



CBN-1045

INFORME DE GERENCIA

2024



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO



INTRODUCCIÓN

El turismo en Bogotá continúa consolidándose como un motor clave de desarrollo económico y social. A lo largo de 2024, el Instituto Distrital de Turismo ha trabajado en fortalecer la competitividad del sector, promover la ciudad como un destino inteligente y atractivo para visitantes nacionales e internacionales, y mejorar la infraestructura y oferta de servicios turísticos.

Este informe inicia con un análisis detallado de los avances alcanzados, respaldado por datos que evidencian el crecimiento y los desafíos del turismo en la capital colombiana. A continuación, en alineación con el Plan Distrital de Desarrollo “Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI” y los objetivos del Plan Estratégico 2020-2024, se presentan los logros obtenidos durante el primer semestre de 2024 en relación con las metas gestionadas por la entidad como gerentes dentro del programa 26.

Crecimiento del turismo y conectividad

Bogotá registró más de 13,5 millones de visitantes, de los cuales 1.865.507 fueron extranjeros, evidenciando un incremento del 8,7 % respecto a 2023 y superando en 7,7 % los niveles prepandemia de 2019. Estados Unidos, Venezuela y México se consolidaron como los principales emisores de turistas.

La oferta de vuelos a Bogotá aumentó un 15,2 % (ene-nov 2024) en comparación con 2023, con 157.412 vuelos operados y 20,6 millones de pasajeros transportados, reflejando la creciente demanda de la ciudad como destino clave en América Latina.

Impacto económico y empleo

El turismo ha sido un pilar de la economía bogotana, generando 106.908 empleos (ene-oct 2024), lo que representa un crecimiento del 9,3 % respecto a 2023 y una recuperación del 99,8 % de los niveles de 2019.

A pesar de una leve contracción en el subsector de alojamiento y servicios de comida en el tercer trimestre (-5,9 % respecto al mismo periodo de 2023), este segmento aportó 1.260 millones de pesos al PIB de la ciudad, consolidándose como un sector de alto impacto en la economía local.

Fortaleza en la oferta turística y la ocupación hotelera

Bogotá continúa liderando la ocupación hotelera en Colombia, con un promedio del 62,1 % (ene-nov 2024), superando en 12,2 puntos porcentuales la media nacional.

Actualmente, la ciudad cuenta con 13.924 Prestadores de Servicios Turísticos (PST) inscritos en el Registro Nacional de Turismo, de los cuales 907 corresponden a establecimientos de alojamiento, reafirmando la solidez del sector.

Gasto turístico y sostenibilidad

Se estima que el turismo generó cerca de 7 billones de pesos en 2024, con un gasto promedio de 125 USD por día para visitantes internacionales y 150.000 COP para turistas nacionales.

El consumo se distribuyó principalmente en alimentación, transporte y servicios culturales,

destacando la importancia de la gastronomía y la oferta de experiencias culturales dentro de la dinámica turística de la ciudad.

Los resultados obtenidos en 2024 confirman que Bogotá sigue posicionándose como un destino turístico competitivo, resiliente y en constante evolución. A través del trabajo articulado entre el sector público, privado y la comunidad, la ciudad ha logrado fortalecer su conectividad, mejorar su oferta turística y consolidar el turismo como un eje clave del desarrollo económico.

Para 2025, el reto será continuar con estrategias que impulsen la innovación, la sostenibilidad y la descentralización del turismo, promoviendo experiencias auténticas en todas las localidades y asegurando un impacto positivo en la economía y la calidad de vida de los bogotanos.

HITOS DEL TURISMO EN BOGOTÁ 2024

El turismo en Bogotá ha experimentado una transformación sin precedentes en los últimos meses. A través de una visión estratégica basada en la digitalización, la innovación, el posicionamiento internacional, hemos logrado consolidar a la ciudad como un destino de clase mundial.

Hoy, Bogotá no solo se proyecta como una capital vibrante y diversa, sino que ha dado pasos concretos para fortalecer su competitividad y ofrecer experiencias turísticas más accesibles, inclusivas y sostenibles. Nuestro trabajo no ha consistido únicamente en alcanzar cifras positivas; hemos impulsado cambios estructurales que dejarán un impacto duradero en la manera en que la ciudad se concibe a sí misma y es percibida en el mundo.

En este informe, presentamos cinco hitos estratégicos que han marcado la evolución del turismo en Bogotá, no solo como resultados, sino como logros de alto impacto que consolidan nuestra gestión y refuerzan el potencial de la ciudad.

1. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA CIUDAD

Bogotá: Construcción de una Identidad de Ciudad con Proyección Global

Bogotá carecía de una estrategia de marca ciudad unificada y potente que permitiera consolidar su imagen a nivel internacional. Para enfrentar este desafío, se diseñó e implementó una Estrategia de Posicionamiento de Marca Ciudad, un proyecto integral que ha transformado la manera en que la capital se proyecta ante el mundo.

Esta estrategia, liderada por el Instituto Distrital de Turismo (IDT), con el respaldo de la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) e Invest in Bogotá, permitió articular esfuerzos entre el sector público y privado, generando una narrativa cohesionada para posicionar a Bogotá como una ciudad anfitriona, vibrante, innovadora y diversa, abierta al mundo y llena de oportunidades.

El principal resultado de esta estrategia fue el lanzamiento de “Bogotá, Tu Casa | Bogotá, Your Home”, la nueva marca ciudad que fortalece la identidad de la capital y la posiciona en el escenario global.

Impacto Mediático: Bogotá en la Agenda Internacional

Como parte del posicionamiento global de la estrategia, Bogotá ha alcanzado una visibilidad sin precedentes en medios de comunicación nacionales e internacionales.



Más de 1.300 notas periodísticas han sido publicadas sobre Bogotá en medios de alto impacto, destacando su transformación como destino turístico, cultural y de negocios.



Más de 4.000 millones de pesos en publicaciones en medios de comunicación se han generado a través de free press, reflejando el interés global en la ciudad.



Cobertura en medios internacionales de prestigio, con publicaciones en CNN Travel, Forbes, El País de España, La Vanguardia, EFE, AFP entre otros.

Esta proyección mediática ha sido clave para fortalecer la reputación de Bogotá, atrayendo nuevos visitantes, inversionistas y organizadores de eventos internacionales.

Bogotá, Tu Casa | Bogotá, Your Home: Resultado Clave de la Estrategia

Un Hito en la Construcción de la Marca Ciudad

El resultado más tangible y significativo de la estrategia de posicionamiento de marca ciudad fue el lanzamiento de “Bogotá, Tu Casa | Bogotá, Your Home”, una narrativa que redefine la forma en que Bogotá es percibida globalmente.

Después de años sin una identidad de marca clara y competitiva, Bogotá finalmente cuenta con una marca ciudad fuerte y consolidada, diseñada para competir con otras grandes capitales en la atracción de turistas, inversionistas y grandes eventos.

Este logro no fue solo una campaña de promoción, sino el resultado de un trabajo estratégico que logró:

- Articulación entre el sector público y privado. La campaña fue impulsada por el IDT, la Cámara de Comercio de Bogotá e Invest in Bogotá, asegurando un alcance amplio y efectivo.
- Presencia en mercados internacionales. La narrativa de “Bogotá, Your Home” ha sido promovida en ferias, convenciones y plataformas digitales de alto impacto.
- Proyección internacional sin precedentes. La presencia de la campaña en Times Square, Nueva York, posicionó a Bogotá ante una audiencia global de millones de personas.
- Impacto en turismo e inversión. Desde el lanzamiento de la marca, Bogotá ha registrado un aumento en el número de turistas internacionales y en la captación de grandes eventos empresariales.

Impacto Internacional: Bogotá en los Principales Eventos Globales

Para consolidar la estrategia de posicionamiento, Bogotá ha estado presente en los escenarios turísticos y comerciales más importantes del mundo:

- FITUR (Madrid, España) Bogotá destacó como un destino líder en turismo de negocios y sostenibilidad.
- ITB Berlín (Alemania) La ciudad presentó su narrativa como epicentro cultural y económico en América Latina.
- Cumbre de la Federación de Ciudades Turísticas (WTCF), Wellington, Nueva Zelanda Bogotá se consolidó como un referente en turismo urbano y planificación estratégica.
- InfoComm 2024 (Las Vegas, EE.UU.) ☒ Bogotá participó en la feria tecnológica más importante del sector audiovisual y de innovación, mostrando su potencial como ciudad digital y Destino Turístico Inteligente (DTI).
- Convención Anual de International Destinations (Tampa, Florida, EE.UU.) ☒ Bogotá fortaleció su red de contactos con operadores turísticos globales, promoviendo su infraestructura para recibir más visitantes internacionales.

Además, la proyección de la campaña en Times Square, Nueva York, marcó un antes y un después en la promoción de Bogotá como destino global.

Resultados y Logros de la Estrategia de Posicionamiento de Marca Ciudad



Bogotá en el radar global. Nominada como Mejor Destino Urbano del Mundo en los World Travel Awards.



Incremento en inversión y eventos internacionales. Bogotá ha captado más congresos, convenciones y ferias globales. Se ubica en el Top 3 de destinos de negocios y reuniones de América Latina, según la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones ICCA



Aumento en la llegada de turistas internacionales ☒ Entre enero y junio de 2024, la ciudad recibió más de 1.8 millones de turistas extranjeros, un crecimiento del 5.6% respecto al año anterior.



Reconocimiento en plataformas globales. TripAdvisor incluyó a Bogotá en su Top 6 de mejores destinos del mundo. Taste Atlas ubicó la ciudad como el sexto mejor destino gastronómico de América Latina. Airbnb y Booking destacan la ciudad entre los mejores destinos para turismo LGTBIQ+.

Bogotá Ahora Tiene una Marca Ciudad Fuerte y Competitiva.

La Estrategia de Posicionamiento de Marca Ciudad ha logrado lo que antes parecía inalcanzable: dotar a Bogotá de una identidad clara, fuerte y competitiva a nivel global.

El resultado más importante de este esfuerzo ha sido el lanzamiento de “Bogotá, Your Home | Bogotá, Tu Casa”, una marca ciudad articulada, innovadora y globalmente reconocida, que está transformando la percepción de Bogotá como un destino de oportunidades y experiencias únicas.

Además, la cobertura mediática alcanzada con más de 1.300 notas en medios de alto impacto y un valor superior a los 4.000 millones de pesos en free press, demuestra que la estrategia ha captado la atención internacional y ha posicionado a Bogotá en la agenda global.

Con esta estrategia, Bogotá deja de ser solo un lugar para visitar y se convierte en una ciudad donde se puede vivir, invertir y construir el futuro.

2. LANZAMIENTO DE VISIT BOGOTÁ: LA PLATAFORMA Y APLICACIÓN OFICIAL DE TURISMO DE LA CIUDAD

Transformación Digital y Promoción Inteligente del Destino

En el marco de la estrategia de modernización y digitalización del turismo en Bogotá, el Instituto Distrital de Turismo (IDT) presentó Visit Bogotá, la primera plataforma y aplicación oficial diseñada para mejorar la experiencia de los visitantes y fortalecer la promoción de la ciudad como destino de talla mundial.

Con el lanzamiento de Visit Bogotá, la capital colombiana se alinea con las grandes ciudades turísticas del mundo, integrando herramientas digitales avanzadas que optimizan la planeación y exploración de la ciudad.

La plataforma fue concebida como una solución innovadora para proporcionar información actualizada, conectar a los visitantes con la oferta turística y facilitar la navegación por los atractivos de la ciudad, consolidando a Bogotá como un Destino Turístico Inteligente (DTI).

Objetivos de Visit Bogotá: Digitalización para la Competitividad del Turismo

Objetivo general:

- Convertir a Visit Bogotá en la principal herramienta digital para la promoción del destino, facilitando el acceso a información turística y mejorando la experiencia del visitante.

Objetivos específicos:

- Centralizar toda la información turística de la ciudad en un solo espacio digital confiable y actualizado.

- Optimizar la promoción de Bogotá en mercados internacionales, mejorando su competitividad como destino.
- Facilitar la planificación de viajes, con herramientas interactivas y recomendaciones personalizadas.
- Impulsar la visibilidad de prestadores de servicios turísticos, promoviendo la economía local.
- Integrar innovación y tecnología en la experiencia turística, fortaleciendo la estrategia de transformación digital del turismo en Bogotá.

Características y Funcionalidades de Visit Bogotá



Información en tiempo real sobre eventos, actividades y experiencias únicas en la ciudad.



Contenido disponible y actualizado, facilitando la navegación para turistas internacionales.



Rutas temáticas recomendadas, con opciones como turismo cultural, gastronómico, de naturaleza y urbano.



Integración con el chatbot “Candelaria”, ofreciendo atención y recomendaciones personalizadas mediante inteligencia artificial.



Acceso desde dispositivos móviles y web, asegurando una experiencia digital fluida y accesible. Disponible para descarga en iOS y Android.

Impacto de Visit Bogotá en la Transformación del Turismo en la Ciudad



Más de 100.000 visitas en el primer mes de lanzamiento, consolidándose como la principal fuente de información turística de la ciudad.



Aumento del tráfico digital en búsquedas sobre Bogotá como destino turístico, mejorando el posicionamiento internacional de la ciudad.



Mayor visibilidad para empresas y prestadores de servicios turísticos, facilitando la conexión con turistas interesados en experiencias locales.



Mejora en la accesibilidad y planeación de viajes, brindando herramientas interactivas para organizar itinerarios personalizados.

VisitBogota.co, registró un crecimiento exponencial con más de 72.000 nuevos usuarios, quienes descubrieron la riqueza de la oferta turística de la ciudad. A nivel presencial, más de 223.000 consultas en puntos de información. alcanzando un total de 83.288 visitas.

La implementación de Visit Bogotá responde a la necesidad de modernizar la promoción turística y mejorar la experiencia del visitante, alineándose con las tendencias globales de destinos turísticos inteligentes y digitalizados.

Lanzamiento Estratégico y Posicionamiento Global de Visit Bogotá

El lanzamiento de Visit Bogotá se realizó como parte de la estrategia de promoción digital de la ciudad, alineado con la estrategia de marca ciudad en la Feria Internacional de Turismo -FITUR-.

La plataforma ha sido presentada en diversos espacios de alto impacto, destacándose como una de las principales innovaciones en digitalización del turismo en América Latina.

- Presentación en ferias internacionales, como FITUR (Madrid), ITB Berlín y WTCF en China, posicionando a Bogotá como un destino moderno e innovador.
- Articulación con la marca ciudad “Bogotá, Your Home”, integrando la narrativa de hospitalidad y diversidad en la experiencia digital.

Visit Bogotá y la Recertificación de Bogotá como Destino Turístico Inteligente (DTI)

Con la implementación de Visit Bogotá, la ciudad refuerza su estatus como Destino Turístico Inteligente (DTI), consolidando un ecosistema digital que facilita la interacción entre turistas, empresarios y residentes.

Esta plataforma es clave para el desarrollo de un turismo más accesible, sostenible e innovador, alineándose con la visión global de ciudades turísticas inteligentes.

Visit Bogotá, la Plataforma que Conecta la Ciudad con el Mundo

El lanzamiento de Visit Bogotá representa un avance estratégico en la transformación digital del turismo en la ciudad, brindando a los visitantes una herramienta moderna, accesible y eficiente para descubrir Bogotá de manera interactiva.

Con esta innovación, Bogotá no solo mejora la experiencia turística, sino que también fortalece su competitividad global, proyectándose como un destino preparado para las exigencias del turismo del futuro.

3. LANZAMIENTO DE “CANDELARIA”: EL PRIMER CHATBOT DE IA GENERATIVA PARA EL TURISMO EN BOGOTÁ

Innovación y Transformación Digital en el Turismo de Bogotá

El turismo está evolucionando a nivel global con la integración de herramientas tecnológicas avanzadas, y Bogotá ha dado un paso trascendental en esta transformación con el lanzamiento de “Candelaria”, el primer Chatbot de Inteligencia Artificial Generativa enfocado en turismo en Colombia.

Esta innovación, presentada oficialmente en el Smart City Expo Bogotá 2024, posiciona a la capital como una ciudad inteligente y líder en digitalización del turismo, facilitando el acceso a información turística en tiempo real, mejorando la experiencia del visitante y optimizando la atención al usuario.

El desarrollo de “Candelaria” responde a la estrategia de transformación digital del Instituto Distrital de Turismo (IDT), que busca modernizar la promoción turística de la ciudad, fortalecer el acceso a la información y ofrecer asistencia inmediata a turistas nacionales e internacionales.

Objetivos de “Candelaria”: Inteligencia Artificial al Servicio del Turismo

Objetivo general:

- Potenciar la experiencia de los turistas en Bogotá a través de un asistente virtual inteligente, disponible 24/7, que ofrece información relevante sobre la ciudad en tiempo real.

Objetivos específicos:

- Facilitar el acceso a información turística en cualquier momento y desde cualquier lugar.
- Optimizar la atención al turista, reduciendo la dependencia de puntos físicos de información.
- Mejorar la promoción de atractivos y experiencias en Bogotá con recomendaciones personalizadas.
- Impulsar la digitalización y la automatización en el sector turístico de la ciudad.
- Fortalecer la imagen de Bogotá como un Destino Turístico Inteligente (DTI).

Características y Funcionalidades de “Candelaria”

El chatbot “Candelaria” ha sido diseñado con tecnología de última generación en Inteligencia Artificial Generativa, lo que le permite:



Brindar información turística en tiempo real, incluyendo rutas, horarios, tarifas y disponibilidad de actividades.



Responder en múltiples idiomas, facilitando la comunicación con turistas extranjeros.



Ofrecer recomendaciones personalizadas, basadas en intereses y preferencias del usuario.



Proporcionar asistencia en movilidad, sugiriendo rutas de transporte y opciones de conectividad.



Integración con la plataforma VisitBogotá.co, permitiendo una experiencia digital más fluida y centralizada.

Smart City Expo 2024: Un Lanzamiento Estratégico para la Innovación Turística

El lanzamiento de “Candelaria” se realizó en el marco del Smart City Expo Bogotá 2024, el evento de referencia en innovación urbana y digitalización en América Latina.



Presentación en el Pabellón de Ciudades Inteligentes, donde Bogotá expuso su visión de transformación digital para el turismo.



Demostraciones en vivo, permitiendo a los asistentes interactuar con el chatbot y conocer sus funcionalidades.



Reconocimiento internacional, con la presencia de expertos en smart cities y turismo digital que destacaron la iniciativa como una solución innovadora para mejorar la experiencia del visitante.

Con este lanzamiento, Bogotá no solo fortalece su infraestructura digital, sino que también se posiciona como una ciudad pionera en la integración de IA en el turismo, impulsando su reconocimiento como Destino Turístico Inteligente (DTI).

Impacto de “Candelaria” en la Experiencia Turística de Bogotá



Más de 1.300 interacciones en los primeros meses, demostrando la alta demanda de información digital en turismo.



Disponibilidad 24/7 en múltiples idiomas, facilitando la atención a visitantes internacionales.



Optimización de la promoción turística, con un aumento en las consultas sobre atractivos, rutas y eventos de Bogotá.

Bogotá como Destino Turístico Inteligente (DTI)

La implementación de “Candelaria” es un paso clave en la estrategia de transformación digital del turismo en Bogotá y refuerza la reciente recertificación de la ciudad como Destino Turístico Inteligente (DTI).

Con esta herramienta, Bogotá:

- Se posiciona como líder en turismo digital en Colombia y América Latina.
- Mejora la competitividad del destino, facilitando el acceso a información de manera eficiente.
- Ofrece una experiencia innovadora y adaptada a las nuevas tendencias de consumo turístico.

El chatbot “Candelaria” marca el inicio de una nueva era en la promoción de Bogotá, donde la tecnología y la inteligencia artificial juegan un papel clave en la modernización del turismo y la satisfacción del visitante.

Innovación y Digitalización al Servicio del Turismo

El lanzamiento de “Candelaria” representa un avance significativo en la estrategia de modernización y digitalización del turismo en Bogotá. Con una herramienta basada en IA Generativa, la ciudad optimiza la atención al visitante, refuerza su posicionamiento como destino innovador y facilita el acceso a la oferta turística en tiempo real.

La presentación en Smart City Expo 2024 fue una plataforma clave para proyectar internacionalmente la capacidad tecnológica de Bogotá, destacando la ciudad como un referente en el uso de IA para mejorar la experiencia turística.

Con este desarrollo, Bogotá se consolida como una capital turística inteligente, accesible y conectada, alineada con las nuevas tendencias del turismo digital y preparada para seguir innovando en su oferta tecnológica.

4. MÁS DE \$65.000 MILLONES DE PESOS EN PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LAS LOCALIDADES

Turismo con Impacto Local: Inversión Histórica en las Localidades de Bogotá

Por primera vez en la historia de la ciudad, Bogotá destina más de 65 mil millones de pesos en presupuestos participativos para el desarrollo del turismo en sus localidades, marcando un hito en la descentralización y democratización de los recursos turísticos.

Este logro refleja el compromiso del Instituto Distrital de Turismo (IDT) y la administración distrital con un modelo de turismo más inclusivo, equitativo y sostenible, que reconoce el potencial de cada una de las 20 localidades y fortalece su economía, infraestructura y oferta turística.

La iniciativa responde a la estrategia de fortalecimiento del turismo comunitario y la diversificación de la oferta turística, alineándose con el modelo de gestión territorial que prioriza el desarrollo local y la participación ciudadana.

Objetivos de la Inversión en Presupuestos Participativos para el Turismo

Objetivo general:

- Fortalecer el turismo en las localidades de Bogotá mediante una inversión directa en proyectos que promuevan el desarrollo sostenible, la inclusión social y la generación de empleo en los territorios.

Objetivos específicos:

- Descentralizar la inversión en turismo, permitiendo que cada localidad priorice sus necesidades y fortalezca su oferta.

- Promover el turismo comunitario, resaltando experiencias auténticas en barrios y territorios con potencial turístico.
- Mejorar la infraestructura y la señalización turística, facilitando la conectividad entre los atractivos locales.
- Incentivar el emprendimiento turístico y la generación de empleo, apoyando a microempresarios y negocios locales.
- Articular la estrategia de turismo con las comunidades locales, empoderando a los ciudadanos en la construcción de su destino.

Impacto del Programa de Presupuestos Participativos en el Turismo Local



Más de 65 mil millones de pesos invertidos en proyectos turísticos locales, una cifra sin precedentes en la historia de la ciudad.



Participación activa de las 20 localidades de Bogotá, asegurando un impacto equitativo en toda la ciudad.



Involucramiento de comunidades, empresarios y emprendedores, fortaleciendo el sentido de apropiación del turismo en los territorios.



Impulso a proyectos orientados a la recuperación de espacios turísticos, la capacitación en turismo sostenible y la mejora de la infraestructura turística barrial.

Este programa no solo representa una inversión financiera, sino también una transformación en la forma en que Bogotá gestiona su turismo, pasando de un modelo centralizado a una estrategia más participativa y descentralizada.

La inversión permitirá en las Localidades

- Recuperación de patrimonio histórico y cultural: Intervención de senderos ecológicos, plazas de mercado y casas patrimoniales en localidades como La Candelaria y Usaquén.
- Ecoturismo y sostenibilidad: Inversión en proyectos de turismo de naturaleza en Sumapaz, Suba y Ciudad Bolívar, promoviendo el senderismo, avistamiento de aves y recorridos ambientales.
- Fortalecimiento del turismo cultural y creativo: Creación de rutas turísticas en torno a la música, el arte urbano y el teatro en localidades como Chapinero, Teusaquillo y Santa Fe.
- Turismo en movilidad sostenible: Desarrollo de ciclorutas turísticas y recorridos en bicicleta en localidades como Kennedy y Engativá.
- Promoción de la gastronomía local y los emprendimientos turísticos: Impulso a mercados campesinos y experiencias gastronómicas en Bosa, Fontibón y Puente Aranda.

Articulación con la Estrategia de Marca Ciudad “Bogotá, Your Home”

Este programa de inversión en turismo local fortalece la estrategia de marca ciudad “Bogotá, Your Home”, integrando las localidades en la promoción del destino y destacando su diversidad cultural, natural y gastronómica.

- Cada localidad aporta a la construcción de la identidad de Bogotá como un destino diverso y vibrante.
- Se incentiva la descentralización del turismo, promoviendo experiencias fuera del circuito tradicional.
- Se dinamiza la economía local, generando oportunidades en todas las zonas de la ciudad.

Una Bogotá más Inclusiva y Descentralizada en su Desarrollo Turístico

La inversión de más de 65 mil millones de pesos en presupuestos participativos para el turismo marca un antes y un después en la gestión del sector en Bogotá. Por primera vez, las localidades tienen el poder de decidir cómo fortalecer su oferta turística, promoviendo un modelo más democrático y sostenible.

Con esta iniciativa, Bogotá fortalece su competitividad como destino turístico, pero también construye una ciudad más equitativa, donde el turismo es una herramienta de desarrollo local y transformación social.

5. RECERTIFICACIÓN DE BOGOTÁ COMO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE (DTI): UN AVANCE EN LA INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO

Bogotá, un Modelo de Ciudad Inteligente y Sostenible en Turismo.

Bogotá es una ciudad que cuenta con la certificación como Destino Turístico Inteligente (DTI), consolidándose como una de las ciudades líderes en innovación, tecnología y sostenibilidad en América Latina. Este reconocimiento, otorgado por la Sociedad Estatal Española de Gestión de la Información y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR), reafirma el compromiso de la ciudad con la transformación digital, la accesibilidad, la sostenibilidad y la gobernanza participativa en su modelo turístico. Actualmente la ciudad se encuentra en proceso de recertificación.

Con esta recertificación, Bogotá fortalece su posicionamiento global, destacándose como una ciudad que integra la tecnología y la sostenibilidad para ofrecer una experiencia turística moderna, accesible y eficiente.

Objetivos de la Recertificación como Destino Turístico Inteligente (DTI)

Objetivo general:

- Mantener y fortalecer el estatus de Bogotá como Destino Turístico Inteligente (DTI), impulsando la digitalización, la sostenibilidad, la innovación y la accesibilidad en el turismo.

Objetivos específicos:

- Garantizar una experiencia turística moderna y eficiente, incorporando herramientas digitales e innovaciones tecnológicas.
- Optimizar la gobernanza turística, asegurando una planificación estratégica que involucre a todos los actores del sector.
- Promover la accesibilidad universal, mejorando la infraestructura y los servicios turísticos para personas con discapacidad.
- Impulsar la sostenibilidad en el turismo, fomentando prácticas responsables y el equilibrio entre desarrollo y conservación ambiental.
- Fortalecer la competitividad de Bogotá en el mercado global, consolidando su imagen como una ciudad innovadora y conectada.

Evaluación y Resultados de la Recertificación como DTI

La recertificación de Bogotá como Destino Turístico Inteligente (DTI) se basó en una evaluación integral en cinco ejes estratégicos, obteniendo los siguientes puntajes:



Gobernanza (92.8%) Bogotá demostró una gestión eficiente y articulada del turismo, garantizando una planeación estratégica de largo plazo.



Sostenibilidad (81.3%) Se destacaron los avances en turismo responsable y protección del medio ambiente.



Accesibilidad (81.2%) La ciudad ha avanzado en infraestructura y servicios inclusivos para todos los visitantes.



Tecnología (77.9%) Bogotá ha integrado herramientas digitales innovadoras, como Visit Bogotá y el chatbot de IA “Candelaria”, que optimizan la experiencia del visitante.



Innovación (86.5%) La capital colombiana se posiciona como una ciudad creativa, implementando soluciones novedosas en el sector turístico.



Puntaje promedio: 82.5%, un resultado que reafirma el liderazgo de Bogotá en la transformación digital del turismo.

Impacto de la Recertificación como DTI en Bogotá



Mayor competitividad turística: Bogotá se consolida como una de las ciudades más avanzadas en digitalización y sostenibilidad en América Latina.



Atracción de inversión y eventos internacionales: La certificación genera confianza en inversionistas y organizadores de eventos globales.



Innovación en la promoción y experiencia turística: Con herramientas como Visit Bogotá y el chatbot “Candelaria”, la ciudad ofrece un servicio más interactivo y accesible.



Generación de empleo y oportunidades en el sector turístico: La modernización del turismo impulsa la economía local y fortalece el ecosistema empresarial del sector.

Recertificación como DTI y su Relación con la Estrategia de Marca Ciudad “Bogotá, Your Home”

La recertificación como Destino Turístico Inteligente (DTI) se alinea con la estrategia de marca ciudad “Bogotá, Your Home”, reforzando la imagen de la capital como un destino moderno, tecnológico e innovador.

- Bogotá se posiciona como una ciudad preparada para el turismo del futuro, donde la tecnología mejora la experiencia de los visitantes.
- Se fortalece la proyección internacional de la ciudad, atrayendo un turismo más sofisticado y de mayor valor agregado.
- Se integra la innovación con la sostenibilidad, asegurando que el desarrollo turístico respete el patrimonio natural y cultural de Bogotá.

Bogotá, una Ciudad Inteligente y Competitiva en el Turismo Mundial

La recertificación como Destino Turístico Inteligente (DTI) es un logro significativo que demuestra el avance de Bogotá en digitalización, sostenibilidad y accesibilidad turística.

Este reconocimiento no solo mejora la competitividad global de la ciudad, sino que también garantiza que el turismo en Bogotá sea más inclusivo, eficiente y alineado con las tendencias del siglo XXI.

Con esta distinción, Bogotá reafirma su compromiso con la innovación y la transformación del turismo, proyectándose como un referente en la región y consolidando su imagen como una ciudad inteligente, conectada y preparada para el futuro del turismo global.

2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

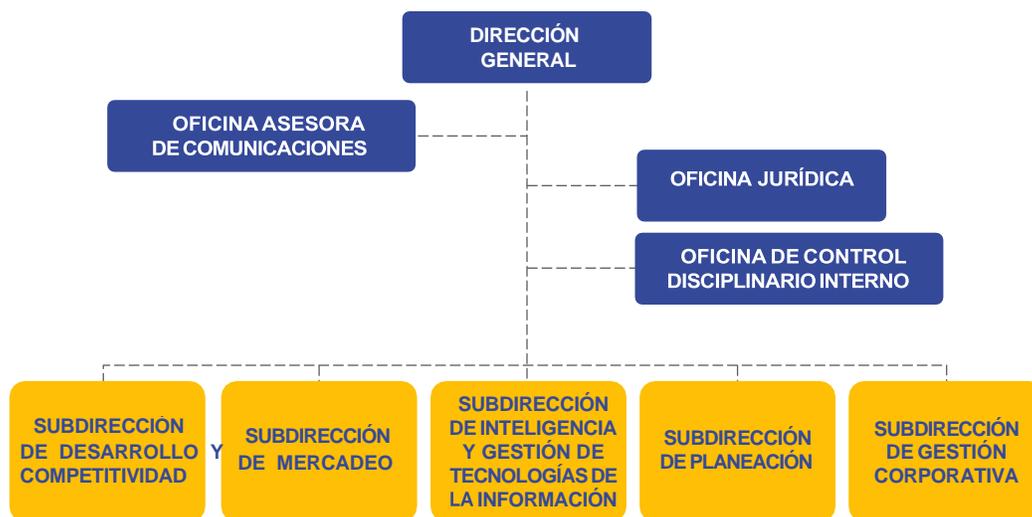
El Instituto Distrital de Turismo (IDT), es una entidad pública del orden distrital, con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera, y patrimonio propio. Está adscrito a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y fue creado mediante el Acuerdo 275 del 2007, con el objetivo de ejecutar políticas, planes y programas para la promoción del turismo y el posicionamiento del Distrito Capital como destino turístico sostenible.

En el Acuerdo se asignan al Instituto Distrital de Turismo las siguientes funciones:

1. Fomentar la industria del turismo en Bogotá, Distrito Capital, convirtiendo la ciudad en un destino turístico sostenible.
2. Ejecutar y hacer seguimiento a la política pública de turismo del Distrito Capital.
3. Elaborar y ejecutar planes, programas y estrategias en materia turística.
4. Impulsar el desarrollo empresarial turístico en coordinación con las instituciones de apoyo empresarial distritales, departamentales y nacionales.
5. Diseñar y gestionar estrategias e instrumentos que concreten las políticas de turismo del Distrito.
6. Promover y coordinar con las diferentes entidades territoriales la elaboración de planes, programas y, en general, todo lo relacionado con las políticas del sector turístico, de acuerdo con las directrices de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico.
7. Ejecutar, controlar, coordinar y evaluar planes, programas y proyectos para la promoción del turismo nacional e internacional hacia el Distrito Capital.
8. Evaluar y hacer seguimiento al impacto que genere la aplicación de las políticas en materia turística sobre la promoción, competitividad, productividad, información, y fomento del desarrollo de formas asociativas de promoción y desarrollo turístico, así como sobre cualquier persona natural o jurídica que explote la actividad turística.
9. Coordinar con entidades oficiales o privadas que tengan funciones relacionadas con la actividad turística, el planeamiento, articulación y establecimiento de alianzas estratégicas para la ejecución de sus planes y programas.
10. Promover la incorporación del manejo ambiental en los proyectos turísticos, en coordinación con las entidades u organismos pertinentes del orden distrital y nacional.
11. Impulsar el desarrollo organizado de proyectos turísticos desde las localidades del Distrito Capital.
12. Fomentar la formalización, cualificación y formación de los prestadores de servicios turísticos de Bogotá, actuando como agente facilitador de los derechos del consumidor y canalizando las quejas y sugerencias en materia de calidad de los servicios.
13. Coordinar con las demás entidades competentes acciones orientadas a la protección y promoción del patrimonio cultural, con fines turísticos.

Actualmente, la estructura organizacional del Instituto Distrital de Turismo está determinada por el Acuerdo de Junta Directiva No. 07 de 2022, que la establece de la siguiente manera:

En la cabeza y toma de decisiones, la Junta Directiva. Seguidamente, la Dirección General; luego, la Oficina Asesora de Comunicaciones; dos oficinas del nivel directivo: la Oficina Jurídica y la Oficina de Control Disciplinario Interno. Cuatro Subdirecciones misionales: Desarrollo y Competitividad, Mercadeo, Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información, Planeación; y una Subdirección de apoyo, la de Gestión Corporativa.

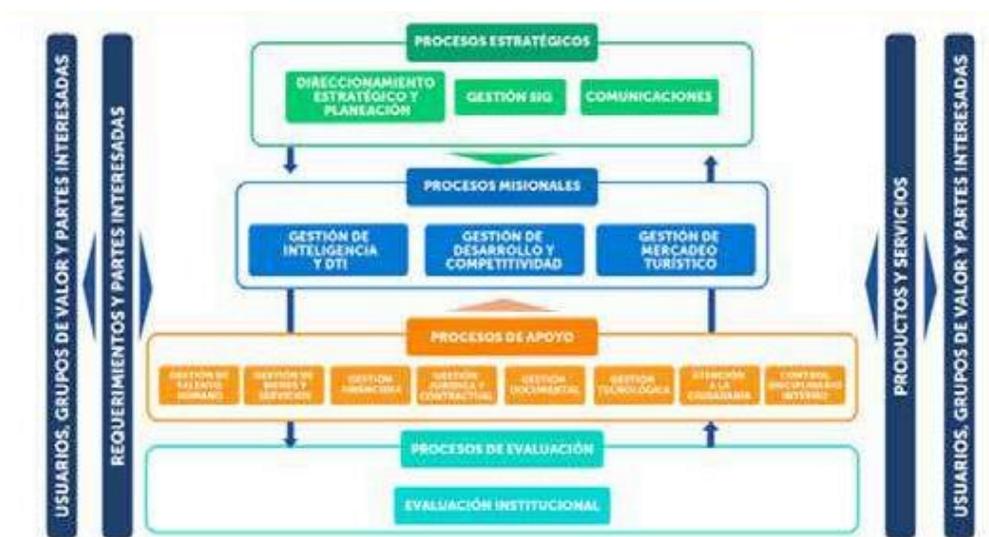


La planta de personal, establecida mediante el Acuerdo de Junta Directiva No. 09 de 2022, para atender las diferentes funciones relacionadas con la misionalidad institucional, está conformada por 90 empleos distribuidos de la siguiente manera: 74 de carrera administrativa, 15 de libre nombramiento y remoción, y 1 de periodo. De estos, 8 corresponden al nivel directivo, 6 al nivel asesor, 64 al nivel profesional, 6 al nivel técnico y 6 al nivel asistencial.

3. MAPA DE PROCESOS

El Instituto Distrital de Turismo desarrolla su misión y objetivos a través de catorce (14) procesos, que permiten ejecutar de manera articulada y eficiente sus funciones, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes y alcanzar los objetivos y metas institucionales. Estos procesos se dividen de la siguiente forma: 2 procesos estratégicos, 3 procesos misionales, 8 procesos de apoyo y 1 proceso de evaluación.

El siguiente esquema muestra el mapa que integra los procesos de la entidad dentro del Sistema Integrado de Gestión:



4. PLATAFORMA ESTRATÉGICA

4.1 PERIODO 2020-2024 - PRIMER SEMESTRE 2024

El Plan Estratégico Institucional establece los siguientes lineamientos para el período 2020-2024:

Misión

El Instituto Distrital de Turismo promueve el desarrollo integral y el fortalecimiento económico de Bogotá a través del turismo, entendido como un motor de integración social y económica, así como un mecanismo para mitigar el impacto ambiental. Esto se logra mediante la formulación de políticas, planes y proyectos basados en las vocaciones locales, la generación de información estratégica y la promoción de la ciudad a nivel nacional e internacional. Bogotá se proyecta como un destino competitivo, sostenible, seguro, accesible e incluyente, articulado con la región para mejorar la calidad de vida de sus habitantes y fortalecer a los actores de la cadena de valor del sector turístico.

Visión

Para el año 2026, el Instituto Distrital de Turismo será reconocido como la entidad líder en la gestión y promoción de Bogotá como un destino turístico competitivo en Latinoamérica. Se destacará por contar con un talento humano íntegro, comprometido y orgulloso de su labor.

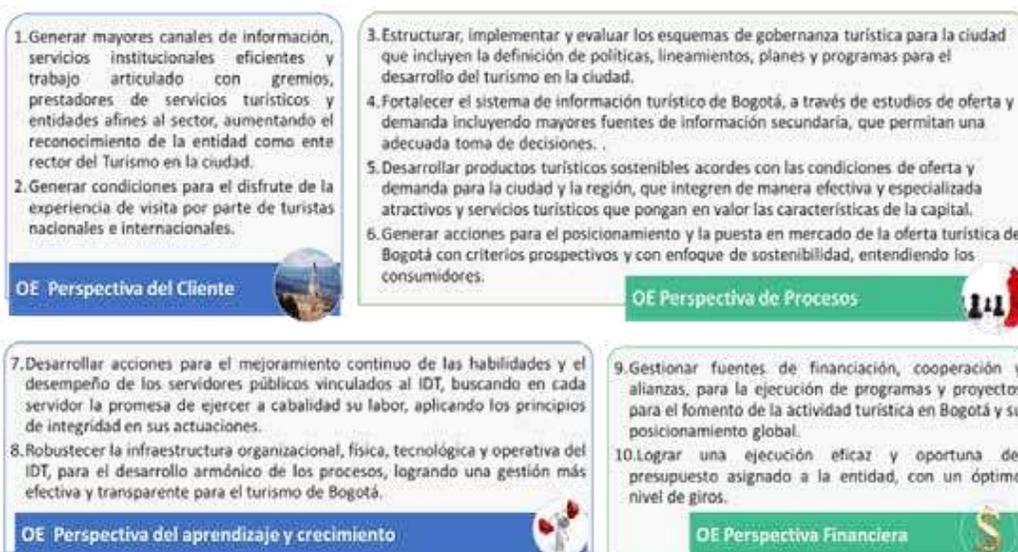
Valores Institucionales

Como principios fundamentales que guían la labor de los servidores públicos, y en concordancia con el Código de Integridad, se establecen los siguientes valores institucionales:

1. Honestidad
2. Respeto
3. Compromiso
4. Diligencia
5. Justicia

Objetivos Estratégicos y de Calidad - Vigencia 2020-2024

Los objetivos estratégicos se han definido bajo el modelo Balanced Scorecard-(BSC) adaptado al sector público, permitiendo así la alineación de la misión y visión con la estrategia organizacional a partir de cuatro perspectivas clave.



4.2 PERIODO 2024-2027 - SEGUNDO SEMESTRE 2024

Como parte del proceso de Planeación Estratégica para la vigencia 2024-2027, en el marco del Plan Distrital de Desarrollo “Bogotá Camina Segura 2024-2027”, se han actualizado los siguientes componentes:

Misión

El Instituto Distrital de Turismo fortalece, promociona y posiciona a Bogotá como destino turístico competitivo, sostenible, seguro, accesible e incluyente, mediante la formulación e implementación de políticas, planes y proyectos enfocados en las dinámicas locales. A través de la generación de información, el desarrollo de productos turísticos y la promoción de la ciudad como un destino atractivo y diverso, a nivel nacional e internacional.

Visión

A 2028, el Instituto Distrital de Turismo habrá posicionado a Bogotá Región como un referente turístico sostenible, inclusivo, competitivo e inteligente de talla mundial, ofreciendo experiencias a residentes, visitantes y turistas, aportando al desarrollo socioeconómico de la ciudad.

Nuevos Objetivos Estratégicos 2025-2027

1. Coordinar la implementación del Modelo de DTI para la ciudad, trabajando con las entidades distritales relacionadas.
2. Generar información oportuna y pertinente para la toma de decisiones sobre planes programas y proyectos del sector.
3. Formular y desarrollar la estrategia de marketing 360 y tácticas para el posicionamiento de la ciudad a través de gestión de alianzas con diversos sectores y en articulación con los actores de la cadena de valor del turismo.
4. Diseñar y desarrollar de una estrategia que permitan promocionar a Bogotá como destino StopOver.
5. Mejorar la competitividad turística de Bogotá como destino inteligente, sostenible, responsable e incluyente.
6. Garantizar el funcionamiento de la entidad a través del fortalecimiento de su capacidad humana, tecnológica y operativa.

5. PRESUPUESTO

La entidad realizó la respectiva programación del Plan Anual de Adquisiciones según lo dispuesto en el procedimiento DE-PO2 “Aprobación, control y seguimiento del Plan Anual de Adquisiciones” y los lineamientos dados por la SDH y la SDP. Cada área responsable de la ejecución estableció su necesidad contractual de acuerdo con el cumplimiento de las metas del Plan de Desarrollo.

En el mes de enero, mediante el Comité de Contratación, se aprobó la programación para los procesos de contratación del PDD UNCSAB, distribuidos en ese momento entre las dos unidades ejecutoras, de la siguiente manera:

Unidad ejecutora 1: 279 líneas de contratación para ejecutar \$11.875 millones de pesos, median-

las siguientes modalidades de contratación; 1 concurso de méritos abierto, 250 procesos de contratación directa, 9 licitaciones públicas, 9 mínimas cuantías, 6 selecciones abreviadas de menor cuantía, 3 selección abreviadas por acuerdo marco y 1 selección abreviada S.I.

Unidad Ejecutora No. 2 -Fondetur: 28 líneas de contratación para ejecutar \$2.100 millones, mediante las siguientes modalidades de contratación: 27 procesos de contratación directa y 1 licitación pública.

En el mes de julio de 2024, mediante la Junta Directiva, se aprobó la modificación en el presupuesto de gastos de inversión como parte del proceso de armonización presupuestal de los proyectos de inversión del PDD UNCSAB al nuevo PDD "Bogotá Camina Segura", por lo que se realizó nuevamente la programación del Plan Anual de Adquisiciones para el segundo semestre de dicha vigencia.

Al cierre del 31 de diciembre, la entidad logró una ejecución presupuestal del 99,42% en gastos de inversión, distribuida de la siguiente manera: la Unidad Ejecutora 1 finalizó con \$11.501 millones ejecutados y la Unidad Ejecutora 2 con \$1.428 millones.

Durante la vigencia, la entidad realizó un traslado presupuestal como parte del proceso de armonización presupuestal, así como tres traslados presupuestales entre proyectos de inversión, sin afectar el presupuesto total de la entidad y con la validación de la SDP y la SDH, respectivamente.

Durante la vigencia 2024, la Subdirección de Planeación llevó a cabo reuniones de seguimiento con los gerentes de proyecto y directivos, con el propósito de monitorear la ejecución presupuestal y el avance en las metas. Este ejercicio permitió generar alertas oportunas a los gerentes de proyecto, promoviendo una gestión más eficiente y efectiva en el cumplimiento de los objetivos establecidos.

La entidad logró un 98,65% de cumplimiento en la oportunidad en la contratación, resultado asociado al seguimiento permanente por parte de cada uno de los gerentes.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN:

Teniendo en cuenta los principios presupuestales, la entidad a través de su Plan Anual de Adquisiciones, programa y ejecuta los recursos dispuestos por el Plan de Desarrollo para cada una de sus metas asociadas.

Para la vigencia 2024, se asociaron 7 proyectos de inversión al PDD UNCSAB y otros 7 proyectos de inversión al PDD BCS.

En la vigencia fiscal 2024, el Instituto Distrital de Turismo contó con un presupuesto de gastos

de inversión inicial de \$13.976 millones de los cuales hubo una reducción presupuestal dispuesta en artículo 6 del Decreto 062 de 2024 y solicitada mediante la Circular Externa No. DDP-000007 del 03 de julio de 2024; por valor de \$971.137.572, quedando una apropiación final de \$13.005 millones, de los cuales se comprometió \$12.929 millones, equivalentes al 99,42%.

Apropiación Inicial	Movimientos	Apropiación Final	Ejecutado	% Ejecutado
\$13.975.941.000	\$ 971.137.572 (reducción)	\$ 13.004.803.428	\$12.928.937.035	99,42%

PDD	Ejecutado	%Ejecutado
\$13.975.941.000	\$ 971.137.572 (reducción)	\$ 13.004.803.428

Ejecución inversión 2024

El comportamiento en el nivel de giros efectuados sobre el nivel de compromisos fue del 86,01% dejando como resultado unas reservas del 13,70% de gastos de inversión para la presente vigencia.

A continuación, se adjunta gráfica que evidencia el comportamiento en la ejecución del recurso asignado para los gastos de inversión en el 2024.

Fuente Bogdata 31/12/2024



6. METAS Y LOGROS DE LA GESTIÓN 2024

En concordancia con el Plan Distrital de Desarrollo “Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI” y con los objetivos definidos en el Plan Estratégico 2020-2024, se presentan los logros alcanzados durante el primer semestre de 2024, en relación con las metas de las cuales la entidad ejerce la gerencia correspondiente al programa 26.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7706- Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá	# acumulado anual de consultas atendidas mediante mecanismos virtuales y presenciales.	296.737	223.891	75,45%

Logros

Atención de consultas a través de la Red de Información Turística:

Como parte de la estrategia de información y atención al turista, el Instituto Distrital de Turismo atendió un total de 223.891 personas a través de la Red de Información Turística, distribuidas de la siguiente manera:

- Residentes: 7.780
- Turistas nacionales: 2.729
- Turistas internacionales: 2.304
- Personas participantes en recorridos turísticos: 1.565
- Solicitudes atendidas a través del sistema PQRS (con corte a mayo): 38
- Usuarios que accedieron a información a través de los pedestales informativos: 208.590

Los pedestales informativos, ubicados estratégicamente en puntos clave de la ciudad, se encuentran en:

- Cinco hoteles seleccionados
- Jardín Botánico de Bogotá
- Maloka
- Centro Comercial Titán Plaza
- Instituto Distrital de Turismo (IDT) - Piso 23

Canales de Atención

Para garantizar una comunicación eficiente con residentes, visitantes y turistas, la atención se prestó a través de diversos canales:

Presenciales:

- Puntos de Información Turística en Monserrate, Templete al Libertador, Terminal Salitre, Aeropuerto El Dorado y el Centro Internacional.
- Recorridos turísticos presenciales.
- Pedestales informativos.

Telefónicos:

- Línea gratuita nacional: 018000127400.

Virtuales:

- Chat virtual en la página web BogotaDC.travel.
- Correo electrónico: informacionturistica@idt.gov.co.
- PQRS

Recorridos Presenciales y Virtuales

Durante el primer semestre de 2024, 1.565 usuarios (residentes, turistas nacionales y extranjeros) participaron en recorridos turísticos organizados por el IDT. En total, se llevaron a cabo 155 recorridos presenciales, con las siguientes temáticas destacadas:

- Recorrido por el Centro Histórico.
- Recorrido temático por las iglesias 2024.
- Recorrido por el Distrito San Felipe.
- Recorrido de Graffiti en La Candelaria.

Estos recorridos permitieron a los participantes conocer la riqueza cultural, histórica y artística de Bogotá, consolidando su posicionamiento como un destino turístico diverso y atractivo.

Información en pedestales: Durante el periodo evaluado, se registraron un total de 208.590 sesiones de información a través de los pedestales virtuales, ubicados estratégicamente en distintos puntos de la ciudad.

Visualizaciones de recorridos en canales virtuales: Un total de 885 personas visualizaron los siete (7) recorridos turísticos disponibles en canales virtuales, los cuales permiten explorar la riqueza cultural y natural de Bogotá de manera remota.



- Descubre la magia de Monserrate: <https://www.youtube.com/watch?v=Qou3 ZBqRKbc>
- Join us on this fascinating tour of Monserrate: <https://www.youtube.com/watch?v=bl0iflk OUIjk>
- Distrito San Felipe: https://www.youtube.com/watch?v=3YDbY N_k8_4
- Acompáñanos a recorrer el Distrito San Felipe - Un plan diferente que te va a encantar: <https://www.youtube.com/watch?v=uxKO wCZBQ54>
- Recorrido Ciudad Bolivar: <https://www.youtube.com/watch?v=FCwM yky5Pmg>
- Recorrido Jardín Botánico: <https://www.youtube.com/watch?v=9v4iDUYhXSk>
- Recorrido Bici Carrera Séptima: <https://www.youtube.com/watch?v=YUsfO swjhs0>

Cumplimiento de la Meta Cuatrienal

Esta meta alcanzó un 93% de cumplimiento en el cuatrienio, con un total de 927,154 consultas atendidas. Este incumplimiento obedeció a diversas circunstancias, en primer lugar, las restricciones sanitarias relacionadas con el COVID-19 en los años 2020 y 2021 limitaron el acceso a consultas presenciales en los Puntos de Información Turística (PIT) para los visitantes. Aunque estas medidas se redujeron en 2022, la afluencia de consultas no fue suficiente para alcanzar la meta debido a varias razones en el contexto post-COVID-19, como el temor a viajar, la disminución de la demanda de servicios turísticos debido al impacto económico de la pandemia y el cambio hacia el teletrabajo, lo que redujo las consultas presenciales, obligando a cambiar la estrategia hacia acciones virtuales.

Ante estas circunstancias, la Subdirección de Mercadeo implementó diversas acciones adicionales a lo largo de los años para procurar alcanzar la meta de 1 millón de consultas:

- Se intensificó la instalación de pedestales en varios puntos estratégicos de la ciudad para aumentar las consultas turísticas.
- Se promovió activamente la realización de consultas virtuales a través de canales como redes sociales y correo electrónico, considerando que las personas seguían mayormente en sus hogares.
- Desde 2022, se integraron las respuestas a las Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Denuncias (PQRSD) recibidas por la Subdirección de Mercadeo como parte del cumplimiento de la meta.
- En 2023, se llevó a cabo una campaña publicitaria para promover recorridos virtuales, lo que resultó en un aumento de visualizaciones respecto al año anterior.
- En 2024, se han venido inaugurando nuevos PITs para ampliar la red y así facilitar la disponibilidad de información turística a los residentes, visitantes y turistas nacionales e internacionales.

Se implementó una estrategia integral de posicionamiento digital, orientada a fortalecer la presencia de Bogotá y del Instituto Distrital de Turismo (IDT) en plataformas sociales. Esta estrategia se centró en humanizar las redes sociales mediante la generación de contenido innovador, narrativas atractivas y una conexión directa con audiencias clave.

Dentro de esta estrategia, se desarrollaron campañas emblemáticas, como #BogotáTuCasa, así como colaboraciones estratégicas con figuras públicas influyentes y una curaduría constante de contenido que resalta la riqueza cultural, histórica, natural y gastronómica de la ciudad. Gracias a este enfoque, se logró fortalecer la percepción de Bogotá como un destino turístico acogedor y diverso, al tiempo que se consolidó al IDT como entidad líder en la promoción turística de la ciudad a nivel nacional e internacional.

Resultados destacados:

- Crecimiento de 49.465 nuevos seguidores en todas las redes sociales, lo que representa un incremento del 42.18% en la comunidad digital.
- Del total histórico de seguidores del IDT, el 29.67% se unió en 2024, consolidando este año como el período de mayor impacto en redes sociales.
- Este crecimiento se tradujo en un mayor alcance e interacción, alcanzando más de 474.147 interacciones en todas las plataformas digitales, conectando a Bogotá con públicos locales e internacionales y fortaleciendo su posicionamiento como un destino turístico atractivo.
- Capacidad de respuesta (eficiencia en la atención).

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7705 - Incorporar al menos 510 prestadores de servicios turísticos de la ciudad en el programa de turismo sostenible, que incluya 102 con énfasis en bioseguridad.	# de prestadores de servicios turísticos incorporados al programa de turismo sostenible /510 prestadores de servicios turísticos de la ciudad en el programa de turismo sostenible	9	9	100%

Logros

Se logró la incorporación de 510 prestadores de servicios turísticos de Bogotá al Programa de Turismo Sostenible, a través de sus líneas estratégicas "Economía Circular del Vidrio" y "Círculo Capital de Calidad Turística".

ECONOMÍA CIRCULAR DEL VIDRIO

Esta estrategia, iniciada en 2023, ha permitido la participación de 70 empresas del sector turístico, incluyendo guías profesionales de turismo, en procesos de reutilización, transformación y reconocimiento de materiales reciclables. Su objetivo principal es fomentar la sostenibilidad en la industria turística mediante la optimización de recursos y la reducción del impacto ambiental.



Como parte de este proyecto, se avanzó en la identificación de actores de la cadena de valor del turismo interesados en participar en el proceso de economía circular. Además, se llevaron a cabo capacitaciones y asistencia técnica para la correcta implementación de procesos de separación en la fuente.

En 2024, se culminó la incorporación de Prestadores de Servicios Turísticos (PST) de las localidades de Fontibón, Engativá, Suba, Kennedy y La Candelaria al programa, consolidando así el compromiso del sector con la sostenibilidad.

CÍRCULO CAPITAL DE CALIDAD TURÍSTICA - ALTURA

El Sistema Distrital de Calidad Turística, primero y único en su tipo en Colombia, fue creado en 2023 con el propósito de elevar la calidad del sector turístico mediante tres procesos asincrónicos e independientes:

1. Implementación y distinción de buenas prácticas.
2. Implementación y distinción de estándares.
3. Modelo de excelencia – "Premio Distrital a la Calidad Turística".

Durante 2024, a través del Círculo Capital de Calidad Turística, se fortaleció la estrategia para mejorar procesos y fomentar la vinculación de empresarios en iniciativas de sostenibilidad, seguridad y desarrollo empresarial. Asimismo, se identificaron nuevas oportunidades de articulación con otras entidades, permitiendo mejorar la competitividad de los PST vinculados al programa.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7705 - Capacitar 485 empresas u organizaciones comunitarias prestadoras de servicios turísticos o conexas a la cadena de valor del turismo, en temas relacionados con sostenibilidad y fortalecimiento empresarial.	# de empresas u organizaciones comunitarias prestadoras de servicios turísticos o conexas a la cadena de valor del turismo capacitadas, con constancia de participación/ 485 empresas u organizaciones comunitarias pts. o conexas a la cadena de valor.	14	24	171,43%

Logros

Se presentó la Ruta de la Productividad a 16 empresarios, con el objetivo de dar a conocer los temas de formación y aplicar herramientas de diagnóstico. Asimismo, se llevó a cabo una sesión con los operadores logísticos de Open Point, responsables de Monserrate como principal atractivo turístico, con la participación de 14 operarios. En total, se realizaron 6 de los 15 cursos programados en la Ruta de la Productividad, abordando temas como Cultura y Responsabilidad Turística, Costeo de Productos Turísticos y Seguridad Turística.

Dentro de la estrategia de Desarrollo Empresarial - Ruta de la Productividad, se contó con la participación de 52 empresarios en el ciclo 1 y 42 empresarios en el ciclo 2, quienes firmaron la carta de compromiso correspondiente.

Adicionalmente, se dio inicio al proceso de fortalecimiento de la formación empresarial en articulación con ProColombia, a través del "Programa de Formación Exportadora en Turismo para los Andes Orientales Colombianos, fase II". En este programa, se

abordaron temas como articulación turística, diseño de productos turísticos, diseño de paquetes turísticos, costeo y tarifario, y marketing turístico.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7707 - Sensibilizar y asesorar a 300 prestadores de servicios turísticos y otras organizaciones públicas o privadas, en la implementación de prácticas de prevención de ESCNNA en el contexto del turismo	# acumulado anual de prestadores de servicios turísticos y otras organizaciones públicas o privadas, sensibilizados y asesorados en la implementación de las estrategias de prevención de ESCNNA	9	11	122%

Logros

Se llevó a cabo la sensibilización de 9 prestadores de servicios turísticos y otras organizaciones conexas o vinculadas a la cadena de valor del turismo, en relación con el concepto de Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes (ESCNNA). En las sesiones, se abordaron aspectos como los actores involucrados (víctimas y victimarios), las modalidades y escenarios en los que ocurre la ESCNNA, las afectaciones para las víctimas y el sector turístico, el marco normativo y los compromisos del sector turístico en la prevención de este flagelo.

En total, se logró sensibilizar a 695 personas vinculadas a la cadena de valor del turismo en Bogotá, de las cuales 325 son mujeres y 370 son hombres. Las sensibilizaciones se realizaron a través de sesiones dirigidas a las siguientes poblaciones:

- Colaboradores de cinco (5) hoteles
- Estudiantes de cuatro (4) instituciones académicas
- Conductores de una (1) empresa de transporte público
- Conductores y personal administrativo de dos (2) empresas de transporte especial de turismo
- Colaboradores de dos (2) agencias de viajes
- Colaboradores de un (1) atractivo turístico

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7707 - Implementar el 100% de la estrategia de orientación y atención integral para visitantes víctimas de delitos en las Zonas de Interés Turístico	Sumatoria del % de avance de cumplimiento de cada hito.	100%	100%	100%

Logros

Se desarrollaron capacitaciones y campañas dirigidas a los prestadores de servicios turísticos en temas relacionados con la prevención de delitos contra turistas y la atención integral en las Zonas de Interés Turístico. Este trabajo se realizó en colaboración con la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia, las Alcaldías locales y la Policía de Turismo.

Campañas de Prevención de Delitos Contra Turistas

Se llevaron a cabo 17 campañas de prevención en las localidades más frecuentadas por turistas nacionales e internacionales, comenzando por Chapinero (Parque de la 93), seguida de Teusaquillo, Candelaria, Fontibón y Usaquén, áreas con una vida nocturna activa debido a la alta concentración de bares, restaurantes y discotecas. Estas campañas contaron con la participación de la Policía de Turismo, la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia, las Alcaldías locales y el Gaula del Ejército.



Capacitaciones en Seguridad Turística

Se llevaron a cabo 6 capacitaciones en seguridad turística, dirigidas a 115 prestadores de servicios turísticos de las localidades de Teusaquillo, Chapinero, Candelaria, Kennedy y Engativá, así como en el Terminal de Transportes.

Dentro de esta misma estrategia, se realizó una capacitación virtual en seguridad turística a 4 prestadores de servicios turísticos.



Línea NUSE 123

A través de un Convenio Interadministrativo entre la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia, y el Instituto Distrital de Turismo, se articularon esfuerzos institucionales para gestionar el reporte y registro de incidentes, con el objetivo de coordinar la atención de las autoridades competentes y, de igual manera, prevenir, mitigar y evitar los delitos contra los turistas.

Desde 2023, la línea 123 cuenta con personal capacitado en el idioma inglés durante sus turnos de atención, lo que permite atender de manera oportuna cualquier emergencia que presente un turista extranjero que no hable español.

En 2024, se evidenció que esta atención se está prestando de forma efectiva y oportuna, tras una visita a las instalaciones de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia,

donde se pudo observar el funcionamiento tanto de la línea 123 como del C4 (Centro de Comando, Control, Comunicaciones y Cómputo).

Frente de Seguridad Turístico

Con la inauguración del primer Frente de Seguridad Turístico en el sector de Corferias, barrio Quinta Paredes, localidad de Teusaquillo, Bogotá (2023), se logró organizar, de forma voluntaria, una cultura de seguridad entre el gremio hotelero, la comunidad y la Policía de Turismo, basada en la participación ciudadana. Durante 2024, la estrategia se fortaleció mediante capacitaciones y reuniones sobre el Código de Convivencia y Seguridad Ciudadana, así como recomendaciones de la oferta institucional para evitar que los turistas nacionales y extranjeros sean víctimas de delitos.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7705 - Implementar el 100% de las estrategias de cultura y responsabilidad turística.	% de Avance de estrategia apropiación de ciudad*25% + % de Avance CAT * 25% + % de avance Turismo responsable * 25% + % de avance de Turismo Incluyente *25%	100%	110%	110%

Logros

La estrategia de apropiación de Bogotá Turística se implementa a través de actividades como charlas y recorridos de apropiación, dirigidas a diversos actores clave para el desarrollo de la actividad turística en la ciudad.

En 2024, se logró sensibilizar a un total de 811 anfitriones de la ciudad, entre los cuales se reportan 261 conductores de taxi; 550 prestadores de servicios turísticos, estudiantes de Turismo al Cole y de Educación Superior, servidores públicos, así como personas pertenecientes a otras poblaciones relevantes

para la actividad turística en la ciudad, como mujeres de las CIOM, comunidades locales, asociaciones y personas con discapacidad, entre otras.

Este logro fue posible gracias al desarrollo de más de 52 charlas sobre cultura turística y apropiación de la ciudad, en las que se abordaron temáticas como el ABC del Turismo, los principales atractivos turísticos de Bogotá, los riesgos del turismo que deben ser atendidos con la participación responsable de los residentes (Explotación Sexual Comercial de

Niños, Niñas y Adolescentes – ESCNNA, prácticas de corrupción, seguridad turística), y los alcances del Código Ético de Turismo Responsable para Bogotá.

A continuación, se detallan algunas de las acciones más relevantes realizadas durante el año en el marco de la estrategia de Apropiación de Ciudad:

Sensibilización en Apropiación de Ciudad dirigida a conductores de taxi:

Según la Encuesta de Viajeros realizada anualmente por el Observatorio de Turismo de

Bogotá, el medio de transporte más utilizado por los turistas que visitan la ciudad es el taxi. En este contexto, el IDT estableció alianzas con las empresas de taxi de Bogotá, especialmente aquellas que operan en el Aeropuerto El Dorado, con el fin de capacitar a los conductores afiliados y sensibilizarlos acerca de su rol como anfitriones. Estos conductores son la primera cara de la ciudad y los principales orientadores que ayudan a los turistas a sentirse seguros, cómodos y bien informados sobre la oferta turística de Bogotá.

En total, se realizaron 14 charlas dirigidas a 261 conductores de las empresas Taxis Libres, Taxi Imperial y Tax Express.



Taxi Imperial

Durante la vigencia, se dio inicio al curso titulado “Bogotá: Destino Turístico, auténtico, responsable y accesible”, dirigido a los conductores de la empresa Taxi Imperial. Este curso está compuesto por 4 módulos, con una duración total de 8 horas.

Los módulos del curso son los siguientes:

- Módulo I: Servicio al Cliente
- Módulo II: Apropiación de Ciudad
- Módulo III: Prevención ESCNNA - Código Ético
- Módulo IV: Turismo Accesible

Se realizó un primer corte de este curso para hacer entrega de los certificados de asistencia a los conductores, en un evento celebrado en el Aeropuerto El Dorado, en el marco de la inauguración del PIT. Este evento contó con la presencia del señor Alcalde Mayor, Carlos Fernando Galán.

Sensibilización de Turismo Responsable

La estrategia de Turismo Responsable del IDT, se enfocó en la difusión del Código Ético de Turismo Responsable para Bogotá, alcanzando a más de 937 personas tanto en charlas de apropiación de ciudad, como en espacios de sensibilización enfocados en los contenidos del



código, invitando a los ciudadanos y ciudadanas a consultar el documento y sus anexos a través de la página web del IDT

<https://www.idt.gov.co/es/codigo-etico-de-turismo-responsable-para-bogota>.

Particularmente, durante el primer semestre de 2024 se sensibilizó a 67 los funcionarios y colaboradores del IDT sobre los principios que plantea el Código.

En el marco de esta estrategia, realizamos la difusión del Código Ético de Turismo Responsable entre sus participantes logrando llegar a un total de 59 personas.



Estas auditorías tuvieron como objetivo revisar el cumplimiento de los criterios de accesibilidad establecidos por Tur4all, la primera plataforma internacional de turismo accesible gestionada por expertos en accesibilidad.

Como resultado, los mencionados establecimientos obtuvieron el distintivo Tur4all, logrando la publicación de su información en la plataforma. Esto contribuye al posicionamiento de Bogotá como un destino turístico accesible, beneficiando a las personas que requieren condiciones de accesibilidad en su experiencia de viaje.

Sensibilización en Turismo Accesible

Se llevaron a cabo charlas de sensibilización y presentación de la oferta de servicios y experiencias de turismo accesible, logrando impactar a 97 estudiantes de colegios y universidades, 31 trabajadores y directivos de la cadena hotelera, 76 prestadores de servicios turísticos y 42 referentes del turismo a nivel distrital.

En el marco del Sistema de Calidad Turística, se capacitó a 50 empresarios en la aplicación de buenas prácticas. Estas capacitaciones abordaron temáticas relacionadas con las generalidades de la accesibilidad y el Diseño Universal, la eliminación de barreras en la información y comunicación, la eliminación de barreras en el medio físico y la eliminación de barreras sociales.

En el marco de la estrategia de promoción del turismo accesible, se han difundido a través de las redes sociales del IDT dos videos que presentan la oferta de turismo accesible, incluyendo definiciones clave y parte de la señalética utilizada actualmente.

Certificación Tur4all

A través del convenio suscrito con la Fundación Misioneros Divina Redención San Felipe Neri – FUMDIR (2023), se realizaron auditorías de accesibilidad en el Planetario de Bogotá, el Jardín Botánico José Celestino Mutis, la Biblioteca Pública Julio Mario Santo Domingo, la Terminal de Transporte Salitre y la peatonalización de un tramo de la Carrera Séptima.



Educación para el turismo

El Programa Colegios Amigos del Turismo (CAT) fue iniciado en 2005 por el Viceministerio de Turismo, y el Instituto Distrital de Turismo lidera las actividades del Nodo Bogotá, el cual incluye a 36 Instituciones Educativas Distritales (IED).

En 2024, se llevaron a cabo visitas a los colegios CAT IED Ciudad de Villavicencio e IED Ciudad de Bogotá con el propósito de definir actividades según sus necesidades. Para fortalecer el programa, se realizaron reuniones estratégicas, entre ellas: una con la organización MUTAR-Turismo Sostenible para coordinar acciones en los CAT de Usme y otra con la Agencia de Viajes KIAAX para establecer actividades, incluyendo el Programa Pago Ecológico.

Asimismo, se desarrollaron diversas charlas dirigidas a estudiantes de educación media:

- Cultura turística para estudiantes de 10° y 11° del Colegio Ciudad de Villavicencio.
- Aviturismo para estudiantes de 11° de la misma institución.
- Sostenibilidad y reciclaje para estudiantes del Colegio Alberto Lleras en Suba.



Como parte de las actividades de sensibilización, se llevaron a cabo cuatro recorridos con la temática de fantasmas en los colegios República de China, José Antonio Galán y República de Bolivia, en los cuales participaron niños con discapacidad cognitiva. Adicionalmente, se realizó un recorrido en el Humedal Santa María del Lago con la participación de estudiantes de la IED República de China.

Turismo al Cole 2024

En el marco del programa Turismo al Cole 2024, se desarrollaron charlas Turisteando por Bogotá en los colegios La Amistad (Kennedy), Ciudad de Villavicencio (Usme) y José Antonio Galán (Bosa). Asimismo, se abordaron otras temáticas de interés, como la importancia de la guianza turística, en una charla impartida en el Colegio República de Bolivia, y una sesión sobre aviturismo, dirigida a estudiantes del Colegio Ciudad de Villavicencio.



En el marco de la jornada Subdirector por un Día, cuyo objetivo era seleccionar a un estudiante de grado 11 de los colegios miembros del programa para que conociera de primera mano las labores y actividades diarias del Subdirector de Desarrollo y Competitividad, se llevó a cabo una convocatoria en la que participaron 15 estudiantes, quienes enviaron un video explicando por qué deseaban formar parte de esta experiencia.

Como resultado, fue seleccionada la estudiante Karold Moscoso del Colegio Fanny Mikey en Ciudad Bolívar. Durante la jornada, Karold participó en diversas actividades, incluyendo reuniones con los equipos de trabajo del área y una visita al Jardín Botánico de Bogotá.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7705 - Implementar el 100% de al menos 6 productos turísticos, de los cuales 3 sean de alcance regional.	Sumatoria de avance de cada uno de los hitos de producto.	100%	100%	100%

Logros

Implementación del Producto Turístico Cultural y Gastronómico

La implementación del producto Gastronómico pasó por varias etapas: revisión, verificación, validación, implementación y entrega. Para ello, se realizó una visita a Casa Galería Café, donde se revisaron, verificaron y validaron las tres experiencias ofrecidas por el establecimiento. Como conclusión, se destacó la calidad del servicio al cliente, la excelencia de la experiencia y la narrativa del producto.

Además, se elaboró la Ficha de Implementación del Producto Turístico, que describe los objetivos, el responsable y la fecha de cumplimiento de las acciones necesarias para fortalecer el producto de Turismo Gastronómico. Posteriormente, se realizó la socialización y entrega del producto mediante un Facebook Live, en el que participaron más de 30 personas en vivo. La publicación obtuvo 70 "likes", 38 comentarios y fue compartida 10

veces, con la participación de personas de Ciudad de México, Cundinamarca, Putumayo y varias localidades de Bogotá.

Sabor Bogotá - Días de Ajiaco Santaferreño

Se realizó el lanzamiento y conversatorio de Turismo Gastronómico "SABOR BOGOTÁ" durante la Vitrina Turística de ANATO en Corferias, en el stand de Bogotá. Este evento contó con la participación de la Secretaría de Cultura, un chef colombiano y un foodie, siendo moderado por el director del IDT. La estrategia presentada tiene como objetivo mostrar la diversidad y riqueza gastronómica de Bogotá, con el fin de posicionarla como el mejor destino gastronómico de Latinoamérica. Como parte de Sabor Bogotá, se incluyó una categoría para evaluar el mejor Ajiaco Santaferreño, cuyo ganador fue seleccionado por tres perfiles de jurados que evaluaron las diferentes categorías del programa.



Conversatorio Turismo Gastronómico “Sabor Bogotá”, 29 de febrero de 2024

Corredor turístico Central de Corabastos

Ruta que permite a visitantes y locales explorar uno de los epicentros comerciales más importantes de Colombia y Latinoamérica. Este nuevo recorrido turístico brinda una experiencia única que combina la tradición gastronómica, la historia y la vibrante cultura que caracteriza a esta icónica central de abastos.



Participación en Festivales

- Fritanga Fest
- Festival de la Lechona

El Instituto Distrital de Turismo, en paralelo con la implementación del producto turístico gastronómico, también desarrolló actividades orientadas a fortalecer otros productos turísticos, tales como:

Producto de Biciturismo - Regional

Tras un trabajo conjunto entre el Instituto Distrital de Turismo y la Región Administrativa de Planeación Especial (RAP-E) de la Región Central, se logró la reactivación del Circuito Bici Bogotá Región, el cual es pionero al ser el único recorrido perimetral alrededor de una ciudad capital en Latinoamérica. Esta ruta atraviesa la zona rural de Usme y Ciudad Bolívar, conectando con 15 municipios de Cundinamarca. La ruta incluye zonas urbanas, vistas panorámicas y naturales, oferta gastronómica y cultural, flora, fauna, y más de 40 atractivos turísticos.

Producto Turístico de Naturaleza

Se realizó la reapertura al público del sendero Paramuno en el Cerro de Monserrate, en coordinación con el operador turístico Ecohills y la administración de Monserrate. La actividad contó con la participación de 30 personas, con edades comprendidas entre los 6 y los 58 años. Al finalizar la actividad, se entregó un kit del IDT, que incluía la guía de aves de Bogotá, la guía turística de la ciudad, una agenda y un cuello.

Asimismo, se ha establecido un plan de acción para continuar con las asistencias técnicas a las 5 rutas huerteras, en coordinación con el JBB y los equipos de fortalecimiento empresarial del IDT. Se presentaron las ofertas temáticas a 15 PST con el objetivo de integrar la oferta turística de la ciudad.

Producto Turístico de Bienestar - Regional

Se desarrolló un plan de acción estructurado en diversas líneas de trabajo del producto, iniciando con la articulación con organizaciones vinculadas y entidades regionales, como el IDECUT. Este plan tiene como objetivo continuar activando experiencias en Bogotá y en los municipios de Cundinamarca con potencial para el turismo rural y de bienestar.

Producto Turístico Rural

Se logró la articulación con la recientemente conformada Red de Turismo Rural, la cual hasta la fecha ha integrado a 20 organizaciones de turismo rural en las localidades de Usme, Ciudad Bolívar, Suba, Engativá y varios municipios de Cundinamarca. Esta iniciativa busca canalizar los esfuerzos de los actores públicos y privados para el ordenamiento, fortalecimiento y promoción del turismo rural y comunitario en Bogotá región, operado por las propias comunidades.

Producto Ruta Leyenda El Dorado - Regional
Se realizó una revisión de la plataforma Moodle en relación con los contenidos del curso de RLD.

Objetivo	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	
7706- 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	# acumulado anual de personas beneficiarias de información o pauta de la oferta turística de Bogotá	102.024	112.834	110,6%

Logros

Se impactaron a 112.834 personas a través de las siguientes actividades:

Acciones de promoción

Se implementaron acciones de promoción para que los visitantes de la ciudad pudieran realizar reservas de bienes y servicios turísticos, con el fin de incrementar el gasto turístico y contribuir al desarrollo económico de Bogotá.

Módulo de Experiencias Turísticas

Un total de 666 personas realizaron reservas a través del módulo de comercialización de Experiencias Turísticas, disponible en www.visitBogota.co. A continuación, se detallan algunos de los resultados obtenidos:

- 103 personas realizaron reservas a través de www.visitBogota.co, generando ingresos superiores a \$14.100.000 para los empresarios.
- 235 empresarios afiliados al módulo de experiencias turísticas actualizaron sus datos.
- 284 empresarios se unieron como nuevos aliados de la marca.
- 62 hoteles afiliados a MICE se unieron como nuevos socios.

- 282 empresarios afiliados a FONDETUR actualizaron sus datos o se unieron como nuevos miembros.
- 12 empresarios afiliados a VACACIONAL se unieron como nuevos miembros.

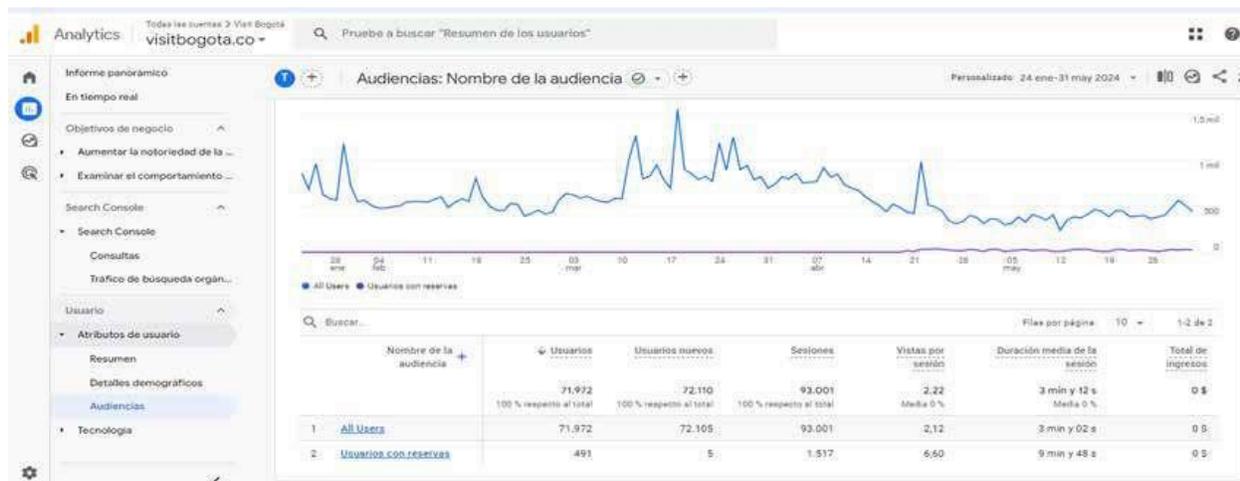
Hasta el primer semestre de 2024, 563 personas disfrutaron de las reservas realizadas en www.visitBogota.co, generando ingresos para los empresarios por un total superior a \$3.900.000.

Acciones para generar nuevos usuarios en la página web

Se desarrollaron acciones que resultaron en la incorporación de nuevos usuarios en las plataformas web:

- 11.178 nuevos usuarios visitaron la página BogotaDC.travel.
- 72.110 nuevos usuarios visitaron la página VisitBogota, la nueva plataforma promocional de las actividades turísticas de Bogotá.

Soporte de la actividad desarrollada



Desarrollo de contenidos redes sociales de bogotadc.travel

En el primer semestre del 2024, se lograron 10.735 nuevos seguidores que pudieron ver el contenido promocional de Bogotá como destino turístico en las siguientes redes sociales:

- 3.633 nuevos seguidores en Facebook.
- 3.030 nuevos seguidores en Instagram.
- 93 nuevos suscriptores en Youtube.
- 690 nuevos seguidores en TikTok.
- 3.289 nuevos seguidores en X.

Participación directa o indirecta en eventos de promoción de ciudad

Durante la vigencia se ha participado en eventos promocionado la oferta turística de Bogotá, esto con el objetivo de lograr la llegada de más viajeros. Dichos eventos se encuentran relacionados a continuación:

Nombre del evento	Cantidad de asistentes
FITUR	7.500
BRAZTOA	35
ANATO	3.058
ITB	1.500
Routes americas	1.017
WTM Latam 2024-Brasil	1.720
Total	14.785

Las participaciones más relevantes fueron:

Feria Internacional de Turismo - FITUR: EL IDT realizó acciones comerciales y de promoción, a través de las actividades de mercadeo y promoción en la feria FITUR, que se llevó a cabo en la ciudad de Madrid, España



Soporte de la actividad desarrollada

Acciones a resaltar:

- Lanzamiento de la nueva marca Visit Bogotá.
- Reconocimiento por parte de la Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física (PREDIF), la entidad más importante de España en materia de igualdad.
- Visibilización de la oferta turística de Bogotá en el stand de Colombia – Procolombia.

ANATO 2024: Participación en el stand de Bogotá, organizado en conjunto con la Cámara de Comercio de Bogotá, con el fin de aumentar la visibilidad de Bogotá a nivel nacional e internacional en el marco de la Vitrina Turística ANATO 2024, bajo el lema “Colombia abierta al mundo”.

Durante los tres días de feria, contamos con la participación de 45 empresarios, distribuidos en 30 de Bogotá y 15 de la región, en unión con la Cámara de Comercio de Bogotá. Asimismo, contamos con 9 aliados del sector, como museos, gremios, entre otros.

- Asistentes: 3.058 personas atendidas en el stand de Bogotá.
- Expectativas de venta: \$1.802.516.600.



Feria Internacional de Turismo de Berlín - ITB

El IDT participó en la Feria Internacional de Turismo de Berlín (ITB Berlín) con el objetivo de articular acciones de promoción que permitan posicionar a Bogotá como un destino turístico de clase mundial. La feria se utilizó como medio para establecer conexiones estratégicas con líderes de la industria, dar a conocer y promover los diversos planes y programas del sector turístico del Distrito Capital, así como continuar con el fortalecimiento de visitbogota.co. Además, se buscó aumentar la visibilidad de Bogotá, mostrándola como un destino turístico diverso y atractivo para viajeros de todo el mundo.

- Estado Actual del Turismo Local: El IDT presentó una visión integral del turismo en Bogotá, identificando áreas de oportunidad para mejorar la oferta turística local y aumentar su competitividad a nivel global.
- Análisis de Tendencias Turísticas Globales: La WTCF proporcionó una perspectiva global sobre las tendencias emergentes, discutiendo estrategias para alinear las acciones locales con estas tendencias y mejorar el posicionamiento de Bogotá como destino turístico.
- Exploración de Oportunidades Internacionales: Se exploraron oportunidades para participar en eventos y programas internacionales, destacando la importancia de establecer alianzas estratégicas y promover la colaboración en proyectos de desarrollo turístico.

Reunión de Articulación entre el IDT y Visit Berlín: El objetivo de esta reunión fue presentar estadísticas turísticas y tendencias, así como estudiar estrategias de posicionamiento internacional. Se exploraron proyectos colaborativos entre ambas ciudades, y se acordó una reunión constructiva para continuar con la colaboración.

Reunión de Articulación entre el IDT y KLM: En esta reunión, se dialogó sobre la conectividad aérea, el fortalecimiento de rutas aéreas regionales y estrategias de marketing conjunto. KLM presentó su red de vuelos y planes de expansión.

- Exploración de Oportunidades para Fortalecer Rutas Aéreas Regionales: Se discutieron oportunidades para aumentar la frecuencia de vuelos y mejorar la accesibilidad con el fin de impulsar el turismo hacia Bogotá.
- Diseño de Estrategias de Marketing Conjunto: Se diseñaron estrategias para promover el destino y aumentar la demanda de vuelos hacia Bogotá, explorando campañas publicitarias y actividades promocionales.



Soporte de la actividad desarrollada

WTM Latam 2024 - Brasil

El IDT participó, del 15 al 17 de abril, en la Feria Internacional de Turismo WTM Latam 2024, llevada a cabo en la ciudad de São Paulo, Brasil, con el objetivo de desarrollar acciones comerciales y de promoción que permitan posicionar a Bogotá como un destino turístico. Dentro de estas acciones, se destacan:

- Alianza estratégica con la Catedral de Sal de Zipaquirá y la aerolínea GOL para la realización de un Fam Trip dirigido al mercado brasileño.
- Presencia en el blog de viajes "A Melhor das Viagens", gestionado por una reconocida bloguera brasileña.
- Reunión de la Red de Destinos Urbanos Latinoamericanos con representantes de Quito y Visit Buenos Aires, con el propósito de fortalecer la cooperación regional en materia de turismo.

En resumen, la participación en estos eventos ha contribuido significativamente a la promoción y visibilidad de Bogotá como un destino turístico diverso y atractivo.



Soporte de la actividad desarrollada

Routes Americas : Por primera vez, Bogotá fue la sede de Routes Americas, el evento anual que reúne a las aerolíneas, aeropuertos y otros actores de la industria aérea para desarrollar conectividad en la región.

Eventos de Promoción

Se llevaron a cabo actividades de promoción dirigidas a personas relacionadas con el sector de bienes y servicios turísticos, con el propósito de dar a conocer la oferta de Bogotá como destino.

Durante la vigencia 2024, se implementaron estrategias de promoción y mercadeo que permitieron difundir la oferta turística de Bogotá entre empresarios de la ciudad, con el objetivo de incrementar la llegada de viajeros. A continuación, se presentan los eventos de promoción realizados con los actores de la cadena de valor del sector turístico:

#	Nombre de la actividad	# de personas impactadas directa e indirectamente con el multiplicador
1	Capacitación de destino a nu empresarios de Bogotá	80
2	Capacitación de destino en articula con Procolombia Venezuela	1.690

Acciones de promoción y mercadeo de la ciudad de Bogotá como destino turístico. Se realizaron las siguientes acciones de promoción y mercadeo para la ciudad:

- Capacitación de destino Bogotá, a nuevos empresarios de la ciudad:
- Capacitación de destino agencia Transfer & Tours: Presentación de destino en articulación con la Aerolínea GOL
- Capacitación de destino agencia de viajes Living Colombia:
- Capacitación de destino agencias de viaje Bogotá
- Capacitación de destino mercado Costa Rica:.
- Feria de Emprendimientos Turísticos - OPAIN



Soporte de la actividad desarrollada

- Capacitación de destino Aerolínea GOL - Brasil:
- Capacitación de destino comerciantes Corabastos:
- Capacitación de destino para el desarrollo de Fam Trip Brasil:

Por otra parte, en el marco de la estrategia de visibilización de Bogotá como destino turístico, se llevó a cabo la siguiente actividad:

Press trip "Marcando Estilo": Se brindó apoyo al evento "Marcando Estilo", organizado por la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) y Corte Inglés.



Soporte de la actividad desarrollada

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7706-Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá	# acumulado anual de eventos captados para la recuperación turística de Bogotá	1	1	100%

Logros

Se llevaron a cabo las siguientes actividades: Promoción y Captación de Eventos del Segmento MICE

Como parte de las acciones para la recuperación del sector turístico en Bogotá, se apoyaron y/o implementaron estrategias de promoción destinadas a la captación de eventos del segmento MICE.

Gracias a la colaboración entre el Instituto Distrital de Turismo y la Asociación BM Investigations Inc., se logró la integración de la ciudad y el respaldo de otros países de la región para asegurar que Bogotá fuera elegida, por decisión unánime, como sede del 70th Annual General Meeting of the Council of International Investigators – AGM 2024.

Este evento, realizado del 17 al 21 de septiembre de 2024, contó con la participación de invitados internacionales, quienes se reunieron con el propósito de mejorar sus habilidades investigativas y establecer contactos con colegas de todo el mundo. Además, congregó a algunos de los investigadores más destacados a nivel global para compartir conocimientos, experiencias y mejores prácticas.

Caracterizar la oferta de servicios para el segmento MICE en la Ciudad

En la vigencia 2024 se avanzó con el proceso de caracterización de los empresarios de las categorías definidas para venues y proveedores de Bogotá-Región, llevando a cabo un proceso

de verificación de los datos suministrados, con el fin de contar con información veraz y correcta y generando un proceso de actualización, obteniendo los siguientes resultados:

Categorías / Datos	Existentes	Actualizados	Nuevos
Recintos para eventos	115	3	1
Proveedores	111	5	2

Acercamientos con la oferta de servicios especializados en MICE (venues y operadores)

Se desarrollaron acercamientos con la oferta de servicios especializados con dos objetivos:

- Lograr un mejor entendimiento de la oferta y generar oportunidades para ellos.
- Adelantar acciones específicas para la captación y realización de eventos hacia Bogotá.

Teniendo en cuenta lo anterior, dentro de estos dos objetivos se adelantaron los siguientes acercamientos:

- XXI Congreso de Fenavi 2024
- BIME 2024

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7708-Implementar al 100% el portal único de promoción de la oferta turística de Bogotá, que incluye página Web y APP	% acumulado anual en la implementación del portal único de promoción de la oferta turística de Bogotá	100%	100%	100%

Logros

Se llevaron a cabo las siguientes actividades:

Desarrollo, Actualización y Programación de Secciones del Sitio Web

Con el objetivo de lograr un cumplimiento del 100% en la implementación de la nueva página web, se desarrollaron las siguientes fases:

- Rebranding del portal de promoción
- Creación de un banco de imágenes
- Publicación de la versión en inglés

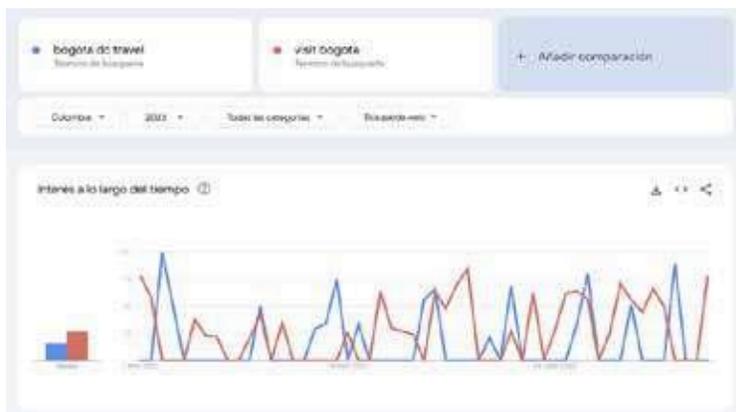
En línea con lo anterior, se han implementado las siguientes acciones:

Rebranding de www.bogotadc.travel a visitbogota.co

Tras una exhaustiva revisión del portal bogotadc.travel, se identificó la oportunidad de optimizar sus herramientas mediante un proceso de rebranding, lo que permitió mejorar su posicionamiento y alcance.

Esta decisión se fundamenta en los siguientes aspectos:

- Impacto en las búsquedas: Según un estudio realizado en Google Trends en 2023, el nombre actual no genera un impacto significativo en las búsquedas. En contraste, los usuarios buscan con mayor frecuencia "Visit Bogotá" en comparación con "Bogotá DC Travel", lo que representa una oportunidad para fortalecer el posicionamiento de la nueva marca.



Soporte de la actividad desarrollada

- Conservación del tráfico: Con una migración adecuada de enlaces utilizando el archivo .htaccess, se garantiza la conservación del tráfico actual del portal bogotadc.travel, lo que asegurará el éxito de visitbogota.co.
- Unificación de marcas: La presencia de submarcas dentro del mismo portal, como en la sección 'Plan Bogotá', compite con el posicionamiento de Bogotá DC Travel. Mediante el rebranding, se consolidarán los esfuerzos para posicionar una única marca, reduciendo los costos de inversión publicitaria necesarios para ser reconocidos por los turistas.

En resumen, el rebranding se presenta como una estrategia efectiva para mantener la relevancia, mejorar la imagen de marca y adaptarse a los cambios que requiere el turismo en Bogotá."

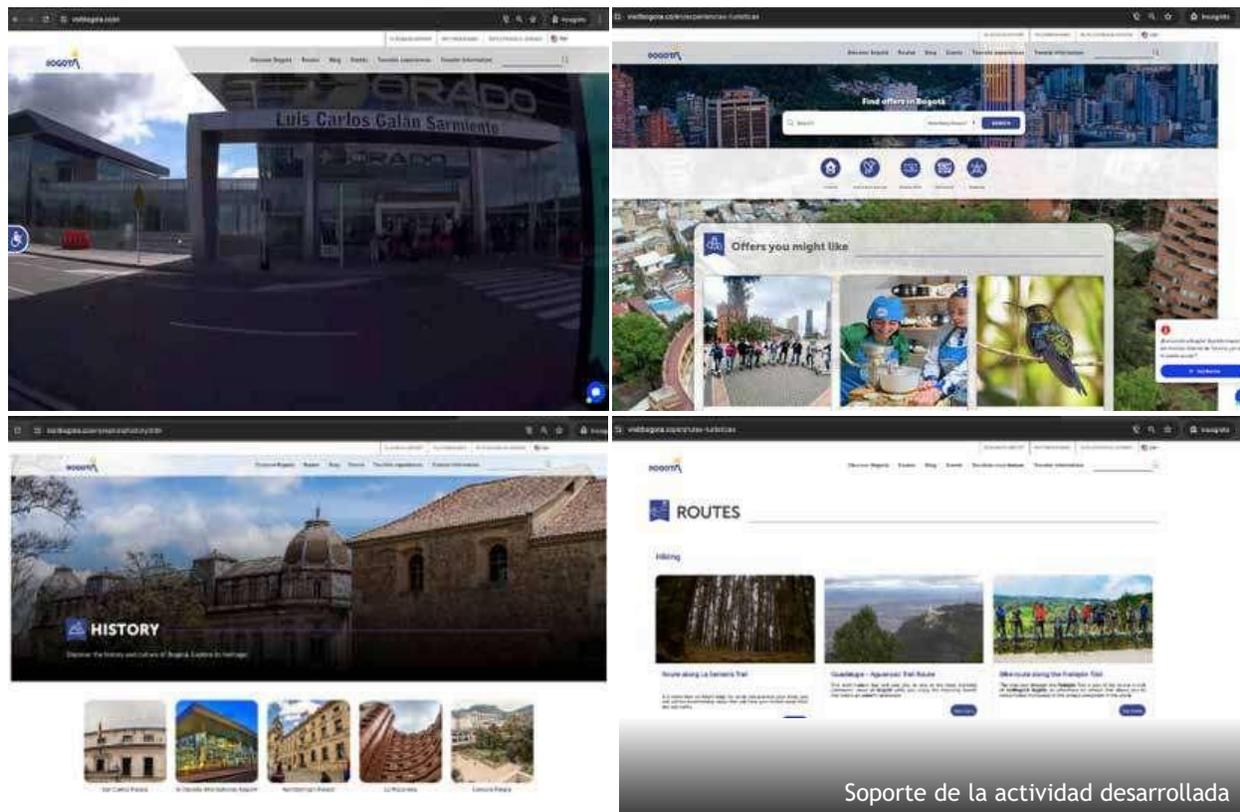
Renovación del Banco de imágenes

Se realizó un ajuste interno para no depender de licencia externa en el funcionamiento del banco de imágenes:



Publicación de la versión de inglés en el portal de www.visitbogota.co

La publicación de la versión en inglés en el portal de www.visitbogota.co es esencial para ampliar su alcance y atraer a un público internacional. El inglés es uno de los idiomas más utilizados a nivel mundial en el ámbito del turismo y la comunicación global, lo que permite que viajeros de diferentes países accedan a la información y puedan planificar su visita a Bogotá con facilidad. Además, al contar con una versión en inglés, el portal tiene la oportunidad de mejorar su posicionamiento en los motores de búsqueda internacionales, lo que incrementa su visibilidad y atrae a un mayor número de potenciales turistas. Este enfoque no solo impulsa el turismo en la ciudad, sino que también genera beneficios económicos para los negocios locales.



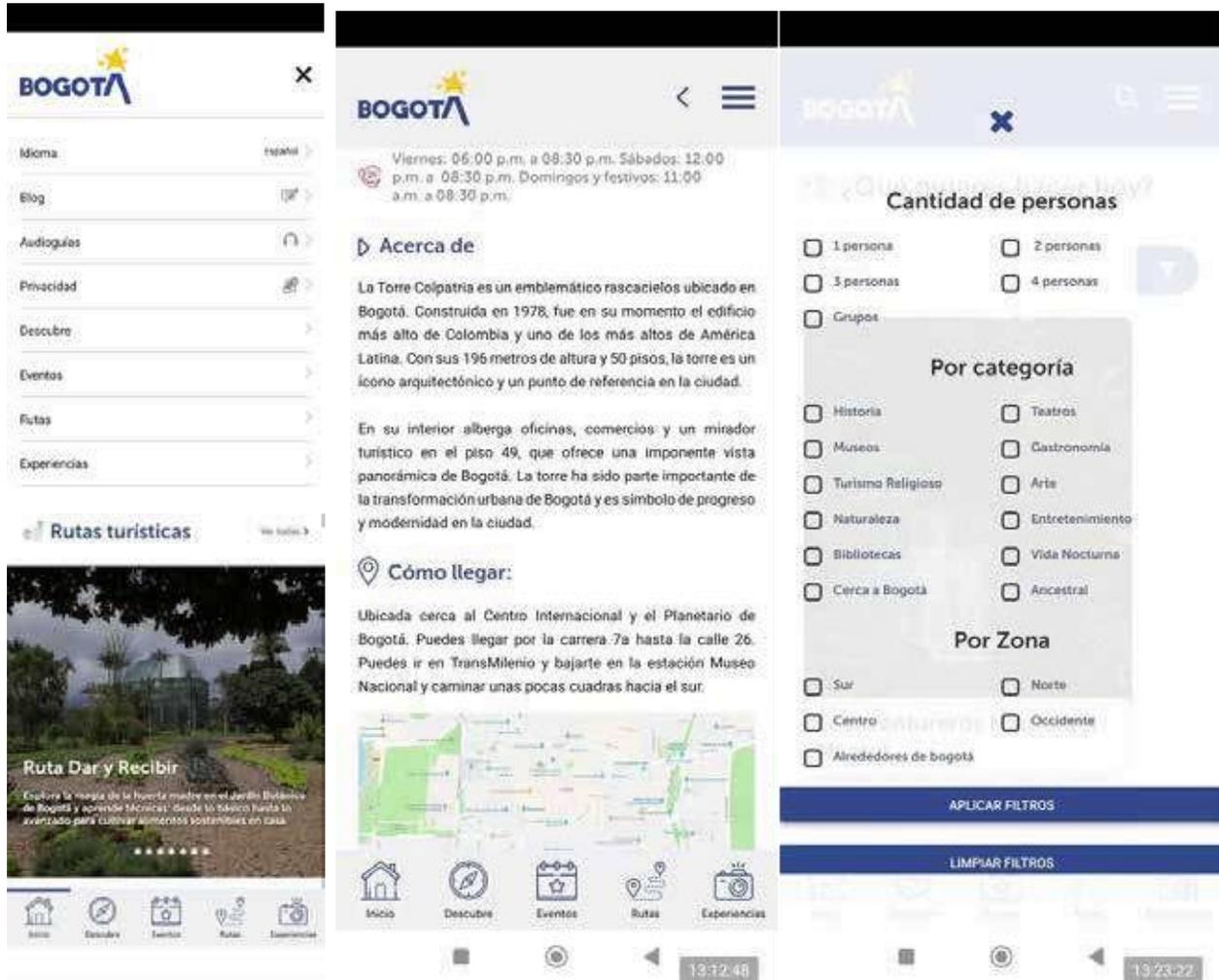
Soporte de la actividad desarrollada

Desarrollar, programar y diseñar las secciones dentro de la aplicación móvil:

La nueva aplicación presenta una interfaz moderna y atractiva, e incorpora características esenciales que optimizan la experiencia del turista. Entre las mejoras más destacadas se encuentran las rutas turísticas, diseñadas para guiar a los visitantes a través de los atractivos de la ciudad de manera intuitiva y fácil de seguir. Estas rutas personalizadas permiten a los turistas explorar Bogotá de forma organizada y enriquecedora, garantizando que no se pierdan ningún punto de interés.

Además, la aplicación ofrece información actualizada sobre eventos, atracciones y artículos. Al proporcionar estos recursos en un solo lugar, la nueva aplicación móvil se convierte en una compañera indispensable para cualquier visitante, mejorando significativamente su experiencia turística en Bogotá.





Soporte de la actividad desarrollada

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7908-Desarrollar 24 convocatorias públicas que permitan seleccionar proyectos turísticos estructurados por comunidades organizadas, emprendimientos, empresarios u otros actores del sector, para que puedan ser ejecutados a partir de la destinación de estímulos e incentivos.	# de convocatorias públicas que permitan seleccionar proyectos turísticos	3	3	100%

Logros

Teniendo en cuenta que el objeto del Instituto Distrital de Turismo es la ejecución de las políticas, planes y programas para la promoción del turismo y el posicionamiento del Distrito Capital como destino turístico sostenible; se creó y puso en operación los esquemas de administración técnica, financiera y administrativa de FONDETUR, para el desarrollo de convocatorias públicas que permitieron seleccionar proyectos turísticos estructurados por comunidades organizadas, emprendimientos, empresarios u otros actores del sector, que fueron ejecutados a partir de la destinación de estímulos e incentivos.

De acuerdo con el plan de acción definido para la vigencia 2024, se presentaron y definieron el desarrollo de tres (3) convocatorias públicas, De esta manera las convocatorias que estructuró y desarrolló FONDETUR fueron las siguientes:

Nombre Convocatoria	Impacto	Fecha de lanzamiento	Estado	Presupuesto Planeado	Presupuesto ejecutado
“Bogotá brillante: Un destino para el mundo” Mercadeo y Promoción Turística.	32 Beneficiarios	Marzo 2024	Seguimiento	\$ 440	\$ 256
“Explora y ConVive: Turismo comunitario en la capital”	30 Beneficiarios	Marzo 2024	Seguimiento	\$ 400	\$ 300
Bogotá Inspira Turismo: Innovando destinos, creando experiencias”	46 Beneficiarios	Marzo 2024	Seguimiento	\$ 440	\$ 368

Fuente Bogdata, Cifras en millones

El desarrollo de las convocatorias se realizó en el 1er semestre del año, su seguimiento y cierre se dio en el segundo semestre logrando entregar el 100% los estímulos e incentivos a 108 beneficiarios.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7908-Otorgar 1.050 estímulos o incentivos a los actores del sector turismo para mejorar su competitividad y promoción en el sector turístico	# de actores del sector turismo beneficiados con estímulos o incentivos para mejorar su competitividad y promoción en el sector turístico	150	108	72%

Logros

Para dar cumplimiento de la meta, se proyectó beneficiar un total de 150 actores del sector turístico mediante el desarrollo de tres convocatorias, pero una vez concluida la fase de postulación, revisión y selección, el Comité Ejecutivo aprobó un total de 108 proyectos. Estos proyectos fueron ejecutados por cada beneficiario y desde FONDETUR se realizó acompañamiento técnico a cada uno de ellos permitiendo ejecutar todos los proyectos sin ningún tipo de incumplimiento. En este sentido se les desembolsó el 100% de los estímulos a cada beneficiario, siguiendo lo indicado para cada convocatoria.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7908-Apoyar el desarrollo de 4 proyectos de innovación	# de proyectos de innovación apoyados	1	1	100%

Logros

En el marco de las convocatorias desde FONDETUR se decidió estructurar la convocatoria “Bogotá Inspira Turismo: Innovando destinos, creando experiencias” de esta manera se apoyó el fortalecimiento de iniciativas que impulsaron la innovación sectorial a través de la diversificación de la oferta, el fortalecimiento de las capacidades de innovación y la consolidación de encadenamientos productivos. Seguido a esto se dio inicio a la ejecución de cada uno de los proyectos donde se logró cerrar de manera satisfactoria la ejecución de los 46 proyectos de

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7908-Capacitar 350 personas en habilidades y competencias ligadas al desarrollo del sector turístico	# de capacitaciones realizadas en habilidades y competencias ligadas al desarrollo del sector turístico	100	100	100%

Logros

esta convocatoria.

Entendiendo la necesidad que tiene el sector turístico de la ciudad ligadas al desarrollo de habilidades y competencias; desde FONDETUR se trabajó en la consolidación de una metodología que permitiera capacitar y orientar a diversas personas del sector en la estructuración y formulación de proyectos, esto les permitió ampliar su panorama y acceder a nuevos beneficios. De acuerdo con esta metodología y sus lineamientos se avanzó en la planeación de capacitaciones que permitió alcanzar la meta propuesta.

A continuación, se encuentra la ejecución por cada proyecto de inversión.

Plan de Desarrollo Distrital “Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del siglo XX 2020-2024”

Proyecto de Inversión	Apropiación 2024	Compromisos 2024	% Avance Ejec	Giros	% Avance Giros
7705 Fortalecimiento del Sistema Turístico de Bogotá Región para responder a las principales tendencias, oportunidades y cambios que inciden en el sector, en Bogotá	\$1.349	\$1.349	100,00%	\$1.218	90,31%
7706 Implementación de estrategias de mercadeo y promoción para el sector turístico de la ciudad de Bogotá.	\$2.138	\$2.138	99,99%	\$2.137	99,99%
7707 Desarrollo de estrategias para reducir las condiciones que permiten la ocurrencia de delitos asociados a la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes, y delitos en contra de turistas y visitantes en la región y en Bogotá.	\$107	\$107	100,00%	\$98.609	91,73%
7708 Desarrollo de las herramientas tecnológicas de promoción e información turística de Bogotá.	\$79	\$79	100,00%	\$79	100,00%
7709 Mejoramiento y fortalecimiento de la capacidad institucional del instituto distrital de turismo de Bogotá	\$1.388	\$1.388	100,00%	\$1.388	99,99%
7908 Administración del fondo de desarrollo turístico de Bogotá - Fondetur Bogotá.	\$1.428	\$1.428	100,00%	\$1.408	98,56%
7915 Optimización de la producción de información estadística oportuna y relevante para la toma de decisiones del sector turismo en Bogotá	\$805.308	\$805.308	100,00%	\$756	93,88%

*Fuente Bogdata, Cifras en millones



INFORME DE GERENCIA 2024



/visitbogota

www.visitbogota.co



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO

