

RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS FORMULADAS DURANTE LA AUDIENCIA PÚBLICA DE RENDICIÓN DE CUENTAS DEL IDT 24 DE MARZO DE 2023

1. ***Sabemos que el Instituto Distrital de Turismo está trabajando en la Política Pública de Turismo ¿Cómo va eso y cómo beneficia a los que trabajan en el sector turismo?*** (Pregunta en video de Martha Otero).

La Política Pública Distrital de Turismo fue oficialmente aprobada por el Consejo de Política Económica y Social del Distrito CONPES, en sesión del 30 de marzo de 2023. Esta Política intervendrá un problema socialmente relevante (baja capacidad del sistema turístico distrital para consolidar a Bogotá-región como un destino turístico inteligente, sostenible y que fomente el desarrollo económico y social de la ciudad-región), que limita el desarrollo económico, social y territorial de la Bogotá-región y que afecta negativamente derechos fundamentales de las poblaciones y los territorios. Esto, a través de un conjunto de objetivos, respuestas y acciones diferenciales, intersectoriales, estratégicas y de largo plazo, que desarrollan orientaciones internacionales, nacionales y distritales y que se integran con instrumentos de planeación de menor estructuralidad.

De esta forma, la política cuenta con los siguientes impactos y beneficios en el sector turismo:

- Orientación estratégica a 10 años mediante lineamientos intersectoriales.
- Fortalecimiento de la cadena de valor del sector turismo a través de procesos de encadenamiento productivo.
- Mejor gobernanza del Sistema Turístico con la implementación del Modelo de Destino Turístico Inteligente.
- Contribución al cumplimiento de los Objetivos del Desarrollo Sostenible.
- Impulso del cambio tecnológico del sector, mejorando la competitividad de Bogotá región como destino.
- Incentivos para la innovación a los que pueden acceder los prestadores de servicios turísticos.
- Mejores condiciones para el crecimiento del sector y sectores asociados, lo que implica nuevas y mejores oportunidades de negocio.
- Contribución al derecho de la participación incidente, mediante ejercicios de planeación participativa y la conformación de 20 consejos locales de turismo.
- Fortalecimiento de las capacidades locales para el desarrollo turístico, a través de la formulación e implementación de los planes de gestión turística local.
- Fomento a la reactivación de un sector que promueve el desarrollo de múltiples sectores asociados.
- Impulso al turismo comunitario y su visibilización como factor de desarrollo económico y social.
- Fortalecimiento de las localidades como destino y afianzamiento de la identidad local.

2. *¿Qué hizo el Instituto Distrital de Turismo el año pasado para promover el turismo cultural?* (Pregunta en video de Ángel Pájaro).

Durante el 2022 el Instituto Distrital de Turismo (IDT), con relación a esta tipología de turismo, realizó diferentes actividades que potencializaron y promovieron el turismo cultural en la ciudad y la región:

Producto Ruta Leyenda El Dorado: Este producto fue la articulación del IDT con el Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca (IDECUT) y Secretaría de Turismo de Boyacá en el marco del producto Ruta Leyenda El Dorado (RLD), cuyo objetivo principal es resaltar y dar a conocer los atractivos culturales, históricos y ancestrales asociados a la Cultura Muisca y la Leyenda El Dorado que hacen de Bogotá, Cundinamarca y Boyacá lugares únicos. Para esto, realizamos actividades tales como visitas de reconocimiento y proyección de acciones para el sendero Camino del Indio – Camino de Meta, localizado al nororiente capitalino con el fin de adecuarlo y posicionarlo como atractivo turístico en el marco del producto RLD.

Sumado a esto, durante el año se tuvieron diferentes reuniones con las autoridades y demás comunidad de los cabildos muisca de las localidades de Bosa y Suba, al igual que con las de los cabildos de Sesquilé, Cota y el Resguardo Indígena de Chía, con el fin de socializar el producto RLD y establecer acuerdos en torno a los contenidos interpretativos de las señales dispuestas en el marco de dicho producto.

En cuanto a la formación en torno al producto RLD, el 14 de mayo se dio inicio a la ejecución del contrato FNTC-061-2022, en el marco del proceso FNTP-096-2020 "Realizar un diplomado virtual en apropiación de la cultura Muisca dirigido a las personas pertenecientes a la cadena de valor del turismo, de los municipios que hacen parte de la Ruta Leyenda El Dorado". Los días 22 y 30 de marzo el IDECUT, IDT, Consorcio RLD y Fontur realizaron mesas de trabajo para la revisión de los contenidos que se abordaron en el diplomado, los cuales fueron: Cultura Muisca, electiva: Diseño de Paquete Turístico asociado a la cultura Muisca, electiva: Actividades de guianza turística, electiva: Restaurantes de cocina tradicional y electiva: hospedaje temático.

Durante el mes de abril se adelantó el proceso de inscripción y recolección de documentación de los interesados, el 13 de mayo se realizó el acto de apertura al diplomado y el 16 de mayo se dio apertura a las clases.

En este proceso se benefició a más de 200 participantes de la cadena de valor del turismo de los municipios que hacen parte de la Ruta Leyenda El Dorado (Bogotá, Tausa, Sutatausa, Sesquilé, Nemocón, Zipaquirá, Tocancipá, Tenjo, Facatativá, La Calera, Soacha, Pasca, Choachf, Chia, Cota, Villapinzón, Sopó, Tabio, Ubaque, Guatavita, Sibaté y Suesca, Tópaga, Sogamoso, Iza. Cuitiva, Tota, Tunja, Villa de Leyva, Ráquira, Chiquinquirá y Paipa).

El diplomado se realizó en dos fases: 60 horas de capacitación en temáticas generales asociadas a la Cultura Muisca y 60 Horas de hasta 4 electivas de temas relevantes de acuerdo con las distintas actividades y prestación de servicios turísticos alrededor de la Ruta Leyenda del Dorado.

El acto de clausura del diplomado se realizó el 3 de agosto del 2022, en el que intervinieron la Gerente del IDECUT, la Directora del IDT, los funcionarios de FONTUR y el Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Los diplomas a entregar se dividieron en dos fases: la primera, la Cultura Muisca, y la segunda, las electivas que hayan cursado los participantes, el total de graduados es de 279, discriminados de la siguiente manera: Bogotá 143, Cundinamarca 90 y Boyacá 46.

El 24 de agosto se realizó la mesa de encadenamientos virtual de 8:00 am a 10:00 am, este espacio fue diseñado para que los participantes en el Diplomado de Apropiación de la Cultura Muisca conocieran algunas iniciativas con las cuales puedan desarrollar encadenamientos y con ello generar redes de asociatividad que fortalezcan el producto turístico Ruta Leyenda El Dorado. En esta franja de dos horas se socializaron 3 alojamientos, 3 agencias de viajes, 3 restaurantes y 3 actividades de guianza que se desarrollan actualmente y que pueden ser de inspiración para generar conexiones entre operadores o para fortalecer los emprendimientos o iniciativas.

Finalmente, en articulación con el IDECUT, hicimos posible la participación de 20 cabildantes de las 5 comunidades indígenas muisca en el Foro Mundial de Negocios Indígenas realizado en la ciudad de Villavicencio y donde tuvieron la posibilidad de intercambiar experiencias productivas en torno a la actividad turística y socializar a los demás asistentes su participación en el producto RLD.

Noche de Museos: En aras de favorecer, posicionar y potencializar la oferta museográfica de la ciudad, durante el 2022 el IDT en articulación con la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE) y la Mesa de Museos de Bogotá, se realizaron dos noches de Museos (18 de mayo y 11 de noviembre) para las cuales se realizaron las siguientes acciones:

- Diseño de piezas gráficas: la agencia creativa del IDT dando continuidad y mayor impacto al lema “El poder de los museos” buscó testimonios reales de personas (locales y extranjeras) para preguntarles ¿Cómo te inspiran los museos? y así destacar las emociones y vivencias que surgen en las personas cuando visitan los museos. Se realizó un registro fotográfico de las personas que dieron sus testimonios, y con ello se diseñaron las piezas gráficas resaltando el color y elementos de la imagen sugerida por el ICOM.
- Promoción y divulgación de piezas gráficas: Desde el martes 3 mayo hasta el 18 de mayo a través de las redes propias del IDT se realizó promoción y divulgación invitando a participar en la Noche de Museos de Bogotá.
- Diseño de piezas gráficas: la agencia creativa del IDT dando continuidad y mayor impacto al lema “El poder de los museos” buscó testimonios reales de personas (locales y extranjeras) para preguntarles ¿Cómo te inspiran los museos? y así destacar las emociones y vivencias que surgen en

las personas cuando visitan los museos. Se realizó un registro fotográfico de las personas que dieron sus testimonios, y con ello se diseñaron las piezas gráficas resaltando el color y elementos de la imagen sugerida por el ICOM.

- Promoción y divulgación de piezas gráficas: Desde el martes 3 mayo hasta el 18 de mayo, a través de las redes propias del IDT, se realizó promoción y divulgación invitando a participar en la Noche de Museos de Bogotá.
- Dinamización del evento - 6 Guías de Turismo: Los guías personificaron un voceador (personaje histórico) anunciando la agenda de la noche de museos, datos de los museos o de la localidad y apoyando la movilidad para que los espacios de los museos no se vean tan congestionados, su labor principal fue promover que la gente accediera a la oferta de esa noche. Se ubicaron en la localidad de La Candelaria y Santa Fe en un horario de 5:00 pm a 9:00 pm.
- 12 encuestadores ubicados en las localidades de La Candelaria, Santa Fe, Ciudad Bolívar, San Cristóbal, Engativá, Usaquén y Fontibón apoyaron la medición del evento con el objetivo de identificar las características de los públicos y la experiencia de participación, motivación frente a la participación del evento, medios por los cuales se informaron del evento y el grado de satisfacción.
- Se gestionó acompañamiento de la Policía, se contó con 6 de ellos, quienes estuvieron ubicados en el Museo de Bogotá, Museo del Oro - Banco de La República, Museo Casa del Florero y Museo Santa Clara el servicio fue desde las 5:00 pm hasta las 10:00 pm.
- Cubrimiento del evento: el equipo de Comunicaciones y la Subdirección de Mercadeo realizó el 18 de mayo cubrimiento del evento. Como resultado, se realizaron tomas fotográficas y videográficas, asimismo se realizaron publicaciones en las redes propias de la entidad.

Dando como resultado en cifras:

- **2022 I:** Asistieron 39.014 personas, encuestando en total a 441 de ellas. Como resultado se obtuvo que el 91,4% de los asistentes encuestados residen en la ciudad de Bogotá, el 3,4% fueron turistas nacionales, el 2%, correspondió a turistas internacionales y el 3,2% a excursionistas.
- **2022 II:** Asistieron 39.014 personas. De los 9 museos seleccionados para esta medición se realizaron en total 201 encuestas. Como resultado se obtuvo que el 83,5% de los asistentes encuestados residen en la ciudad de Bogotá, el 12,4% fueron turistas nacionales, el 3,5%, correspondió a turistas internacionales y el 0,5% a excursionistas.

Lo que da cuenta y potencializa la intención de hacer turistas a residentes, entendiendo que con esto se promueve el sentido de pertenencia local y la ciudadanía se convierte en anfitriona de la ciudad y su cultura.

Recorridos históricos, patrimoniales y arquitectónicos Cementerio Central de Bogotá: En el marco del turismo cultural, para el IDT es fundamental el reconocimiento y posicionamiento de los diferentes espacios

con potencial turístico en la capital del país, es por esto que para el 2022 se realizó, después de una serie de reuniones y articulación con la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos (UAESP) se estructuró y presentó la segunda edición de los Recorridos históricos, patrimoniales y arquitectónicos en las instalaciones del Cementerio Central de Bogotá, para esta edición se mantiene en la elipse central, sin embargo, se ajusta el trazado versus al de la vigencia 2021, en 2021 se tenía 27 puntos y para este año se tienen 24, esta dinámica se da por la incorporación de los nuevos personajes, la diferencia se puede observar de manera gráfica:

Encontrando en el recorrido personajes caracterizados que contarán su historia, entre estos personajes estarán el General Santander, Leo Siegfried Kopp, Alfonso López Pumarejo, José Asunción Silva, la Loca Margarita, la Pobre Viejecita contando la historia de Rafael Pombo, entre otros.

Como resultados obtenidos de esta actividad tuvimos más de 7000 visitantes en los 21 días de operación, posicionando así este recorrido en la actividad turística de la ciudad.

Recorrido de apropiación patrimonial e histórica del Hospital San Juan de Dios: En línea similar al propósito de los recorridos históricos, patrimoniales y arquitectónicos en el Cementerio Central, para el 2022 desde el IDT se construye y propone a la Secretaría Distrital de Salud (SDS) y al Instituto Distrital de Patrimonio Cultural (IDPC) la realización de una estrategia de reconocimiento y posicionamiento del Complejo Hospitalario San Juan de Dios, para lo cual, durante la primera mitad de año realizamos diferentes reuniones y recorridos de validación entre las entidades y con la comunidad aledaña al Hospital, con el fin de construir en conjunto esta nueva experiencia para la ciudad.

El día 28 de octubre de 2022 se da inicio oficial a la operación de los Recorridos de apropiación patrimonial e histórica del Hospital San Juan de Dios los cuales, durante 12 días que duró la oferta, obtuvo como resultado más de 1000 personas que tuvieron la oportunidad de reconocer este maravilloso espacio de la ciudad, que al igual que otros tantos, tenemos la voluntad y la intención de posicionarlo como una de las joyas históricas, patrimoniales y arquitectónicas de la ciudad lo que a su vez permitirá sumarla a la oferta cultural de Bogotá.

Estas son solo 4 de las diferentes acciones que realizamos durante el 2022 para el posicionamiento del turismo cultural en la capital del país, es importante mencionar el proceso de diseño, construcción y señalización del Corredor Cultural y Creativo de San Felipe, la construcción narrativa de las Zonas Bajo Puente como insumo para la actividad turística de la ciudad y las visitas y talleres de construcción de narrativas y experiencias para diferentes iniciativas, agencias y guías en el marco de los diferentes productos que adelantamos desde el IDT, que si bien, están enmarcados en otras tipologías de turismo, contribuyen sin duda a la oferta cultural de Bogotá.

3. *¿Qué ha hecho el Instituto Distrital de Turismo para promover a los empresarios del sector en la ciudad?* (Pregunta en video de Yaneth Reina).

Desde el equipo de Desarrollo Empresarial de la Subdirección de Desarrollo y Competitividad del IDT se han adelantado programas de formación y fortalecimiento para los empresarios del turismo en Bogotá, promoviendo el mejoramiento de sus competencias operativas. Durante el 2022, se llevaron a cabo varios procesos de formación:

- Diplomado “*Formación empresarial en turismo y competitividad en la ciudad de Bogotá*”, se certificaron **173** personas así: 69 de la localidad de Suba; 42 de la localidad de Usaquén; 14 de la localidad de Chapinero y 48 de la localidad de Ciudad Bolívar.
- Programa de formación virtual en “Herramientas para el desarrollo empresarial del sector turístico”, en el cual se brindaron conceptos generales sobre Operación y Producto Turístico, Innovación, Marketing y Promoción, Calidad y Sostenibilidad Turística. Durante la clausura se presentó la conferencia “Bogotá Destino Turístico Inteligente” y se realizó la entrega de **25** certificados de asistencia a los Prestadores de Servicios Turísticos (PST), conexos a la cadena de valor y organizaciones comunitarias que culminaron el proceso.
- En el marco del plan de acción de la Política Pública Distrital de Educación Ambiental, el Instituto Distrital de Turismo IDT, de manera articulada con la Secretaría Distrital de Ambiente, realizó el proceso de formación Dinamizadores Ambientales para el Turismo en Bogotá, con el fin de promover el conocimiento de los indicadores ambientales como huella ecológica, índice de calidad del aire y medidas de mitigación y adaptación al cambio climático que permitan hacer un adecuado y consciente uso de los recursos naturales.

Estos, además de diferentes charlas relacionadas con educación financiera, costeo de productos e innovación, en conjunto con la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico.

Por otra parte, se realizaron programas de Fortalecimiento Empresarial:

- A través de un contrato con la UTB se certificaron 84 PST y conexos a la cadena de valor, quienes cumplieron con el desarrollo de su plan de trabajo personalizado, producto del diagnóstico a sus empresas.
- Se realizó una Asistencia Técnica a Prestadores de Servicios Turísticos y conexos sobre el mercado Halal/Muslin Friendly, con el propósito de acercarlos a estas nuevas oportunidades.
- Se llevó a cabo un Webinar sobre “Empleo y ambientes inclusivos”, durante el cual se les socializó a los empresarios los beneficios del Decreto 399 de 2022. Esto se realizó con el apoyo de la SDDE y la fundación ADCI/VOCA.

Adicionalmente, aquellos PST que han venido fortaleciéndose con nuestros procesos, fueron invitados a participar en la Rueda de Negocios RVmbos, de los cuales **22** estuvieron en este evento.

Por su parte, la Subdirección de Mercadeo realizó en los últimos seis meses las siguientes acciones para impulsar el posicionamiento turístico de Bogotá como destino de Turismo de Reuniones:

- En agosto se llevó a cabo en Bogotá el Congreso Nacional de Anato 2022, donde el Instituto Distrital de Turismo hizo la presentación de destino Bogotá ante 792 empresarios del sector entre los cuales asistieron agentes de viajes, mayoristas y operadores de Colombia, entidades de gobierno, empresarios de aerolíneas, hoteles, restaurantes, prensa turística, organismos oficiales y estudiantes de turismo, para generar oportunidades de negocio.
- RVMBO 2022 - (Rueda Vacacional y MICE): Evento organizado por el Instituto Distrital de Turismo – IDT en alianza con la Cámara de Comercio de Bogotá y el Greater Bogotá Convention Bureau, contó con dos momentos importantes para la industria de reuniones y eventos: Por un lado, 15 compradores internacionales de México, Costa Rica, Chile, Argentina, Brasil y Ecuador participaron en la Agenda FAM TRIP-MICE para conocer la oferta turística de Bogotá, y por el otro, en la Rueda de Negocios, donde acudieron 52 vendedores nacionales de Turismo de Reuniones más los 15 compradores internacionales mencionados anteriormente, quienes tuvieron la oportunidad de conocer la oferta de Destino para la realización de eventos competitivos y viajes de incentivos, a través de experiencias, locaciones y servicios de proveeduría que generan oportunidades de negocio a nivel nacional e internacional para los empresarios de la cadena de valor. En esta versión se logró más de 300 citas y más de seis mil millones de pesos en expectativas de ventas.
- A finales de septiembre, el Instituto Distrital de Turismo inauguró durante el Tercer Encuentro Hispanoamericano Travel & MICE Business Summit, el Portal especializado MICE, herramienta digital que coadyuva en el posicionamiento y promoción de la oferta turística de la ciudad a través de la publicación de venues convencionales y no convencionales, así como, de la proveeduría en las diferentes categorías: transporte, organizador/partner, proveedores de servicios y gastronomía; para que empresarios de la industria de reuniones se articulen con aliados para el desarrollo de grandes eventos. Adicionalmente, se hizo una campaña de Google Search para dar a conocer la oferta turística del Portal MICE al mercado internacional logrando visitas significativas en países como Brasil, México y Perú.

En este momento el portal cuenta con 78 proveedores y 103 locaciones inscritas. A través de las cuentas micepromocion@idt.gov.co o info@idt.gov.co, los interesados pueden solicitar su inscripción gratuita.

- Entre enero y marzo del presente año, la Subdirección de Mercadeo del IDT ha realizado reuniones para la presentación de oferta de Turismo de Reuniones con: Ecuador, Perú, Panamá y México, para la captación de eventos.
- Actualmente la Subdirección de Mercadeo realiza la caracterización de locaciones y servicios que construya la narrativa de Bogotá como Turismo de Bodas y la posición como Destino integral para la realización de estos eventos.

4. **¿Qué iniciativas apoyó Fondetur en el 2022 y qué beneficios trajo para el sector?** (Pregunta en video de Juan Sebastián Reyes).

Durante la vigencia 2022, Fondetur logró apoyar e impulsar diferentes iniciativas mediante el desarrollo de 8 convocatorias públicas que permitieron beneficiar diferentes proyectos y obteniendo los siguientes beneficios puntuales por cada una de ellas.



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

- **Convocatoria No 8 - Reactiva turismo 2022:** Estímulos otorgados a 75 prestadores de servicios turísticos y guías profesionales de turismo, con estímulos de 7 millones y 4 millones respectivamente. Estímulos para la ejecución de estrategias que facilitaron la reactivación y productividad del sector, de manera que se convierta en un medio para la integración, el empoderamiento y la generación de ingresos.
- **Convocatoria No 9 – Turismo para el Crecimiento:** Estímulos otorgados a 10 proyectos turísticos, 6 de ellos asociados a la vinculación de grupos poblacionales al sector; y 4 relacionados con el desarrollo del turismo rural. Permitiendo fomentar el desarrollo del sector turístico con enfoque poblacional y en la zona rural de Bogotá, a partir de la ejecución de proyectos turísticos.
- **Convocatoria No 10 - Eventos Turísticos en Bogotá:** Estímulos otorgados a 11 eventos turísticos que materializan las apuestas del sector turístico; promoviendo la llegada, el disfrute, la permanencia y el gasto turístico en la ciudad de Bogotá. Articulando y consolidando eventos turísticos conjuntos, públicos y privados, que materialicen las apuestas del sector turístico, entendiendo la vocación de cada localidad y sus prioridades en materia turística.
- **Convocatoria No 11 – Turismo Desde lo Local:** Estímulos otorgados a 98 empresas, emprendimientos, organizaciones comunitarias, mujeres y jóvenes, asociados a los corredores turísticos en las localidades de Usaquén, Suba, Ciudad Bolívar y Chapinero. Con los recursos destinados por 4 Alcaldías Locales de la ciudad, se destinaron estímulos para que empresarios, emprendedores y nuevas unidades productivas obtengan insumos para implementar los planes de negocios y acciones de mejoramiento.
- **Extensión Convocatoria No 11_ Turismo desde Lo Local:** 86 estímulos monetarios por un monto de hasta tres millones de pesos \$3.000.000 a través de esta extensión se destinaron los recursos que no fueron utilizados en la primera etapa y buscó otorgar estímulos a empresas, emprendimientos, organizaciones comunitarias, mujeres y jóvenes, entre otros, que impulsen la consolidación de sus unidades productivas y proyectos turísticos, asociados a los corredores turísticos en las localidades de Usaquén, Suba y Ciudad Bolívar, contribuyendo así a la reactivación económica, la diversificación del sector turístico y a contrarrestar el cierre de empresas que generó la pandemia.
- **Convocatoria 12 Innova Turismo 2022:** Estímulos otorgados a 8 iniciativas novedosas que apuntaron al fortalecimiento de la competitividad y/o promoción turística de la ciudad. Los estímulos monetarios fueron entregados por valor de hasta \$30.000.000 cada uno, según el monto de la propuesta presentada. Otorgando estímulos para la puesta en marcha de iniciativas novedosas que le apunten al fortalecimiento de la competitividad y/o promoción turística de la ciudad.
- **Convocatoria 13 Ecosistema Digital para las Agencias de Viajes:** Estímulos otorgados a 44 beneficiarios que buscaron fortalecer las capacidades de promoción y comercialización de las agencias de viajes de Bogotá, a través de estrategias de marketing y ecosistemas digitales, los cuales fueron entregados por valor de \$5.000.000 cada uno, según el monto de la propuesta presentada hasta agotar el presupuesto asignado por el IDT. Desarrollando la puesta en marcha de una estrategia de marketing digital para agencias de viajes, que permitan poner de manera efectiva sus productos en el mercado.

- **Extensión Convocatoria No 1_ Turismo y Transformación Digital para las Agencias de Viajes:**
La extensión de la convocatoria Turismo y Transformación Digital para Agencias de Viajes consistió en seleccionar y entregar a 26 agencias de viajes y turismo de Bogotá, un estímulo para la implementación de estrategias digitales que les permitan generar ventajas competitivas para la reactivación y sostenibilidad del sector.

5. ***En mi familia hay guías turísticos, pero no tenemos empresa. ¿Podemos participar en Fondetur?*** (pregunta por escrito en Audiencia Pública de jorgefrancopineda1@gmail.com)

Sí, Fondetur está diseñado para beneficiar e impactar diferentes actores del sector, la intención con cada convocatoria desarrollada es satisfacer la mayor cantidad de necesidades con las que cuenta el sector turismo a nivel distrital, en este sentido se busca beneficiar personas naturales y jurídicas, por tanto los guías turísticos pueden acceder a los estímulos otorgados por Fondetur, siempre y cuando cumplan con los requerimientos y condiciones que se exijan en cada una de la convocatorias ofertadas.

6. ***¿Qué beneficios trae la política pública para la ciudadanía si no somos del sector turístico?*** (Pregunta por escrito en Audiencia Pública de doris130754@gmail.com).

La Política Pública Distrital de Turismo se enfoca en el fortalecimiento integral del destino, lo que repercutirá positivamente en las condiciones económicas, sociales y culturales de Bogotá-región. Allí se destacan las siguientes acciones:

- Consolidación y fortalecimiento de 23 zonas de interés turístico, para el disfrute de turistas, visitantes y residentes de la ciudad.
- Creación de 8 estrategias para la generación de productos turísticos, los cuales pueden ser disfrutados por turistas y residentes de la ciudad.
- Generación de 20 consejos locales de turismo, cuyo trabajo fortalece el vínculo entre Estado y la ciudadanía en torno al mejoramiento integral de la ciudad como destino.
- Creación de un sistema de información turística, que tendrá prestaciones para el acceso a bienes y servicios para toda la ciudadanía.
- Prestadores de servicios turísticos con operación basada en criterios de sostenibilidad, accesibilidad e inteligencia, que permite mejorar los productos, servicios y experiencias a las que acceden turistas y residentes de la ciudad.
- Generación de infraestructuras accesibles para que turistas y residentes con discapacidad, puedan acceder a productos, servicios y experiencias turísticas.
- Consolidación de la identidad cultural de la ciudad región como un destino turístico, posibilitando mejores lógicas de anfitriónazgo e incentivando mejores formas de relacionamiento entre la ciudadanía.

7. ***¿En qué va el proceso de los consejos consultivos locales? ¿Qué enfoque tendrá?, ¿será gremial o se enfocará a fortalecer las organizaciones sociales y comunitarias con enfados* en turismo?*** (Pregunta en audiencia pública por QR de André.@gmail.com) *Se asume error de digitación y se entiende que quiso decir “enfoque”).

El proceso de conformación de los Consejos Consultivos Locales, se iniciará de manera oficial una vez se encuentre aprobada la Política Pública Distrital de Turismo. Se realizarán mesas de trabajo que establecerán el modelo de conformación de dichos Consejos Consultivos. Se espera que estos estén abiertos a todos los actores del sector turístico, que incluyen a prestadores de servicios turísticos, actores sociales, entre otros.

En cuanto a tiempos, se espera que en los meses de junio o julio, se expida la resolución que permita convocar a las elecciones de quienes conformarán estos Consejos Consultivos.

Adicionalmente, durante la vigencia 2022 se desarrollaron procesos de participación ciudadana a través de mesas locales de turismo en las localidades de Usme, Ciudad Bolívar, Bosa, Suba y Usaquén. En estos espacios se congregaron distintos actores de la cadena de valor del turismo, las Alcaldías Locales y el Instituto Distrital de Turismo, para discutir temas estratégicos para el desarrollo del turismo en las localidades. Igualmente, se adelantaron espacios de participación itinerantes en las localidades de Candelaria, Santa Fe, Engativá y Rafael Uribe Uribe, desarrollando actividades de socialización de las convocatorias de FONDETUR, encadenamiento productivo, entre otros.

Estas experiencias son la base para el diseño e implementación de los Consejos Locales de Turismo y los Planes de Gestión Turística Local, contemplados en el marco de la Política Pública Distrital de Turismo.

8. **¿Cuáles son las certificaciones vigentes para agencias de viaje y cómo puedo acceder a ellas?** (Pregunta en audiencia pública por QR de Joxalex7@gmail.com)

Actualmente se viene preparando la convocatoria para dos procesos de formación:

- Diplomado en Innovación y Participación Turística en Bogotá, el cual iniciará en el mes de mayo y próximamente se abrirán inscripciones. Este Diplomado se adelantará en asocio con el IDPAC y los temas a tratar son: Trabajo en equipo, Herramientas de Innovación y Agroecología en la ciudad.
- Programa de Certificación por Competencias, el cuál se realizará mancomunadamente con la SDDE y el SENA y cuya socialización se llevará a cabo el próximo 13 de abril de manera virtual. Esta convocatoria está en las Redes Sociales del IDT y ha sido reforzada con la base de datos de los PST, especialmente del sector hotelero.

9. **¿En qué fechas se abren las nuevas convocatorias de FONDETUR en este 2023 y si van a ser enfocadas en dotación para guías profesionales de turismo y demás actores conexos a la cadena de valor en el turismo?** (Pregunta en audiencia pública por QR de camihuertas_09@hotmail.com)

Desde Fondetur se ha venido adelantando un trabajo arduo con el fin de consolidar, estructurar y desarrollar las convocatorias públicas de la vigencia 2023, de esta forma se tiene proyectado que las primeras convocatorias de este año se lanzarán a la ciudadanía finalizando el mes de abril, las cuales se publicarán en el MiniSite de Fondetur donde cada ciudadano podrá conocerlas y comprender el objetivo de cada una de las convocatorias ofertadas. De esta manera cada ciudadano podrá identificar que se pretende con cada una de ellas y revisar si puede aplicar a los estímulos que se van a otorgar.

10. *¿De qué forma se hace presente el Instituto en la ciudad?* (Pregunta en audiencia pública por QR de tatylopezr@hotmail.com).

Para dar respuesta a esta pregunta es necesario reconocer qué es el IDT así el Instituto Distrital de Turismo de Bogotá es un miembro afiliado a la Organización Mundial de Turismo (OMT), que se encarga de impulsar el desarrollo económico de Bogotá, a través de la promoción de la actividad turística de la ciudad, tendiente en la gestión de mejores condiciones de competitividad y sostenibilidad del destino.

Así pues y, de acuerdo a su misionalidad el Instituto Distrital de Turismo 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.

Adicionalmente, desde el IDT se ofrece a los turistas, visitantes y residentes, realizar recorridos turísticos por el patrimonio histórico, arquitectónico y cultural bogotano, con el propósito de promocionar la oferta turística e incentivar el desplazamiento dentro de la ciudad, propendiendo por un sentido de apropiación, respeto y cuidado. Son recorridos peatonales gratuitos, diseñados para los turistas, visitantes y residentes, con el fin de dar a conocer los diferentes atractivos turísticos de la ciudad.

11. *¿Cómo hacer para que las personas que vienen a Bogotá no tengan ningún comentario desobligante con la ciudad, las personas de Bogotá, el clima, las costumbres de Bogotá? Se presentan entornos como la televisión, programas etc.* (Pregunta en audiencia pública por QR de revistaprestigio1@gmail.com).

En relación a este tema y, muy acorde con la pregunta anterior, una de las líneas de acción del IDT es la promoción y posicionamiento de la ciudad con sus ciudadanos, para esto contamos con diferentes programas tales como: Las estrategias de turismo cultural para los ciudadanos, capacitación en variados temas relacionados con la actividad turística y la cultura, la capacitación en diferentes habilidades y competencias a los miembros de la cadena de valor del turismo y la participación del Instituto con toda la oferta turística distrital en diferentes vitrinas internacionales que contribuyen a posicionar a Bogotá como uno de los mejores destinos de Colombia y sin lugar a dudas, la puerta de entrada de todos nuestros visitantes extranjeros.

Por otra parte, la tarea de garantizar que las personas que visitan Bogotá tengan una experiencia agradable y positiva es un desafío constante para cualquier destino turístico. Como Instituto Distrital de Turismo de Bogotá, hay varias estrategias que se pueden implementar para minimizar los comentarios desobligantes y mejorar la experiencia de los turistas:

- Promover y difundir información precisa y relevante sobre Bogotá, incluyendo sus atractivos turísticos, la cultura, la gastronomía y la historia de la ciudad. Esto puede hacerse a través de la página web del Instituto Distrital de Turismo, en folletos turísticos y en redes sociales.
- Incentivar permanentemente a los actores del sector turístico (hoteles, restaurantes, transporte, etc.) para que brinden un servicio amable y de calidad a los turistas, lo que puede mejorar su percepción de la ciudad y su experiencia en ella.
- Fomentar la seguridad ciudadana en Bogotá a través de estrategias de mercadeo y acciones específicas, lo que puede generar confianza y tranquilidad en los turistas.
- Promover acciones de apropiación de destino que estén orientadas al cuidado del espacio público para mantener la ciudad en óptimas condiciones y generar una imagen positiva ante los visitantes.
- Escuchar y atender las quejas y sugerencias de los turistas, para mejorar continuamente la oferta turística de la ciudad y garantizar una experiencia agradable para todos.

En definitiva, es importante recordar que la percepción de los turistas sobre la ciudad y sus habitantes es el resultado de una serie de factores que van más allá del control de una sola entidad o institución. Sin embargo, el Instituto Distrital de Turismo de Bogotá puede contribuir significativamente a mejorar la experiencia de los visitantes a través de las estrategias mencionadas.

Cabe señalar igualmente que, el Instituto Distrital de Turismo tiene como parte de su misionalidad promover el 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.

Así mismo, mediante la Subdirección de Desarrollo y Competitividad, que tiene como objetivo impulsar el desarrollo de la ciudad como destino turístico atractivo, en condiciones de competitividad, productividad y sostenibilidad; busca la interacción entre los visitantes, la industria que les presta los servicios, la comunidad que los aloja y el entorno en el sentido más amplio (recursos naturales, culturales y sociales) y, se enfoca en mejorar las condiciones de competitividad turística de la ciudad para hacer de Bogotá una mejor ciudad para vivir y visitar.

Por lo anterior, es importante resaltar que el IDT a través de la Subdirección de Desarrollo y Competitividad, tiene en una de sus áreas, el programa de Cultura y Responsabilidad Turística, que a través de sus estrategias, promueve a través de sensibilizaciones a los residentes de Bogotá, que se apropien de la ciudad como el principal destino turístico de Colombia, se preparen para ser excelentes anfitriones de turistas y visitantes, y reconozcan el turismo como un sector que ofrece alternativas para definir proyectos productivos. Así mismo, busca que los turistas que visitan a Bogotá conozcan las pautas de comportamiento que se requieren para que su visita genere valor a nuestra ciudad y se garantice un positivo intercambio social y cultural con la comunidad residente.

Reconocemos que Bogotá, como cualquier ciudad del mundo, tiene problemas de infraestructura y problemas sociales que se han venido y que se siguen trabajando en cabeza de la Alcaldía. Pero hay que destacar que la gente que vive en Bogotá es gente buena, con espíritu de ayuda, con afán de atender el que

llega. Y eso hace que el residente de la ciudad, a través de nuestras sensibilizaciones se apropie de la ciudad, la valore, la reconozca, entienda que los turistas vienen motivados por conocer sus más de 500 atractivos turísticos, su cultura, su gastronomía, sus costumbres, entre otras cosas y que esto necesariamente nos trae a la ciudad reconocimiento mundial y evidentemente una retribución económica para quienes trabajan directa o indirectamente para el turismo.

12. *¿Qué tipo de campaña o estrategia proponen para hacer más visible el turismo local en Suba?* (Pregunta en audiencia pública por QR de subaturismohacialasestrellas@gmail.com).

Respecto al turismo local en Suba durante el año 2022 se consolidó la propuesta de diseño del corredor turístico, el cual tiene como objetivo aunar esfuerzos para el posicionamiento de las iniciativas locales como una oferta de turismo de Suba que se suma a la oferta distrital.

Con lo que buscamos el fortalecimiento y posicionamiento de alrededor de 935 empresarios, iniciativas y atractivos turísticos.

Adicionalmente, desde la Subdirección de Mercadeo no se tiene contemplado hacer campañas específicas para el turismo de una localidad. Sin embargo se está adelantando una campaña general de la Ciudad que incentiva el turismo local y que tiene difusión en vallas y próximamente en canales digitales.

13. *¿Van apoyar nuevamente a los artesanos, ya que no somos parte del sector turístico?* (Pregunta en audiencia pública por QR de jennypreciado@outlook.com).

La actividad turística, al ser una actividad económica y cultural, impacta directa o indirectamente a toda la sociedad y comunidades, es así, como la actividad artesanal de la ciudad y la región es un insumo y potencial de suma importancia y relevancia para el IDT en el marco de reconocer que Las artesanías de Bogotá materializan las experiencias y recuerdos de los turistas que visitan la ciudad, son plasmadas a través de diferentes técnicas artesanales, las cuales son el reflejo del patrimonio cultural e identidad de la ciudad. En todo destino turístico, los visitantes y turistas buscan recuerdos o “souvenirs” para llevar de regreso a casa y buena parte de estos son objetos artesanales elaborados por personas que conservan la tradición y cultura local.

Teniendo en cuenta convenios llevados a cabo en los años 2017 y 2019, con Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, Artesanías de Colombia e Instituto Distrital de Turismo, se pudo fortalecer emprendimientos del artesano de Bogotá por medio de conferencias, talleres colectivos de creatividad y actividades de comercialización en la cadena de valor de turismo, que preservarán su identidad cultural.

Así pues, la gestión de convenios anteriores, el producto de artesanías se ha venido enfocando en dar a conocer lugares auténticos de la ciudad que muestran diferentes productos artesanales y de compras, con el

fin de generar experiencias únicas para los visitantes y turistas, y que estos puedan conocer las técnicas artesanales que trabajan los artesanos de oficio de Bogotá, como muestra de cultura y patrimonio local.

Entre el año 2021 y 2022, desde el equipo de producto turístico se han venido realizando visitas técnicas a lugares que tengan artesanías de oficio, y que visibilicen el trabajo de sus artesanías a través de experiencias auténticas y de alto valor para la comunidad y el turismo. Dentro de las artesanías mapeadas se puede resaltar el trabajo de:

- Taller Blumarino Leather: Taller artesanal de cuero. Los productos BLUMARINO son elaborados por manos artesanas siguiendo las técnicas ancestrales del oficio.
- Taller Magma Cerámica: Empresa que vende y suministra materiales de cerámica y ofrece talleres para todas las edades. Cerámica contemporánea.
- Taller Kabiros: Taller y galería. Experiencia de forja de hierro y fundición de bronce. Desarrollan proyectos de arte, arquitectura, y diseño interior.
- Museo del Vidrio MEVIBO: Corporación cultural que presenta el oficio del vidrio desde una perspectiva local en un contexto global y que ofrece distintas experiencias para acercarse y conocer las técnicas del vidrio y sus obras.
- Cuadrilla Espacio: lugar ubicado en el barrio Galerías, que ofrece experiencias por medio de diferentes técnicas artesanales: cerámica, madera, tela, bordado, entre otras.

Además de ello, se está generando articulación con los hoteles y las agencias de viaje, para dar a conocer el producto. De igual manera, desde el IDT vemos el claro interés de trabajar de la mano con los cabildos Muisca, ubicados en la ciudad, es por ello que se pretende trabajar con la comunidad de artesanos para visibilizar su cultura a través de las artesanías.

Sumado a esto, se desarrolló durante los meses de julio y agosto una caracterización de Hacedores de oficios artesanales que cuenten con experiencias o talleres en vivo de artesanías en los cuales se puedan vincular los turistas, además de realizar la compra de los productos, poder asociar los saberes en su experiencia de compra de la artesanía. Al 30 de agosto se cuenta con una base de inscripción de 93 hacedores de oficios artesanales de Bogotá.

14. ¿Hay planes para que el IDT haga presencia en ferias internacionales de turismo realizadas en el exterior para promocionar a Bogotá? (Pregunta en audiencia pública por QR de experienciasautenticas@bigmamacolombia.com)

Para el segmento de Turismo de Reuniones el Instituto Distrital de Turismo - IDT mediante trabajo articulado con Greater Bogotá Convention Bureau, ha establecido participar en conjunto en las siguientes ferias con el objetivo de posicionar a Bogotá como Destino a nivel internacional:

- Evento en el marco de FIEXPO Foro de Asociaciones LATAM: Panamá será el epicentro que reunirá a empresarios de la industria de Turismo de Reuniones y Eventos, donde participarán cerca de 50 asociaciones latinoamericanas para generar oportunidades de negocio, actividades networking e intercambio de conocimientos y experiencias. Por su parte, el Instituto Distrital de Turismo – IDT- buscará alianzas encaminadas a promocionar y posicionar a Bogotá como oferta turística atractiva a nivel nacional e internacional.
- IMEX AMÉRICA: Feria que tendrá lugar en Mandalay Bay, Las Vegas a partir del 17 y hasta el 19 de octubre, donde se busca dinamizar oportunidades de inversión en sectores como: turismo, publicidad, comercio, tecnología, entre otros. La apuesta del Instituto Distrital de Turismo es presentar a las empresas nacionales de Estados Unidos e internacionales, el portafolio de servicios de Bogotá para la captación de eventos.

15. *Como guías ¿cómo nos relacionamos en las propuestas de turismo que arma el IDT?* (Pregunta en audiencia pública por QR de Jorgefrancopinedal@gmail.com).

Para el IDT la labor del guía de turismo es de suma importancia para la actividad turística de la ciudad, pues los reconoce como el principal actor que tiene contacto directo con el visitante y sirve desde su labor, como puente entre el turista y todo el potencial turístico de la ciudad y su cultura, así, cada uno de los productos que desde el IDT se construyen y ponen en marcha, son socializados con los guías de turismo directamente o a través de las agencias participantes en los diferentes productos, con la intención que ellos conozcan a profundidad el concepto articular de cada producto y que con su ejercicio profesional contribuyan al posicionamiento del turismo en Bogotá a nivel nacional e internacional.

Por otro lado, fortalecemos sus habilidades y conocimientos con diferentes procesos académicos de capacitación tales como los diplomados del producto Ruta Leyenda El Dorado, la entrega de guiones narrativos del mismo producto, la socialización de los productos Rural, TurismoRe, Biciturismo, turismo gastronómico, turismo LGBTIQ+, Caminos Cerros Orientales, etc. Como también estrategias de activación y posicionamiento en el marco del turismo cultural como los recorridos históricos, patrimoniales y arquitectónicos Cementerio Central de Bogotá donde se beneficiaron alrededor de 220 guías de manera directa, o la estrategia de Recorridos de apropiación patrimonial e histórica del Hospital San Juan de Dios con un aproximado de 80 guías.

16. *¿Cuál es el enfoque y la implementación para los guías de turismo en las dinámicas y rutas que se están gestando para Bogotá?* (Pregunta en audiencia pública por QR de yukitowater@hotmail.com).

Sumado a lo anteriormente explicado, la intención del IDT frente a la implementación de los productos que se crean para la ciudad, es servir de puente y acompañamiento, entre los guías de turismo, las agencias y

operadores y los atractivos para que en conjunto contribuyan y ejecuten los productos que desde el equipo de Producto Turístico del IDT le entregamos a la ciudad.

Es importante aclarar en este punto, que el IDT no es un operador turístico, por lo que la implementación y ejecución de los diferentes productos y estrategias, siempre están a cargo de los diferentes actores de la cadena de valor del turismo.

17. *Buenos días para todas y todos en la rendición de cuentas me gustaría que informaran ¿qué salió de creación de política pública con todos los sectores y el sector turístico sobre el enfoque de género en esta política?* (Pregunta en audiencia pública por QR de ipacon@gmail.com).

La Política Pública Distrital de Turismo fue oficialmente aprobada por el Consejo de Política Económica y Social del Distrito CONPES, en sesión del 30 de marzo de 2023. Esta Política intervendrá un problema socialmente relevante (baja capacidad del sistema turístico distrital para consolidar a Bogotá-región como un destino turístico inteligente, sostenible y que fomente el desarrollo económico y social de la ciudad-región.), que limita el desarrollo económico, social y territorial de la Bogotá región y que afecta negativamente derechos fundamentales de las poblaciones y los territorios. Esto, a través de un conjunto de objetivos, respuestas y acciones diferenciales, intersectoriales, estratégicas y de largo plazo, que desarrollan orientaciones internacionales, nacionales y distritales y que se integran con instrumentos de planeación de menor estructuralidad.

En este marco, la política incorpora el enfoque de género, a través de los siguientes aspectos:

- Incorporación de lenguaje incluyente: en cumplimiento de las disposiciones distritales para la escritura de documentos oficiales en lenguaje no sexista e incluyente, la política y su plan de acción se ciñen a lo establecido por la Secretaría Distrital de la Mujer.
- Articulación con el sistema del cuidado: a través de dos productos específicos de la política, se busca contribuir a generar procesos de empleabilidad a mujeres cuidadoras del sector turismo y adicionalmente, a visibilizar las manzanas del cuidado como un atractivo que puede articularse a la oferta de ciudad.
- Acciones de seguridad con enfoque de género: la conformación de redes de seguridad y la generación de acciones en zonas de interés turístico, buscan la prevención, atención y tratamiento de las violencias basadas en género.
- Impulso a experiencias de turismo comunitario realizadas por mujeres: la política contempla acciones diferenciales en cuanto a la financiación de experiencias de turismo comunitario lideradas por mujeres.
- Procesos de participación inclusivos: la conformación de los consejos locales de turismo incorpora criterios para incentivar una mayor participación de las mujeres.

18. *Desde el Tema Cultural e Histórico, ¿qué alianzas hay con el IDPC y la Secretaría de Cultura, respecto al tema y qué diferencia hay entre Turismo Cultural e Histórico?* (Pregunta en audiencia pública por QR de jogamero@hotmail.com)

Para contestar esta pregunta es necesario dividirla en dos:

Primero en relación a las “alianzas” entre el IDT y el IDPC y la SDCRD, son diferentes espacios en los que nos articulamos, pues el turismo, al ser una actividad que busca el posicionamiento y reconocimiento de la historia, el patrimonio, el arte y la cultura; cuenta, contribuye y requiere el desarrollo de la misionalidad y visión de estas dos entidades como insumo de la actividad turística de la ciudad. Así, entre las diversas articulaciones podemos mencionar: articulación IDT – IDPC en torno al Parque Arqueológico de Usme (Hacienda El Carmen), Articulación para la construcción y puesta en marcha de la estrategia Recorridos de apropiación patrimonial e histórica del Hospital San Juan de Dios, Mesa de Museos de Bogotá – Noche de Museos, entre otros.

Con relación a la articulación con la SDCRD hemos adelantado articulación en torno a los Distritos Creativos, el Corredor Cultural y Creativo de San Felipe, la articulación en torno de a Bogotá 24 Horas junto a la Secretaria Distrital de Desarrollo Económico, entre otros.

En relación a la segunda parte de la pregunta, la diferencia entre turismo cultural e histórico, cabe decir que con relación a los conceptos Cultura e Historia, encontrar una diferenciación, más allá del significado tácito de cada concepto, se hace una empresa que sobrepasa el accionar del IDT, pues es un estudio que, por capacidad y función, debe ser atentado y estudiado por la academia.

Pero para no dejar al ciudadano sin un concepto desde el IDT, entendemos una estrecha y dialéctica relación entre el turismo cultural y el histórico, ya que el ejercicio de uno u otro no puede separarse de la actividad del contrario. En otras palabras, al realizar una actividad de turismo cultural, indiscutiblemente se hace uso de la historia, en especial para el proceso de emplazamiento del turista. Así mismo, al realizar una actividad de turismo histórico, no solo se da cuenta del devenir histórico que forma y constituye la cultura, sino también, se hace necesario dar cuenta de ella, de manera vivencial para garantizar una experiencia vivencial más que una actividad enciclopédica.

19. *¿Cómo nos inscribimos en Plan Bogotá? ¿Qué exigen?* (Pregunta en audiencia pública por QR de Jorgefrancopineda1@gmail.com).

Los requerimientos para la inscripción de una empresa en “Plan Bogotá” son los siguientes:

- Lugar de prestación del servicio y domicilio en Bogotá o la Región Central.
- Mínimo (2) años de constitución de la compañía certificado mediante registro mercantil (no mayor a 30 días).

- RUT actualizado del año en curso.
- Cédula ciudadanía del representante legal.
- RNT vigente del año en curso (para las compañías que aplique).
- Carta de aceptación de las condiciones de publicación.

Posterior a la verificación de cumplimiento de los requisitos, la empresa interesada deberá diligenciar un formulario de registro en la plataforma, con la información de sus datos básicos y presentar:

- Cámara de Comercio renovada, con fecha de expedición no superior a 30 días y con mínimo 2 años de matrícula.
- RNT vigente (empresas a las cuales aplique).
- RUT actualizado al presente año.
- Cédula de ciudadanía del representante legal de la empresa que se registra.
- Se debe firmar la carta de compromiso

Es importante mencionar que la convocatoria de inscripción es permanente y gratuita.

20. ***¿Podemos utilizar las fotografías y videos que se encuentran en la plataforma Bogotá Dc Travel en nuestras redes sociales y página web de manera libre o tienen derechos de autor?*** (Pregunta en audiencia pública por QR, pero quien la hizo no se identificó ni registró correo electrónico).

En la página web oficial de turismo de Bogotá se encuentra el Banco de Imágenes gratuito para todo aquel que quiera hacer uso de este material en sus proyectos, ya sea en redes sociales u otros usos. Aquí se ubica: <https://bogotadc.travel/banco-imagenes/>

El ciudadano puede ingresar a ese enlace y descargar las fotos que requiera sin límite y usarlas según las indicaciones de políticas de uso que salen allí mismo en el momento de la descarga. La plataforma le pide a quien vaya a descargar fotografías unos datos básicos para el envío de éstas a un correo electrónico. Se recomienda que siempre se referencie en las fotos a ser utilizadas quién es el autor de la foto, esto por derechos morales del autor. Estas políticas de uso y el nombre del autor se pueden verificar al momento de la descarga.

21. ***¿Qué convocatorias de Fondetur hay para el Tema Cultural e Histórico y qué convocatorias hay para las JAC?*** (Pregunta en audiencia pública por QR de jogamero@hotmail.com)

Para esta vigencia 2023 Fondetur tiene proyectado lanzar las primeras convocatorias el próximo 27 de abril, para lo cual invita a los diferentes actores del sector turismo y a la ciudadanía en general a que ingrese al minisite del Fondetur y las consulte, de tal manera que si la naturaleza de los proyectos que se van a presentar son de carácter cultural, histórico o tienen líneas de acción dentro de las JAC y que a su vez cumplan con los términos y condiciones estipulados para participar en cada una de ellas, éstos sean presentados.



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

22. **¿Cuántas veces puedo ser beneficiario de Fondetur?** (Pregunta en audiencia pública por QR de Info@kiax.com.co).

Actualmente cualquier ciudadano puede acceder a las convocatorias que se adelantan desde Fondetur siempre y cuando cumpla con los requisitos y condiciones de cada una de ellas. Por tanto, un beneficiario se puede postular y acceder a diferentes estímulos, siempre y cuando las condiciones de participación de la convocatoria a la cual se quiere acceder así lo permitan.

23. **¿Qué perfiles buscan para incluir en el cubrimiento de las vacantes?** (Pregunta en audiencia pública por QR de giovasfelizzola03@hotmail.com).

Los perfiles de las vacantes en la planta de empleos en la entidad, están claramente descritos en el Manual Específico de Funciones y Competencias Laborales para los Empleos de Planta de Personal del Instituto Distrital de Turismo IDT, publicado mediante la Resolución 264 de fecha 9 de noviembre de 2022 de la Dirección General del IDT (link al final del párrafo), allí se describe el propósito principal del empleo, se describen las funciones esenciales, los conocimientos básicos, competencias comportamentales y los requisitos mínimos de formación académica y experiencia.

<https://drive.google.com/file/d/1TDU49GzYxr-d6wUKDdXBJkz2spvHahYO/view>

Proyectó: Michael Vivas, profesional contratista Sub. Planeación - Fondetur
Ginna Rodríguez, profesional contratista Sub. Planeación - Fondetur 
Rocío Rozo Daza, Profesional Contratista SDyC, Grupo Cultura y Responsabilidad Turística.
Luis Miguel Ramírez Villamil, Profesional Contratista SDC, Equipo Producto Turístico. 
Carlos Andrés Guzmán Rodríguez Contratista Subdirección de Mercadeo 
Andrés Espinosa Zuluaga Profesional Contratista SDC, Equipo Política Pública 
Diego Manuel Vargas, profesional universitario, Subdirección de Gestión Corporativa. 

