

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO
INFORME DE GERENCIA
VIGENCIA 2021



Archivo IDT - Fotógrafo Daniel Ruiz Vera

Bogotá, D. C., enero 2022

CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN	3
2	CONTEXTO INSTITUCIONAL.....	6
3	PRESUPUESTO DE GASTOS	9
4	CUMPLIMIENTO DE METAS	10
5	PRINCIPALES LOGROS DE LA GESTIÓN 2021	16
5.1	Recuperación del destino.....	16
5.1.1	Política Pública de Turismo	17
5.1.2	Producto Turístico	20
5.1.3	Infraestructura Turística	36
5.1.4	Producción y análisis de información sectorial para la toma de decisiones.....	41
5.2	Fortalecimiento de capacidades.....	43
5.2.1	Fortalecimiento de procesos de gestión de los prestadores de servicio turístico	43
5.2.2	Implementación de estrategias de cultura y responsabilidad turística	48
5.2.3	Implementación de estrategias de prevención para un turismo seguro	59
5.3	Ayudas directas a los empresarios.....	62
5.3.1	Creación del Fondo de Desarrollo Turístico de Bogotá - FONDETUR	62
5.3.2	Certificación Sello de Bioseguridad Check In Certificado	64
5.3.3	Plan Bogotá	66
5.3.4	Licenciamiento Marca Bogotá	68
5.3.5	Ruedas de negocio.....	69
5.4	Atracción de demanda	70
5.4.1	Campañas promocionales y especializadas.....	71
5.4.2	Captación de eventos.....	80
5.4.3	Estrategias digitales para la promoción y mercadeo de ciudad.....	82

INTRODUCCIÓN

El Instituto Distrital de Turismo – IDT, entidad pública del orden distrital, fue creado en el año 2007 con dos propósitos: i) estimular el desarrollo económico de Bogotá a través de la promoción de la actividad turística y ii) promover las mejores condiciones de sostenibilidad y competitividad de la ciudad como destino turístico.

La apuesta estratégica de la Ciudad desde el IDT, se ha concentrado en posicionar a Bogotá como un destino turístico sostenible y al sector turismo como un generador del desarrollo económico y del bienestar de la ciudad. En cumplimiento de estos objetivos, hoy Bogotá es líder en materia de promoción y gestión turística gracias a un trabajo coordinado con el sector privado y otros sectores para aunar esfuerzos y mantener al turismo como alternativa de desarrollo sostenible para la ciudad y su zona de influencia, impulsando nuevos proyectos y actividades en torno a la gestión del destino y la promoción y mercadeo de la ciudad, lo que ha permitido enfrentar los desafíos que impuso la emergencia sanitaria generada por la propagación del Coronavirus y el fuerte choque que ello ha representado para la economía, ocasionando que uno de los sectores más afectados sea el sector turismo.

En particular para Bogotá, antes de que se anunciara la pandemia, a la ciudad llegaban en promedio cerca de 12 millones 500 mil turistas al año, de los cuales cerca de 1 millón 900 mil eran de origen internacional. Fruto del alto flujo de turistas, Bogotá recibía más de 2.400 millones dólares anuales de gasto turístico, tasas de ocupación hotelera del 62% en promedio y empleo cercano al 7% de la fuerza laboral de la ciudad. En términos del valor agregado, el turismo representaba el 3,2% de la economía bogotana. Lo anterior demuestra la importancia del sector en la contribución al desarrollo económico y social de la ciudad (Observatorio de Turismo de Bogotá).

Por otro lado, Bogotá representaba el 45,5% del total de flujo de visitantes internacionales en Colombia, de acuerdo con cifras de Migración Colombia, y 40% del total de los ingresos que el país percibe por el turismo, según estimaciones del Instituto Distrital de Turismo - IDT usando información de las cuentas satélite de turismo reportadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE, lo que evidencia el peso de la capital dentro del turismo del país.

A partir del brote del COVID-19, las políticas de salud pública relacionadas con medidas de aislamiento han tenido repercusiones significativas tanto en la oferta como en la demanda de turismo de origen nacional e internacional. De acuerdo con las estimaciones de la Organización Mundial del Turismo-OMT, el turismo a nivel mundial cayó 70% en el 2020. Las estimaciones realizadas por el Instituto Distrital de Turismo -IDT indican que al final del 2020 a Bogotá llegaron poco más de 4 millones de turistas, reportando una disminución de la demanda de turismo cercana al 66,5%. Lo anterior, representa una disminución del 68% en los ingresos que recibía la ciudad por el gasto turístico. En cuanto al nivel de empleo, terminó con una disminución cercana del 32%, mientras que la participación del sector turismo en la generación de valor agregado de la ciudad cayó del 3,2% en 2019 a 1,9% en 2020.

En mayo del 2020, a manera de reacción rápida ante la pandemia, se formuló el Plan de Mitigación, Reactivación y Recuperación del Sector Turístico en Bogotá, conformado por cuatro fases. Las fases 1 “Aislamiento” y 2 “Restricción y Aislamiento” se desarrollaron durante la vigencia 2020, con el objetivo de mitigar y contener la expansión del virus, así como planear, estudiar, organizar y mitigar impactos inmediatos; en el 2021 se desarrollaron las fases 3 “Reactivación Comercial Progresiva”, orientada a reactivar los servicios y la oferta local – regional y programación anticipada internacional y 4 “Recuperación”, con el propósito de trabajar por la reconstrucción del tejido empresarial, la productividad del sector, la apropiación local y de marca, para recuperar los niveles de demanda existentes antes de la pandemia. De estas fases, se desprenden varias de las acciones adelantadas durante la vigencia 2021, que se detallan en el contenido del presente informe.

En lo que respecta a la situación del 2021, el IDT trabajó dos escenarios bajo dos supuestos fundamentales: primero, se contempló otro periodo de aislamiento social por el aumento en el número de contagiados a nivel mundial y, particularmente en Bogotá. En segundo lugar, se estimó que este nuevo periodo de aislamiento social, tiene menos impacto por la nueva estrategia denominada DAR (detectó, aisló y reportó) y los niveles de vacunación de la población, de acuerdo con los estudios epidemiológicos de la Alcaldía.

El escenario más conservador, planteó la posibilidad de tener cuarentenas intermitentes y restricciones más flexibles, basadas en el aprendizaje obtenido en 2020, permitiendo mayor flujo de turistas. En este escenario se proyectó que para 2021 llegarían 3,6 millones de turistas a Bogotá, obteniendo un crecimiento entre el 15% y el 18% respecto a lo esperado al final de 2020. Por otra parte, el escenario optimista, contemplaba un avance importante en el esquema de vacunación en 2021, que permitiría reabrir fronteras y recobrar la confianza del viajero, superando el estado de emergencia generado por la pandemia del covid-19. Este escenario mostraba la llegada de 9 millones de turistas, recuperando durante el año más del 70% del flujo de turistas total que se observó en 2019.

De acuerdo con las cifras consolidadas hasta el tercer trimestre del año 2021, Bogotá había recibido 3.731.631 turistas, de los cuales 294.580 eran turistas extranjeros, estando ubicados en las proyecciones del primer escenario, sin embargo, con la progresiva apertura de rutas aéreas al final del año y la recuperación de las frecuencias de vuelos a los destinos que se manejaban en el periodo pre pandemia, el turismo internacional presentó una recuperación favorable en el último trimestre del año y para finales del año 2022 y principios del 2023, se espera que sea el año que aporta a la recuperación económica y de transición para recuperar la senda de crecimiento que se venía observando antes del 2019, demostrando la importancia del sector turismo para acelerar la creación de empleo y la reactivación económica, debido a su naturaleza económica transversal y su profunda huella social, para ayudar a las sociedades y comunidades afectadas a regresar al crecimiento y la estabilidad.

Ante la situación expuesta, durante el año 2021 el Instituto Distrital de Turismo, además de concentrarse en el cumplimiento del Plan de Desarrollo Distrital, lideró una Estrategia de Recuperación orientada a Fortalecer el destino, promocionarlo para generar confianza de los turistas y visitantes, a apoyar a los empresarios y prestadores de servicios turísticos que estuvieron paralizados por la crisis afectando duramente el empleo y la economía de la ciudad, y a apalancar proyectos que permitieran recuperar



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

progresiva y certeramente el sector turismo y contribuir en buena medida a la recuperación de la economía de la ciudad.

El presente informe presenta los resultados de la gestión 2021 a nivel institucional y misional, dando cuenta de los resultados y cumplimiento de las metas establecidas por la Entidad, a partir de los objetivos estratégicos formulados para el periodo 2020-2024 y los compromisos establecidos en el Plan Distrital de Desarrollo 2020 – 2024 “Un nuevo contrato social y ambiental para la Bogotá del siglo XXI”.

KAROL FAJARDO MARIÑO
Directora General

2 CONTEXTO INSTITUCIONAL

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

Actualmente la estructura organizacional del Instituto Distrital de Turismo está definida por una Junta Directiva, una Dirección General con tres asesores, dos oficinas asesoras, una oficina de Control Disciplinario Interno y tres Subdirecciones:



La misión y objetivos estratégico se desarrollan a través de catorce (14) procesos que permiten ejecutar de manera articulada y eficiente sus funciones, en búsqueda de la satisfacción de las necesidades de los clientes y el logro de los objetivos y metas institucionales (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 del IDT:



La Plataforma Estratégica está definida bajo los siguientes elementos que guían el accionar de la entidad durante el periodo 2020-2024:

Misión

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

Visión

El Instituto Distrital de Turismo será reconocido en el 2026, como la entidad referente en la gestión y la promoción de Bogotá, como destino turístico competitivo líder en Latinoamérica, caracterizándose por tener un talento humano orgulloso, íntegro y comprometido.

Valores Institucionales

Se definen 5 valores institucionales como principios de acción de las actuaciones de los servidores públicos, acorde con lo establecido en el Código de Integridad:

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

Objetivos Estratégicos y de Calidad

Los objetivos estratégicos se encuentran definidos bajo el modelo Balanced Scorecard -BSC aplicado al sector público, lo que permite alinear la misión y visión, con la estrategia en torno a 4 perspectivas. En primer lugar, la perspectiva del cliente se pone en lo más alto del mapa estratégico y es la prioridad hacia dónde se dirigen los esfuerzos de la entidad. Dentro de la perspectiva financiera se procura la adecuada asignación de los recursos, para aquellas acciones estratégicas que mayor impacto tengan en el bienestar común. La perspectiva de procesos es fundamental, en tanto que permite satisfacer los objetivos y expectativas de los ciudadanos por medio de procesos clave. Por último, la perspectiva del aprendizaje y crecimiento centra su atención en el mejoramiento continuo de las habilidades y desempeño de los servidores públicos y en el mejoramiento de la capacidad institucional para optimizar sus procesos.

1. Generar mayores canales de información, servicios institucionales eficientes y trabajo articulado con gremios, prestadores de servicios turísticos y entidades afines al sector, aumentando el reconocimiento de la entidad como ente rector del Turismo en la ciudad.
2. Generar condiciones para el disfrute de la experiencia de visita por parte de turistas nacionales e internacionales.

OE Perspectiva del Cliente



3. Estructurar, implementar y evaluar los esquemas de gobernanza turística para la ciudad que incluyen la definición de políticas, lineamientos, planes y programas para el desarrollo del turismo en la ciudad.
4. Fortalecer el sistema de información turístico de Bogotá, a través de estudios de oferta y demanda incluyendo mayores fuentes de información secundaria, que permitan una adecuada toma de decisiones.
5. Desarrollar productos turísticos sostenibles acordes con las condiciones de oferta y demanda para la ciudad y la región, que integren de manera efectiva y especializada atractivos y servicios turísticos que pongan en valor las características de la capital.
6. Generar acciones para el posicionamiento y la puesta en mercado de la oferta turística de Bogotá con criterios prospectivos y con enfoque de sostenibilidad, entendiendo los consumidores.

OE Perspectiva de Procesos



7. Desarrollar acciones para el mejoramiento continuo de las habilidades y el desempeño de los servidores públicos vinculados al IDT, buscando en cada servidor la promesa de ejercer a cabalidad su labor, aplicando los principios de integridad en sus actuaciones.
8. Robustecer la infraestructura organizacional, física, tecnológica y operativa del IDT, para el desarrollo armónico de los procesos, logrando una gestión más efectiva y transparente para el turismo de Bogotá.

OE Perspectiva del aprendizaje y crecimiento



9. Gestionar fuentes de financiación, cooperación y alianzas, para la ejecución de programas y proyectos para el fomento de la actividad turística en Bogotá y su posicionamiento global.

10. Lograr una ejecución eficaz y oportuna del presupuesto asignado a la entidad, con un óptimo nivel de giros.

OE Perspectiva Financiera



3 PRESUPUESTO DE GASTOS

En la vigencia fiscal 2021, el Instituto Distrital de Turismo contó con un presupuesto de gastos de veinte mil doscientos sesenta y un millones seiscientos treinta mil pesos (\$33.530.075.885) distribuido 23% para gastos de funcionamiento y 77% para gastos de inversión. El presupuesto de inversión contó con 3 fuentes de financiación: Recursos administrados de destinación específica por suscripción de convenios interadministrativos por valor de \$954,632,885, Cupo de crédito por valor de \$6.500.000.000 y Recursos distrito por valor de \$18,309,041,000.

A 31 de diciembre, la ejecución del presupuesto de gastos fue del 96,15% y los giros del 76,48% como se detalla en el siguiente cuadro por agregado presupuestal:

Rubro	Apropiación	CRP	% Ejec. RP	Giros	% Giros
Total Gastos	\$33,530,075,885	\$32,240,580,935	96.15%	\$25,645,152,096	76.48%
Gastos de Funcionamiento	\$7,766,402,000	\$7,661,009,109	98.64%	\$7,422,171,679	95.57%
Servicios personales	\$6,279,642,000	\$6,203,596,829	98.79%	\$6,203,596,829	98.79%
Gastos generales	\$1,486,760,000	\$1,457,412,280	98.03%	\$1,218,574,850	81.96%
Gastos de Inversión	\$25,763,673,885	\$24,579,571,826	95.40%	\$18,222,980,417	70.73%
7705-Fortalecimiento del sistema turístico de Bogotá región para responder a las principales tendencias, oportunidades y cambios que inciden en el sector	\$10,011,196,885	\$9,769,335,686	98%	\$7,071,645,944	70.64%
7706-Implementación de estrategias de mercadeo y promoción para el sector turístico de la ciudad	\$5,738,709,000	\$5,730,687,970	100%	\$4,155,870,816	72.42%
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	\$329,300,000	\$297,200,000	90.25%	\$133,353,000	40.50%
7708-Desarrollo de las herramientas tecnológicas de promoción e información turística de Bogotá	\$238,000,000	\$237,430,953	100%	\$219,357,545	92.17%
7709-Mejoramiento y fortalecimiento de la capacidad institucional del Instituto Distrital de Turismo	\$5,351,618,000	\$5,333,449,904	100%	\$4,737,215,209	88.52%
7908-Administración del Fondo de Desarrollo Turístico de Bogotá - Fondetur	\$4,094,850,000	\$3,211,467,313	78%	\$1,905,537,903	46.53%

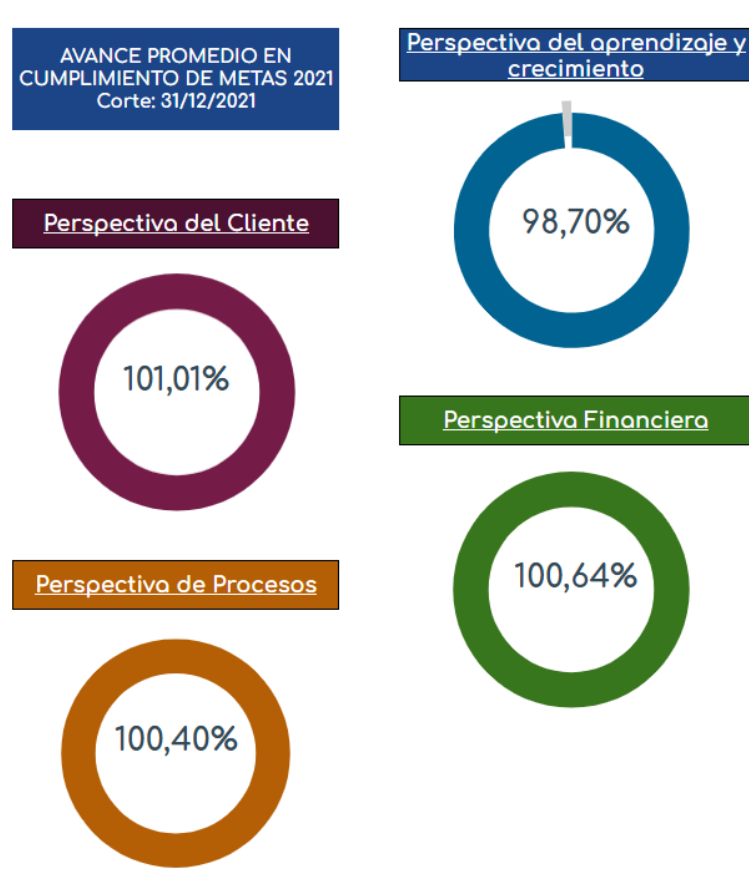
Los gastos de funcionamiento presentaron un porcentaje de ejecución del 98,64 a nivel de compromisos y del 95,57 a nivel de giros. Por su parte, el presupuesto de gastos de inversión presentó un porcentaje de ejecución del 95,40 a nivel de compromisos y de 70,73 a nivel de giros.

4 CUMPLIMIENTO DE METAS

De acuerdo con los objetivos de nuestra Planeación Estratégica y los compromisos establecidos en el Plan de Desarrollo 2020-2024 “*Un nuevo contrato social y ambiental para la Bogotá del Siglo XXI*”, el Instituto Distrital de Turismo-IDT trabaja para en el cumplimiento de 14 metas Plan, contribuyendo al logro de 4 programas: El programa **26.** “*Bogotá y región, el mejor destino para visitar*” enmarcado en el propósito 1 “*Hacer un nuevo contrato social con igualdad de oportunidades para la inclusión social, productiva y política.*”; el programa **48.** “*Plataforma institucional para la seguridad y justicia*” enmarcado en el propósito 3 “*Inspirar confianza y legitimidad para vivir sin miedo y ser epicentro de cultura ciudadana, paz y reconciliación*”; y los programas **54.** “*Transformación digital y gestión de TIC para un territorio inteligente*” y **56.** “*Gestión pública efectiva*” enmarcados en el propósito 5 Construir Bogotá Región con gobierno abierto, transparente y ciudadanía consciente”. Bajo esta estructura, el IDT ejecuta 6 proyectos:



De acuerdo a los objetivos trazados en el Plan Estratégico 2020 – 2024, los logros de la gestión 2021 presentaron un resultado satisfactorio. A continuación se presenta el porcentaje de cumplimiento de 73 metas asociadas a las 4 perspectivas planteadas en nuestra planeación estratégica:



En lo que respecta a los compromisos del Plan de Desarrollo, las metas programadas para la vigencia 2021 mostraron un porcentaje promedio de cumplimiento del 97%, lo que representa un avance acumulado del 49% frente a la meta cuatrienio.

A continuación se presentan las metas Plan de Desarrollo asociadas a 6 proyectos de inversión que ejecuta el IDT para su cumplimiento, con el resultado de las metas 2021 y el porcentaje de avance acumulado frente a las metas fijadas para el periodo 2020-2024:

Programa/Proyecto	Meta Plan de Desarrollo	AÑO 2021			2020-2024		
		META	Avance Magnitud	% de avance	META CUATRIENIO	META EJECUTADA A 31/12/2021	% DE AVANCE
PROGRAMA 26. BOGOTÁ Y REGIÓN, EL MEJOR DESTINO PARA VISITAR							
Proyecto 7705 Fortalecimiento del sistema turístico de Bogotá Región	Actualizar 100% la política distrital de turismo	56%	56%	100%	100%	56%	56%
	Incorporar al menos 10% de los prestadores de servicios turísticos de la ciudad en el programa de turismo sostenible, que incluya un 2% con énfasis en bioseguridad	129	129	100%	510	252	49%
	Implementar al menos 6 productos turísticos, de los cuales tres sean de alcance regional	2	2.0	100%	6	2	33%
	Construir o intervenir en Infraestructura al menos 3 atractivos turísticos	1	0.97	97%	3	0.97	32%
	Implementar señalización turística en al menos 3 corredores de la ciudad	1	0.6	60%	3	0.6	20%
Proyecto 7706 Implementación de estrategias de mercadeo y promoción	Implementar 1 programa de promoción y mercadeo para el turismo en Bogotá orientado en la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística de la ciudad. Indicador: Número de personas impactadas por campañas publicitarias	400,000	439,806	110%	2,000,000	439,806	22%
	Implementar 1 estrategia de promoción y comunicaciones de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación de la confianza del turista en el marco de la emergencia del Covid 19 Indicador: Número de personas impactadas por campañas publicitarias	Meta formulada para el año 2020, ejecutada y cumplida			400,000	519,767	130%
	Impulsar 1 programa de captación y organización de congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación de la industria de reuniones en Bogotá. Indicador: Número de eventos captados a causa de la estrategia implementada	5	5	100%	10	6	60%
	Fortalecer la red de información turística de Bogotá Región Indicador: Número de consultas realizadas por turistas en la ciudad, a través de los distintos canales de información	40,400	42,314	105%	1,000,000	52,579	5%
Proyecto 7908 FONDETUR	Implementar al menos 6 productos turísticos, de los cuales 3 sean de alcance Regional META FONDETUR: Promover, apoyar e impulsar 148 proyectos para el desarrollo del sector turístico en Bogotá y la región	29	28	97%	148	28	19%
PROGRAMA 48. PLATAFORMA INSTITUCIONAL PARA LA SEGURIDAD Y JUSTICIA							
Proyecto 7707 Estrategias para reducir delitos asociados al turismo	Elaborar y poner en marcha 1 estrategia de orientación y atención integral para visitantes víctimas de delitos en las Zonas de Interés Turístico	0.69	0.70	101%	1.00	0.70	70%
	Elaborar y poner en marcha 1 estrategia de prevención de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en el contexto turístico.	0.45	0.45	100%	1.00	0.45	45%
PROGRAMA 54. TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y GESTIÓN DE TIC PARA UN TERRITORIO INTELIGENTE							
Proyecto 7708 Herramientas tecnológicas de promoción turística	Implementar 1 portal único de promoción de la oferta turística de Bogotá	0.50	0.50	100%	1.00	0.50	50%
PROGRAMA 56. GESTIÓN PÚBLICA EFECTIVA							
Proyecto 7709 Fortalecimiento institucional	Elevar al menos al 95% el nivel de efectividad en la gestión pública, en el marco de MIPG	94%	87.7%	93%	95%	87.7%	92%
AVANCE PROMEDIO INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO (2020+2021)				97%			49%

Con la ejecución de los 6 proyectos de inversión, se avanzó en el cumplimiento de 26 metas proyecto, las cuales en la vigencia 2021 se cumplieron en promedio en un 100% respecto a lo programado para el año.

En el proyecto 7705 “*Fortalecimiento del sistema turístico de Bogotá Región para responder a las principales tendencias oportunidades y cambios que inciden en el sector*”, se ejecutan 10 metas que presentaron un promedio de cumplimiento del 88% frente a la meta programada para el 2021 y un avance acumulado del 45% frente a la meta cuatrienio:

META PLAN DE DESARROLLO	META PROYECTO	2021			2020-2024	
		META		EJECUTADA A Corte: 31/12/2021	AVANCE ACUMULADO 2020+2021	
		PROGRAMADA				
188. Actualizar la política distrital de turismo	Actualizar el 100% de la Política Distrital de Turismo de acuerdo con la metodología emitida por la Secretaría Distrital de Planeación	56%	56%	100%	56%	56%
195. Incorporar al menos 10% de los prestadores de servicios turísticos de la ciudad en el programa de turismo sostenible, que incluya un 2% con énfasis en bioseguridad	Incorporar al menos 510 prestadores de servicios turísticos de la ciudad en el programa de turismo sostenible, que incluya 102 con énfasis en bioseguridad	129	129	100%	252	49%
	Capacitar 420 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	50	51	102%	81	19%
192. Implementar al menos 6 productos turísticos, de los cuales 3 sean de alcance regional	Implementar el 100% al menos 6 productos turísticos, de los cuales 3 sean de alcance Regional	50%	50%	100%	50%	50%
	Implementar el 100% de las estrategias de cultura y responsabilidad turística	46%	50%	109%	50%	50%
	Fortalecer 200 prestadores de servicios turísticos a través del mejoramiento de sus procesos de gestión	60	50	83%	50	25%
189. Construir o intervenir en Infraestructura al menos tres atractivos turísticos	Gestionar al 100% la construcción o intervención en infraestructura de al menos tres atractivos turísticos	38%	34%	89%	34%	34%
193. Implementar señalización turística en al menos tres corredores de la ciudad	Implementar el 100% de señalización turística para al menos tres corredores turísticos de Bogotá	47%	27%	57%	27%	27%
	Implementar el 100% de señalización turística para productos turísticos implementados por el IDT en Bogotá	100%	40%	40%	40%	40%
	Mantener el 100% de la señalización turística priorizada en Bogotá	100%	100%	100%	100%	100%
TOTAL PROYECTO 7705				88%		45%

En el proyecto 7706 “*Implementación de estrategias de mercadeo y promoción para el sector turístico de la ciudad de Bogotá*”, se ejecutan 3 metas que presentaron un promedio de cumplimiento del 105% frente a la meta programada para el 2021 y un avance acumulado del 29% frente a la meta cuatrienio:

META PLAN DE DESARROLLO	META PROYECTO	2021			2020-2024	
		META			AVANCE ACUMULADO	
		PROGRAMADA	EJECUTADA A Corte: 31/12/2021		2020+2021	
190. Implementar un programa de promoción y mercadeo para el turismo en Bogotá orientado en la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística de la ciudad	Impactar a 2'000.000 de personas a través de la implementación de un programa de promoción y mercadeo orientado a la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística de la ciudad de Bogotá	400.000	439.806	110%	439.806	22%
196. Impulsar 1 programa de captación y organización de congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación de la industria de reuniones en Bogotá	Captar 10 eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación del sector turismo en Bogotá	5	5	100%	6	60%
191. Fortalecer la red de información turística de Bogotá Región	Atender 1.000.000 de consultas a través de los diferentes canales de la red de información turística de Bogotá	40.400	42.314	105%	52.579	5%
TOTAL PROYECTO 7706				105%		29%

En el proyecto 7707 “*Desarrollo de estrategias para reducir las condiciones que permiten la ocurrencia de delitos asociados a la ESCNNA y delitos en contra de turistas y visitantes en la Región y en Bogotá*”, se ejecutan 2 metas que presentaron un promedio de cumplimiento del 105% frente a la meta programada para el 2021 y un avance acumulado del 60% frente a la meta cuatrienio:

META PLAN DE DESARROLLO	META PROYECTO	2021			2020-2024	
		META			AVANCE ACUMULADO	
		PROGRAMADA	EJECUTADA A Corte: 31/12/2021		2020+2021	
359. Elaborar y poner en marcha una estrategia de orientación y atención integral para visitantes víctimas de delitos en las Zonas de Interés Turístico	Implementar el 100% de la estrategia de orientación y atención integral para visitantes víctimas de delitos en las Zonas de Interés Turístico	69%	70%	101%	70%	70%
360. Elaborar y poner en marcha una estrategia de prevención de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en el contexto turístico	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	130	140	108%	178	51%
TOTAL PROYECTO 7707				105%		60%

En el proyecto 7708 “*Desarrollo de las herramientas tecnológicas de promoción e información turística de Bogotá*”, se ejecutan 2 metas que presentaron un promedio de cumplimiento del 100% frente a la meta programada para el 2021 y un avance acumulado del 34% frente a la meta cuatrienio:

META PLAN DE DESARROLLO	META PROYECTO	2021			2020-2024		
		META			AVANCE ACUMULADO		
		PROGRAMADA	EJECUTADA A Corte: 31/12/2021		2020+2021		
473. Implementar un portal único de promoción de la oferta turística de Bogotá	Implementar al 100% el portal único de promoción de la oferta turística de Bogotá, que incluye página Web y APP	50%	50%	100%	25%		25%
	Alcanzar un 80% de rendimiento operacional de las herramientas tecnológicas para la promoción y mercadeo de la ciudad	50%	50%	100%	35%		44%
TOTAL PROYECTO 7708				100%			34%

En el proyecto 7709 “*Mejoramiento y Fortalecimiento de la capacidad institucional del Instituto Distrital de Turismo de Bogotá*”, se ejecutan 5 metas que presentaron un promedio de cumplimiento del 100% frente a la meta programada para el 2021 y un avance acumulado del 84% frente a la meta cuatrienio:

META PLAN DE DESARROLLO	META PROYECTO	2021			2020-2024		
		META			AVANCE ACUMULADO		
		PROGRAMADA	EJECUTADA A Corte: 31/12/2021		2020+2021		
502. Elevar el nivel de efectividad en la gestión pública del sector, en el marco de MIPG al menos el 73%	Fortalecer 100% el desarrollo del Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG	80%	80%	100%	80%		80%
	Proveer el 100% del recurso humano requerido para apoyar la gestión de las áreas transversales del IDT	100%	100%	100%	100%		100%
	Realizar 52 investigaciones y/o estudios y/o mediciones del comportamiento de la oferta y demanda, para el análisis de la información del sector turismo de Bogotá	10	10	100%	23		44%
	Conservar el 100% de la infraestructura física y operativa para el funcionamiento del IDT	100%	99%	99%	99%		99%
	Mantener mínimo al 95% la capacidad en la prestación de servicios de tecnológica del IDT	90%	92%	102%	92%		97%
TOTAL PROYECTO 7709				100%			84%

En el proyecto 7908 “*Administración del Fondo de Desarrollo Turístico de Bogotá - Fondetur*”, se ejecutan 5 metas que presentaron un promedio de cumplimiento del 101% frente a la meta programada para el 2021 y un avance acumulado del 26% frente a la meta cuatrienio:

META PLAN DE DESARROLLO	META PROYECTO	2021			2021-2024	
		META			AVANCE ACUMULADO	
		PROGRAMADA	EJECUTADA A Corte: 31/12/2021		2020+2021	
192. Implementar al menos 6 productos turísticos, de los cuales 3 sean de alcance regional Indicador: Número de proyectos para promover, apoyar e impulsar el desarrollo del sector turístico en Bogotá y la región	Ejecutar 17 proyectos conjuntos con otras entidades públicas y privadas, que conlleven al fortalecimiento de las tipologías turísticas de la ciudad o al mejoramiento de las condiciones del sector en el destino	8	8	100%	8	47%
	Desarrollar 25 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	6	7	117%	7	28%
	Apoyar la financiación de 135 iniciativas o proyectos vinculados al sector turístico, liderados por mujeres, jóvenes, campesinos u otros grupos sociales o comunitarios	20	19	95%	19	14%
	Beneficiar 2.100 actores del sector turismo con estímulos o incentivos para mejorar su competitividad y promoción en el sector turístico	300	281	94%	281	13%
	Apoyar el desarrollo de 4 proyectos de innovación	1	1	100%	1	25%
TOTAL PROYECTO 7908				101%		26%

Como resultado de la gestión y en cumplimiento de las metas y proyectos de inversión, se presenta a continuación los resultados obtenidos durante el año 2021.

5 PRINCIPALES LOGROS DE LA GESTIÓN 2021

Durante el año 2021 enfocamos todos nuestros esfuerzos en generar estrategias orientadas a la reactivación económica del sector turismo, debido a las consecuencias que trajo la grave crisis generada por la pandemia Covid-19 en uno de los más afectados al depender de la presencialidad. Trabajamos en torno a 4 frentes: Recuperación del destino, fortalecimiento de capacidades, ayudas directas a los empresarios y atracción de demanda.



5.1 Recuperación del destino

Desde el Instituto Distrital de Turismo se impulsa el desarrollo de la ciudad como destino turístico atractivo, en condiciones de productividad y sostenibilidad, en procura de mejorar las condiciones

de competitividad turística de la ciudad para hacer de Bogotá una mejor ciudad para vivir y visitar. En este sentido, durante 2021 logramos para Bogotá la implementación de los siguientes planes y programas:

5.1.1 Política Pública de Turismo

Avanzando en nuestra meta de formular una política pública de turismo para Bogotá, durante 2021 trabajamos en torno a tres hitos: el alistamiento del proceso; el esquema de participación implementado; y el documento de diagnóstico e identificación de factores estratégicos, teniendo los siguientes resultados:

Alistamiento del proceso

En la fase de alistamiento del proceso, se estableció el plan de trabajo para la actualización de la política pública de turismo, con la siguiente estructura:

- Dimensión “redefinición conceptual y metodológica”: contempla las actividades de definición del sistema turístico y sus componentes; redefinición de apartados sobre globalización, riesgos y desarrollo turismo-sociedad; reestructuración de apartados sobre tipologías.
- Dimensión “diseño e implementación del esquema de participación”: contempla las actividades de formación del equipo territorial; diseño de los foros, instrumentos, cronograma y demás insumos del esquema de participación ciudadana; socialización del esquema con la Secretaría de Planeación; levantamiento información con equipo territorial; desarrollo esquema participación para actores; procesamiento y análisis de la información.
- Dimensión “nuevo análisis jurídico, programático y de actores: contempla las actividades de diseño de metodología de análisis jurídico; levantamiento y procesamiento de información para el análisis jurídico; desarrollo del análisis jurídico; análisis programático: lineamientos internacionales, planes, programas, proyectos; análisis de actores con base en información primaria.
- Dimensión “nuevo análisis prospectivo”: contempla las actividades de realización documento para POT, identificar tendencias sobre turismo, identificación de puntos críticos, identificación de factores estratégicos.

A partir de este plan y como parte de las actividades de alistamiento, se diseñó y ejecutó un proceso de formación dirigido al equipo de gestión territorial del IDT, en temas relevantes para la implementación del esquema de participación ciudadana. Este proceso se abordó en cuatro sesiones:

- Sesión 1: teoría de la política pública, realizada el 4 de marzo.
- Sesión 2: formulación de políticas públicas en el Distrito, realizada el 17 de marzo.
- Sesión 3: enfoque de políticas públicas y lineamientos de participación, realizada el 18 de marzo.
- Sesión 4: alistamiento metodológico, realizado el 23 de marzo donde se presentó la guía del facilitador, documento que expone las claridades metodológicas de los espacios de participación.

Esquema de Participación

En la fase de agenda pública, se consultó y se realizaron acciones cocreación con sectores, territorios y poblaciones del turismo de la Bogotá-región, buscando dos objetivos:

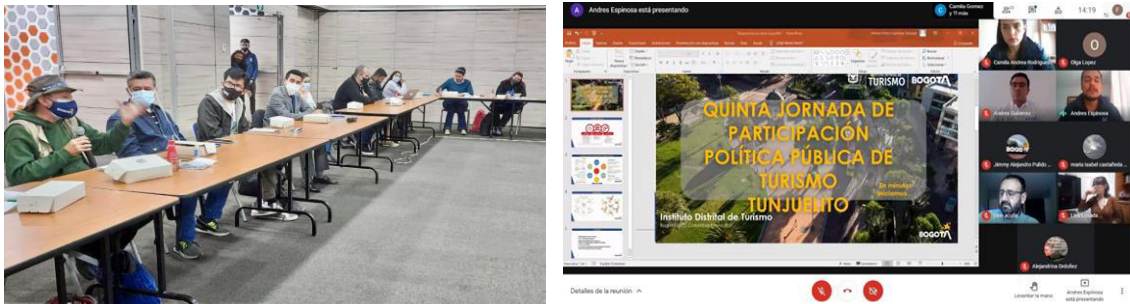
- Identificar las percepciones propias y colectivas de los actores del sistema turístico, que permitan entender las configuraciones causales de los problemas asociados al turismo en la ciudad.
- Concertar con los distintos actores del sistema turístico distrital, los principales elementos programáticos de la política pública de turismo, a través de escenarios de cocreación y diálogo.

Para el cumplimiento de estos dos objetivos, la estructura de la estrategia de participación se compuso de cuatro grandes momentos, tal como se muestra a continuación:

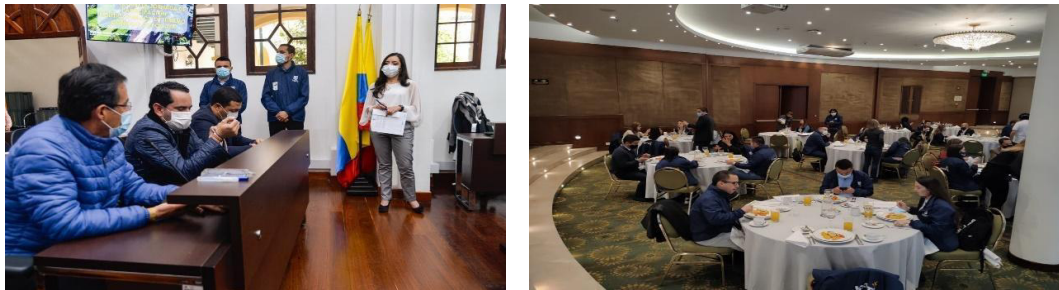
ALISTAMIENTO	INTERPRETACIÓN
• Comprende la estructura del proceso y las actividades metodológicas y logísticas necesarias para su Desarrollo. • Están contempladas actividades como la formación del equipo territorial, diseño de metodología e instrumentos para captura de información, entre otros.	Comprende las actividades de participación con los distintos actores del sistema, buscando identificar sus percepciones sobre el sistema turístico, sus elementos problemáticos, entre otros.
COCREACIÓN	SISTEMATIZACIÓN
A partir del conocimiento de los actores sobre los distintos temas relacionados con el turismo y tomando como base la interpretación de las realidades, se desarrollan actividades prospectivas que permitan identificar posibles lineamientos para la política.	A través del Observatorio Distrital de Turismo, se realizará la sistematización y procesamiento de los datos obtenidos en el marco del proceso de participación. Posteriormente estos datos serán la base para realizar inferencias y complementar el documento de diagnóstico de la política.

Con esta estructura, se desarrollaron 36 eventos con la participación de 741 personas, bajo una perspectiva sectorial, poblacional y territorial, tal como se detalla a continuación:

Veintiún (21) eventos territoriales de participación: Usaquén, Chapinero, Santa Fe, San Cristóbal, Usme, Tunjuelito, Bosa, Kennedy, Fontibón, Engativá, Suba, Barrios Unidos, Teusaquillo, Los Mártires, Antonio Nariño, Puente Aranda, La Candelaria, Rafael Uribe Uribe, Ciudad Bolívar, Sumapaz, y Actores regionales.



Siete (7) eventos sectoriales de participación: Servidores del IDT, Gremios, Instituciones, Concejo de Bogotá, Prestadores de servicios turísticos, Académicos, y Guías de turismo.



Ocho (8) eventos poblacionales de participación:

Mujeres, LGBTI, Jóvenes y niños, Indígenas, NARP (negros, afrocolombianos, raizales y palenqueros), Víctimas, excombatientes y constructores de paz, Personas mayores, y Personas con discapacidad.



Documento de diagnóstico e identificación de factores estratégicos

Con base en el esquema de participación implementado y en un proceso de estructuración de la problemática, basada en Planeación Estratégica Situacional, se estructuró el documento de diagnóstico e identificación de factores estratégicos, el cual es el producto de la fase de agenda pública de la política. La estructura del documento contiene los siguientes apartados: marco conceptual y teórico; información cuantitativa y cualitativa referente a las variables, fenómenos y eventos que configuran la situación particular de la problemática en estudio; estrategia y proceso de participación ciudadana; resultados de la información obtenida del proceso de participación; identificación y descripción de puntos críticos; tendencias y/o buenas prácticas; análisis de marco jurídico; abordaje de enfoques de derechos humanos, género, diferencial, territorial y ambiental ; análisis de instrumento de planeación; factores estratégicos; actores; propuesta preliminar de estructura de la política pública; y bibliografía.

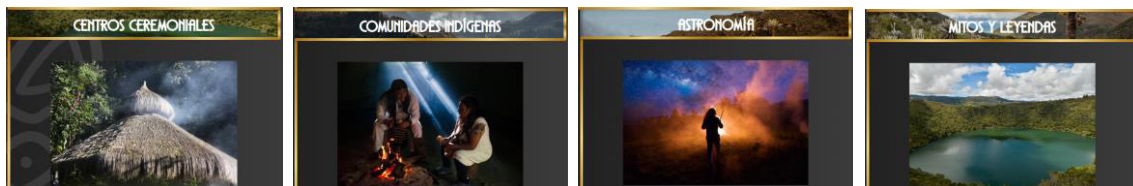
5.1.2 Producto Turístico

Durante el 2021 realizamos la entrega de dos productos turísticos: Ruta Leyenda El Dorado de alcance regional y Turismo Rural de alcance distrital, y adicionalmente. Adicionalmente, se adelantaron acciones en otros productos turísticos de la ciudad para fortalecer a los diferentes actores que componen la cadena del sector y satisfacer una demanda turística. Como resultados se mencionan los siguientes:

Ruta Leyenda El Dorado

Se realizó la consolidación y puesta en marcha del producto Ruta Leyenda El Dorado como el primer producto turístico con alcance regional, ya que integra atractivos relacionados con la cultura Muisca de Bogotá y los departamentos de Cundinamarca y Boyacá.

Partiendo de lo anterior, y producto de los avances obtenido en vigencia anterior se elaboró el documento de caracterización del producto turístico, en el que se clasificaron los atractivos de acuerdo con los cuatro ejes temáticos del producto (Centros Ceremoniales, Comunidades, Astronomía y Mitos y leyendas) para posteriormente, realizar el diseño de 6 recorridos de alto valor que tienen como núcleo central la ciudad de Bogotá y enlazan con diferentes municipios de los departamentos de Cundinamarca y Boyacá.



Estas rutas conectan atractivos ya posicionados con atractivos no tan posicionados para así contribuir al desarrollo de redes entorno al producto Ruta Leyenda El Dorado.

Partiendo de lo anterior, se realizó la construcción de los guiones que responden y dan soporte a cada una de las rutas mencionadas, los cuales fueron presentados a agencias de viajes de la ciudad de Bogotá y de los departamentos de Cundinamarca y Boyacá, las cuales actualmente ofertan paquetes relacionados con el producto Ruta Leyenda El Dorado, quienes evaluaron su operatividad.

Así mismo, con el objetivo de validar las rutas se realizó un proceso de prototipado de 4 de las 6 rutas aprobadas, las cuales fueron operadas por tres agencias de viajes de la ciudad de Bogotá y contaron con la participación de un representante de ANATO capítulo central como representante de los gremios del sector y colaboradores del Instituto Distrital de Turismo de distintas áreas de la entidad quienes desarrollaron una herramienta denominada Role Playing con el propósito conocer sus comentarios en cuanto a los aspectos a destacar de la ruta realizada.



Con los aportes recibidos durante los ejercicios de prototipado, se ajustaron las rutas y posteriormente se realizó la entrega al equipo de la Subdirección de Promoción y Mercadeo, con quienes se trabajó de manera articulada en la conceptualización de diferentes herramientas de difusión y promoción del producto, como los videos promocionales que se pautaron en España, México, Brasil y Colombia, la página web <https://www.bogotadc.travel/es/ruta-leyenda-el-dorado/aprende/> a la cual se le hizo acompañamiento desde su estructuración hasta el diseño final y lanzamiento al público.

Así mismo, se apoyó la conceptualización de la producción audiovisual a realizarse en el marco del convenio entre el Instituto Distrital de Turismo y el Planetario Distrital y la estructuración de contenidos para el diseño del brochure que será entregado a las agencias de viajes operadoras que empaqueten y comercialicen este producto turístico.

Por otro lado, el IDT participó activamente en los Comités de Ruta Leyenda El Dorado realizados durante el año, presentando las acciones adelantadas a las demás entidades integrantes del producto como el Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca -IDECUT- y la Secretaría de Turismo de Boyacá, con quienes se trabajó de manera permanente para la socialización de esta nueva fase del producto en cada uno de los territorios.

Actualmente, a través de la página web del producto <https://www.bogotadc.travel/es/ruta-leyenda-el-dorado/inicio>, el público en general puede acceder a la información de las diferentes rutas disponibles y a su vez realizar la reserva de los diferentes paquetes turísticos disponibles ofertados por parte de los prestadores de servicios turísticos registrados en la plataforma Plan Bogotá. Adicionalmente, 25 agencias de viajes operadoras y 50 guías de turismo están operando el producto Ruta Leyenda El Dorado.

Producto Turismo Rural

El diseño y desarrollo del producto turístico rural surtió las etapas establecidas en la metodología para el diseño de productos turísticos adoptada por el IDT durante la vigencia 2021, en este sentido, en la fase de diagnóstico se realizaron visitas a 31 iniciativas rurales con potencial turístico en las localidades Ciudad Bolívar y Usme, con el fin de determinar su estado de madurez y su potencial como atractivo turístico rural.

De las iniciativas analizadas un porcentaje superior al 70% se encuentra en condiciones de iniciar experiencias con enfoque turístico, por lo cual se evidencia pocos portafolios estructurados con características básicas, que permitan identificar productos turísticos completos. Sin embargo, en un porcentaje superior al 80% indican estar en proceso de formalización y fortalecimiento para las experiencias que brindan desde el ejercicio propio.

En este sentido, se brindó acompañamiento a las iniciativas en procesos de formalización y participación en convocatorias para su fortalecimiento como Fondetur y el concurso concurso mundial de empresas emergentes de turismo rural de la Organización Mundial del Turismo – OMT, así:

Localidad Ciudad Bolívar: Cinco (5) visitas técnicas

- Mapeo de 16 iniciativas
- Caracterización de 8 iniciativas

Localidad Usme: Tres (3) visitas técnicas

- Mapeo de 15 iniciativas
- Caracterización de 6 iniciativas

Así mismo, se acompañó el proceso de capacitación en turismo rural sostenible, del proyecto de formación de Cooperación Sur-Sur (orientado a mujeres rurales) y la generación de alianzas estratégicas para la asociatividad entre los mercados itinerantes, los mercados campesinos y la cadena de valor de la ciudad

Teniendo en cuenta el mapeo de actores en las localidades priorizadas de Usme y Ciudad Bolívar, se caracterizaron 20 proyectos que responden a atractivos principales o complementarios, con el enfoque determinado en la estrategia de turismo rural, que busca resaltar las actividades propias del campesinado, su cultura, tradiciones y saberes. Así mismo, se identificaron aspectos internos y externos que afecten la actividad turística en estas localidades, se realizó el análisis de la demanda de atractivos rurales.

Teniendo en cuenta la información obtenida, se diseñaron 5 rutas (3 Usme y 2 Ciudad Bolívar) operables desde el punto de vista técnico las cuales están integradas por 8 proyectos liderados por organizaciones locales. Una vez diseñado el producto se realizaron recorridos de validación de 4 rutas, con la participación de actores locales y entidades públicas.

Una vez diseñado y validado el producto se realizó un intercambio de experiencias por la ruta agroecológica de Suba, que contó con la participación de las iniciativas rurales de las localidades de Usme y Ciudad Bolívar, donde se abordaron procesos de turismo en torno a aspectos como la seguridad alimentaria, la responsabilidad ambiental y las economías comunitarias. Posteriormente, se realizó el encuentro de “Turismo en Bogotá con identidad rural”, en el que se dieron a conocer los procesos y resultados generados durante el año 2021, el espacio tuvo como invitados especiales a las iniciativas vinculadas a la estrategia de turismo rural con los productos que hacen parte de las experiencias.



Posteriormente, se realizó la entrega del producto a la Subdirección de Promoción y Mercadeo y la correspondiente socialización donde se identificaron acciones claves para su comercialización.

Adicional a los dos productos mencionados anteriormente y priorizados para la vigencia 2021, se adelantaron acciones en otros productos turísticos de la ciudad, generando los siguientes resultados:

Producto Gastronómico:

Fortalecimiento de las plazas de mercado: En articulación con el IPES, se adelantaron las siguientes acciones en las 7 plazas distritales de mercado con vocación turística: Concordia, Perseverancia, 12 de octubre, 7 de agosto, Samper Mendoza, 20 de julio y Fontibón:

- Implementación del Programa Anfitrión de la Plaza: Se realizaron charlas para fortalecer conocimientos sobre el turismo en Bogotá, conocer la cadena de valor del turismo y reflexionar sobre los impactos positivos del turismo. Los temas abordados fueron: Apropiación de Bogotá turística, Comercio y precios justos, Sensibilización y capacitación en prevención de la ESCNNA, turismo incluyente y turismo gastronómico y oferta culinaria.
- Implementación de la Estrategia Vamos pal mercado: a través de la cual se dan a conocer las experiencias gastronómicas y culturales que se pueden vivir en las 7 plazas con vocación turística.
- Fortalecimiento de la infraestructura de las plazas de mercado: Se suscribió convenio interadministrativo para la implementación de evento de Implementación de centros de atención para el visitante.



Dentro de las estrategias para visibilizar la variada y atractiva oferta gastronómica de la ciudad, se realizaron los siguientes eventos:

Concurso #bogatásabeapacífico: Con la realización de este concurso en su primera versión, se logró reconocer, exaltar y difundir un plato resultado de la fusión de los elementos de la cocina Afro Pacífico y Bogotá Región visibilizando así la diversidad cultural y el aporte significativo de la gastronomía y culinaria del Pacífico en la construcción cultural bogotana. Esta versión contó con la participación de 24 cocineros de Bogotá, de los cuales 10 fueron seleccionados mediante votación de la ciudadanía y la calificación de un jurado conformado por ocho chefs: 1 internacional (Francia) y 7 locales.



Días de Ajiaco Santaferense 2021: Continuando con la apuesta de poner en valor el patrimonio inmaterial de este plato característico de Bogotá, se llevó cabo la **VIII versión del concurso “Días de Ajiaco Santaferense, salvaguarda de tradiciones, ruralidad y experiencias culinarias”**, dentro de las actividades realizadas en el marco de este evento se tiene: i) 3 recorridos por las zonas rurales de Bogotá (Usme, Ciudad Bolívar y Suba), conectando los ingredientes locales del ajiaco con diferentes cocineros, chefs y académicos de la industria de la gastronomía, ii) Agenda académica virtual con el chef Carlos Gaviria y Oscar González, iii) Un showcooking (taller de cocina) de ajiaco y papas nativas a cargo del chef Oscar González, iv) Concurso por categorías: Academia, Restaurantes Bogotá – Región y Plazas de Mercado.

El concurso contó con la participación de: 6 academias, 6 restaurantes y 11 Plazas Distritales de Mercado, cada equipo estuvo conformado por 2 estudiantes/cocineras tradicionales/chefs, cada categoría estuvo calificada por tres jurados diferentes, representantes de la gastronomía colombiana. Participación por género: 31 mujeres 15 hombres.



El 14 de diciembre se llevó a cabo el evento cierre y premiación, asistieron alrededor de 70 personas, las cuales fueron participantes, jurados, restauranteros y directivos de entidades aliadas al IDT. El evento tuvo lugar en Hotel Bogotá Plaza, y acto culinario tuvo la participación de los primeros puestos por categoría, quienes cocinaron a todos los asistentes el mejor ajiaco santaferense.

Producto de Naturaleza:

Se realizaron visitas interinstitucionales de reconocimiento e identificación de atractivos turísticos en los caminos ancestrales o senderos priorizados de la Reserva Forestal Protectora del Bosque Oriental de Bogotá. Con el propósito de evaluar las potencialidades y oportunidades de mejora en calidad de accesos, señalización, seguridad; se visitó el sendero Pico del Águila en la localidad de Santa Fe, junto con la Secretaría Distrital de Ambiente, el Acueducto de Bogotá, el Instituto Distrital de Recreación y Deporte IDRD.

Así mismo, se brindó acompañamiento interinstitucional a la socialización del *Plan de Uso Público para el desarrollo de actividades de recreación pasiva en la Reserva Forestal Protectora Bosque Oriental de Bogotá* de la CAR, y de la propuesta de Señalización de Caminos Ancestrales, a los habitantes de las localidades de Santa Fe que colindan con la Reserva Forestal. También se acompañó a la organización Ecoaventura del barrio La Perseverancia, realizando taller de construcción de rutas y recorridos con los jóvenes que hacen parte de la organización.



En articulación con Secretaría de Ambiente, el IDRD, el Acueducto de Bogotá y Aguas de Bogotá, se realizaron las siguientes actividades relacionadas con el Plan de Ordenamiento y Manejo Ambiental de Parques Ecológicos y Humedales:

- Participación en la instalación de la Mesa Territorial del Parque Ecológico Distrital Humedal el Burro. Ubicada en la Localidad de Kennedy y en donde se encuentra instalada una de las plataformas de Avistamiento de aves de los observatorios promovidos por el IDT.
- Recorrido virtual por el Humedal Santa María del Lago en la Localidad de Engativá
- Participación en mesa de actores Localidad de Tunjuelito en relación con el Parque Ecológico Humedal El Tunjo
- Articulación de actores en Reserva Van der Hammen, en compañía de la Secretaría de Ambiente el colectivo Sembradores

- Capacitación a educadores ambientales del Convenio Interadministrativo No. SDA-20211323 de Caminos Ancestrales de los Cerros Orientales.

Producto de Bienestar:

De acuerdo con la Metodología de Diseño de Producto Turístico y el Plan Distrital de Desarrollo, se llevaron a cabo las fases de Diagnóstico y Caracterización y se realizaron las siguientes actividades:



- Se realizó identificación de iniciativas de turismo de bienestar en diferentes partes de Bogotá y Cundinamarca, se realizaron visitas técnicas a los espacios naturales identificados para realizar el piloto, como lo son Parque Natural Chicaque y Parque Nacional Natural Chingaza, así como levantamiento de información y mapeo de operadores que cuentan en su oferta con experiencias o productos con este enfoque.
- Se realizaron sesiones de socialización de la estrategia del Producto de Bienestar con los coordinadores del Parque Natural Chicaque, el Parque Nacional Natural Chingaza y el Jardín Botánico de Bogotá, presentando los objetivos y enfoque del Producto.
- Se llevaron a cabo talleres de construcción de rutas para diseñar experiencias de bienestar en diferentes espacios naturales con los operadores identificados.
- Se realizó levantamiento de base de datos de los operadores y agencias de viajes que tienen oferta de actividades o productos vinculados a bienestar.

Aviturismo:



En el marco del evento anual Global Big Day, el IDT apoyó el desarrollo de la primera agenda académica dirigida a población infantil y adolescente en Bogotá. Esta iniciativa surgió del trabajo conjunto con empresas especializadas en avistamiento de aves como MUTAR, Eco Hills y Ecoturismo Colombia y con otros patrocinadores como Valija de Aves, McMullan Birding Publishers, entre otros. Así mismo se vincularon otras organizaciones especializadas en ecoturismo y prestadores de Servicios Turísticos (PST) en general como el Jardín Botánico de Bogotá y COTELCO Joven para institucionalizar eventos académicos en el tema y que generen experiencias simultáneas que contribuyan con la reactivación económica.

Con COTELCO Joven y en busca de propiciar capacitaciones enfocadas al avistamiento de aves se apoyó la producción de un video promocional de un curso liderado por COTELCO Joven que trace los lineamientos para la elaboración del plan de acción que permita el desarrollo de la estrategia de avistamiento de aves para Bogotá y región.

La agenda académica denominada “Semillero pajarero”, incluyó un concurso artístico liderado por el IDT para incentivar a los niños, niñas y adolescentes por el avistamiento de aves en la ciudad. Con la oficina de educación para el turismo, se buscó integrar como público objetivo los colegios amigos del turismo, con el fin de generar un proyecto de cátedras académicas y salidas pedagógicas en torno al tema del aviturismo.

Se estableció una mesa de trabajo con las entidades que tienen la administración de un observatorio de aves, con el objetivo de establecer los parámetros para generar protocolos de uso más eficientes para los prestadores de servicios turísticos.

En el marco del October Big Day, conteo de aves a nivel mundial, el IDT en conjunto con prestadores de servicios especializados en observación de aves, se desarrollaron planes especiales, para motivar a propios y extranjeros a conocer la oferta existente en Bogotá. Se contó con la participación de 5 agencias las cuales ofertaron sus planes en el mes de octubre y noviembre por medio de la plataforma Plan Bogotá del Instituto Distrital de Turismo.

Se hizo seguimiento al enlace generado entre Mokana y Mutar, para el desarrollo de una estrategia de formación enfocada al liderazgo de jóvenes involucrados en el desarrollo de experiencias en avistamiento de aves en la localidad de Usme. La propuesta metodológica ha sido presentada para generar un piloto con los jóvenes de AJAC (Fundación Mutar).

Así mismo, se brindó acompañamiento a las iniciativas ganadoras de los incentivos Fondetur enfocadas a la observación de aves. Desde el IDT se apoyó con la entrega y préstamo de material promocional para la realización de actividades en campo; se apoyó un total de 4 PST en el mes de noviembre.

En el marco del programa de responsabilidad social se apoyó la organización de jóvenes AJAC para realizar un intercambio de experiencias en el departamento del Quindío, con el objetivo de fortalecer los procesos de formación para la actividad especializada del aviturismo.

Finalmente se vincularon a la plataforma Plan Bogotá del IDT, 5 planes especiales diseñados por PST especializados, aprovechando la temporada de migración de aves en Bogotá, aportando así, a la reactivación económica del sector.

Rutas Agroecológicas:

En articulación con el Jardín Botánico de Bogotá, se realizaron diferentes actividades en tres frentes principales: i) Cooperación entre las dos entidades, ii) Rutas Agroecológicas del JBB y iii) Distrito Huertero en la Localidad de los Mártires. En este sentido se realizaron las siguientes actividades:

Fortalecimiento de la cooperación entre el IDT y el JBB:

- Se adelantó la contextualización de Metodología de Inventario Turístico para el equipo técnico de Rutas Agroecológicas del JBB (Evidencia 19).
- Se realizaron sensibilizaciones a los funcionarios del JBB en Cultura Turística, Servicio al cliente, Experiencias turísticas y costeo de experiencias.
- Se coordinó la participación de agricultores urbanos de los mercados campesinos de JBB en el evento de Showroom hotelero enfocado en proveeduría local.

Se realizó trabajo interinstitucional en conjunto con el Jardín Botánico de Bogotá, con respecto a la estrategia de Rutas Agroecológicas, en la que el Jardín Botánico ha identificado huertas urbanas en las localidades de la ciudad y tiene como objetivo apoyar a los agricultores urbanos en la técnica y mejores prácticas de agricultura urbana y, al mismo tiempo, generar interés por estos espacios en recorridos temáticos educativos y potencialmente turísticos.

Es por esto que se realizaron visitas a las Rutas Agroecológicas establecidas en Bogotá, en las Localidades de Tunjuelito, Suba, La Candelaria, y Los Mártires; con el fin de evaluar y analizar las condiciones de seguridad, servicios conexos, acceso, comodidad y limpieza de las huertas visitadas, estableciendo un concepto técnico de potencialidad turística. Dentro de las acciones adelantadas se encuentran:

Se realizó acompañamiento y divulgación del lanzamiento de la Ruta Agroecológica de Suba y del programa “De huerta en huerta” del JBB.

Se realizaron sensibilizaciones a los agricultores urbanos de las localidades de Suba y La Candelaria en Cultura Turística, Servicio al cliente, Experiencias turísticas y costeo de experiencias.



Distrito Huertero: En el marco de este proyecto interinstitucional con la Alcaldía local de Mártires, FUGA, IDIPRON, Jardín Botánico y demás instituciones vinculadas; cuyo objetivo es diseñar un Distrito Huertero, conformado por huertas urbanas creadas en espacios de extinción de dominio que fueron anteriormente ollas de microtráfico en la Localidad de Los Mártires.

El compromiso del IDT en este proyecto es evaluar su potencial turístico y generar estrategias para que, a medida que avanza el proyecto, se incluyan actividades compatibles con el turismo y a futuro pueda convertirse en un atractivo turístico. En este sentido se adelantaron las siguientes actividades:

- Se realizaron visitas al Distrito Huertero con el fin de levantar información y realizar valoración de condiciones actuales
- Construí un Diagnóstico técnico de la potencialidad turística de las huertas y el proyecto de Distrito Huertero
- Se desarrolló una actividad de Focus Group con Agencias de viajes, con el fin de conocer su perspectiva y comentarios del proyecto.

Biciturismo:

Atendiendo a las constantes transformaciones urbanas de Bogotá, se desarrollaron diferentes acciones en torno a la bicicleta, respondiendo a una nueva forma de conocer o acceder a los atractivos turísticos de Bogotá y la Región:

Coordinación con RAPE Región Central: Se articularon diferentes acciones de apoyo al circuito BiciBogotá Región, ruta de biciturismo compuesta por 8 segmentos y 300 kilómetros de longitud y con certificación internacional de la IMBA, dentro de las acciones se realizó: Promoción del circuito por los canales de comunicación del IDT y apoyo en los eventos de lanzamiento del circuito.

Convocatoria y acompañamiento en el curso de Biciturismo en coordinación con RAPE Región Central: El Diplomado organizado por la RAPE contó con la participación de agencias de viajes operadoras de Biciturismo y Bici guías interesados en fortalecer sus capacidades operativas en esta actividad, de la ciudad de Bogotá y algunos municipios de Cundinamarca. La UPTC dictó

los 5 módulos del Diplomado en modalidad virtual. El IDT apoyó la convocatoria y las siguientes actividades: i) Seguimiento de inscripción, selección y verificación de los operadores participantes de Bogotá, ii) Acompañamiento al curso y la ejecución de los módulos, iii) Seguimiento a operadores que finalizaron el programa y se beneficiaron con el Diplomado.

Actualización de Base de Datos de operadores de biciturismo: Levantamiento de base de datos de los operadores y agencias de viajes que tienen oferta de actividades o productos vinculados a biciturismo, que se mantuvieron a pesar de la crisis o que iniciaron operación en el último año.

Semana de la Bici: Participación en la semana de la bici, evento organizado por la Secretaría de Desarrollo Económico la última semana de septiembre y el 1 y 2 de octubre de 2021. En este evento se participó con dos actividades: i) Realización del conversatorio “Retos y oportunidades del biciturismo en Bogotá – región” y ii) Stand institucional utilizado por operadores de biciturismo en el marco de la feria instalada en la Plaza de los Artesanos en la ciudad de Bogotá.



Producto Cultural:

Se realizaron actividades relacionadas con el desarrollo y fortalecimiento de actividades turísticas asociadas a oferta cultural en especial la relacionada con los 63 museos de la ciudad. Lo anterior, teniendo en cuenta que el Instituto Distrital de Turismo es miembro de la Mesa de Museos de Bogotá, instancia con la cual se logró adelantar acciones de impacto que aportaron a la reactivación de la oferta turística de la ciudad, sector que se vio impactado de manera significativa no solo por la emergencia sanitaria sino también por las diferentes manifestaciones sociales presentadas.

Dentro de las actividades desarrolladas se encuentra la participación en 10 sesiones de trabajo de la Mesa de Museos, donde se abordaron diferentes problemáticas presentadas en el sector y se concertaron estrategias para su adecuado abordaje. Así mismo, debido al interés de conocer y profundizar conceptos en materia de turismo, teniendo en cuenta que hacen parte de la cadena de valor del sector, se realizaron seis jornadas de sensibilización sobre temas como: Cultura y Responsabilidad Turística, Accesibilidad, Producto Turístico y promoción de ciudad.

Por otra parte, se diseñó y realizó la primera Noche de Museos de la ciudad, actividad interinstitucional que tuvo gran acogida por parte de la mesa de museos. Para esta actividad el IDT

apoyó con la contratación de 11 guías de turismo, quienes personificaron voceadores de época e invitaron a los visitantes de la localidad de La Candelaria a ingresar y disfrutar de los museos abiertos en horarios no convencionales, lo anterior en el marco de la implementación de la Estrategia Bogotá 24 Horas.

En articulación con la UAESP, se realizaron recorridos culturales por el Cementerio Central, actividad de reactivación que contó con la participación de 10 agencias de viajes y 12 guías de turismo que le han apostado a la diversificación de la oferta cultural de la ciudad.



Artesanías:

Las artesanías de Bogotá materializan las experiencias y recuerdos de los turistas que visitan la ciudad, son plasmadas a través de diferentes técnicas artesanales, las cuales son el reflejo del patrimonio cultural e identidad de la ciudad. En todo destino turístico, los visitantes y turistas buscan recuerdos o “souvenirs” para llevar de regreso a casa y buena parte de estos son objetos artesanales elaborados por personas que conservan la tradición y cultura local.

Tomando como referencia convenios llevados a cabo en los años 2017 y 2019, con secretaria de Desarrollo Económico, Artesanías de Colombia e Instituto Distrital de Turismo, se realizaron conferencias, talleres colectivos de creatividad y actividades de comercialización en la cadena de valor de turismo, con el fin de fortalecer emprendimientos de los artesanos de Bogotá y de esta manera preservar su identidad cultural.

Teniendo en cuenta la gestión de convenios anteriores y en articulación con la Subdirección de Promoción y Mercadeo se logró identificar lugares auténticos de la ciudad que muestran diferentes productos artesanales y de compras, con el fin de generar experiencias únicas para los visitantes y turistas, y que estos puedan conocer las técnicas artesanales que trabajan los artesanos de Bogotá.

Dentro de los lugares identificados se encuentran: los Pasajes comerciales: Rivas, Paul, Mercedes, y Gómez y los talleres de la ruta artesanal.

Ruta Turística Artesanal: Se realizaron recorridos por 4 talleres, para evaluar técnicas artesanales y las experiencias que se derivan de estas, a continuación, los talleres visitados:

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

De igual modo, se realizaron acercamientos con entidades como secretaria de Desarrollo Económico, Artesanías de Colombia y el Cabildo de Bosa, con el fin de generar alianzas que permitan visibilizar las artesanías de oficio que tiene la ciudad.

Corredores Turísticos Locales:

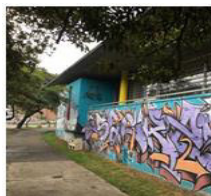
En el marco del convenio 331 de 2021 entre los Fondos de Desarrollo Local-FDL y el Instituto Distrital de Turismo, se trabajó en cuatro localidades de la ciudad de Bogotá: Ciudad Bolívar, Chapinero, Suba y Usaquén. En estas zonas se logró la caracterización de iniciativas turísticas, así como el inicio de procesos de asesoría técnica para el fortalecimiento de los procesos que actualmente se están gestando en los territorios.

Las iniciativas caracterizadas respondieron a su vez a la convocatoria realizada por cada localidad para presupuestos participativos, en la cual, a través de votación, las comunidades eligieron los proyectos para reactivar económicamente los territorios.

Localidad de Ciudad Bolívar

- Caracterización “Red de Miradores Populares de Jerusalén”- UPZ 70:

Se realizaron visitas a los 25 puntos dentro de la propuesta de miradores en terrazas de viviendas en la UPZ 70 en la localidad de Ciudad Bolívar. A partir de las visitas se brindó asesoría técnica sobre estructuración de rutas turísticas con el fin de fortalecer el proceso.



- Caracterización “Bogotá rural productiva, sostenible y turística”:

Esta iniciativa presentada a presupuestos participativos buscó en primer lugar el fortalecimiento en la producción de fresas, la cual es su actividad productiva principal, sin embargo, se planteó la posibilidad de hacer parte de las otras dos iniciativas de turismo rural en la vereda Pasquilla y se explicaron las diferentes fases en el diseño de los corredores turísticos, para lo cual los promotores de esta iniciativa se mostraron interesados en la oferta académica a través de la realización de un diplomado en turismo.



- Caracterización “Eco-agroturismo rural comunitario cultural vereda Mochuelo Alto”:

La iniciativa de turismo Rural Mirachuelo Ecoambiental se encuentra formalmente constituida y con RNT activo a 2021. Su principal interés en el proceso está dirigido a fortalecer la actividad ecoturística que realiza la asociación. En tal sentido, entre las principales actividades a las que se inscribió a los integrantes de este grupo de emprendedores están la formación mediante el Diplomado en Turismo y la formación en Tecnología en Guianza Turística con el SENA.



- Caracterización “La otra cara de Ciudad Bolívar”:

Esta iniciativa rural cuenta con una trayectoria de más de 10 años de funcionamiento, por lo que sus productos integran el quehacer de varias familias de la ruralidad de Ciudad Bolívar, en la

actualidad son 39 asociados. Se brindó asesoría técnica en la estructuración de rutas, logrando una propuesta alterna al portafolio que actualmente manejan, poniendo a disposición del corredor un producto turístico que integra el diario vivir de un campesino en Bogotá con las actividades propias como cosechar productos de las huertas, ordeñar ganado y elaborar productos lácteos como la cuajada.



Localidad de Suba:

- Caracterización “Etnoturismo desde la comunidad muisca” y “¡Que suba el ecoturismo en suba!”:

Ambas iniciativas provenientes del Cabildo Muisca de Suba solicitaron a través de la convocatoria de Presupuestos Participativos el fortalecimiento a través de procesos de formación y formalización de los integrantes del Cabildo, por tal motivo, se realizó en primer lugar el reconocimiento del territorio, y en segundo lugar, la realización de un taller de Co-Creación para todos los prestadores de servicios turísticos de la localidad, con el fin de integrar toda la oferta de Suba y lograr una primera propuesta de diseño de corredor turístico.



Localidad de Usaquén:

- Caracterización La Magia del Corredor verde e Incluyente de Usaquén ¡Conócela y enamórate!:

La iniciativa ganadora en la localidad de Usaquén corresponde a una agencia de viajes que trabaja con turismo incluyente, de tal manera que su propuesta está enmarcada en la inclusión de personas con discapacidad en la práctica del turismo en los diferentes escenarios de Usaquén. Mediante

reuniones se crearon opciones de rutas para el corredor turístico de la localidad, avanzando en algunas zonas, no obstante, se espera poder ampliar el diseño con el taller de co-creación planeado para el mes de enero de 2022.

Localidad de Chapinero:

- Taller de Cocreación corredor turístico de Chapinero:

La iniciativa ganadora de presupuestos participativos de la localidad de Chapinero fue la denominada “Fortalecimiento, asistencia técnica para emprendimientos de turismo sostenible base comunitaria”, sin embargo, su representante decidió desistir de la convocatoria porque también tuvo la oportunidad de participar en otra convocatoria al mismo tiempo. De esta manera, se decidió que era fundamental la participación de los prestadores de servicios turísticos de la localidad para la ideación del corredor turístico.



Producto LGBTIQ+:

Se realizó el reconocimiento e investigación de la oferta entorno a esta modalidad de turismo y la construcción del documento de diagnóstico correspondiente. Producto de los resultados del diagnóstico se elaboró la caracterización del producto turístico con enfoque LGBTIQ+. De esta forma, también se adelanta uno de los compromisos en el marco de la Política Pública LGBTI.

5.1.3 Infraestructura Turística

Se desarrollaron planes y estrategias con instituciones, comunidad y otros actores, que permitieron potencializar y desarrollar atractivos turísticos a nivel distrital. Para tal fin, se desarrollaron las siguientes estrategias:

Instalación de Gigantografías de la Marca Bogotá en atractivos turísticos emblemáticos de la Ciudad: Ubicación de las gigantografías elaborada por el IDT en diferentes atractivos turísticos de la ciudad, seleccionando parques, plazas fundacionales entre otros, con el fin de promocionar la marca Bogotá en diferentes puntos de la ciudad.

En el 2021 se instalaron 7 gigantografías en Jardín Botánico, Terminal Salitre, Centro comercial Ciudad Tunal, Salitre Mágico y plazas fundacionales de Fontibón, Engativá y Suba. Para el año 2022 se instalarán 9 más en el Parque Simón Bolívar, Ciudad Bolívar, Templo libertador, Mundo aventura, Movistar arena, Monserrate, Ágora y Plazas fundacionales de Bosa y Usme. El proyecto se encuentra en la localidad de Barrios Unidos, Ciudad Bolívar, San Cristóbal, Santa Fe, Fontibón, Engativá, Suba, Bosa, Usme y Teusaquillo.



Caminos en Cerros Orientales de la Ciudad: A través de la suscripción de convenios interadministrativos, se han venido adelantado acciones que se encuentran encaminadas al desarrollo de actividades para la adecuación de los caminos en condiciones necesarias para ser disfrutados por la comunidad y cuenten con una condición mínima de accesibilidad, señalización y recorrido al atractivo natural con la conexión entre lugares, hitos, o puntos de interés en el 2002. Los Caminos son:

- **Pico del Águila:** mantenimiento, adecuación, fabricación e instalación de señalización e infraestructura liviana; se desarrollará proceso participativo de co-creación de la señalización a instalar en el marco de la creación del Plan de Recreación Pasiva del Camino.
- **Caminos cerros Orientales:** Quebrada la Vieja, San Francisco, Santa Ana-La Aguadora, El Delirio y Guadalupe-Aguano ubicado en los cerros orientales de Bogotá; se adelantaron procesos de señalización que incluyeron temas de participación ciudadana y apoyo técnico con el fin de mejorar las condiciones de dichos caminos, que sirven a la infraestructura turística de la ciudad.



Diseños de la señalización para caminos

Fortalecimiento en infraestructura turística del Jardín Botánico José Celestino Mutis como atractivo de la Ciudad: Mediante convenio interadministrativo se efectuó la intervención de la infraestructura del Jardín Botánico como atractivo turístico icónico de la ciudad, con el fin de fortalecer los productos turísticos de naturaleza, cultural, negocios, gastronómico, diferenciado y sostenible, con enfoque incluyente y accesible ofertados para la ciudad con actividades de mejoramiento, construcción reparaciones locativas en los espacios de las Malocas y Biodiversario; así como los estudios y diseños para el centro de atención al visitante y contar con circuitos accesibles para la comunidad con capacidad de movilidad reducida.



Diseños arquitectónicos Centro de atención al visitante

Señalización Turística Vial: Se realizó la contratación de los estudios y diseños para la implementación de señalización turística vial como respuesta a una problemática de acceso, de información de calidad, de ordenamiento del espacio público en aras de mejorar el sector turístico en la capital. El producto de este proceso se recibirá en Julio del 2022.

Estudios y diseños para el Parque Arqueológico de Usme como atractivo patrimonial de la Ciudad: Se realizó el convenio interadministrativo que dio inicio a la fase de estudios y diseños de los equipamientos, infraestructura, proyectos, obras o actividades que conformen el proyecto por parte de IDPC. Siendo el Parque Arqueológico un atractivo turístico por la riqueza cultural, histórica, de recursos naturales que tiene potencial y capacidad de atraer a los visitantes y turistas.

Centros de recepción al visitante Plazas de Mercado Distritales: Se realizó el convenio interadministrativo para el fortalecimiento de las plazas de mercado como atractivos turísticos icónicos, a través del mejoramiento de las condiciones de su infraestructura, para consolidarlos como productos turísticos de naturaleza, culturales, de negocios, gastronómicos, diferenciados y sostenibles, con un enfoque incluyente y accesible para la ciudad. En el 2022 el IPES contará con 7 centro de atención al visitante.



Diseño centro de bienvenida al visitante

Fortalecimiento mediante señalización de naturaleza para atractivos turísticos rurales en la Ciudad: Se realizó la contratación para brindar información turística en el espacio público que oriente a los habitantes, turistas y visitantes de la ciudad de Bogotá, tanto extranjeros como nacionales y, a su vez, permita ofrecer un acceso eficiente, oportuno y confiable a la amplia oferta turística existente.

En la vigencia 2021, se suscribió el contrato 327-2021 con PRAGMA MARKETING Y EVENTOS S.A.S. cuyo objeto es “Elaborar, imprimir e instalar la señalización de los productos y corredores turísticos priorizados por el Instituto Distrital de Turismo - IDT en la ciudad de Bogotá D.C.”. En cumplimiento del objeto, se proyecta la implementación de la señalización turística tipo tótem, direccional, panel de bienvenida y vinilos de piso para fortalecer la actividad turística en los corredores turísticos San Felipe y La Candelaria. El proyecto se encuentra en la localidad de Barrios Unidos, La Candelaria y Santa Fe.



Propuesta de diseños para vinilos vinilo floographic en piso

Corredor Turístico San Felipe (Localidad Barrios Unidos)

En este corredor, se plantea la instalación de 1 panel de bienvenida, 2 señales tipo tótem, 2 señales direccionales peatonales urbanas, 6 puntos de vinilo floographic en piso de 2m x 2m, y 9 puntos de vinilo floographic en piso de 0,5m x 0,5m



Diseño recorrido peatonal San Felipe

En 2021, se realizaron socializaciones con la comunidad teniendo en cuenta mesas de trabajo en la co-creación para definir el contenido de la señalización a instalar.

Corredor Turístico La Candelaria (Centro Histórico de Bogotá)

En este correo se plantea la instalación de 7 señales tipo tótem, 7 puntos de vinilo floorgraphic en piso de 2m x 2m, y 12 puntos de vinilo floorgraphic en piso de 0,5m x 0,5m



Diseño recorrido peatonal La Candelaria

Igualmente, se proyecta la implementación de la señalización turística tipo tótem para dos productos turísticos:

- Producto turístico gastronómico en las plazas de mercado 7 de Agosto, 20 de Julio, 12 de Octubre, Fontibón y Samper Mendoza.

- Producto turístico cultural en las plazas fundacionales de Bosa, Engativá, Fontibón, Usme y Suba.

En 2021 se realizaron socializaciones con el IDPC y MiniCultura para detallar las acciones a realizar en la instalación de señalización, con el fin de obtener los permisos respectivos para la ejecución de actividades, contando con el cronograma aprobado, las fichas de localización, las planillas de contenido y los mapas maestros. Los resultados de la inversión serán visibles en la vigencia 2022.

Por otra parte, se adelantó las gestiones necesarias para hacer mantenimiento preventivo y correctivo a la señalización turística priorizada por el Instituto Distrital de Turismo en Bogotá, suscribiendo el contrato 335-2021 con la empresas CORSEING S.A.S. Entre los criterios técnicos a tener en cuenta para la priorización de la señalización turística a mantener están: el estado de los elementos, las situaciones de orden público, la necesidad de actualización de contenidos y demás requerimientos por parte de la entidad. Para el año 2021, se priorizaron señales turísticas del Centro Histórico (Localidad de La Candelaria) y Centro Internacional (Localidad de Santa Fe).

5.1.4 Producción y análisis de información sectorial para la toma de decisiones

Mediante el Acuerdo 803 del 2021 del Concejo de Bogotá se formalizó la labor que realiza el observatorio. Este acuerdo busca el fortalecimiento del Observatorio de Turismo para producir y analizar información estadística sectorial, mediante procesos estadísticos, metodologías, normas y estándares de calidad, tecnología e innovación en forma articulada con los niveles local, nacional e internacional.

En el 2021 se cumplió con la meta, se realizaron: 1 investigación, 6 estudios y 3 mediciones, Para adelantar las investigaciones, los estudios, y las mediciones se adelantan las etapas de diseño, planificación, reporte, elaboración de la ficha metodológica, procesamiento de la información y documentación de las investigaciones, estudios y/o mediciones desarrolladas.

Documentos publicados:

- **Investigación Viajeros en Bogotá 2020:** Investigación de periodicidad anual, reflejan el comportamiento de los viajeros que llegan a Bogotá y su comportamiento con respecto a gastos, actividades y preferencias.
- **Estudio Seguimiento Afectación al sector empresarial bares en Bogotá Enero 2021:** Estudio realizado en 5 polígonos ubicados en Usaquén, Parque de los hippies, Calle 53 y

galerías, primera de mayo, Modelia y suba transversal 91. Para el estudio se comparó la situación actual del establecimiento respecto a las condiciones de la pre cuarentena

- **Estudio Sostenibilidad Turística, Una mirada desde Bogotá 2021:** Estudio que realiza un análisis del avance en materia de sostenibilidad a nivel país y el impacto de la estrategia de turismo sostenible para la ciudad de Bogotá
- **Medición de las Afectaciones de Orden Público: Impacto en los Prestadores de Servicios Turísticos:** Medición para evaluar los efectos económicos debido a la fragilidad de las pequeñas y medianas empresas.
- **Medición Evento en Ciudad Anato 2021:** Medición sobre el desarrollo de la Vitrina Turística de ANATO como uno de los eventos comerciales más importante de Colombia y uno de los más relevantes de América Latina
- **Estudio Turismo Emisivo 2019:** Este documento analiza el turismo emisivo, caracterizando los flujos de los residentes de Bogotá que viajaron a destinos ubicados tanto al interior como por fuera del país durante el 2019, utilizando el Aeropuerto Internacional el Dorado y la Terminal de Transportes de Bogotá D. C.
- **Estudio Análisis de la contribución del turismo a la reducción de la pobreza:** El objetivo de este estudio es determinar si hay una relación entre el desarrollo del turismo y la reducción de la pobreza en la ciudad de Bogotá y cuantificar la contribución del turismo en dicha reducción, con el fin que el sector se constituya en una herramienta esencial que favorezca la reactivación de la economía y el empleo en la post pandemia.
- **Estudio Ciencia de Datos Aplicada al Sector Turismo:** Este estudio presenta una oportunidad para conocer de primera mano características, condiciones, falencias y opciones de mejora de los atractivos turísticos de la ciudad, partiendo de la percepción que tienen los visitantes de los distintos atractivos con los que cuenta la oferta turística de Bogotá.
- **Estudio Empleo en el sector turismo: análisis de los indicadores laborales para Bogotá 2015-2020:** Con esta investigación, se espera llegar a una aproximación más acertada en la cantidad de empleos generados en el sector, conocer en detalle la caracterización y la evolución de los mismos, además de identificar el estado de las condiciones de los trabajadores, resaltando el periodo atípico que se ha experimentado después de haber cerrado los servicios turísticos durante seis meses críticos para la economía del país.
- **Medición Evento en Ciudad Primera noche de museos de Bogotá:** Esta medición presenta los resultados del evento Primera Noche de Museos de Bogotá, la cual fue celebrada el 12 de noviembre de 2021, en el marco de la estrategia Bogotá Productiva 24 Horas.

5.2 Fortalecimiento de capacidades

Con el fin de fortalecer las capacidades empresariales de los prestadores de servicios turísticos y otros actores asociados a la cadena de valor del turismo de Bogotá, en 2021 se adelantaron varias estrategias:

5.2.1 Fortalecimiento de procesos de gestión de los prestadores de servicio turístico

Formación Hoteles de Teusaquillo

En la vigencia 2021, **51 establecimientos de alojamiento turístico** de la localidad de Teusaquillo, fueron capacitados de manera virtual, en: requisitos para la operación, marketing digital, responsabilidad social y sostenibilidad, control de costos y presupuestos, y ética en los negocios. Este proceso, se llevó a cabo a través del contrato 293 de 2021, suscrito con Kapital Group S.A.S. con el objeto de *“Ejecutar un programa de formación que contribuya al desarrollo y fortalecimiento de competencias de empresarios y/o trabajadores de los hoteles ubicados en la localidad de Teusaquillo”*.

Para tal fin, en el mes de septiembre se llevó a cabo el proceso de convocatoria al programa de formación a través de las redes sociales, página web del IDT y correo institucional, a través del cual se logró inscribir y seleccionar a un total de 112 participantes representantes de 67 establecimientos de alojamiento. El día 20 de octubre de 2021, se llevó a cabo el evento virtual de apertura.

A partir del 21 de octubre, y durante el mes de noviembre, se ejecutó el programa de formación de cuarenta (40) horas, a través de contenidos de autoaprendizaje en una plataforma moodle, y de sesiones sincrónicas en la plataforma Tecnológica Teams.

El día 16 de diciembre de 2021, se llevó a cabo el evento de clausura del programa de formación virtual; un espacio organizado por el Instituto Distrital de Turismo para reconocer la participación de los establecimientos de alojamiento a través de la entrega de certificados de participación y la socialización de herramientas que contribuyen al fortalecimiento de sus procesos de difusión y promoción de Bogotá como destino turístico, tales como Plan Bogotá y la Marca Ciudad. En total se expidió certificado de participación a un total de 51 establecimientos de alojamiento turístico y a 73 participantes que los representaron.



Cursos complementarios con el SENA

Entre junio y julio de 2021, en alianza con el SENA, se brindó el curso complementario de ***Primeros Auxilios***, a tres grupos, con un total de 73 participantes vinculados a la cadena de valor del turismo certificados. El proceso de formación se realizó de manera virtual con una duración de 48 horas.

En el mes de agosto, se ofreció formación complementaria en ***Bioseguridad***, un curso corto organizado por el Instituto Distrital de Turismo en convenio con el SENA, con un total de 26 certificados.

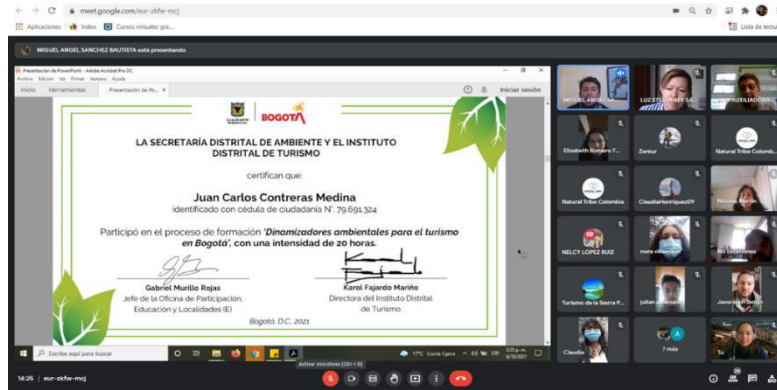
Finalmente, en septiembre se desarrolló el curso de formación complementaria en ***Higiene y manipulación de alimentos***, en el cual participaron un total de 31 personas representantes de establecimientos de alojamiento y gastronomía.

Programa de formación Dinamizadores Ambientales para el turismo en Bogotá

En cumplimiento a los compromisos establecidos en el marco del plan de acción de la Política Pública Distrital de Educación Ambiental, el Instituto Distrital de Turismo IDT, de manera articulada con la Secretaría Distrital de Ambiente, el día 17 de agosto de 2021, inició el proceso de formación ***Dinamizadores Ambientales para el Turismo en Bogotá***, dirigido a Prestadores de Servicio Turísticos – PST y Organizaciones Comunitarias vinculadas al sector turismo.

Para esta tercera versión, el proceso de formación se llevó a cabo de manera virtual y tuvo una duración de 20 horas, en las cuales se abordaron temáticas como consumo responsable y manejo de residuos, estructura ecológica principal, biodiversidad, y cambio climático. La formación

benefició a un total de **37 personas** que recibieron la certificación durante el evento de cierre virtual el día 06 de octubre de 2021.



Convenio con Fondos de Desarrollo Local

Con el fin de apoyar la reactivación económica del sector turismo, el 01 de septiembre de 2021, el IDT suscribió el Convenio 331 de 2021 con los fondos de desarrollo local de las alcaldías locales de Usaquén, Chapinero, Suba y Ciudad Bolívar, con el objeto de *“Aunar esfuerzos administrativos, técnicos, financieros y de recurso humano, entre los Fondos de Desarrollo Local de las localidades de Bogotá y el Instituto Distrital de Turismo - IDT, tendientes a desarrollar componentes de reactivación económica del sector turismo, mediante la ejecución de acciones, actividades y proyectos, en el marco de los presupuestos participativos y del Plan de Desarrollo “Un nuevo contrato social y ambiental para la Bogotá del siglo XXI”*. El alcance del objeto, consiste en dos (2) productos, y ocho (8) etapas, cada una de las cuales cuenta con líneas de acción y productos específicos:

Producto 1. Diseño de producto turístico

Etapas a. Planificación.

Etapas b. Diseño de los corredores turísticos.

Etapas c. Creación del producto principal.

Etapas d. Diseño de los elementos para la implementación del producto.

Producto 2. Fortalecimiento empresarial

Etapas a. Diplomado – El territorio y la actividad turística

Etapas b. Formalización empresarial

Etapas c. Acompañamiento - perfilación

Etapas d. Fortalecimiento – Incentivo

Actualmente el convenio se encuentra en ejecución, y sus resultados serán visibles en la vigencia 2022.

Emprendimiento y empleabilidad

En la vigencia 2021, el IDT realizó un ejercicio de articulación con la Subdirecciones de Empleo, y de Emprendimiento y Negocio de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico – SDDE, en pro de fortalecer el crecimiento de los emprendimientos o empresas conexas al turismo. Es así, cómo se llevaron a cabo 205 caracterizaciones a Prestadores de Servicios Turísticos, de los cuales 50 fueron remitidos a la SDDE, para iniciar el proceso de asesoría técnica a la medida con el proyecto Bogotá-E.

Desde esta línea, se desarrolló el programa Plan de Aprendizaje el cual consta de tres líneas macro: las dos primeras van orientadas a un tema de aprendizaje general para la creación y crecimiento empresarial y la tercera línea, de corte transversal, refiere a temas con enfoque turístico fundamentados en los servicios que ofrece la Subdirección de Gestión de Destino. Su difusión tuvo una primera fase institucional, en la cual se incluyó no solo a los equipos internos del IDT, sino a entidades como SDDE y SDA, con el fin de generar sinergias. El 11 y 17 de junio, el Plan de Aprendizaje 2021 se presentó en la Plaza de Mercado La Concordia y el Hotel de la Ópera, donde hubo articulación con gremios y empresarios de la localidad La Candelaria.

En el mes de julio inició una articulación con la Organización Internacional del Trabajo (OIT) para apoyar dos de sus programas con asesorías técnicas. Uno de ellos es dirigido a migrantes, en el cual, con apoyo del PNUD, se identificaron 55 emprendimientos, a quienes se les dará formación en mercadeo digital y asesorías personalizadas. El otro está focalizado en la localidad de Puente Aranda y cuenta con la colaboración también de la Alcaldía Local, donde a 250 emprendimientos entre ambientales y culturales, se les dará apoyo técnico, con enfoque en el fortalecimiento del plan de negocios, capacitación en negocios culturales, ruedas de negocios, etc. Sin embargo, la OIT requiere contar con recursos adicionales para poder ejecutar estos proyectos. Dado que ya se habían cerrado las convocatorias con Fondetur, la articulación queda postergada para el 2022, una vez se puedan conseguir los recursos a través de nuevas convocatorias u otras fuentes.

Desde la línea de Formalización, se ha hecho acompañamiento desde el IDT a empresas y organizaciones conexas al turismo, para su vinculación o renovación en el Registro Nacional de Turismo-RNT. Gracias a esta gestión, un total de 523 empresas asesoradas por el Instituto cuentan con su RNT nuevo o renovado.

Fortalecimiento de prestadores de servicios turísticos Modelo Canvas

En la vigencia 2021, se aportó al fortalecimiento de 50 prestadores de servicios turísticos a través del acompañamiento en la aplicación del modelo Canvas, para lograr mediante lectura de la misma, realizar diagnóstico inicial de las empresas participantes y de esta manera perfilar el negocio en los procesos de fortalecimiento que brinda la entidad.

Programa semipresencial de fortalecimiento empresarial

En octubre de 2021, se suscribió el contrato 354 de 2021 con la Universidad Tecnológica de Bolívar, con objeto “*Desarrollar un programa semipresencial de fortalecimiento empresarial para diagnosticar, capacitar, acompañar, a los prestadores de servicios turísticos y conexos a la cadena de valor del turismo para el mejoramiento de sus procesos de gestión*”. El programa consta de tres fases a saber: 1) Diagnóstico personalizado y plan de trabajo, 2) Capacitación, asesoría y/o seguimiento, 3) Socialización de resultados y evaluación de impacto.

La fase de capacitación cuenta con cinco (5) módulos que comprenden: Gestión Empresarial, Marketing Digital, Sostenibilidad e innovación, Costos y presupuestos para el sector turístico, e Inglés enfocado al turismo. La convocatoria a prestadores de servicios turísticos, inició el 23 de diciembre de 2021, y los resultados del programa serán visibles en la vigencia 2022.

Semana Virtual del Turismo

En el marco de la celebración de los 483 años de Bogotá, el Instituto Distrital de Turismo (IDT), llevó a cabo la Semana Virtual de Turismo “Bogotá, 483 años, hacia un Destino Turístico Inteligente”, en la cual se reunieron en un solo escenario de transmisión online expertos, especialistas,

representantes del Gobierno, empresarios y académicos de Bogotá, Colombia y otros países, para compartir sus conocimientos y experiencias en temas relevantes relacionados con Bogotá como Destino Turístico Inteligente, de gran utilidad e interés para el sector turístico.

La semana virtual del turismo se realizó entre el 02 y el 05 de agosto de 2021, y transmitió un total de 20 eventos que se organizaron en 6 espacios de actividades académicas llamados: Un Destino Turístico Inteligente, Bogotá el mejor destino para visitar, Innovación y Transformación Digital, Gobernanza y Desarrollo Turístico, Bogotá accesible y sostenible y Celebremos juntos que somos la fuerza más poderosa. Durante estos espacios, el público participó en 6 conferencias (5 nacionales



y 1 internacional), 4 casos de éxito, 3 panel (2 nacionales y 1 internacional), 4 conversatorios, 2 talleres en marketing digital, 1 capacitación y 1 recorrido virtual. Todo esto se transmitió por medio del canal de Youtube y Facebook Live del IDT. Así mismo, para quienes decidieron ser parte activa del evento, esta segunda versión estableció cuatro actividades que se disfrutaron de manera presencial, cumpliendo los protocolos de bioseguridad vigentes.

5.2.2 Implementación de estrategias de cultura y responsabilidad turística

Dentro de las estrategias de cultura y responsabilidad turística tenemos: Apropiación de Bogotá Turística, Turismo Responsable (promoción de la transparencia y la integridad como principios para el comercio justo en la cadena de valor del turismo), Turismo incluyente y accesible, y Educación para el Turismo (Colegios Amigos del Turismo).

Apropiación de Bogotá Turística: Esta estrategia busca que los bogotanos reconozcan el turismo como factor de desarrollo social, cultural y económico de la ciudad, conozcan los principales atractivos y productos turísticos de Bogotá y se comprometan con su papel de anfitriones de la ciudad. Se desarrolla a través de actividades como charlas, talleres y recorridos de apropiación, dirigidas a diferentes actores claves para el desarrollo de la actividad turística de la ciudad. De conformidad con lo consignado en el Plan de Acción 2021 para la estrategia de apropiación de ciudad, se adelantaron tres actividades:

- Sensibilización en apropiación de ciudad dirigida a conductores de taxi

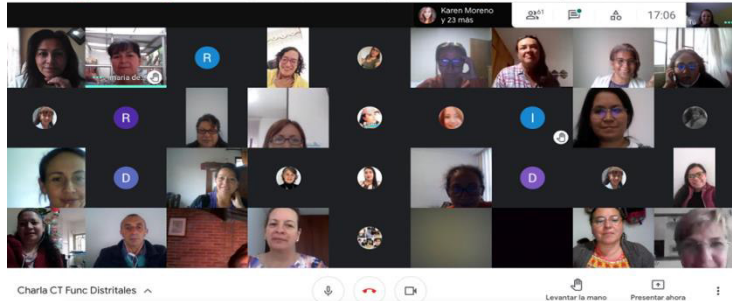
Durante el año 2021 se hicieron jornadas de capacitaciones con conductores de taxis de las empresas Taxis Libres, Tax Express, taxis Chitaraque, Coopteletaxi y Proturismo. Las mismas se enfocaron en los temas de Relaciones Humanas y Turismo y al finalizar el año también se incluyó en las mismas el tema de turismo responsable, transparencia e integridad. También se llevaron a cabo dos charlas de Apropiación de Ciudad y Turismo Responsable, gracias a la invitación por parte de la Secretaría Distrital de Movilidad para ofrecer a un grupo de conductores de varias empresas, la capacitación en Turismo Responsable.



En total, durante el 2021, se llevaron a cabo 50 charlas virtuales, con la participación total de 991 conductores de taxi. De este total 945 fueron hombres y 46 fueron mujeres.

- Sensibilización en apropiación de ciudad dirigida a funcionarios, estudiantes y PST

En el año 2021 se realizaron charlas de sensibilización en apropiación de ciudad enfocadas a 3 poblaciones principales: funcionarios públicos, estudiantes universitarios y prestadores de servicios turísticos.



Se sensibilizó a 263 funcionarios públicos a través de 9 charlas, gracias a la alianza con el Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital – DASCD para sensibilizar a funcionarios de distintas entidades distritales sobre el carácter turístico de Bogotá, y la responsabilidad de todos los sectores de contribuir a que la ciudad se siga consolidando como el principal destino turístico del país.

También se realizaron charlas a funcionarios del IDT, Jardín Botánico, Policía de turismo, funcionarios de alcaldías locales, anfitriones locales del IDT para un total de 146 personas beneficiadas. Por otra parte, las charlas se dirigieron a funcionarios de museos, comerciantes de plazas de mercado y huerteros para un total de 110 personas atendidas.

Con el segmento de estudiantes universitarios, se realizaron 9 jornadas de sensibilización a estudiantes de hotelería, turismo y gastronomía de universidades como el Externado, la Uniagustiniana, Unicafam y una charla a alumnos del Colegio Prado Veraniego, con un total de 199 atendidos.

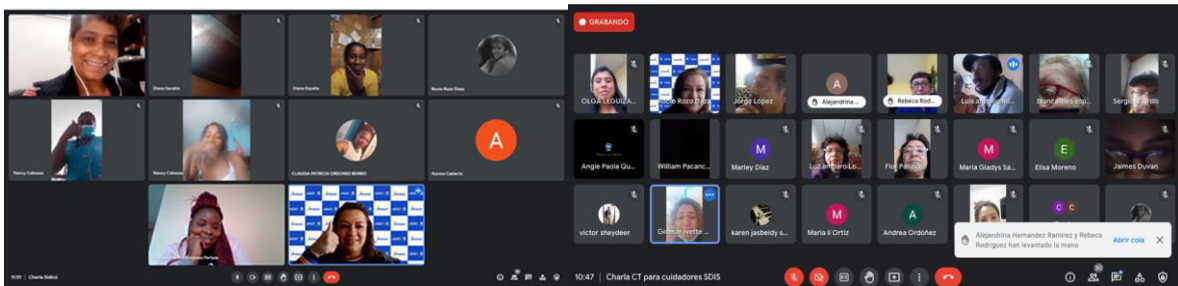
Para los prestadores de servicios turísticos se realizaron 3 ciclos de charlas de Cultura y Responsabilidad Turística dirigidos a prestadores de servicios de Boyacá y de Melgar, con un total de 264 beneficiarios. Adicionalmente, se atendieron empleados de la cadena hotelera NH contando con 90 personas en las charlas de Cultura Turística.

- Sensibilización en apropiación de ciudad dirigida a otras poblaciones

Se realizaron charlas con diferentes grupos poblacionales, entre ellos mujeres beneficiarias de los programas de la Alta Consejería para la Mujer y Secretaría Distrital de la Mujer, en conmemoración del “Día Internacional de la Mujer” dentro de un lema como fue “La fuerza de las mujeres en el turismo”. En esta actividad, realizada a través de Facebook Live y de acuerdo con la

métrica suministrada por la oficina de comunicaciones se contó con los siguientes datos de participación: 143 Reacciones, 23 Veces Compartidos, 91 Comentarios, 257 Interacciones Totales.

También se ofrecieron 13 las charlas de apropiación de ciudad a un total de 283 personas de la población del sector LGBTI, mujeres del sistema de cuidadores del Distrito, cuidadoras afro, mujeres raizales, indígenas, y a personas con discapacidad.



Por otra parte, se realizaron 10 recorridos de apropiación de ciudad a taxistas, mujeres cuidadoras afro, raizales y personas con discapacidad, estudiantes de los CAT y población LGBTI.



Turismo Responsable: Esta estrategia se enfoca en la promoción de la transparencia y la integridad como principios para el comercio justo en la cadena de valor del turismo. Para el 2021, la estrategia de Turismo Responsable se basó en el desarrollo de actividades fundamentales como:

- Sensibilización a prestadores de servicios turísticos y/o actores conexos a la cadena de valor del turismo en prácticas de comercio justo para el sector

En desarrollo de esta actividad, el 11 de junio se llevó a cabo un evento en el que participaron en total 26 empresas, y en el que se reflexionó sobre el concepto de comercio justo, su evolución y desarrollos en el sector turismo. Así mismo los participantes lograron a través del taller identificar

su cadena valor, la forma como se relacionan con ellos, los precios y la importancia de establecer una comunicación muy fluida con ellos, así como contar con los servicios locales para desarrollar la actividad turística.

En la agenda del evento se desarrollaron los siguientes puntos:

- Conferencia: “Concepto y lineamientos para el comercio justo en el contexto del turismo”
- Conferencia: “El Comercio Justo: la mirada del Viceministerio de Turismo”.
- Taller “Prácticas de comercio justo para el turismo en Bogotá” para:
 - * Reconocer la cadena de valor y los puntos nucleares de negociación
 - * Identificar prácticas de comercio en la cadena de valor y las reglas de juego comerciales
 - * Identificar el relacionamiento entre actores de la cadena, dificultades a las que se enfrenta y cómo manejarlas

Adicionalmente, durante los meses de octubre y noviembre se llevaron a cabo seis sesiones sobre Comercio Justo y cero tolerancia con la corrupción en las que participaron comerciantes de las Plazas de Mercado, y conductores de transporte individual tipo taxi de las empresas Taxis Libres, Taxi Express y Teletaxi, logrando en total la participación de 291 personas. Así mismo, los 50 Prestadores de Servicios Turísticos, participantes del proceso de fortalecimiento de capacidades contra la ESCNNA adelantado por la Fundación Renacer en el marco de la estrategia de Prevención de ESCNNA, también fueron convocados a un Módulo sobre Transparencia e Integridad como fundamento del comercio justo, en el que la Veeduría Distrital sensibilizó a dichos PST sobre la Política Pública distrital de Transparencia, Integridad y cero tolerancia con la corrupción.

Vale la pena mencionar que estas acciones contribuyen a lograr la meta del sector de Desarrollo Económico en la política mencionada, y a generar conciencia en el sector turístico de la ciudad y actores conexos sobre estos valores como fundamento del comercio justo, que se constituye en un pilar fundamental del turismo responsable que contribuye a un crecimiento económico equitativo y justo en la ciudad.

- **Construcción de un Código de conducta de Turismo Responsable para Bogotá**

Durante el primer semestre del año, se avanzó en la formulación de una metodología para la construcción colectiva de un Código de Conducta de Turismo Responsable para la ciudad. El Código, fue conceptualizado como un compendio de principios y normas que orientan los comportamientos de los prestadores de servicios turísticos, residentes y turistas en relación con lo económico, lo cultural, o social y lo ambiental para asegurar que los compromisos de los diferentes actores y partes interesadas en la dinámica turística de la ciudad sean explícitos y claros para apuntar a un turismo que potencia sus impactos positivos y minimiza los negativos, con el concurso

de todos (empresarios, gremios, residentes, turistas, autoridades y miembros de organizaciones que tienen que ver con el turismo en Bogotá).

Durante el segundo semestre, en particular entre los meses de octubre, noviembre y diciembre, se llevaron a cabo las actividades necesarias de estudios, análisis y consulta a públicos estratégicos, para consolidar la información y redactar el documento. Termina el 2021 con un documento aprobado por las instancias internas del IDT y listo para ser sometido a revisión de expertos externos para que lo validen y pueda ser lanzado públicamente en 2022.



**CODIGO DE TURISMO
RESPONSABLE
DE BOGOTÁ**

- **Evento de Turismo Responsable**

El 14 de diciembre de 2021, se llevó a cabo el evento anual de Turismo Responsable para Bogotá, orientado fundamentalmente a contextualizar la problemática de la Explotación Sexual Comercial de Niñas Niños y Adolescentes, como un riesgo del turismo que se debe abordar desde un concepto de Turismo Responsable con los Derechos Humanos. El evento contó con la participación de representantes de las empresas participantes en el proceso de fortalecimiento de capacidades para la prevención de la ESCNNA adelantado con la Fundación Renacer.

La agenda contempló la presentación de los resultados del estudio “Explotación y Abuso Sexual de Niños, Niñas y Adolescentes en Línea: Perspectiva de los Sobrevivientes en Colombia”, la cual se realizó en alianza de ECPAT Internacional y WeProtect Global Alliance. Así mismo, tuvo lugar una conferencia de Verónica Gómez, Directora para las Américas de la Organización Internacional del Turismo Social, sobre las características fundamentales de los Turistas Responsables, tanto con la niñez y adolescencia de los destinos, como con otros componentes sociales, ambientales, culturales y económicos de los lugares de acogida.

Turismo Incluyente y Accesible: Esta estrategia busca implementar acciones para que todos los actores, institucionales y privados, apropien el turismo incluyente y accesible en sus espacios, atractivos, servicios y productos, logrando eliminar barreras y atraer a más turistas para que visiten la ciudad de manera autónoma, cómoda y segura. En 2021 se adelantaron acciones en los siguientes frentes para avanzar en la consolidación de Bogotá como un destino turístico accesible e incluyente para personas con discapacidad:

- **Protocolos de servicio para el turismo accesible de turistas con discapacidad**

Durante 2021 se consolidó la información de los protocolos de servicios turísticos para personas con discapacidad intelectual y personas con discapacidad física. Este ejercicio se realizó a partir de los productos entregados por Best Buddies Colombia en el marco del convenio suscrito por el IDT con dicha organización y que terminó en el mes de febrero de 2021 y con base en los protocolos que realizó el IDT en 2011 más consulta de fuentes secundarias.

Así mismo, se revisaron y consultaron fuentes de información secundaria para la actualización y complemento de los protocolos de servicios para personas con discapacidad visual.

- Semana del Turismo Incluyente: Bogotá, un destino turístico para todas las personas

La Semana de la Inclusión tuvo lugar de manera virtual, del 29 de junio al 2 de julio. Se diseñó con el fin de promover una reflexión de ciudad sobre la importancia de pensar en Bogotá como un destino turístico que ofrece posibilidades, oportunidades y experiencias para todo tipo de personas sin distinción de raza, género, etapa de ciclo de vida, orientación sexual, condiciones físicas o intelectuales.

Durante la semana se desarrollaron 22 temas diferentes y se contó con más de 40 invitados quienes dinamizaron la agenda, que se dividió por días así: 1 día: la inclusión como principio del turismo; 2 día: la inclusión social en el turismo; 3 día: la inclusión productiva en el turismo; 4 día: la inclusión laboral en el turismo



- Adhesión del IDT a la Organización Internacional de Turismo Social ISTO

En el mes de marzo, se realizó una reunión con Verónica Gómez, Directora para las Américas de la ISTO, con el fin de coordinar acciones que se puedan realizar con el apoyo de esta organización, en el marco de la adhesión del IDT a la misma. Se acordó que las motivaciones de ser parte de la ISTO son:

- ✓ Fortalecer la gestión del conocimiento en torno a la Apropiación de Territorio, Turismo Incluyente y Accesible, Turismo Social y Turismo Responsable, para nutrir y robustecer las estrategias del IDT frente a estos temas a partir del conocimiento de otros destinos y organizaciones miembros de la ISTO.
- ✓ Visibilizar los adelantos y logros del IDT en estos temas ante otros miembros de la organización, para nutrir a otros destinos con nuestros avances.
- ✓ Apoyar y revisar de la Red de Turismo Incluyente y Accesible y protocolos de servicios turísticos a personas con discapacidad.
- ✓ Contar con el apoyo en la elaboración del Código de Turismo Responsable para Bogotá.
- ✓ Fortalecer el componente social en la sostenibilidad.
- ✓ Plantear un objetivo para que las acciones del IDT en materia de Turismo Social, Turismo Responsable, Turismo Incluyente y Turismo como sector que favorece la calidad de vida de los residentes del destino, sean consideradas como “buenas prácticas”.
- ✓ Obtener información que nos facilite tomar decisiones para fortalecer las actividades y estrategias que desde aquí se realizan.

Después de surtir los procesos administrativos, en junio se emitió la resolución 088 de 2021, firmada por la Directora General del IDT y el 29 de junio en el marco de la Semana del Turismo Incluyente, Verónica Gómez, Directora para las Américas de la ISTO, entregó al IDT el certificado como miembro adherido de la Organización.



El 22 de octubre, la ISTO anunció que la sede del Encuentro de las Américas 2022 tendrá lugar en Bogotá y Medellín, después de la postulación que realizaron las dos ciudades en conjunto el 15 de septiembre.

- Charlas de capacitación y sensibilización:

Durante 2021 se realizaron en total 25 charlas o actividades de sensibilización sobre los distintos tipos de discapacidad y la necesidad de desarrollar habilidades y hacer ajustes razonables para prestar servicios turísticos accesibles e incluyentes, de alta calidad, a todas las personas que presentan alguno de ellos. Estas actividades beneficiaron a un total de 560 personas, de las cuales 282 fueron hombres y 279 mujeres.

- Convenios de asociación

Durante 2021 se suscribieron 2 convenios de asociación con organizaciones aliadas que contribuyeron a avanzar en el propósito de consolidar a Bogotá como un destino turístico accesible:

- i. Fundación Best Buddies de Colombia - BBC (241 de 2021): a través el cual se realizó el acompañamiento a una persona con discapacidad intelectual contratada por el IDT para prestar servicios en la Subdirección de Gestión de Destinos brindando una oportunidad laboral y fortaleciendo las capacidades institucionales para ser una entidad laboralmente incluyente. Este convenio se ejecutó entre los meses de mayo y diciembre, la persona con discapacidad contratada prestó servicios en el equipo de la Subdirección entre los meses de junio y diciembre, realizando actividades de apoyo a la gestión de la estrategia de Turismo Incluyente y las otras relativas a Cultura y Responsabilidad Turística.
- ii. Consejo Iberoamericano de Diseño, Ciudad y Construcción Accesible - CIDCCA (242 de 2021): a través del cual, se realizaron todas las actividades de sensibilización, capacitación y herramienta de diagnóstico, para fortalecer e implementar productos y servicios incluyentes y accesibles, necesarias para crear la Red de Turismo Accesible Bogotá – Región. Este convenio se ejecutó entre los meses de mayo y diciembre y como resultado quedaron 33 empresas o atractivos que cumplieron con estándares para prestar servicios accesibles a personas con distintos tipos de discapacidad.

- Red de Turismo accesible

En 2021 y con el apoyo de CIDCCA en el marco del convenio descrito en el punto anterior, se desarrolló el primer ciclo para crear la Red de Turismo Accesible de Bogotá - Región, con el objetivo de consolidar la oferta de turismo incluyente y accesible de prestadores de servicios turísticos y/o administradores de atractivos turísticos de Bogotá, y el propósito de incrementar

oportunidades de competitividad, de acuerdo con las necesidades específicas y los elementos diferenciadores.

La convocatoria se realizó desde el 30 de abril hasta el 14 de mayo. El 22 de junio, se llevó a cabo la primera de 6 jornadas de capacitación correspondiente a la introducción a la accesibilidad. El 20 de agosto se realizó la evaluación de conocimiento de acuerdo con lo presentado en las jornadas de capacitación. Entre septiembre y noviembre se realizaron 30 mesas de trabajo con los participantes de la Red de Turismo Accesible. En diciembre se realizó un evento para certificar a 33 prestadores de servicios turísticos y/o atractivos que culminaron el proceso y cumplieron los requisitos necesarios para pertenecer a la Red.



Educación para el Turismo (Colegios Amigos del Turismo): La estrategia de Educación para el Turismo tiene como propósito apoyar la consolidación de Bogotá como Destino Turístico Inteligente a partir de acciones de formación con enfoque territorial que promuevan el desarrollo económico de la región, así como la interacción e integración del visitante con el entorno a través de la mejor experiencia turística posible. Para el cumplimiento de este propósito, las líneas de acción desarrolladas durante el año presentaron los siguientes avances:

- Diplomados dirigidos a estudiantes

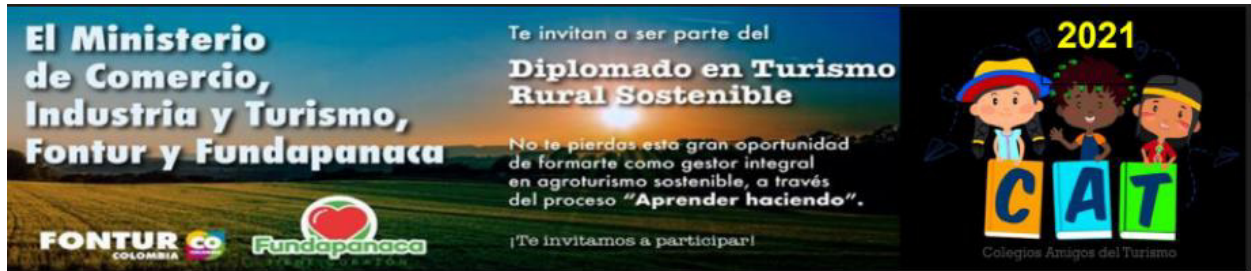
En el marco del **Diplomado Cátedra Preparando mi Futuro “Turismo Sostenible, Patrimonio Turístico y Tradiciones”** se desarrollaron 12 sesiones de cátedra enfocadas en turismo sostenible y patrimonio turístico y tradiciones; las cuales fueron diseñadas en cooperación con la Universidad Pedagógica Nacional a través del programa de Licenciatura en Recreación y Turismo. Estas cátedras hacen parte de los requisitos para poder certificar la participación en el diplomado.

En total se certificaron 120 estudiantes quienes cumplieron con el 80% de las actividades propuestas del diplomado Cátedra Preparando mi Futuro “Turismo Sostenible, Patrimonio Turístico y Tradiciones”

- Diplomado dirigido a docentes

Se gestionaron y adjudicaron 11 becas para los profesores de Colegios CAT Bogotá “DIPLOMADO EN *TURISMO RURAL SOSTENIBLE* PARA DOCENTES DE COLEGIOS AMIGOS DEL TURISMO FUNDAPANACA 2021”, cuyo objetivo es formar personas de la cadena de valor de turismo Turismo Rural sostenible desarrollar habilidades humanas para mejorar

la calidad de los productos y servicios del sector, con el ideal de que las personas capacitadas se conviertan en agentes multiplicadores del conocimiento en todo el país.



- Gestión para la generación de oportunidades a estudiantes

Prácticas educativas en la entidad

En la vigencia 2021, se vincularon a través de prácticas educativas, 19 estudiantes de CAT, 12 estudiantes de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, y 16 estudiantes de la Universidad Pedagógica Nacional. Estas prácticas permiten a los estudiantes tener un acercamiento al mundo laboral y a la aplicación de conocimientos a la realidad.

Guardianes del turismo

Consiste en un proceso de prácticas para los estudiantes de CAT en colaboración con Policía de Turismo de Bogotá en el marco del programa Guardianes del Turismo y el Patrimonio; este programa se desarrolló en alianza con la estrategia de Seguridad Turística, siendo una iniciativa liderada por la Policía Nacional, que persigue el aprovechamiento del tiempo libre de jóvenes, a partir de diferentes actividades encaminadas a fomentar la protección, conservación y cuidado de todas las manifestaciones culturales consideradas patrimonio, sea este material e inmaterial, para de esta manera promover a Colombia como el más importante destino turístico mundial.



De un total de 300 cupos gestionados, se inscribieron 170 estudiantes de 6 Colegios Amigos del Turismo:

- Cursos de formación en turismo y afines

Los cursos que se han venido construyendo durante la vigencia 2021 a través de la plataforma www.yoaprendoturismo.gov.co tienen relación y apoyan la misionalidad del Instituto, promueven el desarrollo de Bogotá como destino Turístico Inteligente y fortalecen el turismo como factor de desarrollo económico de la ciudad, involucran a la ciudadanía en la construcción de política pública de turismo, promueven la búsqueda de alternativas de desarrollo económico sostenible con enfoque territorial que buscan la resignificación de los espacios con potencial turístico en las localidades a través de procesos de organización de las comunidades. Los cursos disponibles actualmente en la plataforma son:

- Grupo poblacionales en el sector turístico (charla)
- Fundamentos de Políticas Públicas y turismo
- Gestión territorial y Turismo
- Ruta Leyenda el Dorado
- Sostenibilidad en destinos turísticos inteligentes
- Calidad Turística
- Responsabilidad Social
- Inglés enfocado al turismo Nivel II

En estos cursos han participado Empresarios formalizados y en proceso de formalización, estudiantes de colegios públicos de Bogotá, líderes de la localidades, organizaciones comunitarias; organizaciones campesinas; taxistas, comunidades de los cabildos indígenas de Suba; Usme y Bosa; profesores y en general todos aquellas personas interesadas en fortalecer el sector turístico de la ciudad

- Otras actividades

Onda Bilingüe: el programa de semillero de investigación “Onda Bilingüe” de la Universidad Pedagógica Nacional dedicado a temas de turismo en segunda lengua nos ofreció cupos para el estudio de tres idiomas: Inglés, Portugués y Mandarín, se inscribieron un total de **115 estudiantes y 40 profesores**.

Conócete a ti mismo: taller ofrecido por la Corporación Universitaria del Área Andina para los estudiantes de colegios amigos del turismo que cursan grado 9º, 10º y 11 con el fin de fortalecer sus proyectos de vida y darles elementos que acerquen al turismo como posibilidad de desarrollo económico desarrollo profesional. **Asistieron 317 estudiantes:**

Becas de inglés: en Alianza con Social Traveler y Mango Language, se logró la consecución de 500 becas para el aprendizaje de idioma inglés dirigido a población perteneciente al sector turístico como estudiantes y profesores de Colegios CAT, estudiantes y profesores de Instituciones de Educación Superior, Prestadores de Servicios Turísticos, Guías de Turismo, entre otros.

Becas de mandarín: se logró la asignación de 10 becas para aprendizaje del idioma mandarín otorgadas a funcionarios del Instituto que contarán con un alto nivel de inglés para poder desarrollar el curso. Al igual que el de inglés es completamente autónomo y tendrán 6 meses para hacer uso de la aplicación.



5.2.3 Implementación de estrategias de prevención para un turismo seguro

Con el fin de reducir las condiciones que permiten la ocurrencia de delitos asociados al turismo, se adelantaron las siguientes estrategias durante el 2021:

Jornadas de sensibilización y capacitación para la prevención de la explotación sexual, comercial de niños, niñas y adolescentes-ESCENNA: Las jornadas de sensibilización y capacitación en prevención de la ESCENNA están dirigidas a Prestadores de Servicios Turísticos y otras organizaciones públicas y privadas relacionadas con la dinámica del turismo en Bogotá. Estas jornadas con una duración aproximada de 2.5 horas, se desarrollaron con temas claves para la comprensión de la ESCENNA como una violación de los Derechos Humanos de la niñez y adolescencia que puede suceder en el contexto del turismo, y se genera una reflexión colectiva sobre la responsabilidad de los actores relacionados con el turismo directa o indirectamente, de prevenirla y actuar adecuadamente en caso de identificar una situación de riesgo.

Durante el año se llevaron a cabo 43 jornadas de sensibilización dirigidas tanto a las empresas y organizaciones convocadas por el IDT como a otras que solicitaron las charlas directamente. En

total participaron 127 organizaciones públicas y privadas, con un cubrimiento total de 1248 personas de las cuales 531 fueron hombres y 717 mujeres.

Proceso de fortalecimiento de capacidades desarrollado en asocio con Fundación Renacer:

Mediante convenio de asociación con la Fundación Renacer, 50 Prestadores de Servicios Turísticos (PST) participaron en capacitaciones, asistencia y asesoría técnica para adelantar las acciones necesarias con el fin de dar cumplimiento cabal a los mandatos del Código de Conducta establecido en la Resolución 3840 de 2009 y los criterios del Código de Conducta internacional The Code.org:



Una vez finalizado el proceso de capacitación de 16 horas, se llevaron a cabo reuniones de asesoría a cada empresa por parte de la Fundación Renacer para llevar a feliz término el cumplimiento de los criterios de The Code.

En el marco del evento anual de Turismo Responsable, se certificó la participación de los 50 PST que hicieron parte del proceso con Fundación Renacer.

Fortalecimiento de la Red de Participación Cívica de Seguridad Turística en Bogotá: En la vigencia 2021, la Estrategia de orientación y atención integral para visitantes víctimas de delitos en las Zonas de Interés Turístico, fue desarrollada a partir del fortalecimiento de la Red de Participación Cívica de Seguridad Turística en Bogotá.

A través de este mecanismo de participación se logró la vinculación de 80 establecimientos que son fundamentalmente dueños de restaurantes y Jefes de Seguridad de cadenas hoteleras y con el fin de vincular a los Prestadores de Servicios Turísticos, se realizaron reuniones con Cotelco Bogotá y sus hoteles afiliados y empresarios de la Zona T de Bogotá.



El IDT a través de la página web da la opción de vinculación a la Red a través de formatos de vinculación y explica el paso a paso del dicho proceso.

Plan de Seguridad Turística para Productos Turísticos: Se diseñó el formato para el levantamiento de información de seguridad para productos turísticos, el cual integra información del Sistema Distrital de Calidad Turística del IDT.

Instancia de articulación para la canalización efectiva de las denuncias y prevención de delitos a turistas: Se firmó Memorando de Entendimiento entre el Instituto Distrital de Turismo y la Secretaría de Seguridad Distrital de Seguridad Convivencia y Justicia - SDSJ, con el fin de consolidar entre el IDT y la SDSJ, una estrategia de reporte, registro de incidentes de seguridad, emergencia y atención oportuna a turistas. Para 2022 entrará en vigencia la línea de atención al turista para la canalización efectiva de denuncias y prevención de delitos contra turistas.

Apoyo al fortalecimiento del Programa Nacional Guardianes del Turismo y del Patrimonio de la Policía de Turismo: Se logró vincularon al programa 156 jóvenes estudiantes de los Colegios Amigos del Turismo, que recibieron su certificación de participación y un Kit de material de ciudad entregado por el IDT.



Pregunta por Ángela: En armonía con la Secretaría Distrital de la Mujer, la Secretaría de Gobierno y Asobares para llevar a cabo la implementación de la estrategia Pregunta por Ángela en Bogotá. Se logró definir el diseño de la imagen y material de la estrategia que será entregado a los 300 bares y gastrobares que participen en la estrategia piloto, que se prevé lanzar en el mes de febrero de 2022 en Bogotá.

Articulación con Policía de Turismo: Se realizó capacitación a 15 Policías de Turismo en temas de apropiación de ciudad y la estrategia de seguridad turística. Por su parte, la Policía de turismo realizó acompañamientos a bici recorridos y recorridos peatonales realizados por el IDT.

Acompañamiento y asistencia técnica a elaboración de estrategia de Seguridad Turística – Jardín Botánico de Bogotá: Se elaboró un documento con recomendaciones para establecer la estrategia de seguridad del Jardín, como uno de los principales atractivos turísticos de Bogotá.

Comité de Seguridad Turística: Se dieron los primeros avances para la creación de un proyecto de Acto Administrativo, para la creación del Consejo Distrital de Seguridad Turística dentro de la agenda normativa del Concejo de Bogotá.

5.3 Ayudas directas a los empresarios

Con el objetivo de apoyar a los empresarios y actores del sector turismo afectados por la crisis sanitaria generada por la pandemia Covid-19, propendiendo además por la generación de proyectos que aumenten el potencial del sector y su participación en el desarrollo económico y social de Bogotá y la región, en el 2021 se implementaron varias estrategias así:

5.3.1 Creación del Fondo de Desarrollo Turístico de Bogotá - FONDETUR

Con el fin de diversificar la oferta turística de la ciudad para generar los beneficios socioculturales y económicos que debe garantizar el turismo a los diferentes actores que se vinculan a su cadena de valor, se creó el Fondo de Desarrollo Turístico de Bogotá - FONDETUR, a través del cual se trabaja un esquema de estímulos e incentivos para que micro y pequeños empresarios, grupos comunitarios, mujeres, jóvenes y otros grupos constituidos, puedan tener oportunidades para la consolidación de sus empresas y proyectos turísticos; y de esta forma, competir en condiciones de igualdad.

En el segundo trimestre del presente año 2021, se adoptó el reglamento de funcionamiento del comité ejecutivo del Fondo, mediante el Acuerdo No. 001 de 2021. Una vez se desarrollaron estos lineamientos y políticas para iniciar correctamente el funcionamiento de Fondetur se implementó el reglamento operativo del Fondo de Desarrollo Turístico de Bogotá, y seguido a esto se iniciaron las convocatorias para ayudar a materializar iniciativas y proyectos turísticos, que permitiesen la reactivación del sector y la generación de nuevas oportunidades de desarrollo. Al final de la vigencia cerramos con las siguientes 7 convocatorias:

La primera convocatoria se denominó “Turismo y Transformación Digital para las Agencias de Viajes” cuyo objetivo fue fortalecer las capacidades de las Agencias de Viajes de Bogotá, a través de la incorporación de modelos de transformación digital que permitieran generar ventajas competitivas para la reactivación y sostenibilidad del sector turístico en la ciudad de Bogotá y donde se logró impactar a 67 agencias de viaje.

La segunda convocatoria: “Reactiva Turismo 2021”, tuvo como objetivo “Generar estímulos a través de FONDETUR para brindar a los prestadores de servicios turísticos herramientas que fortalezcan su competitividad y faciliten la reactivación de sus empresas y el sector, en tiempos de

pandemia”. El público objetivo de la convocatoria fue “Personas jurídicas y naturales registrados como prestadores de servicios turísticos y con RNT vigente”, se seleccionaron 129 una vez realizado el proceso de evaluación para verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos por la entidad. Se brindaron estímulos por valor de 5 millones de pesos para personas jurídicas y 2,5 millones de pesos para personas naturales, buscando apoyar a los actores del sector afectados por la pandemia para su reactivación.

La convocatoria 3: “Eventos con interés turístico en las localidades de Bogotá”, estuvo orientada a “Articular y consolidar eventos conjuntos con interés turístico, públicos y privados, que materialicen las apuestas del sector turístico, entendiendo la vocación de cada localidad y sus prioridades en materia turística”. El público objetivo de la convocatoria fue “Todos los grupos de interés definidos en el Reglamento Operativo / Manual para la presentación de proyectos ante el Fondo de Desarrollo Turístico de Bogotá – FONDETUR, que acrediten ser los organizadores del evento (Alcaldías, gremios, grupos de empresarios, etc.)”.

En esta convocatoria se seleccionaron 8 proyectos, una vez realizado el proceso de evaluación para verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos por la entidad. Los beneficios asignados a las propuestas ganadoras se reflejan en el suministro de elementos y/o actividades como: material impreso, merchandising, logística de eventos (Alimentación, transporte, mobiliario, personal, operación de servicios, entre otros), producción de eventos (tarimas, sonido, iluminación, electricidad, video, menaje, carpas, camerinos, etc.), alquiler de espacios para eventos y grabaciones, producción y divulgación del Plan de Medios y otras actividades ligadas directamente a la naturaleza del evento propuesto en cada una de las ofertas ganadoras.

La convocatoria 4 denominada “Turismo Comunitario: Una oportunidad para la construcción colectiva del territorio”, tuvo como objetivo “Generar estímulos a través del FONDETUR para apoyar a las comunidades organizadas en torno al turismo, para aumentar su competitividad y reconstruir el tejido social en las localidades de Bogotá”.

El público objetivo de la convocatoria fue “Entidades sin ánimo de lucro de base comunitaria”, del cual se seleccionaron 10 una vez realizado el proceso de evaluación para verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos por la entidad. Se brindaron estímulos por un valor de 25 millones de pesos a 10 grupos comunitarios organizados en entidades sin ánimo de lucro que tratan temas de turismo y temas comunitarios, para fortalecer procesos asociados a la conservación, preservación y salvaguarda de los atractivos naturales y culturales del distrito. Los resultados de los beneficios asignados a las propuestas ganadoras se verán reflejados en el 2022, una vez se concluyan los proyectos.

La convocatoria 5: “Turismo con Propósito VIRAR”, fue para “Generar estímulos e incentivos a través del FONDETUR para el desarrollo del Turismo con Propósito – VIRAR, que permita

Visibilizar, Incluir, Revitalizar, Apreciar y Regenerar todas aquellas iniciativas- proyectos que puedan preparar a la ciudad para dar respuesta a los retos que impone la Pandemia”.

Una vez realizado el proceso de evaluación para verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos por la entidad, se brindaron estímulos por un valor promedio de 25 millones de pesos a cada uno de los 9 grupos organizados en entidades sin ánimo de lucro que optaron por fomentar el turismo para todos, el turismo por la reconciliación y la memoria, turismo regenerativo, la equidad de género y de la mujer a partir de actividades turísticas. Los resultados de los beneficios asignados a las propuestas ganadoras se verán reflejados en el 2022, una vez se concluyan los proyectos.

La convocatoria 6: “Destino Bogotá – Reactivamos las Vacaciones” tuvo como objetivo “Generar estímulos e incentivos que promuevan la reactivación turística de la ciudad de Bogotá, a través de estrategias de promoción, capacitación, diseño e implementación de experiencias turísticas durante las temporadas comprendidas desde Navidad 2021 hasta Semana Santa 2022”. Después de la revisión técnica y la fase de evaluación técnica se seleccionaron 17 grupos de trabajo beneficiados.

Finalmente, la convocatoria número 7 denominada “Participación en la “Vitrina Turística de Anato 2022”, tiene como objetivo “Generar estrategias que faciliten las relaciones comerciales y la promoción de agencias de viajes de Bogotá, mediante la participación en la Vitrina Turística de Anato 2022”. Esta convocatoria se publicó en el mes de diciembre y que se espera cerrar el 20 de enero del 2022, para iniciar la fase de revisión administrativa.

5.3.2 Certificación Sello de Bioseguridad Check In Certificado

Con el fin de contribuir a la preparación de Bogotá como un destino turístico bioseguro, el Instituto Distrital de Turismo diseñó un plan de apoyo para la implementación y certificación de los protocolos de bioseguridad exigidos y recomendados por el Gobierno Nacional, el cual está dividido en tres fases:

- Fase 1: Capacitación
- Fase 2: Acompañamiento.
- Fase 3: Apoyo en el proceso de certificación en Sello de bioseguridad Check In Certificado.

En la vigencia 2021, se sumaron al programa de Sostenibilidad 120 empresas para un total de 243 PST incorporados al programa, a las cuales se les ha dado capacitación y acompañamiento para la incorporación de protocolos y procesos. Se realizó capacitación virtual sobre adopción de protocolos de bioseguridad para Prestadores de Servicios Turísticos (PST), 159 PST culminaron el programa y 157 quedaron con un plan de acción elaborado listo para implementar.



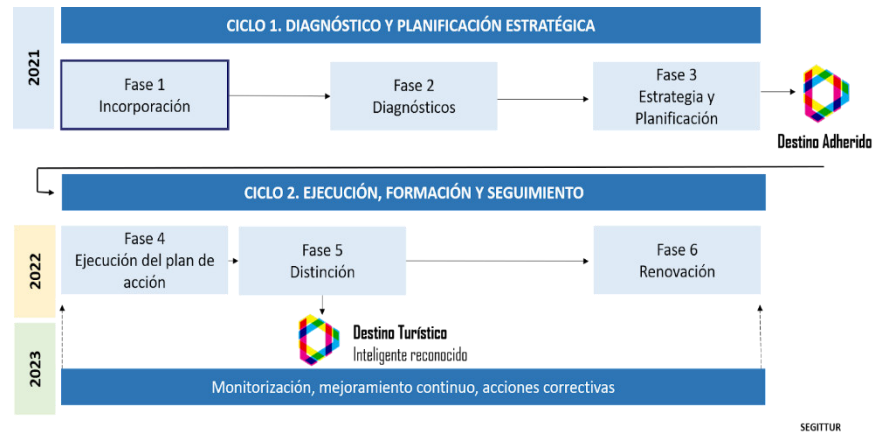
Del anterior proceso, 22 empresas lograron su certificación.



De igual manera la entidad presentó avance en las siguientes estrategias:

Bogotá Destino Turístico Inteligente: Se avanzó con implementación de la metodología “Destinos Turísticos Inteligentes” que permite a los destinos obtener una visión del grado de cumplimiento de los requisitos de un destino inteligente, así como compararse con los resultados obtenidos por otros destinos para aprovechar sinergias entre unos y otros y colaborar en red para construir territorios turísticos inteligentes. Con el fin de tomar un modelo de referencia, se tomó Segittur siendo el que cuenta con más trayectoria y aval de entidades internacionales que trabajan por el turismo y el desarrollo competitivo de los destinos. Su modelo cuenta con 5 ejes:

- Gobernanza.
- Innovación.
- Tecnología.
- Sostenibilidad.
- Accesibilidad.



Como parte de la implementación de esta estrategia el IDT entró a ser parte activa de la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes, lo que abre posibilidades de alianzas con el BID, presentación de proyectos, entre otras cosas. Igualmente se adelantó un memorando de entendimiento con Medellín, para generar espacios de intercambio de experiencias entre las dos ciudades. Igualmente, se suscribió contrato con Plaza Mayor Medellín SA, con el fin de acompañar y asesorar al IDT en la construcción del posicionamiento de Bogotá como Destino Turístico Inteligente.

Piloto de economía circular: Se realizó acompañamiento técnico y humano en la estructuración del primer piloto de economía circular del Sector turismo, con el liderazgo del museo del vidrio de Bogotá, en compañía de la Agencia de Viajes Para Moverte, Vehículos V.I.P y la cadena de hoteles GHL junto con la fundación Verde Olivo, a través del cual se beneficiará a las fundaciones Pones y Mujeres MUAC. El objetivo de este piloto es reutilizar el vidrio proveniente de los hoteles GHL, a través de su transformación en amenities, vasos, floreros, y piezas artísticas para el uso de la marca ciudad.

5.3.3 Plan Bogotá

Plan Bogotá es una plataforma tecnológica creada por el Instituto Distrital de Turismo para incentivar el consumo de bienes y servicios turísticos, en apoyo a la reactivación económica del sector en Bogotá. Este instrumento de promoción, fomento e impulso del sector turístico y sus actividades, permite integrar las diferentes ofertas de actividades turísticas desde y hacia Bogotá-Región, facilitando los trámites de adquisición de servicios turísticos de manera virtual, lo cual responde a la contingencia dada por el COVID19 y sus efectos sobre el comercio.

Durante el año 2021 se realizaron entre otras las siguientes actividades:

- Campaña temporada de “Semana Santa” con la participación activa de Cotelco y Acolap; con un total de 33 empresas publicando, 7 de ellas como nuevos integrantes a la iniciativa que generaron 8 reservas a empresarios del sector turístico (Hoteles, PTS, Parques de diversiones).
- Socialización del Programa con distintos actores como: la Cámara de Comercio, Asobares, Anato, Acotur, Asocolwep, Acodres, Cámara de Comercio de Bogotá, Procolombia, Asobares, Compensar, agencias, teatros, entre otros.
- Se llevaron a cabo jornadas de socialización en conjunto con la Subdirección de Gestión de Destino, para dar a conocer el programa con los empresarios de las localidades de Candelaria, Usaquén y Chapinero.
- Producción del video promocional con la comunidad italiana invitando a vivir lo mejor de la ciudad por medio de Plan Bogotá, en alianza con Italian.It https://drive.google.com/drive/folders/1mCMqdC9b-OxyMjpJOIkix_wtvume2jtP?usp=sharing
- Realización de recorridos guiados por el cementerio Central, en alianza con la Subdirección de Gestión del Destino y la UAESP. Estos se llevaron a cabo, los días viernes, sábados y domingos de noviembre en horario de 5:00 a 9:00 p.m. y contaban con personajes de la historia colombiana cuyos restos reposan en el cementerio como Eduardo Santos, Lorecita Villegas, Jose Asuncion Silva, Leo Koop entre otros. El Idt convocó a los empresarios para la operación de los recorridos y llevó a cabo toda la campaña de comunicaciones en medios internos y externos como free press.
- Publicaciones en redes sociales, boletines informativos de las entidades aliadas y medios propios, tales como: El Tiempo (digital), La FM (digital), El Espectador (digital), El nuevo siglo (digital), RNC Radio (digital), Radio SantaFe, Revista Semana, Publimetro, La Mega.

Como resultado de estas acciones, se registró un total de 2.548 personas que realizaron reservas.

A continuación, algunas de las publicaciones realizadas a lo largo del año para Plan Bogotá:



Soporte de algunas piezas implementadas

5.3.4 Licenciamiento Marca Bogotá

El uso de la Marca ciudad fue adoptado mediante el Acuerdo No. 744 de 2019 “Por medio del cual se dictan los lineamientos para el uso de la marca ciudad “Bogotá y se dictan otras disposiciones” y en virtud del artículo 4º: “*Licenciamiento de la Marca Ciudad. El Instituto Distrital de Turismo, “Invest in Bogotá” y la Cámara de Comercio de Bogotá, podrán licenciar y/o otorgar autorizaciones de uso de la Marca Ciudad a las empresas o proyectos que se quieran vincular a la estrategia de posicionamiento de la ciudad Bogotá D.C.*”

En virtud del mencionado Acuerdo, el IDT desarrolló diferentes actividades con miras al posicionamiento de la marca ciudad y la construcción de relaciones con la cadena de valor del turismo:

- Se elaboró el procedimiento PMT – P08: Procedimiento para autorizar el uso de la marca Bogotá en diciembre de 2020.
- Se llevaron a cabo 18 Comités para el otorgamiento de Licencias y discusión, seguimiento y ajuste de la estrategia de difusión de la marca ciudad.
- Se aprobó 234 licencias de Uso de Marca a empresas de Bogotá en los comités de marca.
- Se desarrolló un Acento de Marca, para la comunidad LGBTI+
- Se trabajó en el diseño de gigantografías de la marca ciudad para ubicar en las localidades de la ciudad y en atractivos turísticos icónicos y estratégicos de Bogotá.
- Se llevaron a cabo 16 socializaciones de Uso de Marca Ciudad en lo corrido del año 2021, con la participación de más de 350 asistentes. Se mostró la importancia del city branding para una ciudad, y el proceso de construcción de la Marca Bogotá. Igualmente se presentó su propósito y alcance como herramienta de comunicación para la promoción turística del destino y el valor agregado que representa para las empresas del sector turismo su uso autorizado.



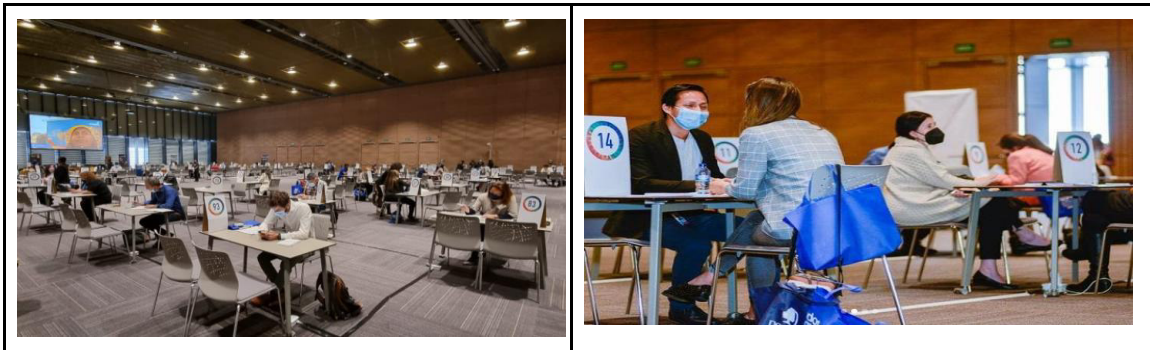
5.3.5 Ruedas de negocio

En alianza con ANATO se permitió integrar la oferta y la demanda en los productos turísticos, agencias mayoristas y operadores con hoteles, museos, fincas, parques y restaurantes; esto dió como resultado que las empresas encuentren oportunidades de empaquetar el destino con una oferta más completa, con otros atractivos que no conocían y ampliando su portafolio de proveeduría. Se realizaron 2 ruedas de negocios, (9 y 23 de junio de 2021). La primera jornada tuvo como resultado 750 citas de negocios y en la segunda rueda se realizaron 700 citas.



Por otra parte, en el marco de las actividades para la Reactivación del Sector Turismo en Bogotá, el Instituto Distrital de Turismo realizó la Gran Rueda de Negocios Reactivando Turismo en el mes de noviembre: Este fue un evento empresarial el cual contó con el apoyo de la Cámara de Comercio de Bogotá y ANATO capítulo central. Participaron 90 empresarios en calidad de compradores y vendedores del segmento MICE y vacacional, teniendo como resultado 1.152 citas de negocios.

Con la realización de esta rueda de negocios, se generaron espacios donde los empresarios de Bogotá entablan negociaciones productivas con los compradores internacionales y nacionales interesados en la amplia oferta turística de la ciudad, como una importante oportunidad para fortalecer el tejido empresarial afectado por la pandemia, generar ingresos a la ciudadanía, y seguir posicionando a Bogotá como el mejor destino para visitar, recuperando el número de turistas e ingresos que permitan recobrar la confianza en la ciudad.



5.4 Atracción de demanda

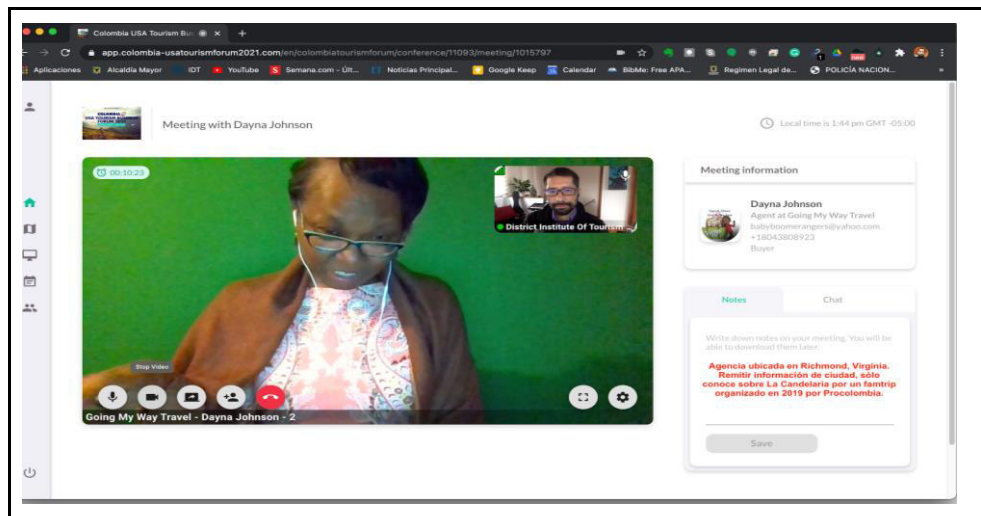
El posicionamiento de Bogotá en el imaginario colectivo se convierte en una acción de vital importancia para la atracción de la demanda del turismo en la ciudad. Por ello, se adelantan acciones de promoción y mercadeo para visibilizar, e informar a nuestro público objetivo sobre la

oferta turística con la que cuenta la ciudad, y de esta manera, contribuir con su desarrollo económico y la recuperación de la actividad del sector.

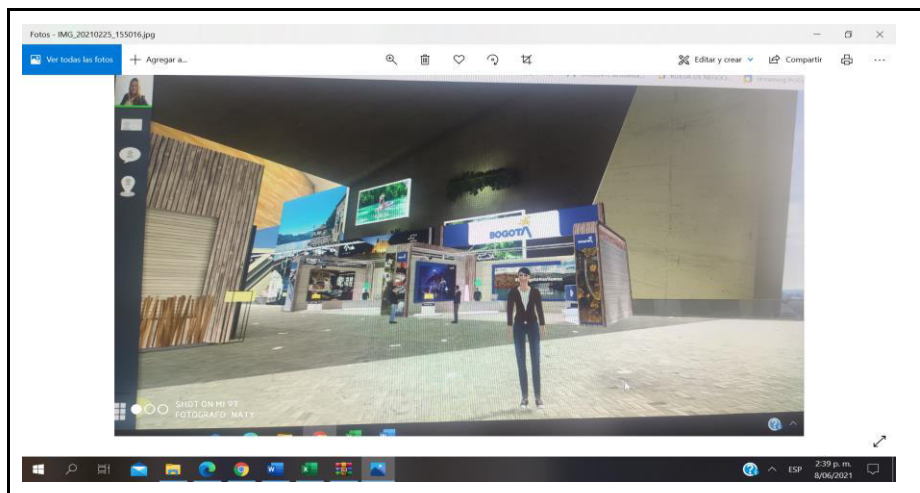
A través de la Subdirección de Promoción y Mercadeo del IDT, se desarrollaron las siguientes actividades durante el año:

5.4.1 Campañas promocionales y especializadas

- **Workshop USA enero:** En este espacio se mostraron las nuevas experiencias de ciudad, los temas relacionados con bioseguridad y las acciones a la luz de la reactivación, así como se realizaron cuatro (4) citas de negocios. Se envió información del destino vía correo electrónico y la reproducción de un video, el cual tuvo 21 visualizaciones, según reporte de PROCOLOMBIA.



- **Feria Aviareps Latam Virtual:** El IDT contó con un stand, en el marco de esta Feria Virtual, en la que se hizo presencia con los cuatro (4) empresarios que lideran el empaquetamiento de Bogotá en la Ruta Colonial. Como resultado se tuvieron 22 citas de negocios y 252 personas que ingresaron al stand.



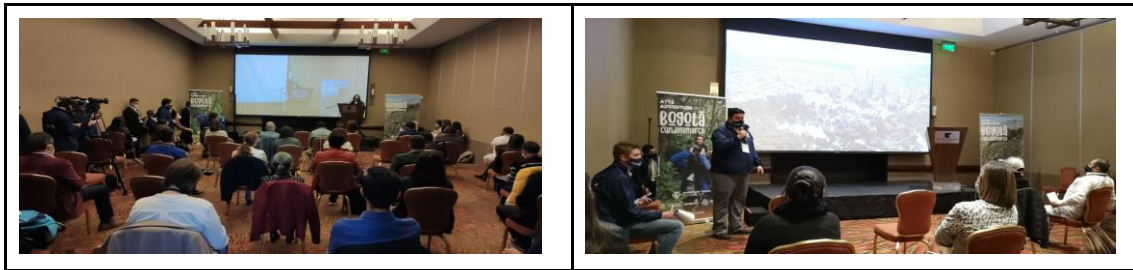
- **Feria de viajes y Turismo, Centro Comercial Bolívar Plaza - Pereira - 28 de febrero al 2 de marzo de 2021:** En esta feria presencial, se promovió el destino Bogotá, con el lema en Bogotá nos Vemos. Durante los 3 días a la feria asistieron cerca de 3.000 personas. Se realizó una presentación de destino con cerca de 60 personas.



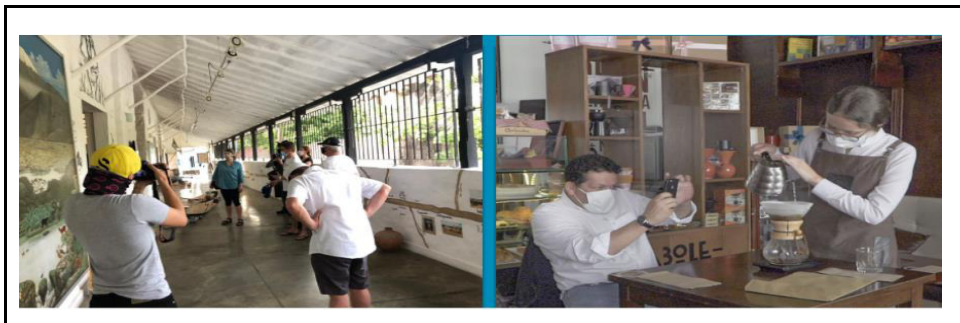
- **Workshop sobre Marca Ciudad con cafés especiales:** Se adelantó jornada de trabajo en torno al uso de la marca ciudad con cafés especiales de la ciudad de Bogotá. Allí, se invitó a los empresarios a licenciar la marca ciudad para apoyar las estrategias de comunicación que permitan el posicionamiento de Bogotá como destino turístico.
- **Workshop Canadá: 11 de marzo de 2021:** Actividad realizada en alianza con Procolombia, en la cual un representante del IDT tuvo la oportunidad de tener citas uno a uno con

empresarios de estos mercados a fin de mostrar la oferta turística de la ciudad, contamos con 3 citas en vivo online y tres que se excusaron, pero solicitaron información vía correo electrónico.

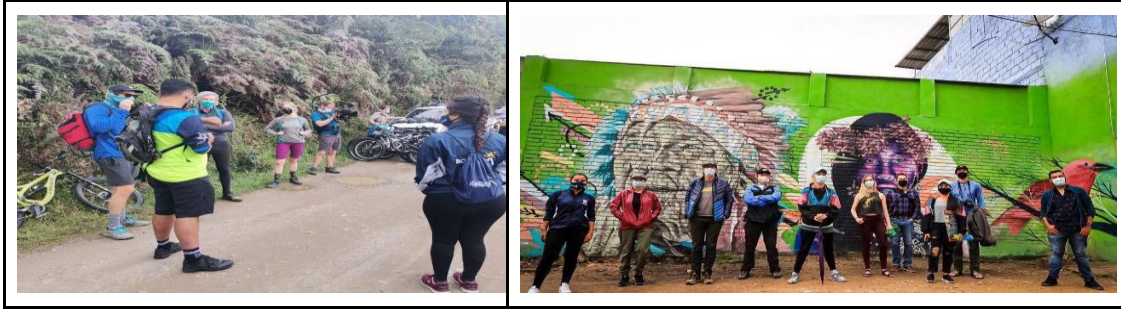
- **Misión Comercial a Santa Marta:** Se llevó a cabo con el fin de identificar la oferta que se tendría en el multidesino, así como capacitación a los operadores que se vincularon al proyecto y definir los principales atractivos y actividades, de cada ciudad para la creación de los paquetes turísticos. Se llevó a cabo una presentación de destino Bogotá y un ejercicio de priorización de mercados, con miras a lograr el empaquetamiento de dos días una noche para Bogotá y 3 días dos noches para Santa Marta.
- **Agenda Académica Adventure Week 2021:** Esta agenda académica, se llevó a cabo como preámbulo al evento denominado Adventure Week 2021, evento especializado en turismo de aventura y naturaleza, organizado por el IDT en coordinación con la Asociación de Viajes y Negocios de Aventura - ATTA, se realizaron 8 ponencias con temas enfocados a turismo de naturaleza, aventura, protocolos de bioseguridad y estrategias de promoción.



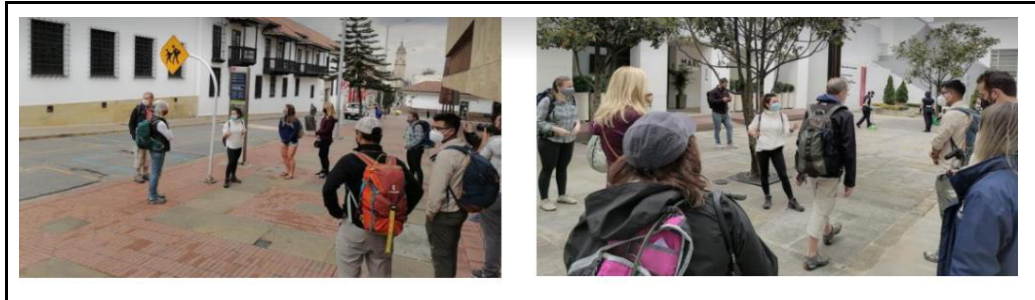
- **Fam Trip a Tolima (Adventure Week):** Se realizó recorrido por el centro histórico de Bogotá y traslado al municipio de Honda. Se visitó la ciudad perdida de Falan y se realizó un recorrido por el centro histórico de Honda. Asimismo, se hicieron actividades de Rafting en Río Negro y visita al Trapiche. También se contó con un city tour en Bicicleta por Bogotá, Monserrate y Juego de Tejo.



- **Fam Trip al Meta (Adventure Week):** Se realizaron actividades de rafting en el Río Guejar, bici travesía de montaña y ciclorruta por la ciudad, y visita al Metrocable y Ciudad Bolívar, donde el objetivo principal era que los empresarios internacionales participantes conocieran los atractivos turísticos no solamente de Bogotá, sino también del Meta.



- **Fam Trip a Boyacá (Adventure Week):** Se visitó el centro histórico de la ciudad de Bogotá, puntualmente a la zona de la Candelaria y algunos destinos característicos del departamento de Boyacá.



- **Rueda de negocios - Marketplace ATTA:** En esta rueda se lograron un total de 275 citas de negocios, con la participación de 30 empresarios colombianos, 14 compradores y 5 medios. Los compradores en promedio fijaron el precio de nuevos itinerarios por persona comprados a través de proveedores locales en \$1.611 USD.
- **Bogotá Design Festival:** Al participar por segunda vez consecutiva en este evento de ciudad se consolida una plataforma para generar conexiones con el sector cultural y creativo, donde se reúne y promueve durante 4 días la creatividad, la innovación y el diseño en todos sus estados, ya sea en lo cultural, la identidad de la ciudad como destino turístico.

- **FITUR:** En Madrid (España), se celebró la versión número 41 de la Feria Internacional de Turismo -FITUR 2021-, donde el Instituto Distrital de Turismo (IDT) participó como co-expositor del stand de Colombia, dando a conocer la oferta turística de la Bogotá-Región y presentando el portafolio de servicios de más de 20 empresarios de agencias de viajes y hoteles de la ciudad, que no pudieron participar por las restricciones de la pandemia. Se hizo promoción a la página web bogotadc.travel y se tuvieron un total de 30 citas, entre proveedores y posibles clientes y los días de público final se atendieron 24 posibles turistas.



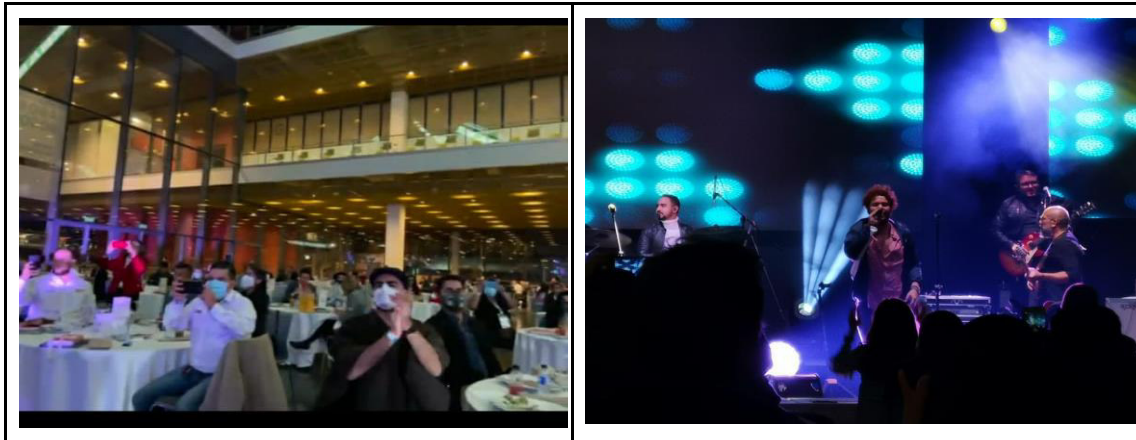
- **Presentaciones de destino:** Las presentaciones de destino que se desarrollaron desde el equipo de trade marketing, estaban dirigidas principalmente a las agencias de viajes de los diferentes mercados prioritarios, con el fin de brindarles las herramientas necesarias que les permita contar con el conocimiento para contribuir con la venta del destino y generar visitas desde sus ciudades o países.
- **Viajes de familiarización en alianza con ANATO:** Los viajes de familiarización organizados por el IDT en conjunto con Anato, fueron la oportunidad de dar a conocer la oferta de ciudad, y mostrar cómo estamos preparados para recibir las personas con todos los protocolos y las medidas de bioseguridad, dando a conocer oferta gastronómica, plazas de mercados, parques de diversiones entre otros. Participaron empresarios del sector turístico de la Costa Caribe, Eje Cafetero, Medellín, Valle del Cauca, Cauca, Región Central y los Santanderes. Con estos empresarios compradores de las regiones se buscó generar alianzas comerciales y realizar empaquetamiento y comercialización Bogotá como destino turístico en sus ciudades.
- **41 Vitrina turística de ANATO:** La feria en total tuvo una asistencia de 10.500 visitantes y Bogotá contó con la presencia de 3.214 visitantes al stand, un incremento del 100% con respecto al evento del año 2019 donde recibimos 1.500 visitantes en promedio. En un espacio de 405 metros cuadrados, participaron 52 empresas de Bogotá y Cundinamarca, como destino invitado anfitrión en esta ocasión, quienes mostraron oferta en segmentos como naturaleza, cultura, bicicleta, aviturismo, Ruta Leyenda el Dorado, entre otros.

Como resultado, las 52 empresas tuvieron cerca de 250 citas efectivas con opciones de



negocios estimadas en cerca de 300 millones de pesos (este es un valor tentativo porque muchas son cotizaciones). Adicionalmente, se atendieron 250 citas adicionales de carácter informativo.

- **Espacio IDT en el marco de la Vitrina Turística de ANATO 2021:** Este año como parte de las acciones realizadas en el marco de la Vitrina Turística de ANATO 2021, el IDT contó con un espacio para que las empresas, emprendimientos y agremiaciones presentarán sus casos de éxito, de experiencias nuevas y de cómo afrontaron la pandemia en el año inmediatamente anterior.
- **Reconocimiento a empresarios:** El IDT y el IDECUT realizaron un evento con el fin de reconocer, a algunos empresarios, su resiliencia y fortaleza en el sector. Contó con 133 invitados y las categorías galardonadas fueron: Hoteles, Agencias de viajes, Restaurantes, Bares, Especial Anato, Especial Aeropuerto, Parques de Diversiones, Atractivos, Experiencias, Industria de Reuniones.



- **Viaje de familiarización Brasil:** Se llevó a cabo en alianza con Chic tour y con Procolombia un Fam Trip con 4 agentes de viajes de Brasil, en donde se dio a conocer la oferta turística de Bogotá y algunos lugares característicos de la Región.
- **42 Feria IFTM Top Resa Paris 2021:** La Feria IFTM Top Resa París es el evento de turismo B2B más importante de Francia; la feria expone un panorama general y completo del turismo de ocio, negocios y eventos desde 1.979 en Deauville, ciudad donde se realizaría por primera vez el evento. El IDT participó como coexpositor, en el stand de Colombia, junto con 8 empresas (Kaishi Travel, Vámonos, Decameron, Aventure Colombia, Hotel Las Islas, Tucaya, Magelia y Macuira Tours). Se llevaron a cabo 17 citas y el stand contó con alrededor de 840 visitas.

- **Viajes de familiarización en marco de la Gran Semana de la Reactivación del turismo:** Durante esta semana se llevaron a cabo diferentes eventos en torno a la reactivación económica del sector: la Gran Rueda de Negocios, Viajes de familiarización, Gran feria de vacaciones y una agenda académica.

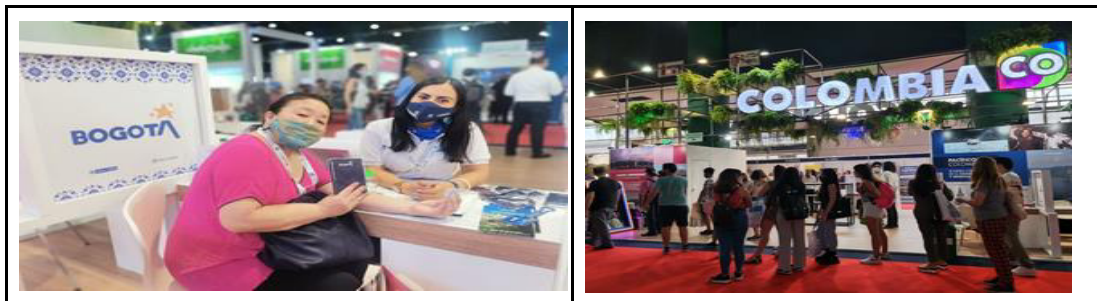
La Gran Semana de la Reactivación del Turismo inició con la realización de 5 viajes de familiarización cuyo objetivo fue dar a conocer la oferta turística de la ciudad destacando productos como naturaleza, cultura, gastronomía, urbano y vida nocturna de la capital; a su vez se destacaron las nuevas experiencias que puede vivir un turista alrededor del café, las plazas distritales, jugar tejo y la apuesta local que se tiene por el turismo sostenible y a su vez se exaltó las actividades en la localidad de Ciudad Bolívar y el barrio Egipto.



- **Agenda Académica “Reactivando Turismo”:** Este evento se realizó con el apoyo de ANATO Capítulo Central y la Cámara de Comercio de Bogotá, con la participación de 114 personas. Se tuvieron temáticas asociadas a turismo vacacional y MICE. Se contó con un panel con expertos en temáticas de turismo de reuniones, así como otras conferencias relacionadas con marketing digital, seguridad de la información, storytelling, motivación, ventas y posicionamiento, entre otros. La actividad le dio apertura a la “Gran Rueda de Negocios Reactivando Turismo”.
- **Gran Feria Vacacional:** Esta feria tuvo como objetivo llevarle al público final de la ciudad de Bogotá alternativas para la compra de servicios turísticos, lo que a su vez aportaría en la reactivación económica de la ciudad. Se contó con la asistencia de 82 expositores y un total de 1.191 visitantes. Se contó con el apoyo de Cámara de Comercio de Bogotá y ANATO capítulo central.



- **Misión Comercial Armenia:** Se realizó la exploración técnica para la generación de la alianza multidesino entre Armenia y Bogotá como destinos turísticos; mediante la identificación de los atractivos y actividades destacables para la oferta y creación de paquetes, así como la capacitación de los operadores que se vincularon al proyecto en cada ciudad. Para dicha actividad se contó con la participación de la Gobernación del Quindío, la Cámara de Comercio de Armenia y agencias de viajes, para un total de 17 personas.
- **Road Show Ecuador:** Se participó en el evento organizado por Procolombia: “**Road Show Ecuador**”, en el cual se trajo a 5 agentes mayoristas del Ecuador para participar en un escenario de networking, donde se contó con la oportunidad de mostrar las bondades del destino y poder identificar las necesidades del mercado de los empresarios.
- **25 Feria Internacional de Turismo de América Latina FIT-Buenos Aires, Argentina:** El IDT participó como co expositor en esta Feria en el stand de Colombia/ Marca País. Según comunicado de prensa de la FIT, en esta ocasión participaron 38 países; 24 provincias argentinas 1328 expositores (1108 nacionales y 220 extranjeros); y se contó con 5 auditorios en los que se realizaron 114 charlas, 3.674 citas, con 155 compradores (93 extranjeros y 62 nacionales), y 364 vendedores (347 nacionales y 17 extranjeros). Para el caso de Bogotá, en total se realizaron 23 citas con agencias de viajes.



- **FIEXPO:** En esta feria, el Instituto Distrital de Turismo desarrolló una agenda comercial en donde se atendieron 28 citas comerciales con compradores potenciales dando a conocer la oferta de la capital para reuniones y eventos entre potenciales compradores nacionales e internacionales del segmento MICE. También, la feria tuvo agenda académica y actividades de relacionamiento con diferentes profesionales de la Industria y el sector. En esta versión 2021, hubo 190 compradores y 150 expositores.
- **II Encuentro de Turismo Receptivo:** Es un evento académico cuyo objetivo es unir al sector en torno a un tema en común de alta proyección para el desarrollo y crecimiento del turismo interno y receptivo del país, el cual se constituye como una de las apuestas más importantes para la exportación de servicios. El IDT contó con un stand en donde se brindó información a empresarios sobre cómo deben hacer para participar en algún viaje de familiarización, eventos liderados por el IDT, capacitaciones de destino.
- **60° Congreso Mundial de ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones):** El IDT participó en el evento como representante en búsqueda de relacionamiento estratégico (Networking) para el destino Bogotá, con la comunidad global de miembros ICCA incluyendo destinos, organizadores de eventos, entre otros profesionales, aprendizaje y labor académica. De igual forma se adelantaron reuniones con los miembros para identificar oportunidades de eventos para la ciudad.
- **Acciones de promoción con personas relacionadas con el sector de bienes y servicios turísticos que permitan dar a conocer la oferta de Bogotá como destino turístico.** Con el desarrollo de actividades como: Workshop, Misiones comerciales, FAM Trip, eventos académicos, ruedas de negocios, capacitaciones y presentaciones. Con el fin de establecer el impacto de las anteriores, el equipo de Trade Marketing del IDT evaluó a través de encuesta el posible impacto, tomando como referencia los Fam trip y/o las Ruedas de negocios. La encuesta recogió información sobre: “¿Qué reportes de ventas pueden entregar los aliados empresariales a nivel nacional e internacional?”, dando como resultado:

EMPRESA	NÚMERO PASAJEROS	GASTO PROMEDIO
ALLEGRO TOURS (PANAMÁ)	189	600 USD
PRICE TRAVEL (MÉXICO)	2494	728.5 USD
PRICE TRAVEL (MÉXICO)	0	100.000.000 (campana digital)
TOTAL	2683	\$1.000 millones de pesos.

5.4.2 Captación de eventos

Para apoyar la recuperación del sector turismo en Bogotá, se adelantaron actividades para la captación de eventos relacionados con congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos que permitan atraer inversión a la ciudad. Durante el 2021 se logró captar 5 eventos:

1. **XII Congreso de la Asociación de Planetarios de América del Sur 2021- APAS.** Se estima que asistieron más de 100 personas de América Latina. Se contó con la participación de 12 ponentes internacionales, 39 nacionales e invitados especiales, en el marco de intercambio de experiencias, en talleres y paneles.
2. **MOVE 2021 (6th International Conference on the Subnational Measurement and Economic Analysis of Tourism).** El evento fue realizado por el IDT/ Observatorio de Turismo de Bogotá, contó con la participación de 67 personas presenciales y 235 virtuales.
3. **International Slow Pitch Softball - ISPS 2022:** se recibió carta de aceptación para ser sede de ISPS Colombia Tournament 2022 (El nombre del evento puede cambiar, según indicaciones del organizador).
4. **ISTO AMÉRICAS.** Se recibió carta de aceptación, para el encuentro de las Américas de la International Society of Social Tourism (Sociedad Internacional para el Turismo Social), junto con Medellín.
5. **SATW (Society of American Travel Writers) o Sociedad Americana de Escritores de Viajes.** Harán la convención anual SATW en septiembre del 2022. El IDT como socio local recibió la carta de confirmación y se inició trabajo con el equipo organizador de SATW para la fase de contratación y organización del evento, con el apoyo del Bureau de Bogotá y Procolombia.

De igual manera se desarrollaron actividades de acercamientos con clientes potenciales de la siguiente manera:

-Mercado Asociativo: 20 clientes en este tipo de mercado algunos son:

- International Society on Thrombosis and Haemostasis, EE.UU:
- Adventure Travel Association – ATTA, EE.UU: Se realizó acercamiento con para la captación del Adventure Travel World Summit 2023 – ATWS o Cumbre Mundial de Viajes de Aventura,
- InRoute, España:

- Society of American Travel Writers, EE.UU, a través de la DQMPPR - Travel and Lifestyle Public Relations Agency,

-Exploración de posibilidades y oportunidades de negocios/leads con las siguientes empresas del mercado Corporativo: 8 empresas del mercado Corporativo, algunas son:

- Sound Diplomacy, Inglaterra:
- PROCAPS GROUP S.A. - Barranquilla, Colombia:
- BCD Travel - Sucursal Bogotá, Colombia:
- Grupo Nutresa y Argos, Medellín, Colombia:

-Con Operadores Profesionales de Congresos (OPC), Organizadores de Eventos, Organizaciones de Gestión de Destinos (DMC) y agentes de viajes con departamento MICE: 12 Operadores, algunos son

- G&S Congresos y Eventos - Bogotá, Colombia:
- Contáctica - Comunicaciones y Relaciones Públicas Estratégicas – Medellín, Colombia
- Vaova DMC- Bogotá, Colombia.
- Global Mercado del Turismo, Bogotá - Colombia:
- CaliTravel, Cali - Colombia:

Con el fin de lograr concretar los eventos se recibieron 4 visitas de inspección

- Del 12 al 19 de marzo de 2021 se atendió en visita de inspección a Gabriella Stowell Regional Director, Latin America & Caribbean de la Adventure Travel Trade Association - ATTA (Asociación Mundial de Viajes de Aventura).
- Del 27 al 30 de junio, el IDT en conjunto con aliados como Procolombia y el Greater Bogotá Convention Bureau, recibieron en Bogotá la visita de inspección del señor Manuel T. Ferrero, CEO y Commissioner de la International Slow Pitch Softball (ISP - www.ISPSSoftball.com),
- Del 19 al 22 de septiembre de 2021, se atendió visita de inspección de Society of American Travel Writers - SATW 2022, para la cual se tuvo una delegación de 3 miembros, en busca de la captación del evento SATW, EE.UU
- El 18 de agosto de 2021, se atendió visita de inspección de International Seminar on Computer, Technology, Mechanical and Electrical Engineering - ISCME 2023, para la cual se tuvo como delegación al Presidente y miembro del consejo organizador de ICSME



5.4.3 Estrategias digitales para la promoción y mercadeo de ciudad

- **www.bogotadc.travel**

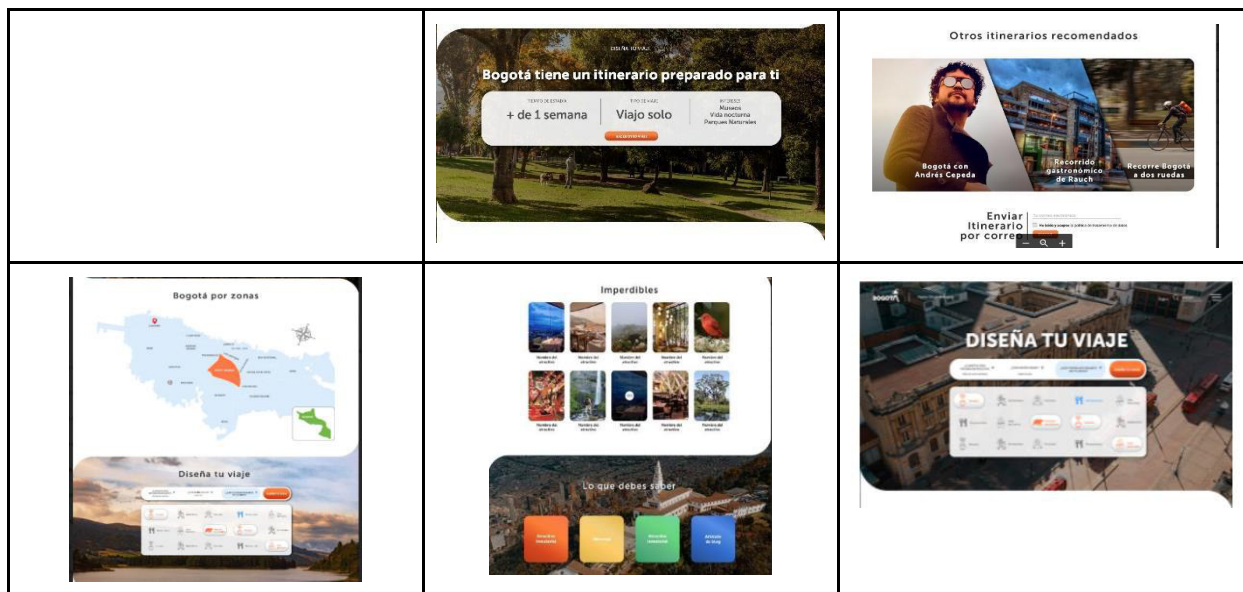
Como parte de las acciones para alcanzar la implementación del portal www.bogotadc.travel, se logró la construcción de las siguientes fases de la página web

- Diseña tu viaje
- Mice
- Rediseño Plan Bogotá
- Ruta Leyenda el Dorado

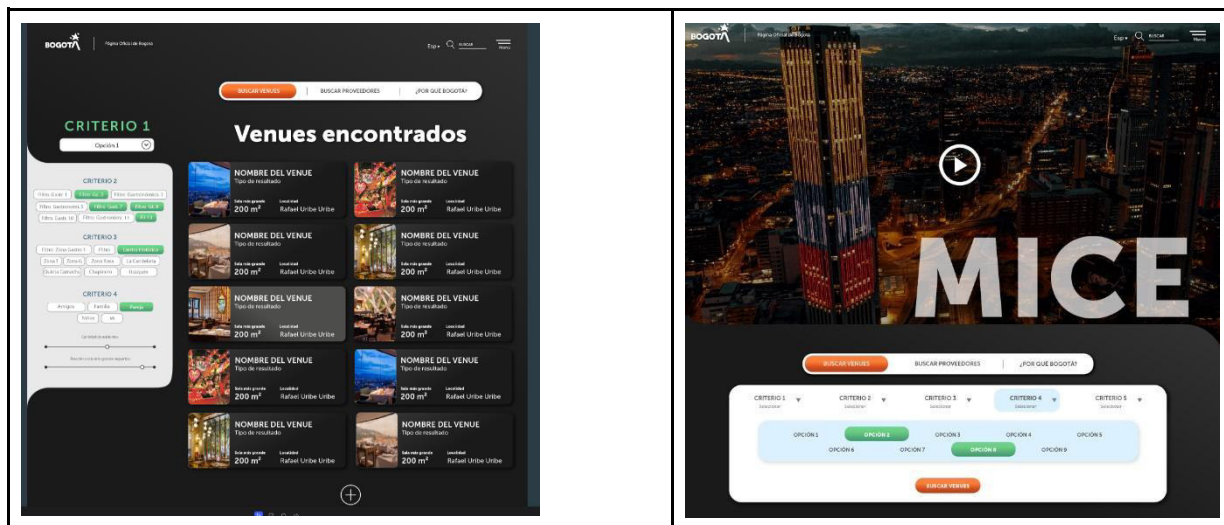
En 2021 se iniciaron las tareas de planeación y wireframes del proyecto “BANCO DE IMÁGENES”, el cual contará con un archivo fotográfico en una etapa inicial, para convertir en el futuro en un archivo audiovisual completo de la ciudad. En este orden, se comenzaron las labores de diseño y textos de interfaz.

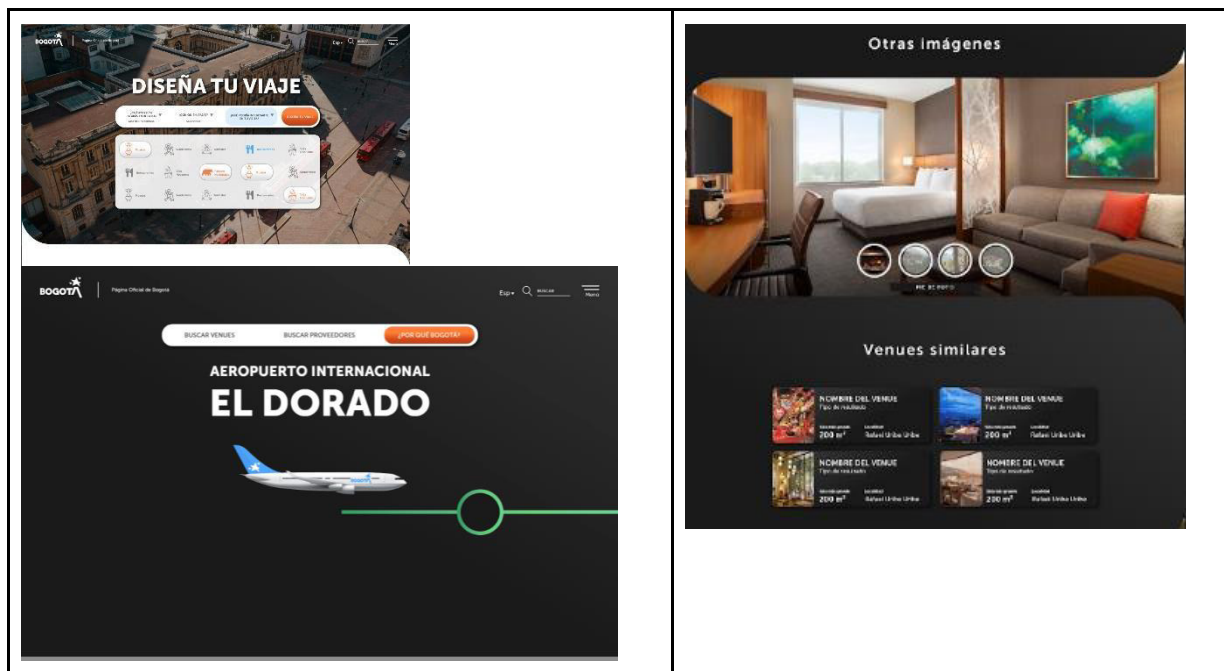
A continuación, se hace una descripción de los adelantos realizados en cada una de las fases de la página web:

- **Diseña tu viaje:** Se hizo el desarrollo de diseño basadas en los wireframes construidos, dando como resultado las primeras interfaces:



- MICE:** Se hizo el desarrollo de diseño basado en los wireframes construidos, dando como resultado las primeras interfaces. Por otro lado, se cargaron los contenidos a la landing page, como los datos del aeropuerto, movilidad, por qué Bogotá, así como los venues con sus respectivos salones y fotografías.

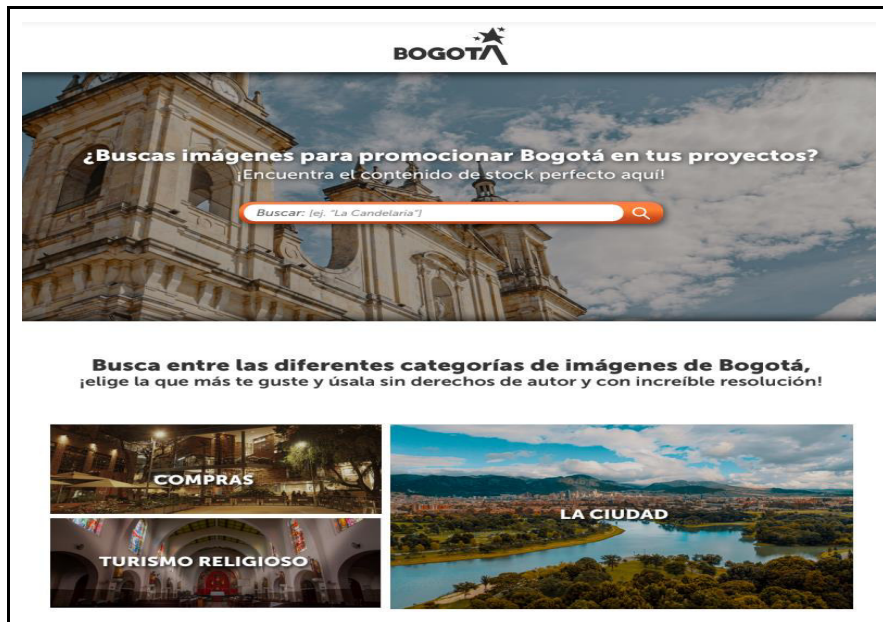




- **Plan Bogotá:** Se hizo el desarrollo de mapsite, wireframes y diseño para la reestructuración del portal. se hizo el desarrollo de mapsite, wireframes y diseño para la reestructuración del portal.



- **Ruta Leyenda El Dorado:** Se llevó a cabo toda la implementación y planeación para el desarrollo e integración del portal de Ruta Leyenda el Dorado en la página web de BogotáDC.travel. Así, para ello se diseñaron los siguientes aspectos: El sitemap, wireframes y Visualización gráfica del landing de Ruta Leyenda el Dorado Se cuenta con el diseño final y publicación al aire del módulo de Ruta leyenda el dorado en español, inglés y portugueses.



- **APP BogotáDCTravel**

Durante la vigencia 2021 se desarrollaron las siguientes acciones para el diseño y programación de las secciones dentro de la aplicación móvil:

- Se desarrolló el aplicativo móvil con las interfaces de usuario definidas, logrando tener la integración con el servidor general que está linkeado con la página web, garantizando que el contenido tenga una actualización en tiempo real.
- Se comenzó a visibilizar el consumo de los servicios reales.
- Se realizó la alineación de los diseños gráficos acorde a la página web.
- Se culminó la integración del menú principal más grande y de manera permanente
- Se llevó a cabo el cambio de registro a la aplicación de manera opcional y para determinados servicios
- Se logró la alineación con el equipo del Observatorio del Instituto Distrital de Turismo para la captura de datos GPS con la imagen del equipo donde se va a conocer: Latitud, longitud, imei y fecha en la que se utilizó la aplicación por parte de algún usuario.
- Las secciones de la app actualmente contienen: Descubre Bogotá, Dónde Dormir, Dónde Comer, Eventos, Más Allá de Bogotá.
- La aplicación cuenta con la opción de guardar lugares, de audioguías en modo offline y de calificar los lugares con estrellas.

- Se finalizó el aplicativo móvil con los desarrollos programados para la publicación en las tiendas de IOS y Android, para ello se avanzó en el desarrollo de la iconografía y los textos descriptivos necesarios para la publicación del APP en cada una de las tiendas.
- **Desarrollo de acciones que generan nuevos usuarios en la página web**

Para tener un constante crecimiento en los usuarios que visitan la página web, se implementaron acciones como la optimización de los contenidos audiovisuales y de texto. Así mismo, se cargaron nuevos contenidos de los distintos atractivos de manera permanente en la web para que la oferta sea más variada y amplia, teniendo los siguientes resultados:

- 160 atractivos
- 15 blogs
- 45 hoteles
- 16 productos
- 20 localidades
- Aprox. 50 subproductos
- Aproximadamente 1.550 fotos cargadas
- Campañas publicadas en la página web como #ViveCiudadLatina, Plan Bogotá fase 3 y recorridos peatonales, entre otros.

Es importante mencionar que dentro de las fuentes de nuevos usuarios tenemos: Social, Directo, Referenciado, búsqueda orgánica y finalmente email, durante el 2021 la página web logró **72.252** personas nuevas orgánicas.

- **Enviar el newsletter con la oferta de la ciudad a la base de datos**

En el desarrollo de esta actividad se diseñó el newsletter de Bogota DC.travel donde se muestra a los usuarios información relevante de lo que puede hacer en la ciudad, los eventos y las ofertas de Plan Bogotá, durante 2021 se contó con los siguientes datos . Se realizaron 20 envíos de newsletter y aperturas acumuladas: 7.346.

- **Desarrollar pautas en medios digitales en mercados nacionales y/o internacionales**

Se implementó una pauta internacional y nacional digital enfocada en tráfico a la web y en clic y de la cual cuenta con los siguientes resultados:

		CLICS TODOS	IMPRESIONES	REPRODUCCIONES	SEGUIDORES
PAUTA INTERNACIONAL	Ecuador	16.871	1.256.412	6.346	227
	Argentina	12.801	1.112.438	4.902	194
	Chile	13.114	1.311.371	7.049	174
	Perú	10.824	1.124.369	5.035	139
	Brasil	10.177	844.670	4.807	361
	Rep Dom	13.897	1.218.587	6.237	122
	México	12.319	1.266.204	7.135	150
	USA	-	685.423	-	
	Total Internacional	90.003	8.819.474	41.511	1.367

		CLICS TODOS	IMPRESIONES	REPRODUCCIONES	SEGUIDORES
PAUTA NACIONAL	Plan Bogotá	7.489	402.730	51.499	3.892
	Fin de semana	14.610	879.580	130.546	
	Branding	28.417	1.693.117	272.115	
	DC Travel	17.763	1.203.889	84.263	
	Total Nacional	68.279	4.179.316	538.423	3.892
Total Nacional / Internacional		158.282	12.998.790	579.934	5.259

Se llevó a cabo la pauta programada en el marco del proyecto presentado ante FONTUR, FNTF 142 de 2020: “Promoción de Bogotá como destino turístico vacacional, de reuniones y eventos –

MICE, mediante la implementación de un plan de medios a nivel internacional en mercados objetivo y en el marco de la reactivación económica de la ciudad”.



Finalmente, se realizó pauta en diciembre enfocada a incrementar la motivación de viajeros en el segmento Vacacional y Mice, la cual contó con los siguientes resultados:



- **Desarrollar contenidos encaminados a incrementar el número de personas seguidoras de las redes sociales de BogotaDC.Travel**

Se contó con un total de 28.762 nuevos seguidores de manera orgánica en las siguientes redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter y Youtube. En el año 2021 se lograron los siguientes resultados por cada red social:

REDES	TOTAL
FACEBOOK	17.538
TW	1.392
IG	9.777
YT	55

Apoyar o realizar eventos en los cuales se promociona la ciudad de Bogotá como destino turístico entre las diversas personas participantes a los mismos: Durante la vigencia 2021 se adelantaron los siguientes eventos con la participación de las siguientes personas:

Nombre del evento	Número de participantes
Feria virtual Aviareps LATAM	267
Feria presencial de turismo en Pereira	133
Vitrina Turística de ANATO	3.214
Bogotá Design Festival" CCB Chapinero	61
Fitur	1000
Colombia Travel Mart	17
Fiesta Bogotá / concurso fotografía.	100
Encuentro Virtual de Argentina	7

TIE Digital	109
II Encuentro de Turismo Receptivo	250
Feria de Turismo FIT Argentina	14
Feria TOP RESA	840
FIEXPO	28
60 Congreso Mundial ICCA	0 *
Cuadro de eventos realizados en 2021	

* Acciones de apoyo de manera informal

Informe de Gerencia – Resultados de la gestión 2021
Elaborado por: Claudia González Alfonso, contratista
Oficina Asesora de Planeación