | \$0,0 | \$0,0 | \$0,0 | \$98.119.030.410 |

*Cifras en millones de pesos

14.2 Costos por meta

| META | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | TOTAL |
|---|-------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-------------------|
| 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 | \$0 | \$ 4.302.012.608 | \$2.818.355.483 | \$ 4.829.747.311 | \$ 4.427.484.328 | \$ 16.377.599.730 |



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| | | | | | | |
|---|------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|--------------------------|
| Impactar a 400 mil personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19 | \$ 4.520.055.779 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$ 4.520.055.779 |
| Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá | \$ 805.637.666 | \$ 795.986.000 | \$ 486.241.628 | \$ 956.989.000 | \$ 1.052.687.900 | \$ 4.097.542.194 |
| Atender 1 millón de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá | \$213.276.525 | \$ 640.710.392 | \$ 624.335.889 | \$ 631.833.416 | \$ 653.589.911 | \$ 2.763.746.133 |
| TOTAL PROYECTO | | | | | | \$ 27.758.943.836 |

*Cifras en millones de pesos corrientes

14.3 Fuentes de financiación

El proyecto de inversión 7706 “IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PROMOCIÓN PARA EL SECTOR TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ” se financia con recursos del distrito.

En el 2021 se recibió recursos de fuente de crédito por valor \$ 1.000.000.000 para desarrollar programas dirigidos a la reactivación del sector turismo.

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

15 INDICADORES

Se definen como variables o relaciones entre variables que ayudan a caracterizar la situación o a medir los cambios presentados en ella después de un tiempo o periodo determinado. A continuación, se relacionan los indicadores identificados en el presente proyecto:

15.1 Indicadores de producto

Nombre del indicador: Campañas realizadas

Fórmula: Número de campañas

Fuente de la información: Plan de acción de proyecto de inversión e informe de gestión del proyecto 7706 “IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PROMOCIÓN PARA EL SECTOR TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ”

Programación:

| Año | Meta |
|-------|------|
| 2020 | 1 |
| 2021 | 1 |
| 2022 | 1 |
| 2023 | 1 |
| 2024 | 0 |
| Total | 4 |

Nombre del indicador: Eventos de promoción realizados

Fórmula: Número

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

Fuente de la información: Plan de acción de proyecto de inversión e informe de gestión del proyecto 7706 “IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PROMOCIÓN PARA EL SECTOR TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ”

Programación:

| Año | Meta |
|-------|------|
| 2020 | 10 |
| 2021 | 40 |
| 2022 | 40 |
| 2023 | 40 |
| 2024 | 20 |
| Total | 150 |

Nombre del indicador: Documentos de planeación elaborados

Fórmula: Número de documentos

Fuente de la información: Plan de acción de proyecto de inversión e informe de gestión del proyecto 7706 “IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PROMOCIÓN PARA EL SECTOR TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ”

Programación:

| Año | Meta |
|------|------|
| 2020 | 1 |
| 2021 | 1 |

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

| | |
|-------|---|
| 2022 | 1 |
| 2023 | 1 |
| 2024 | 0 |
| Total | 4 |

Nombre del indicador: Recorridos realizados

Fórmula: Número de recorridos

Fuente de la información: Plan de acción de proyecto de inversión e informe de gestión del proyecto 7706 “IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PROMOCIÓN PARA EL SECTOR TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ”

Programación:

| Año | Meta |
|-------|-------|
| 2020 | 54 |
| 2021 | 400 |
| 2022 | 350 |
| 2023 | 150 |
| 2024 | 46 |
| Total | 1.000 |

Nombre del indicador: Turistas atendidos

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

Fórmula: Número

Fuente de la información: Plan de acción de proyecto de inversión e informe de gestión del proyecto 7706 “IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PROMOCIÓN PARA EL SECTOR TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ”

Programación:

| Año | Meta |
|-------|-----------|
| 2020 | 10.265 |
| 2021 | 40.400 |
| 2022 | 439.600 |
| 2023 | 400.000 |
| 2024 | 109.735 |
| Total | 1.000.000 |

15.2 Indicadores de gestión

Nombre del indicador: Informe

Fórmula: $I2 = I1 - I0$

Fuente de la información: Plan de acción de proyecto de inversión e informe de gestión del proyecto 7706 “IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PROMOCIÓN PARA EL SECTOR TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ”

Programación:

| Año | Meta |
|-----|------|
|-----|------|

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

| | |
|-------|----|
| 2020 | 2 |
| 2021 | 2 |
| 2022 | 2 |
| 2023 | 2 |
| 2024 | 2 |
| Total | 10 |

16 METAS DEL PROYECTO

16.1 Metas Plan de Desarrollo

| Meta Plan de Desarrollo | Indicador | Anualización de la magnitud del indicador | | | | |
|---|--|---|--------|---------|---------|---------|
| | | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 |
| Fortalecer la red de información turística de Bogotá Región | Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá | 10.265 | 40.400 | 439.600 | 400.000 | 109.735 |
| Impulsar 1 programa de captación y organización de congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación de la | Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá | 1 | 5 | 2 | 1 | 1 |

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

| | | | | | | |
|---|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| industria de reuniones en Bogotá. | | | | | | |
| Implementar una estrategia de promoción y comunicaciones de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19 | Impactar 400.000 personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19 | 519.767 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Implementar un programa de promoción y mercadeo para el turismo en Bogotá orientado en la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística de la ciudad. | Impactar 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 de la ciudad de Bogotá | 0 | 400.000 | 600.000 | 700.000 | 300.000 |

16.2 Metas Proyecto de Inversión

| No. | Meta | Anualización de la magnitud de la meta | | | | |
|-----|--|--|---------|---------|---------|---------|
| | | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 |
| | Impactar 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 de la ciudad de Bogotá | 0 | 400.000 | 600.000 | 700.000 | 300.000 |

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

| | | | | | | |
|--|---|---------|--------|---------|---------|---------|
| | Impactar 400.000 personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19 | 519.767 | | | | |
| | Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá | 1 | 5 | 2 | 1 | 1 |
| | Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá | 10.265 | 40.400 | 439.600 | 400.000 | 109.735 |

16.3 Definición y descripción de las metas proyecto

17.3.1. Meta 1: 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 de la ciudad de Bogotá

La implementación de este programa de promoción y mercadeo que se orienta a la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística, contempla la realización de diversas actividades como planes de medios, tomas de ciudad, press trip, producción de material merchandising, participación en ferias a nivel nacional e internacional, producción de guías especializadas, entre otras acciones. Dicha meta inicia su ejecución en el año 2021.

Teniendo en cuenta lo anterior, esta actividad contempla las siguientes actividades que permitirán cumplir el propósito:

- Contratación del talento humano idóneo que permita dar soporte a las acciones que se desarrollen para apoyar al cumplimiento de la meta.

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

- Generar interacciones con la comunicación de Bogotá como destino turístico y que direcciona a la página web, lugar donde se encontrarán contenidos, atractivos y actividades a desarrollar en la capital colombiana.
- Adelantar acciones que permita el aumento de visitantes a la ciudad con acciones de promoción y mercadeo y de relacionamiento con empresarios y destinos de otras partes del mundo. (eventos, ruedas de negocios, activaciones, capacitaciones, entre otras)
- Desarrollar pauta encaminada a la recolección de registros
- Desarrollar acciones encaminadas al aumento de la comunidad en las redes sociales del IDT
- Presentación de proyectos de promoción que permitan aumentar los impactos de las acciones que se adelanten desde la Subdirección de Promoción y Mercadeo del Instituto Distrital de Turismo.

Respecto a las variables que se tendrán en cuenta y que se sumarán para medir el correspondiente cumplimiento son:

- Desarrollar pauta que permita generar un llamado a la acción que dirija el tráfico para la página web, lugar donde se encontrará toda la oferta turística de la ciudad de Bogotá
 - o Variable de medición: Número de clics en la pauta y CTR de la pauta (*Click Through Rate*) que corresponde al número de clics que obtiene un enlace respecto a su número de impresiones. Siempre se calcula en porcentaje, y es una métrica que se utiliza normalmente para medir el impacto que ha tenido una campaña digital
- Eventos de promoción realizados tales como: Ruedas de Negocios, viajes de familiarización, activaciones, capacitaciones de destino, entre otros.
 - o Variable de medición: Número de eventos realizados
- Diseñar e implementar campañas de promoción que permitan la reactivación del sector turístico de la ciudad de Bogotá
 - o Variable de medición: Campañas realizadas

17.3.2. Meta 2: Impactar a 400.000 personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19.

La implementación de la estrategia de promoción y comunicaciones de corto plazo permitirá la reactivación del sector turístico a nivel regional, nacional e internacional de los viajeros en los mercados objetivo, brindando nuevas experiencias y confianza a través de la ejecución de

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

actividades clave en el sector, cuyo factor diferenciador se centra en reflejar una ciudad innovadora y a la vanguardia con la realidad del sector y orientadas al fortalecimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación progresiva de la confianza del turista y la mitigación de los impactos del COVID 19 en los prestadores de servicios turísticos de la ciudad.

Teniendo en cuenta lo anterior, esta actividad contempla las siguientes acciones que permitirán cumplir el propósito:

- Contratación del talento humano idóneo que permita dar soporte a las acciones que se desarrollen para apoyar al cumplimiento de la meta.
- Generar interacciones con la comunicación de Bogotá como destino turístico y que direcciona a la página web, lugar donde se encontrarán contenidos, atractivos y actividades a desarrollar en la capital colombiana y que generen confianza en el turista.
- Adelantar acciones que permitan el aumento de visitantes a la ciudad con actividades como la plataforma “Plan Bogotá” que busca dinamizar el turismo en la ciudad de Bogotá con ofertas de servicios turísticos.
- Número de clics en la pauta que direcciona a la página web y CTR (*Click Through Rate*) que corresponde al número de clics que obtiene un enlace respecto a su número de impresiones. Siempre se calcula en porcentaje, y es una métrica que se utiliza normalmente para medir el impacto que ha tenido una campaña digital.
- Desarrollar pauta encaminada a la recolección de registros
- Eventos de promoción realizados
- Promoción a través de acciones de mercadeo de la oferta turística de la ciudad
- Desarrollar acciones encaminadas al aumento de la comunidad en las redes sociales del IDT
- Presentación de proyectos de promoción que permitan aumentar los impactos de las acciones que se adelanten desde la Subdirección de Promoción y Mercadeo del Instituto Distrital de Turismo.

Respecto a las variables que se tendrán en cuenta y que se sumarán para medir el correspondiente cumplimiento son:

- Desarrollar pauta que permita generar un *call to action* a la página web, lugar donde se encontrará toda la oferta turística de la ciudad de Bogotá
 - o Variable de medición: Número de clics en la pauta y CTR de la pauta que corresponde al número de clics que obtiene un enlace respecto a su número de impresiones. Siempre se calcula en porcentaje, y es una métrica que se utiliza normalmente para medir el impacto que ha tenido una campaña digital.

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

- Eventos de promoción realizados tales como: Ruedas de Negocios, Lanzamiento de la nueva página web, viajes de familiarización, entre otros.
 - o Variable de medición: Número de eventos realizados
- Diseñar e implementar campañas de promoción que permitan la reactivación del sector turístico de la ciudad de Bogotá
 - o Variable de medición: Campañas realizadas

Aplicación del Multiplicador para el desarrollo de actividades:

A diferencia de otras herramientas de promoción turística, los Workshops, FAM Trips, Ruedas de negocios, Capacitaciones y Misiones Comerciales, involucran a actores pertenecientes a canales de distribución de servicios y bienes turísticos, mayoristas en turismo, agencias de viajes y aerolíneas (entre otros), quienes se encargan de replicar la información recibida en las actividades mencionadas con anterioridad, a un número de actores en turismo (agencias, mayoristas y tour operadores) quienes a su vez adquieren conocimiento de la ciudad de Bogotá como destino turístico y, con ello logran ofrecer la capital del país entre sus clientes potenciales, multiplicando de esta manera, la promoción turística.

Ahora bien, el nivel de conocimiento que reciben los actores, sobre Bogotá como destino turístico, varía por cada tipo de actividad que se realiza. Las actividades en las cuales los comercializadores de turismo realizan una visita presencial en la ciudad, generan mucho mayor conocimiento del destino que aquellas en las cuales la ciudad se da a conocer mediante medios virtuales únicamente. Por consiguiente, el nivel de conocimiento adquirido por el empresario, sobre Bogotá como destino turístico, varía en proporción con el tipo de actividad recibida por el asistente a las actividades dadas por la Subdirección de Promoción y Mercadeo. Así mismo, la cantidad de personas que reciben promoción turística por parte del empresario, y a partir de las actividades lideradas por la Subdirección, varía según el nivel de conocimiento adquirido en las mismas. Esto ya que, entre más conocimiento se tiene de un destino turístico, más capacidad de promocionarlo ante un mayor número de clientes potenciales. Así las cosas, los niveles proyectados de difusión de la promoción turística, por parte de empresarios hacia turistas potenciales, varían en relación con el tipo de actividad a la cual asistió el empresario. Se estima que dichos niveles son:

- Nivel Superior: Rueda de Negocios y Fam Trips, logran multiplicar la promoción turística en una relación de 1 empresario a 30 turistas potenciales. Lo anterior, teniendo en cuenta

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

el contacto directo que tiene el empresario al visitar el destino, vivir las experiencias ofertadas y, conocer en las ruedas de negocios y espacios de networking la proveduría y los operadores que ejecutan las rutas o las experiencias, de esta manera. Es posible que se presenten ocasiones para el cierre de negocios durante el mismo evento.

- Nivel Medio: Workshop y Misiones comerciales, logran multiplicar la promoción turística en una relación de 1 empresario a 20 turistas potenciales. Lo anterior, ya que si bien se pone en contacto a los tour operadores con las agencias mayoristas de los destinos objetivo, es Bogotá quien se desplaza al lugar de origen de estos mercados, llevando oferta digital, material POP, audiovisual o con algún tipo de activación. Esto permite acercar al destino a los mayoristas, aunque al no ser una visita *in situ* carece de algunos elementos que permitan tomar decisiones de compra o venta del destino de manera más rápida, y con ello una mayor multiplicación de la promoción turística.
- Nivel Inferior: Capacitaciones, logran multiplicar la promoción turística en una relación de 1 empresario a 20 turistas potenciales. Lo anterior, ya que las capacitaciones constituyen una herramienta de información sobre el destino, que, no obstante, no trascienden el ámbito informativo, omitiendo la interacción con el público, y a veces asincrónicas. En conclusión, constituyen un abre bocas del destino, y como resultado su efecto multiplicador es el más reducido de todas las actividades.

Con base en las descripciones anteriores, a continuación, se relacionan los multiplicadores correspondientes:

| Multiplicadores | Nuevo valor |
|-----------------|-------------|
| Workshop | 20 |
| FAM trip | 30 |
| Rueda | 50 |
| Capacitación | 10 |

| | | | |
|--|---|------------------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| <p>Código DE-F39</p> | <p>Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión</p> | <p>Versión: 1</p> | <p>Fecha de Aprobación: 29/12/2020</p> |

| | |
|----------------------|----|
| Misiones comerciales | 20 |
|----------------------|----|

17.3.3 Meta 3: Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá.

El sector MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) es el turismo de negocios en el cual el viaje está motivado por la realización de actividades laborales o profesionales por la asistencia a reuniones de negocio, congresos, convenciones, viajes de incentivo y otras reuniones similares.

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

Teniendo en cuenta lo anterior, esta actividad contempla las siguientes acciones que permitirán cumplir el propósito:

- Contratación del talento humano idóneo que permita dar soporte a las acciones que se desarrollen para apoyar al cumplimiento de la meta.
- Realizar acercamientos con clientes potenciales que permitan la captación de distintos eventos que tengan sede en la ciudad de Bogotá.
- Realizar el apoyo necesario y que permita la realización de postulaciones a distintas candidaturas.
- Realizar la caracterización de la oferta de MICE para Bogotá.
- Realización de viajes de familiarización del segmento de MICE que permitan dar a conocer las instalaciones y las ventajas del desarrollo de eventos en la capital colombiana.

Respecto a las variables que se tendrán en cuenta y que se sumarán para medir el correspondiente cumplimiento son:

- Evento captado.
 - o Variable de medición: Número de eventos captados.
- Elaboración de documento que revela la mayor cantidad de información y respuestas posibles a los requerimientos, necesidades que tiene un iniciador, promotor u organizador

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

de eventos sobre un destino. Tiene contenido informativo, gráfico e ilustrativo sobre las bondades y facilidades de un destino para acoger un evento.

- Variable de medición: Número de documentos elaborados.

17.3.4 Meta 4: Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá

Es necesario contar con los canales de información que cumplan con las características cambiantes de la demanda nacional e internacional y que cuenten con financiación para su operación.

Teniendo en cuenta lo anterior, esta actividad contempla las siguientes acciones que permitirán cumplir el propósito:

- Contratación del talento humano idóneo que permita dar soporte a las acciones que se desarrollen para apoyar al cumplimiento de la meta.
- Realizar recorridos (físicos - virtuales) mostrando la oferta turística de Bogotá
- Realizar la medición respecto a la calidad del servicio en consultas y recorridos a través de la Red de Información Turística.

Respecto a las variables que se tendrán en cuenta y que se sumarán para medir el correspondiente cumplimiento son:

- Realizar recorridos (físicos y virtuales) mostrando la oferta turística de Bogotá
 - Variable de medición: Número de personas que participaron en los recorridos
- Atender consultas de residentes nacionales y extranjeros a través de la Red de Información Turística
 - Variable de medición: Número de consultas realizadas por turistas en la ciudad, a través de los distintos canales de información
- Realizar recorridos (físicos - virtuales) mostrando la oferta turística de Bogotá
 - Variable de medición: Número de recorridos realizados mostrando la oferta turística de Bogotá.

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo</p> | INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | |
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |

17 INFORMACIÓN DEL GERENTE

Nombre: Juan José Lamar Montoya

Cargo: Subdirector de Promoción y Mercadeo

Entidad: Instituto Distrital de Turismo

Correo electrónico: juan.lamar@idt.gov.co

Teléfono: 2170711 ext.119

Formuladores del Proyecto:

Natalia Andrea Echavarría Reina – Funcionaria - natalia.echavarria@idt.gov.co

Solanlly Castellanos Rincón – Contratista - solanlly.castellanos@idt.gov.co

Erika Tatiana Barbón Acuña – Contratista – erika.barbon@idt.gov.co

Jessica Paola Algarra Tovar – Contratista – jessica.algarra@idt.gov.co

Juan José Lamar Montoya - Subdirector de Promoción y Mercadeo - juan.lamar@idt.gov.co

18 CONTROL DE CAMBIOS DEL DOCUMENTO

| Versión / Fecha | Modificación | Descripción de la modificación y Observaciones |
|-----------------|--|---|
| V1 17/06/2020 | | Versión inicial, creación proyecto. |
| V2 21/09/2020 | <ul style="list-style-type: none"> - Inclusión de la definición y descripción de la meta - Reprogramación de la meta 3 “Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo | <ul style="list-style-type: none"> - Se realiza la descripción de la meta y las actividades a realizar. - Se cambia la magnitud de la meta del año 2020 y se suma en el año 2021. |



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| | | |
|---------------|---|---|
| | <p>y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá”</p> <ul style="list-style-type: none">- Reprogramación del indicador de gestión, respecto al número de informes a presentar | <ul style="list-style-type: none">- Reprogramación del indicador de gestión del número de informes totales a 10, con 2 reportes por vigencia. |
| V3 29/09/2020 | <ul style="list-style-type: none">- Ajuste presupuestal entre metas del proyecto (Traslado de \$24.600.000 de la meta: “Impactar a 400 mil personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19” a la meta: “Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá” | <ul style="list-style-type: none">- Se realiza ajuste del DTS y de la ficha del proyecto. |
| V4 09/11/2020 | <ul style="list-style-type: none">- Ajuste presupuestal entre metas del proyecto Traslado de \$25.800.000 de la meta: “Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá” a la meta: “Impactar a 400 mil personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19”.- Así mismo, se realiza el Traslado de \$86.167.541 de la meta: “Impactar a 400 mil personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del | <ul style="list-style-type: none">- Se realiza ajuste del DTS y de la ficha del proyecto |



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| | | |
|---------------|---|--|
| | <p><i>turista en el marco de la emergencia del Covid 19". Traslado de \$72.136.792 de la meta: "Atender 1 millón de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá" a la meta de: "Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá."</i></p> | |
| V5 26/11/2020 | <ul style="list-style-type: none">- Ajuste presupuestal entre metas del proyecto realizando traslado de \$235.516.808 de la meta: "Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá" a la meta: "Impactar a 400 mil personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19".- Así mismo, se realiza el traslado de \$100.000.000 de la meta: <i>Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá.</i>" A la meta: "Impactar a 400 mil personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19".- Por otro lado, se realiza el traslado de \$10.000.000 de la meta "Atender 1.000.000 | <ul style="list-style-type: none">- Se realiza ajuste del DTS y de la ficha del proyecto |



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| | | |
|---------------|--|--|
| | <p><i>de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá” a la meta: “Impactar a 400 mil personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19”.</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Finalmente, se realiza el traslado de \$3.733.333 de la meta “Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá” a la meta: <i>Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá.”</i> | |
| V6 18/12/2020 | <ul style="list-style-type: none">- Ajuste presupuestal entre metas del proyecto Traslado de \$12.083.334 de la meta: “Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá” a la meta: <i>“Impactar a 400 mil personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19”.</i> | <ul style="list-style-type: none">- Se realiza ajuste del DTS y de la ficha del proyecto |
| V7 28/12/2020 | <p>Ajuste presupuestal en el DTS corrigiendo un error en las versiones 5 y 6, por error en la asociación de la meta vinculada a la línea 788 en el PAA, quedando de la siguiente forma:</p> <ul style="list-style-type: none">• Vr 5: | <ul style="list-style-type: none">- Se realiza ajuste del DTS y de la ficha del proyecto |



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| | | |
|--|---|--|
| | <p>-Se realiza el traslado de \$3.733.333 de la meta <i>“Impactar a 400 mil personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19”</i> a la meta: <i>Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá.”</i></p> <p>-Se realiza el traslado de \$3.500.000 de la meta <i>“Impactar a 400 mil personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19”</i> a la meta: <i>“Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá.”</i></p> <p>-Así mismo, se realiza el traslado de \$100.000.000 de la meta: <i>Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá.”</i> A la meta: <i>“Impactar a 400 mil personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19”.</i></p> <p>-Ajuste presupuestal entre metas del proyecto realizando traslado de \$235.516.808 de la meta: <i>“Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá”</i> a la meta: <i>“Impactar a 400 mil personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19”.</i></p> | |
|--|---|--|



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| | | |
|---------------|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Vr 6: -Ajuste presupuestal entre metas del proyecto Traslado de \$5.316.667 de la meta: “Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá” a la meta: “Impactar a 400 mil personas mediante la implementación de una estrategia de promoción y mercadeo de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19”. <p>Finalmente se realiza el Ajuste presupuestal del proyecto para la vigencia 2021 de acuerdo al presupuesto aprobado según Acuerdo 390 de 2020 del Concejo de Bogotá.</p> | |
| V8 30/01/2021 | <ul style="list-style-type: none">- Actualización de la programación anual de actividades.- Actualización de formato | <ul style="list-style-type: none">- Se actualiza el Documento Técnico de Soporte - DTS de acuerdo con la programación del Plan de Acción para la vigencia 2021, según los resultados obtenidos con el cierre del año 2020.- Se emplea el formato DE-F29 Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión. |
| V9 04/05/2021 | <ul style="list-style-type: none">- Ajuste presupuestal del proyecto correspondiente al ingreso de \$40.286.000 por convenio interadministrativo a desarrollarse entre el IDT e IDARTES, los cuales se ingresarán en la meta de “Impactar a 2 millones de personas a través de la implementación de un programa de promoción y mercadeo orientado a la | <ul style="list-style-type: none">- Se actualiza el Documento Técnico de Soporte – DTS ingresando \$40.286.000 a la meta de “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 |



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| | | |
|-----------------|--|---|
| | recuperación y fortalecimiento de la actividad turística de la ciudad de Bogotá.” | turística de la ciudad de Bogotá.” Así mismo, con estos recursos, se busca reforzar la promoción de Bogotá como destino turístico líder a nivel Colombia y en el extranjero. |
| V10 30/08/2021 | <ul style="list-style-type: none">- Aplicación del Multiplicador para el desarrollo de actividades de promoción y mercadeo- Actualización programación de la meta “Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá” para vigencia 2021 y 2022. | <ul style="list-style-type: none">● Se incorpora la información concerniente a la aplicación del efecto multiplicador sobre el desarrollo de actividades lideradas por la Subdirección de Promoción y Mercadeo.● Se actualizan las cantidades programadas en los indicadores de producto de la meta “Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá” Esta actualización corresponde a realizar en el indicador “Recorridos realizados” en donde se desarrollarán para la vigencia 2021 un total de 400 recorridos y para la vigencia 2022 de 350. Asimismo, se hizo la actualización del indicador de “Turistas atendidos” para la vigencia 2021 de 40.400 y para la vigencia 2022 de 439.600. |
| V 11 07/09/2021 | <ul style="list-style-type: none">- Ajuste presupuestal del proyecto correspondiente al traslado presupuestal de \$1.000.000.000 provenientes del proyecto 7705, el marco del Acuerdo 816 de 2021 “Por el cual se efectúan unas modificaciones en materia hacendaria para el Rescate Social y Económico, se garantiza | Se actualiza el Documento Técnico de Soporte – DTS por traslado presupuestal de \$1.000.000.000, los cuales serán distribuidos en 2 metas: La primera meta de: |



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| | | |
|--|--|--|
| | <p><i>la operación de Sistema de Transporte Público y se dictan otras disposiciones”</i></p> | <ul style="list-style-type: none">- “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”, meta que contaba para el periodo 2020 – 2024 con un presupuesto de \$16.578.147.519 y para la vigencia 2021 con \$3.548.047.000; teniendo en cuenta esto y con el ingreso de los recursos correspondientes a \$800.000.000, queda para el periodo 2020 – 2024 de \$17.378.147.519 y para la vigencia 2021 con \$4.348.047.000 <p>La segunda meta de:</p> <ul style="list-style-type: none">- “Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá”, meta que contaba para el periodo 2020 – 2024 con un presupuesto de \$4.285.304.566 y para la vigencia 2021 de \$600.000.000; teniendo en cuenta esto y con el ingreso de los recursos correspondientes a \$200.000.000, queda para el periodo 2020 – 2024 de \$4.485.304.566 y para la vigencia 2021 con \$800.000.000 <p>Así mismo, con estos recursos, se busca reforzar la promoción de Bogotá como</p> |
|--|--|--|



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| | | |
|-----------------|---|--|
| | | destino turístico líder a nivel Colombia y en el extranjero y la captación de eventos que se desarrollen en la ciudad de Bogotá aportando a la reactivación de la ciudad. |
| V 12 22/09/2021 | <ul style="list-style-type: none">- Se reversa el proceso de recomposición, teniendo en cuenta que a la fecha no se ha hecho efectivo el traslado presupuestal de \$1.000.000.000 provenientes del proyecto 7705, el marco del Acuerdo 816 de 2021 <i>“Por el cual se efectúan unas modificaciones en materia hacendaria para el Rescate Social y Económico, se garantiza la operación de Sistema de Transporte Público y se dictan otras disposiciones”</i>- Ajuste presupuestal entre metas del proyecto, realizando traslado de \$30.000.000 de la meta <i>“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”</i> para la meta de <i>“Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá”</i>- Ajuste presupuestal entre metas del proyecto, realizando traslado de \$18.106.000 de la meta <i>“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”</i> para la meta de <i>“Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes</i> | <ul style="list-style-type: none">- Se reversa el proceso de recomposición del traslado presupuestal de \$1.000.000.000. Correspondiente a 800.000.000 para la meta de <i>“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”</i> y de \$200.000.000 para la meta de <i>“Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá”</i>- Se realiza ajuste del DTS |



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| | | |
|-----------------|---|---|
| | eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá” | |
| V 13 24/09/2021 | <ul style="list-style-type: none">- Ajuste presupuestal entre metas del proyecto, realizando traslado de \$2.838.381 de la meta de <i>“Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá”</i> (con presupuesto inicial en la vigencia de \$620.662.000 y que con el movimiento de saldos queda con un presupuesto de \$617.823.619) para la meta de <i>“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”</i> (con presupuesto inicial en la vigencia de \$3.499.941.000 y que con el movimiento de saldos queda con un presupuesto de \$3.502.779.381) | <ul style="list-style-type: none">- Se realiza ajuste del DTS por ajuste presupuestal. |
| V 14 15/10/2021 | <ul style="list-style-type: none">- Ajuste presupuestal del proyecto correspondiente al traslado presupuestal de \$1.000.000.000 provenientes del proyecto 7705, el marco del Acuerdo 816 de 2021 <i>“Por el cual se efectúan unas modificaciones en materia hacendaria para el Rescate Social y Económico, se garantiza la operación de Sistema de Transporte Público y se dictan otras disposiciones”</i> | <p>Se actualiza el Documento Técnico de Soporte – DTS por traslado presupuestal, el cual fue aprobado por la Secretaria de Hacienda por un valor de \$1.000.000.000, los cuales serán distribuidos en 2 metas:</p> <p>La primera meta de:</p> <ul style="list-style-type: none">- <i>“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”, meta que contaba para el periodo 2020 – 2024 con un presupuesto</i> |



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| | | |
|-----------------|---|--|
| | | <p>de \$16.532.879.900 y para la vigencia 2021 con \$3.502.779.381; teniendo en cuenta esto y con el ingreso de los recursos correspondientes a \$800.000.000, queda para el periodo 2020 – 2024 de \$17.332.879.900 y para la vigencia 2021 con \$\$ 4.302.779.381</p> <p>La segunda meta de:</p> <ul style="list-style-type: none">- “Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá”, meta que contaba para el periodo 2020 – 2024 con un presupuesto de \$4.303.410.566 y para la vigencia 2021 de \$618.106.000; teniendo en cuenta esto y con el ingreso de los recursos correspondientes a \$200.000.000, queda para el periodo 2020 – 2024 de \$4.503.410.566, y para la vigencia 2021 con \$818.106.000 <p>Así mismo, con estos recursos, se busca reforzar la promoción de Bogotá como destino turístico líder a nivel Colombia y en el extranjero y la captación de eventos que se desarrollen en la ciudad de Bogotá aportando a la reactivación de la ciudad.</p> |
| V 15 12/11/2021 | <ul style="list-style-type: none">- Ajuste presupuestal entre metas del proyecto, realizando traslado de \$12.386.773 de la meta de “Impactar a 2 millones de personas a través de la | Se realiza ajuste del DTS por ajuste presupuestal de movimiento entre metas del proyecto de inversión. |



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| | | |
|-----------------|--|---|
| | <p>implementación de un programa de promoción y mercadeo orientado a la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística de la ciudad de Bogotá” (con presupuesto inicial en la vigencia de \$4.302.779.381 y que con el movimiento de saldos queda con un presupuesto de \$4.290.392.608) para la meta de “Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá” ” (con presupuesto inicial en la vigencia de \$617.823.619 y que con el movimiento de saldos queda con un presupuesto de \$630.210.392)</p> | |
| V 16 26/11/2021 | <ul style="list-style-type: none">- Ajuste presupuestal entre metas del proyecto, realizando traslado de \$22.120.000 de la meta de Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá (con presupuesto inicial en la vigencia de \$818.106.000 y que con el movimiento de saldos queda con un presupuesto de \$795.986.000). Asimismo, se realiza traslado de \$6.000.000 de la meta de “Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá (con presupuesto inicial en la vigencia de \$630.210.392 y que con el movimiento de saldos queda con un presupuesto de \$624.210.392). Los traslados presupuestales realizados en dichas metas son asignados a la meta de “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 | <ul style="list-style-type: none">- Se realiza ajuste del DTS por ajuste presupuestal de movimiento entre metas del proyecto de inversión.- Se actualizan las cantidades programadas en las metas de Plan de Desarrollo y Proyecto de inversión en la de “Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá” Esta actualización corresponde a realizar para la vigencia 2021 un crecimiento en la meta pasando de 3 a un total de 5 eventos captados y 1 para cada vigencia en los años 2023 y 2024. Dicha modificación es en razón a la disminución de medidas de confinamiento relacionadas con la pandemia Covid-19, se ha |



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| | | |
|-----------------|---|--|
| | <p>actividad turística de la ciudad de Bogotá” (con presupuesto inicial en la vigencia de \$4.290.392.608 y que con el movimiento de saldos queda con un presupuesto de \$4.318.512.608).</p> <ul style="list-style-type: none">- Actualización programación de la meta “Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá” para vigencia 2021, 2023 y 2024. | <p>presentado la posibilidad de realizar más eventos presenciales, por lo cual se ha logrado una mayor captación de eventos a la esperada para esta vigencia. Por esta razón se requiere hacer la reprogramación de la meta de "Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá " para las vigencias 2021, 2023 y 2024, adicionando 2 eventos, uno del año 2023 y uno del año 2024, a la meta del año 2021.</p> |
| V 17 02/12/2021 | <ul style="list-style-type: none">- Ajuste presupuestal entre metas del proyecto, realizando traslado de \$16.500.000 de la meta de “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” (con presupuesto inicial en la vigencia de \$4.318.512.608 y que con el movimiento de saldos queda con un presupuesto de \$ 4.302.012.608) para la meta de “Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá” ” (con presupuesto inicial en la vigencia de \$624.210.392 y que con el movimiento de saldos queda con un presupuesto de \$640.710.392) | <ul style="list-style-type: none">- Se realiza ajuste del DTS por ajuste presupuestal de movimiento entre metas del proyecto de inversión. |
| V18 30/12/ 2021 | <ul style="list-style-type: none">- Actualización de la programación anual de actividades en las metas del proyecto para el 2022: | <ul style="list-style-type: none">- Se actualiza el Documento Técnico de Soporte - DTS de |



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Código DE-F39 | Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión | Versión: 1 | Fecha de Aprobación: 29/12/2020 |
|-------------------------|---|----------------------|---|

| | | |
|--|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none">- Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá, por valor de: \$486.241.628;- Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá, por valor de \$624.335.889.- 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, por valor de \$2.818.355.483. <p>Los anteriores cambios dejan un valor total del proyecto para 2022 de \$ 3.928.933.000</p> | acuerdo con la programación del Plan de Acción para la vigencia 2022, según los resultados obtenidos con el cierre del año 2021. |
|--|---|--|