



ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ, DISTRITO CAPITAL

Banco Distrital de Programas y Proyectos

Ficha de Estadística Básica de Inversión Distrital EBI-D

1. IDENTIFICACION

Entidad	221 Instituto Distrital de Turismo
Proyecto	8072 Desarrollo de acciones de marketing que permitan el posicionamiento y consolidación de la ciudad como destino turístico a nivel regional
Versión	1 del 07-JUNIO-2024
Código BPIN	2024110010111

Banco	BDPP-ACEP (ADMINISTRACION CENTRAL Y ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS)
Estado	INSCRITO el 07-Junio-2024, REGISTRADO el 07-Junio-2024
Tipo de proyecto	Capacitación Desarrollo y fortalecimiento institucional
Etapas del proyecto	Preinversión - Prefactibilidad

2. CLASIFICACION EN LA ESTRUCTURA DEL PLAN DE DESARROLLO

Plan de Desarrollo	7 Bogotá Camina Segura
Objetivo estratégico	03 Bogotá confía en su potencial
Programa	20 Promoción del emprendimiento formal, equitativo e incluyente

3. PARTICIPACIÓN CIUDADANA

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 de Plan de Desarrollo Distrital "Bogotá camina segura" con diferentes instancias y actores del sector. Lo anterior, se desarrolló mediante un diálogo ciudadano, en las cuales participaron gremios del sector, academia, beneficiarios de FONDETUR. La sesión se realizó el 9 de abril y contó con la participación de 30 personas.

4. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD

El Instituto Distrital de Turismo (IDT) de Bogotá enfrenta el desafío de posicionar y consolidar a Bogotá como un destino turístico destacado a nivel regional, nacional e internacional. A pesar del potencial turístico de la ciudad, existe una brecha significativa entre el atractivo de Bogotá y su percepción como destino turístico de primer nivel. Esta brecha se refleja en la falta de visibilidad y reconocimiento de Bogotá en comparación con otros destinos competidores en la región.

Durante el periodo comprendido entre 2020 y 2024, se ejecutaron un total de 222 actividades de mercadeo, incluyendo presentaciones de destino, participación en ferias nacionales e internacionales, viajes de familiarización y ruedas de negocios, entre otros. Sin embargo, estas actividades adolecen de una adecuada medición y seguimiento que permita evaluar tanto la inversión realizada como su impacto en la ciudad, aspecto fundamental para la toma de decisiones estratégicas en los mercados objetivo.

Adicionalmente, Bogotá cuenta con una red de información turística compuesta por 8 oficinas de información físicas, 12 pedestales virtuales, una línea de atención gratuita y un equipo de informadores turísticos y guías bilingües. Estos recursos han posibilitado la realización de más de 2.000 recorridos con residentes y turistas, tanto nacionales como internacionales. Cabe destacar que estos puntos de información se ubican estratégicamente en zonas de interés turístico de la ciudad.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Las acciones estratégicas que se realizarán de manera integral y que propenderán por impactar a representantes de grupos de valor del sector turismo y por ende al posicionamiento de la ciudad, son:

- Desarrollo de contenidos audiovisuales de alto impacto y gran formato: Esto implica la creación de videos, documentales o material multimedia que destaquen los atractivos turísticos de la ciudad de Bogotá. Estos contenidos deben ser visualmente atractivos y de alta calidad para captar la atención del público nacional e internacional.
- Diseño, formulación y despliegue de un plan de medios digitales y tradicionales: Elaboración de un plan estratégico para la difusión de



ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ, DISTRITO CAPITAL

Banco Distrital de Programas y Proyectos

Ficha de Estadística Básica de Inversión Distrital EBI-D

IDENTIFICACION

Entidad	221 Instituto Distrital de Turismo
Proyecto	8072 Desarrollo de acciones de marketing que permitan el posicionamiento y consolidación de la ciudad como destino turístico a nivel regional
Versión	1 del 07-JUNIO-2024
Código BPIN	2024110010111

información turística a través de diversos medios, tanto digitales (redes sociales, sitios web, aplicaciones móviles, etc.) como tradicionales (periódicos, revistas, televisión, radio, etc.). Este plan estará diseñado para llegar a una amplia audiencia y promover los atractivos de Bogotá.

3. Fortalecimiento de la Red de Información Turística: Consiste en mejorar y ampliar los canales de información turística disponibles para visitantes y turistas en Bogotá. Esto contempla la actualización de centros de información turística, la capacitación del personal para brindar información precisa y actualizada, y la implementación de herramientas tecnológicas para facilitar el acceso a la información.

4. Participación y/o desarrollo de eventos de promoción de la Ciudad como destino turístico: Se refiere a la organización o participación en eventos relacionados con la promoción turística de Bogotá. Esto puede incluir ferias de turismo, eventos culturales, festivales gastronómicos, entre otros, que ayuden a destacar los atractivos de la ciudad y atraer la atención de potenciales visitantes.

5. Captación de eventos de alto impacto que posicionen a Bogotá como un destino turístico sostenible: Implica atraer eventos importantes que tengan un impacto significativo en la promoción de Bogotá

6. OBJETIVOS

Objetivo general

- 1 Aumentar el posicionamiento y atracción turística de Bogotá a través de la diversificación de estrategias de marketing

Objetivo(s) específico(s)

- 1 Desarrollar estrategias de marketing que contemplen acciones integradas para el mercadeo turístico de la ciudad que permitan impactar a

7. METAS

(La programación de la meta se encuentra en el Plan de Acción - Componente de inversión de la Entidad)

No.	Proceso	Magnitud	Unidad de medida	Descripción
Meta(s) del Plan de Desarrollo vigente (ver ítem 2. Clasificación)				
1	Impactar	1,100,000.00	personas y/o actores de la cadena de valor del	Ejecución de diferentes acciones de marketing 360 que permitan el posicionamiento y consolidación de Bogotá como destino turístico

8. COMPONENTES

MILLONES DE PESOS DE 2024

Descripción	Presupuesto					Total
	2024	2025	2026	2027	2028	
Impactar a 1.100 personas o actores de la cadena de valor	600	3,100	3,170	4,175	0	11,045

9. FLUJO FINANCIERO

CIFRAS EN MILLONES DE PESOS DEL AÑO 2024

HORIZONTE REAL DEL PROYECTO (años) 4

Ejecutado Planes anteriores	2024					Total Proyecto
	2024	2025	2026	2027	2028	
\$0	\$600	\$3,100	\$3,170	\$4,175	\$11,045	



ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ, DISTRITO CAPITAL

Banco Distrital de Programas y Proyectos

Ficha de Estadística Básica de Inversión Distrital EBI-D

IDENTIFICACION

Entidad	221 Instituto Distrital de Turismo
Proyecto	8072 Desarrollo de acciones de marketing que permitan el posicionamiento y consolidación de la ciudad como destino turístico a nivel regional
Versión	1 del 07-JUNIO-2024
Código BPIN	2024110010111

10. POBLACION OBJETIVO

Año	Grupo de etario	Hombres	Mujeres	Total	Descripcion
2024	z. Grupo etario sin definir / Población no etaria	N/A	N/A	7,412,566	Pobalción total de la ciudad de Bogotá
	f. 60 + Adelante (Personas mayores)	473,283	473,284	946,567	

11. LOCALIZACIÓN GEOGRAFICA

Código Descripción localización

03	Santa Fe
09	Fontibón
10	Engativá
19	Ciudad Bolívar
77	Distrital

12. ESTUDIOS QUE RESPALDAN LA INFORMACION BASICA DEL PROYECTO

Estudio	Nombre entidad estudio	Fecha estudio
1 Política Publica Distrital de Turismo	Instituto Distrital de Turismo	11-05-2023
2 Informe de resultados Viajeros en Bogotá	Instituto Distrital de Turismo	24-05-2024
3 Estrategia de Mercadeo 2020-2024	Instituto Distrital de Turismo	30-06-2022

13. PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL - ESTRATEGIAS

POT - Decreto 190/2004
Estructura socioeconómica y espacial - ESEE
Centralidades de integración regional

14. PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL - PLANES MAESTROS

POT - Decreto 190/2004
Plan Maestro de Turismo

15. OBSERVACIONES

El proyecto cumple con todos los requisitos para aportar al nuevo Plan de Desarrollo

16. GERENCIA DEL PROYECTO

Nombre Yinna Alexandra Muñoz Barbosa
Area Subdirección de Mercadeo
Cargo Subdirectora
Correo Yinna.Muñoz@idt.gov.co
Teléfono(s) 3144183995

17. CONCEPTO DE VIABILIDAD

ASPECTOS A REVISAR:

¿Cumple con los lineamientos para la elaboración del documento "Formulación y Evaluación de Proyectos"?	SI
¿Es coherente la solución que plantea el proyecto con el problema o situación que se pretende solucionar?	SI
¿Es competencia de la entidad / localidad ejecutar este tipo de proyectos?	SI
¿Es concordante el proyecto con los lineamientos y políticas del Plan de Desarrollo Distrital?	SI
¿Se valoraron los aportes de la ciudadanía en la formulación del proyecto?	SI



ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ, DISTRITO CAPITAL

Banco Distrital de Programas y Proyectos

Ficha de Estadística Básica de Inversión Distrital EBI-D

IDENTIFICACION

Entidad	221 Instituto Distrital de Turismo
Proyecto	8072 Desarrollo de acciones de marketing que permitan el posicionamiento y consolidación de la ciudad como destino turístico a nivel regional
Versión	1 del 07-JUNIO-2024
Código BPIN	2024110010111

CONCEPTO Y SUSTENTACIÓN:

¿El concepto es favorable? SI

Sustentación:

El proyecto cumple con todos los requisitos establecidos en el plan de desarrollo, permitiéndole cumplir a la entidad con su misionalidad y proyectos estratégicos.

RESPONSABLE CONCEPTO:

Nombre Sandra Patricia Peñuela Arias
Area Subdirección de Planeación
Cargo Subdirectora de Planeación
Correo sandra.penuela@idt.gov.co
Teléfono 3002644811
Fecha del concepto 07-JUN-2024

OBSERVACIONES DEL CONCEPTO:

Ninguna